



Photo Gerd Altmann - Pixabay

L'impero degli influencer tra guadagni milionari e controlli del Fisco

Secondo alcuni recenti report, il mercato globale degli influencer nel 2023 vale 21,1 miliardi di dollari a livello globale, con una crescita del 30% rispetto all'anno precedente e di oltre il 50% rispetto al 2022.

Solo in Italia il giro di affari si aggira intorno ai 350 milioni di euro, con l'influencer Khaby Lame in testa, con 160 milioni di follower e un post che può valere fino a 325 mila euro e Chiara Ferragni, ferma (si fa per dire) a 95 mila euro.

Oltre ai big, c'è anche tutto l'inverso dei **micro-influencer** presenti sulle varie piattaforme social. Si comincia con TikTok, dove si

può essere già pagati con 5mila follower (50 euro a contenuto), per poi passare a YouTube, dove ne bastano 3mila, per finire con Facebook, che è la piattaforma meno utilizzata. A seconda del numero dei follower, **il guadagno medio si attesta fra i 150 e i 300 euro.**

Le ultime vicende di cronaca legate agli influencer più noti, secondo recenti studi, hanno condotto i grandi brand italiani ad optare

per lo spostamento dei budget di marketing dalle grandi figure con decine di milioni di follower verso micro e nano creator.

Fino al 2016 si trattava di un mercato di nicchia, che nel giro di pochi anni è esploso. Una crescita impetuosa che ha creato la **necessità di mettere dei paletti e delle norme** - cosa non semplice in un settore in continua e veloce evoluzione - spingendo l'Autorità Garante per le Comunicazioni ad approvare delle **linee guida che di fatto equiparano i grandi influencer ai media televisivi o radiofonici**, mondi molto diversi tra loro, accomunati dal fatto di finanziarsi attraverso la pubblicità. Ciò anche per affrontare la problematica - rilevata dalla Commissione Europea - che solo un influencer su 5 dichiara la pubblicità che effettua sui social, limitandosi a suggerire prodotti senza precisare che dietro il consiglio c'è stato un pagamento diretto.

Inoltre, **per molti anni queste nuove professioni digitali sono sfuggite agli occhi del fisco**. Fino a quando l'Agenzia delle Entrate ha deciso di fatto di equiparare tali pro-

fitti ai redditi da lavoro autonomo o a quelli di impresa, a seconda del tipo di organizzazione sottostante. Tuttavia non è sempre facile individuare questi guadagni, dato che spesso sono fatturati da aziende che hanno sede in paradisi fiscali. Inoltre, in molti casi, si tenta di trasformare vere e proprie sponsorizzazioni in proventi legati al diritto d'autore, evitando ad esempio, di pagare l'Iva.

Recentemente la finanza ha recuperato oltre 11 milioni di euro, attraverso gli accertamenti a 4 influencer, seguiti da 50 milioni di follower in totale, fra cui l'imprenditore, dj e star del web Gianluca Vacchi, oltre a una serie di sex workers che pubblicano contenuti su piattaforme per adulti.

Esiste però anche un pericoloso concorrente degli influencer moderni. Sono i **virtual influencers** creati con l'Intelligenza Artificiale. Considerando il successo avuto dalla modella Emily Pellegrini, che non esiste nel mondo reale ma è il risultato di un'elaborata creazione ad opera dell'AI, i grandi e piccoli beniamini del web non possono certo dormire sonni tranquilli.

| Federica Coscia, Paolo Gambaro

Disclaimer | Paolo Gambaro Consulente Finanziario | Via P. Felice Piana, 12/14 | 28021 Borgomanero (NO) | Tel. +39 0322 211007

La presente pubblicazione è distribuita da Paolo Gambaro. Pur ponendo la massima cura nella predisposizione della presente pubblicazione e considerando affidabili i suoi contenuti, Paolo Gambaro non si assume tuttavia alcuna responsabilità in merito all'esattezza, completezza e attualità dei dati e delle informazioni nella stessa contenuti ovvero presenti sulle pubblicazioni utilizzate ai fini della sua predisposizione. Di conseguenza Paolo Gambaro declina ogni responsabilità per errori od omissioni. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, non costituendo in nessun caso offerta al pubblico di prodotti finanziari ovvero promozione di servizi e/o attività di investimento.

La presente pubblicazione può essere riprodotta unicamente nella sua interezza ed esclusivamente citando il nome di Paolo Gambaro, restando in ogni caso vietato ogni utilizzo commerciale. La presente pubblicazione è destinata all'utilizzo ed alla consultazione da parte della clientela professionale e commerciale di Paolo Gambaro cui viene indirizzata, e, in ogni caso, non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti a cui si rivolge. Le opinioni espresse in questa rubrica costituiscono il parere personale del Consulente Finanziario Paolo Gambaro e vogliono essere uno spunto di lettura dei principali fatti di attualità, economia e finanza. Per ricevere periodicamente la rubrica «Il CAVEAU», iscriviti sul sito www.paologambaro.it