Una guida per riconoscere i contenuti pubblicitari degli influencer

Febbraio 2, 2025



Una guida per riconoscere i contenuti pubblicitari degli influencer – Sempre più consumatori utilizzano i social. C'è chi riesce a gestirli in maniera consapevole e chi, invece, finisce preda di una dipendenza. Una condizione pericolosa, ad esempio per l'utilizzo prolungato che viene fatto dello smartphone o per il modo in cui vengono percepiti i messaggi che vengono veicolati attraverso i post. L'intervento dell'associazione Codici si concentra su quest'ultimo aspetto, chiamando in causa gli influencer.

"La figura dell'influencer è ormai centrale nella nostra società – dichiara Davide Zanon, Responsabile Progetti dell'associazione Codici – ed ha assunto un ruolo anche molto delicato, perché non sempre i messaggi veicolati sono trasparenti. Nelle iniziative che promuoviamo, soprattutto in quelle rivolte ai giovani, sottolineiamo quanto sia importante comprendere cosa rappresentano questi soggetti e cosa c'è dietro quello che pubblicano e condividono. Non tutti gli utenti sono in grado di riconoscere quando un contenuto è pubblicitario e questo può essere pericoloso. Pensiamo ai post sugli

investimenti finanziari, magari in criptovalute, che è un settore particolarmente attraente, oppure sulle sigarette elettroniche, prodotti alla moda in cui però non si tiene minimamente conto dei risvolti sul piano della salute. Dall'esperienza che abbiamo maturato in questo campo ed anche sulla base delle segnalazioni che riceviamo dai consumatori, che lamentano di aver seguito l'indicazione di un influencer pensando fosse un consiglio sincero salvo poi aver scoperto che era un parere interessato perché era una pubblicità e la realtà si è rivelata ben diversa dal contenuto visto sui social, abbiamo deciso di pubblicare una guida per aiutare gli utenti ad orientarsi nel mondo dei social. È un piccolo dizionario per imparare il significato degli hashtag. Sono quei termini preceduti dal simbolo del cancelletto che accompagnano foto o video, che a volte descrivono solo il contenuto ed in altre ne spiegano anche la vera natura. Quanto viene indicato nel post va preso con le pinze, perché è frutto di una collaborazione tra l'influencer e la struttura/prodotto che sta provando. Capire gli hashtag significa, quindi, capire il messaggio degli influencer, se è un contenuto pubblicitario o meno, e questo è molto importante".

Di seguito un elenco degli hashtag più diffusi con la spiegazione del significato ed il contesto in cui vengono utilizzati.

1. Invited
Significato: indica che l'influencer è stato invitato a un evento, a un viaggio oppure a una esperienza organizzata da un brand senza che ci sia necessariamente un pagamento monetario. In cambio l'influencer condivide contenuti legati all'evento o all'esperienza.

Contesto d'uso: tipico di press tour, lanci di prodotti o esperienze speciali come cene esclusive, viaggi stampa o eventi di lusso.

2. Gifted
Significato: indica che il prodotto o servizio menzionato è stato regalato dall'azienda senza un obbligo esplicito di pubblicare contenuti al riguardo.

Contesto d'uso: spesso i creator scelgono di menzionarlo come gesto di cortesia o perché apprezzano il regalo. Viene dichiarato anche con l'hashtag #prodottoinregalo.

3. PR Package
Significato: un pacchetto di prodotti inviato dai brand agli influencer come parte di una strategia di pubbliche relazioni con l'obiettivo di generare visibilità organica.

Contesto d'uso: gli influencer ricevono il pacco senza obblighi contrattuali, ma spesso scelgono di

mostrarlo tramite unboxing o recensioni spontanee.

4. In Partnership With
Significato: espressione che indica una collaborazione tra il creator e un brand, dove l'influencer ha ricevuto compenso, o benefici simili per promuovere il marchio.

Contesto d'uso: utilizzato per sottolineare un rapporto di collaborazione più stretto rispetto a un semplice invio di prodotti.

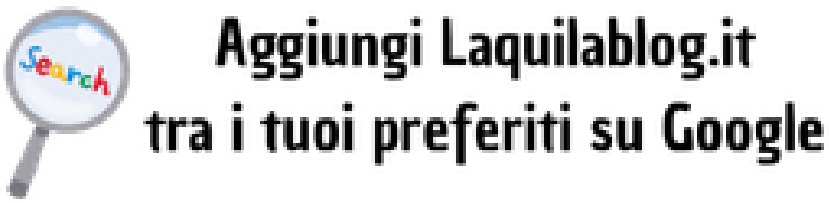
5. Hosted By
Significato: usato per indicare che l'influencer ha partecipato a un evento, viaggio o esperienza pagata e organizzata dal brand, spesso comprensiva di spese di trasporto, vitto e alloggio.

Contesto d'uso: tipico di viaggi stampa o eventi esclusivi in cui il brand copre tutti i costi.

6. Collab (o Collaboration)
Significato: termine generico che indica una collaborazione tra un brand e un influencer. Può includere prodotti regalati, compensi monetari o esperienze.

Contesto d'uso: spesso specificato con frasi come "Collab con (brand)" o "In collaborazione con (brand)".

7. Paid Promotion
Significato: un contenuto sponsorizzato per il quale l'influencer è stato pagato, oltre a ricevere eventualmente prodotti o esperienze gratuite.



Contesto d'uso: spesso indicato con hashtag come #ad e #paidpromotion o diciture come

“promozione a pagamento”.

8. Courtesy Of
Significato: usato per segnalare che il prodotto o il servizio è stato ricevuto gratuitamente dal brand come gesto di cortesia.

Contesto d’uso: può comparire con frasi come “Courtesy of (brand)”.

9. Loaned
Significato: indica che un prodotto è stato dato in prestito per un periodo di tempo limitato, ad esempio per una campagna, uno shooting o un evento, e deve essere restituito al brand.

Contesto d’uso: spesso utilizzato nel settore della moda o dei gioielli di lusso.

10. Collaborated
Significato: un hashtag simile a “collab”, che sottolinea che il contenuto è stato realizzato in sinergia con un brand o un altro creator.

Contesto d’uso: utilizzato per segnalare la creazione di contenuti in partnership, ma in un tono meno commerciale.