



**Comune
di Bologna**

Rassegna Stampa

10 marzo 2024

CRONACA

CORRIERE DI BOLOGNA	10/03/2024	2	La stangata sugli influencer = Gianluca Vacchi, Luis Sal e le star di OnlyFans Stangata sugli influencer: «Evasi 11 milioni» <i>Luca Muleo</i>	2
REPUBBLICA BOLOGNA	10/03/2024	2	Evasione fiscale per 11 milioni eli influencer nel mirino = Influencer ed evasori Gianluca Vacchi Luis Sal e sex worker nei guai per 11 milioni <i>Maria Elena Gottarelli</i>	4
REPUBBLICA BOLOGNA	10/03/2024	3	"Questo e un mondo ancora senza regole che si presta all' evasione" <i>Redazione</i>	6
RESTO DEL CARLINO BOLOGNA	10/03/2024	34	«Influencer, evasione da 11 milioni» = Sponsorizzazioni, pubblicità, redditi «Evasi 11 milioni dagli influencer» <i>Redazione</i>	7

ECONOMIA - ECONOMIA NAZIONALE E LAVORO

SOLE 24 ORE	10/03/2024	5	Evasione fiscale digitale: Entrate e Gdf mettono sotto tiro gli influencer = Evasione fiscale, gli influencer sotto il tiro di Entrate e Gdf <i>Camilla Colombo</i>	9
-------------	------------	---	---	---

Il caso Accertamenti anche per due Tiktoker bolognesi, nel mirino pure cinque sex workers su OnlyFans

La stangata sugli influencer

La Finanza recupera a tassazione 11 milioni da Luis Sal, Gianluca Vacchi e altri profili

Undici milioni di euro in tasse, è la cifra che la Guardia di Finanza ha chiesto, e in gran parte già visto versare alle star del web e ai sex worker che lo utilizzano per pubblicare contenuti digitali. Nove in tutto i personaggi coinvolti, operanti o residenti a Bologna. Tra di loro ci sono 4 influencer da complessivi 50 milioni di follower, tra cui

Gianluca Vacchi e Luis Sal, il creativo che ha appena vinto la causa contro Fedez per il podcast «Muschio Selvaggio». Coinvolte anche Giulia Ottorini ed Eleonora Bertoli.

alle pagine 2 e 3 **Conti, Madonia e Muleo**

Gianluca Vacchi, Luis Sal e le star di OnlyFans Stangata sugli influencer: «Evasi 11 milioni»

Controlli della Finanza su guadagni digitali ed evasione. Sanzionati in 9: «Alcuni creator sconosciuti al Fisco»
A «Mr Enjoy» contestati 7 milioni. Ma il legale: «Notifiche per 6mila euro». Coinvolte anche 5 sex worker

Da una parte gli influencer più noti, decine di milioni di follower, una formidabile capacità di penetrazione nel marketing. Secondo la Guardia di Finanza con interpretazioni tributarie da correggere, e in altri casi la mancanza di dichiarazioni dei redditi. Dall'altra i sex workers, gli operatori del sesso digitale, completamente sconosciuti al Fisco ma che sono tenuti a pagare le tasse sui proventi accumulati anche con i contenuti per adulti pubblicati sulle piattaforme.

Rilievi fiscali e non di carattere penale, fino a undici milioni di euro, in parte già versati e chiesti dalla Gdf bolognese a 9 operatori del web residenti o attivi a Bologna. Quattro influencer da 50 milioni di follower, Gianluca Vacchi con i suoi 45 tra Tik Tok e Instagram è il leader assoluto, ma anche Luis Sal, fresco vincitore del primo tempo del contenzioso con Fedez sulla paternità del podcast «Muschio Selvaggio», ha vastissima celebrità. Sono i nomi decisamente più noti finiti nelle verifiche delle Fiamme Gialle bolognesi, che si inseri-

scono in un accordo tra Agenzia delle entrate e militari per regolare i nuovi fenomeni legati alla digital economy.

Secondo le ricostruzioni, all'imprenditore celebre per i suoi balletti virali e anche dj, che a quanto si apprende avrebbe già regolarizzato la sua posizione, la Guardia di Finanza ha chiesto 7 milioni di euro. Tasse però che le Fiamme Gialle hanno calcolato sugli utili dell'attività imprenditoriale e non rispetto a quella social, da cui le verifiche sono partite per poi virare sui rapporti tra Vacchi e le sue società.

Non a caso in una nota il legale che ne tutela gli interessi, Gino Bottiglioni, specifica che circa la verifica relativa «all'attività professionale artistica per i periodi di imposta 2017-2019 la maggior imposta accertata dai verificatori ammonta a circa 6mila euro e si riferisce non già a proventi occultati bensì a costi dei quali è stata contestata la piena deducibilità. Null'altro risulta oggetto di notifica dalle competenti autorità con riferimento a quanto pubblicato, che deve pertanto ritenersi

privo di fondamento». Per Sal, 2,2 milioni di seguaci su Instagram e youtuber di professione, la richiesta è intorno ai due milioni di euro di tasse. La Gdf gli attribuisce i redditi di una società a lui ritenuta riconducibile.

I suoi professionisti sono al lavoro, come ha spiegato lui stesso in una storia pubblicata su Instagram. Attività trasparenti e dichiarazioni dei redditi presentate puntualmente, ma per la Finanza con errori o mancanze da sanare. Erano invece sconosciute al Fisco altre due influencer, le poco più che ventenni Giulia Ottorini ed Eleonora Bertoli, attive sui social e sulla piattaforma OnlyFans. «Content creator», così si chiamano, rispettivamente da 3,3 milioni



e 1,6 milioni di follower, collaboravano con le aziende ma la maggior parte dei loro proventi arrivava dalla pubblicazione dei contenuti su OnlyFans. A loro si contesta una cifra di poco inferiore al milione di euro, più o meno equamente suddiviso.

L'altro filone ha invece riguardato l'attività delle «sex worker», in cinque erano anche loro sconosciuti al Fisco. Dai 30 fino ai 60 anni di età erano approdati in Rete a causa delle restrizioni imposte durante la pandemia. Nomi d'arte, finiti nei mesi scorsi alla ribalta delle cronache per documentari e interviste tv, da Jessica a Master Giacon, da Miss Lady Glamhell a Livia e Cristina Ambrosio, attivi su OnlyFans ed Escort Advisor.

Siti per adulti con contenuti espliciti e organizzazioni di appuntamenti dal vivo. Un milione di euro la cifra complessiva addebitata sul conto dei cinque. A tre di loro è stata anche applicata un'addizionale alle imposte sul reddito, che la Legge di bilancio 2006 ha introdotto a carico di chi produce distribuisce, vende e rappresenta materiale per adulti anche in formato multimediale. Un importo calcolato in 200mila euro e che sarà destinato al settore spettacolo, tra i più penalizzati dalla crisi pandemica, come spiega anche una nota dei militari.

Secondo le Fiamme Gialle, l'atteggiamento di tutti quelli

che hanno ricevuto l'accertamento è stato collaborativo e solo in pochi casi qualcuno si è riservato di approfondire con legali e commercialisti l'addebito avanzato dalle Fiamme Gialle. Le verifiche sui guadagni degli influencer sono state fatte confrontando le tariffe pagate dalle aziende specializzate nel marketing sul web, che arrivano a sborsare 80mila euro per un singolo post pubblicato su YouTube, Instagram o Tik Tok, con le dichiarazioni dei redditi presentate. Un mondo nuovo e in via di regolamentazione, che produce grande gettito e da cui deve derivare la relativa tassazione.

Luca Muleo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Reazioni

- Tutte le persone sanzionate, è precisato dalla Finanza, si sono dimostrate «ampiamente» collaborative, «aderendo ai rilievi mossi e versando all'erario gli importi dovuti»

- Solo in qualche caso, si sono riservati di «effettuare approfondimenti ulteriori, prima di proseguire la procedura davanti agli uffici finanziari»

Contenuti proibiti

Dai 30 fino ai 60 anni, erano approdate in Rete a causa delle restrizioni Covid

La parola

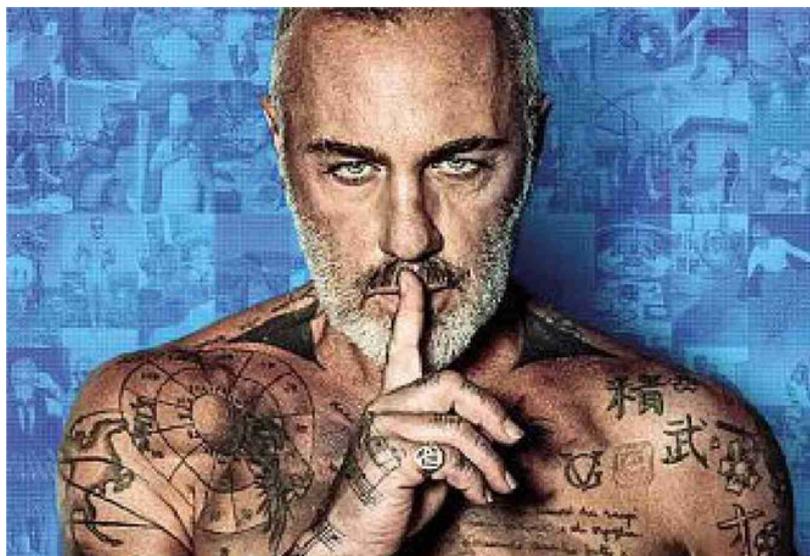
INFLUENCER

Personaggio di successo, popolare nei social network e in generale molto seguito dai media, che è in grado di influire sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico. Il termine è in uso in inglese con il significato generico di «persona che influenza qualcosa o qualcuno» sin dal 1664

Ho sempre dichiarato tutto, ho sempre pagato tutte le tasse, spesso in anticipo, a credito C'è una indagine, normali controlli Ho dei professionisti che si occupano di dichiarare le cose, come si deve, da anni

Imprenditore

Gianluca Vacchi ha lasciato l'azienda di famiglia, l'Ima, per 700 milioni



Evasione fiscale per 11 milioni gli influencer nel mirino

Accertamenti della Finanza su Gianluca Vacchi e Luis Sal. Per lo youtuber anche un fascicolo in Procura. L'imprenditore e deejay contesta le cifre a suo carico. Coinvolti anche sex worker e Tiktokker bolognesi

Ci sono Luis Sal e Gianluca Vacchi, ma anche le sex worker Giulia Ottorini ed Eleonora Bertoli. Torna a tremare il mondo degli influencer e stavolta l'epicentro è Bologna, con nove creators digitali nel mirino delle Fiamme gialle e dell'Agenzia delle Entrate. Le cifre contestate in una serie di accertamenti iniziati nel 2022 e andati avanti fino a luglio 2023 sono importanti: 11 mi-

lioni di redditi non dichiarati al Fisco, 2,8 da versare all'erario.

di **Gottarelli** ● a pagina 2
e in nazionale

Influencer ed evasori Gianluca Vacchi Luis Sal e sex worker nei guai per 11 milioni

Accertamenti della Gdf su nove persone. Molti hanno già restituito i soldi. In città quattrini facili per Eleonora Bertoli e Giulia Ottorini su OnlyFans

di **Maria Elena Gottarelli**

Ci sono Luis Sal e Gianluca Vacchi, ma anche le sex worker Giulia Ottorini ed Eleonora Bertoli. Torna a tremare il mondo degli influencer e stavolta l'epicentro è Bologna, con nove creators digitali nel mirino delle Fiamme gialle e dell'Agenzia delle Entrate. Le cifre contestate in una serie di accertamenti iniziati nel 2022 e andati avanti fino a luglio

2023 sono importanti: 11 milioni di redditi derivanti dalle attività online non dichiarati al Fisco, 2,8 da versare all'erario. La maggior parte dei soldi – che poi è quella relativa ai finanziamenti ricevuti negli scorsi an-



Peso: 1-15%, 2-29%

ni dalla holding di Vacchi – è già stata restituita. Proprio a Vacchi sono stati contestati ben 7 milioni, già ripianati. Ma ieri l'imprenditore e dj ha negato le cifre contestate dai finanziari. E ha aggiunto. «La maggior imposta accertata ammonta a circa 6 mila euro e si riferisce non a proventi occultati, ma a costi dei quali è stata contestata la piena deducibilità tra il 2017 e il 2019». Diversa la posizione dello YouTuber Luis Sal, sul conto del quale la Gdf ha trasmesso gli atti in Procura. Aperto un fascicolo per reati tributari. Ma lui nega di aver evaso la cifra di 2 milioni contestata dalla Gdf. Cifra sottratta, sempre secondo chi indaga, attra-

verso una società interposta di fatto inattiva e priva di dipendenti, in cui dirottava gli introiti ottenuti col lavoro di influencer per ottenere vantaggi fiscali. Ma non ci sono solo loro nella lista dei finanziari. Che anche grazie al nuovo protocollo siglato con l'Agenzia delle Entrate hanno scavato nelle viscere di un mondo – quello del cosiddetto "influencer marketing" – ancora privo di una efficace regolamentazione, che può far fruttare ai creators fino a 80 mila euro a post grazie alle sponsorizzazioni. Da TikTok a OnlyFans, passando per la piattaforma Escort Advisor, un settore che ben si presta all'evasione è proprio quello del sex

work. Ne fanno parte gli altri sette personaggi sui quali si sono concentrati i finanziari partendo anche dalle quotazioni su Escort Advisor (corrispettivo di TripAdvisor nel mondo del porno) attribuite dai clienti. In alcuni casi – quelli di Giulia Ottorini ed Eleonora Bertoli, sex worker bolognesi di 22 e 27 anni – le giovani non avevano neanche presentato la dichiarazione dei redditi. Risultavano «del tutto sconosciute al Fisco», nelle parole di chi ha lavorato all'operazione. Così come lo erano altri cinque sex worker bolognesi che in tutto hanno evaso, per le Fiamme Gialle, un milione. C'è una lavoratrice sessuale, nome d'arte "Jessica", più volte apparsa sui media. Poi Master Giaccon, maestro della pratica di BdsM, ma anche Miss Lady Glamhell, dominatrice professionista, Livia, prima classificata a Bologna su EscortAdvisor e Cristina Ambrosio, miss Trans Italia nel 2017.

Al setaccio la holding dell'imprenditore e deejay, nel frattempo ceduta. "Nel mio caso solo 6 mila euro"



Gianluca Vacchi, nato nel 1967 a Bologna, imprenditore, dj e con 22,3 milioni di follower su Instagram



Peso:1-15%,2-29%

Il presente documento non è riproducibile, e' ad uso esclusivo del committente e non e' divulgabile a terzi.

Intervista al colonnello della Gdf Selvaggio Sarri

“Questo è un mondo ancora senza regole che si presta all’evasione”

«Tutto è nato nel 2022, dal controllo di uno degli imprenditori coinvolti nell’operazione. Poi abbiamo ampliato le verifiche, perché quello degli influencer è un mondo che, non essendo ancora regolamentato, si presta all’evasione fiscale». A dirlo è il colonnello Selvaggio Sarri, comandante del Secondo gruppo della Guardia di Finanza di Bologna, che si è occupato dell’operazione che ha portato a recuperare 11 milioni di redditi non dichiarati da noti influencer, youtuber e sex worker. Tra i quali Gianluca Vacchi, Luis Sal e altri.

Colonnello, come vi siete accorti che qualcosa non andava?

«Abbiamo cominciato dal semplice controllo di una delle persone coinvolte. Da quelle prime verifiche abbiamo capito che il settore dei creatori digitali, che dopo il Covid ha conosciuto un’importante espansione, meritava un approfondimento, che è stato reso più efficace dal protocollo a tutela dell’economia legale del giugno 2023. Tenga presente che l’Italia è il Paese europeo con il maggior numero di influencer pro-capite. Così abbiamo individuato i professionisti con un maggior numero di follower sul nostro territorio».

E cosa avete scoperto?

«In alcuni casi c’era una sproporzione evidente tra i redditi dichiarati dai professionisti e gli introiti pubblicitari derivanti dai singoli post. Nel mondo dell’“influencer marketing”, esistono dei tariffari consultabili online che

stabiliscono quanto si guadagna per sponsorizzare il prodotto di un’azienda. Gli introiti aumentano a seconda del bacino di follower garantito dagli influencer. Pensi, si può arrivare a guadagnare fino a 80 mila euro per un solo post. In altri casi i creator erano persone del tutto sconosciute al fisco».

Cioè non avevano mai presentato una dichiarazione dei redditi?

«Esatto. Molti di loro erano attivi anche su piattaforme di sex work, come OnlyFans o Escort Advisor. E la maggior parte dei ricavi li ottenevano proprio attraverso quelle attività svolte in libera professione, che chiaramente andrebbero dichiarate».

Undici milioni totali di evasione è una cifra considerevole...

«Sì, ma precisiamo che si tratta dell’ammontare complessivo delle cifre non dichiarate, sulle quali va poi calcolata la tassazione da versare. Qui il totale ammonta a circa 2,8 milioni da restituire all’erario. E praticamente tutti hanno già provveduto, dimostrandosi estremamente collaborativi».

Ci sono state denunce?

«No. Non sempre quando c’è un’evasione fiscale si verifica anche un reato. Questa operazione non riguarda un contesto penale, rimane in ambito prettamente amministrativo».

Non ci sono gli estremi?

«Per andare sul penale devono essere superate determinate soglie, che di solito ammontano a 50 mila euro di

imposta evasa. Ma anche nei casi con somme più alte ci possono essere diverse interpretazioni. Qui ci muoviamo con lo strumento normativo dell’abuso del diritto, che implica un piano fiscale».

È un periodo turbolento per gli influencer, basti pensare al caso Ferragni. Quanta strada c’è ancora da fare?

«Penso molta. Certamente l’ultimo patto firmato con l’Agenzia delle Entrate ci ha dato uno strumento utile a livello nazionale, ma il problema è che la regolamentazione nei rapporti tra gli influencer e i loro follower è ancora agli albori. Per quanto riguarda l’ambito del marketing ora l’antitrust ha emanato delle linee guida, che però pongono dei paletti solo per chi ha più di un milione di follower. Ma anche chi ha un bacino minore è in grado di influenzare il pubblico in maniera importante e serve una norma per tutelare tutti gli utenti».



▲ Al lavoro Una pattuglia della Gdf



Peso:28%

«Influencer, evasione da 11 milioni»

L'accusa della finanza a Gianluca Vacchi, Luis Sal e due web star di Onlyfans. Le difese: «Tutto dichiarato» Servizi alle pagine 2 e 3 e nel QN

Sponsorizzazioni, pubblicità, redditi «Evasi 11 milioni dagli influencer»

Quattro nel mirino della Finanza, nei guai pure cinque sex workers di Onlyfans. Ma tutti avrebbero già riparato

di **Federica Orlandi**

Dopo la pandemia, l'attività sui social network è esplosa e i guadagni degli influencer, tra sponsorizzazioni e pubblicità, si sono impennati. Così, il Comando provinciale della Guardia di Finanza ha deciso di vederci chiaro. E ha avviato approfondimenti sui redditi di influencer e affini bolognesi. Scoprendo come quattro di loro non avessero dichiarato all'Erario 11 milioni di euro. Sono il noto imprenditore e uno tra i principali influencer italiani Gianluca Vacchi (oltre 45 milioni di follower tra Tik Tok e Instagram), Luis Sal, lo YouTuber recentemente agli onori delle cronache anche per la battaglia legale con il rapper Fedez per le quote del loro podcast 'Muschio Selvaggio', poi le due giovanissime Giulia Ottorini (3,3 milioni di follower tra Tik Tok e Instagram) ed Eleonora Bertoli (1,6 milioni di follower su Instagram).

L'inchiesta, aperta nel 2022, si è sviluppata anche nell'ambito del nuovo protocollo stipulato dalle Fiamme Gialle con le istituzioni a tutela dell'economia legale e dell'intesa con l'Agenzia delle Entrate per la legalità fiscale nel settore della digital crea-

tor economy. Nel mirino sono finiti i profili più attivi, per numero di follower ('seguaci') e volume di interazioni generate.

Ecco allora che all'influencer Vacchi è stata contestata l'evasione di circa sette milioni di euro, legati però non tanto alla sua attività sui social, risultata in regola e in cui comunque l'imprenditore non fa pubblicità o promozioni, quanto piuttosto a dinamiche legate alla sua attività imprenditoriale e in particolare a consistenti finanziamenti ricevuti dalla *holding* di sua proprietà. A Luis Sal invece sono contestati due milioni, relativi a mancati versamenti sui redditi prodotti da una società di capitali a lui riconducibile nel contesto di una 'interposizione fittizia': tradotto, la tesi della Finanza è che questa fungesse da 'filtro' dei proventi dell'attività di Sal, che poi li riceveva sotto forma di compensi. La società non avrebbe avuto però né dipendenti né una vera struttura organizzata.

In tempo di lockdown, poi, è nata e ha avuto un boom anche la piattaforma dedicata soprattutto a contenuti 'hot' Onlyfans. Dove un abbonamento mensile può costare fino a una cinquantina di euro.

In particolare, da questa piattaforma sono risultati provenire la maggior parte degli introiti del-

le due giovani influencer bolognesi, del tutto sconosciute al fisco, che per il resto percepivano guadagni grazie a viaggi all'estero sponsorizzati, a collaborazioni professionali con alcune aziende e a pubblicità di brand e strutture alberghiere. Partendo dalle due influencer, si è aperto il vaso di Pandora sul resto dei 'digital creator' bolognesi attivi sul sito per adulti. Dove oltre agli abbonamenti mensili (di cui l'80% va al creator dei contenuti e il 20% alla piattaforma) si può guadagnare tramite 'tips', mance che gli utenti possono rilasciare anche in cambio di foto o video extra. E così si è scoperto come cinque di loro, pure sconosciuti al fisco, guadagnassero molto bene e potessero permettersi appartamenti di lusso e un tenore di vita piuttosto elevato.

Va chiarito però come tutti quanti i nove protagonisti si siano mostrati estremamente collaborativi con la Finanza, versando prontamente all'Erario tutti gli importi dovuti; solo in qualche caso si sono riservati di effettuare approfondimenti ulteriori, prima di proseguire la procedura davanti agli uffici finanziari, tramite i propri commercialisti di riferimento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

APPROFONDIMENTI

**In alcuni casi
analizzati i rapporti
tra i professionisti
e le società che
gestivano le loro
attività anche online**



Peso: 33-1%, 34-95%

Focus: l'inchiesta

FIAMME GIALLE



La guida dell'operazione
Il colonnello Selvaggio Sarri

Colonnello Selvaggio Sarri, lei ha guidato l'operazione della Finanza che ha riguardato i redditi di influencer e creatori digitali bolognesi e ha portato a recuperare a tassazione oltre 11 milioni di euro. Com'è andata?

«Dopo il Covid, abbiamo deciso di fare verifiche su questo fenomeno digitale, che durante la pandemia ha registrato un boom. Siamo partiti con influencer seguiti da oltre un milione di persone. Un tariffario online rivelava come per un post possano guadagnare anche 80mila euro: abbiamo così effettuato un controllo sulle loro dichiarazioni dei redditi».

E?

«Due influencer erano perfettamente sconosciute al fisco. I loro introiti arrivavano soprattutto da sponsorizzazioni su Instagram e abbonamenti su Onlyfans. Loro sono state il 'gancio' per aprire indagini pure su quest'ultima piattaforma e abbiamo trovato cinque 'sex workers' che mai avevano fatto una dichiarazione dei redditi. Ad alcuni abbiamo potuto attribuire ricavi non dichiarati al fisco di oltre 400mila euro, negli ultimi cinque anni».

Gli altri influencer invece?

«Avevano un'attività molto più strutturata, con società dedicate a gestirla. Il focus in questo caso è stato chiarire i loro rapporti di persona fisica con le loro società-rappresentanti giuridiche, che in quanto tali godono di regimi fiscali differenti, e agevolati».

Ora hanno sanato i debiti?

«Sono stati molto collaborativi. Quasi tutti hanno già versato all'Erario gli importi dovuti; chi non l'ha fatto sta solo attendendo ulteriori approfondimenti da parte dei propri commercialisti».

f. o.

Sopra, in senso orario: Luis Sal, YouTuber; Giulia Ottorini, influencer con 1,2 milioni di follower su Instagram; ed Eleonora Bertoli, modella con 1,6 milioni di follower su Instagram. Le ultime due sono attive anche sulla piattaforma Onlyfans



Peso:33-1%,34-95%

Il presente documento non è riproducibile, e' ad uso esclusivo del committente e non e' divulgabile a terzi.

Evasione fiscale digitale: Entrate e Gdf mettono sotto tiro gli influencer

Controlli

Influencer e blogger finiscono nel mirino dell'agenzia delle Entrate e della Guardia di finanza. Siglato un memorandum per evitare l'evasione e contestate le prime violazioni. Sotto tiro anche nomi noti della rete.

Arona e Colombo — a pag. 5

Evasione fiscale, gli influencer sotto il tiro di Entrate e Gdf

Controlli. A Bologna le Fiamme gialle contestano 11 milioni di euro. L'Agenzia individua altri 1,2 milioni. Firmato memorandum per le verifiche

Camilla Colombo

La sfida della lotta all'evasione punta ora sui controlli decisi all'economia digitale. Con un'accelerazione nei confronti di influencer. Che raccoglie ora i primi frutti. Per ora sono 12,2 milioni di euro, in futuro potrebbero essere molti di più. La cifra è il risultato delle ultime attività di agenzia delle Entrate e Guardia di finanza sui guadagni degli influencer anche molto famosi e di altre figure della *influence economy*, come i creatori digitali e i blogger. Per il futuro si confida anche nel memorandum operativo congiunto siglato proprio nei giorni scorsi fra Gdf ed Entrate per contrastare l'evasione fiscale nel settore che, dopo il caso Ferragni, appare sempre più sotto la lente d'osservazione delle autorità, non soltanto fiscali.

Le iniziative delle autorità

Il memorandum sull'evasione fiscale è stato firmato dal direttore delle Entrate, Ernesto Maria Ruffini, e dal comandante generale della Gdf, Andrea De Genaro. E mette sotto indagine la sproporzione fra i redditi dichiarati e il numero di follower o di visualizzazioni.

Sul fronte non fiscale, a gennaio l'Agcom (Autorità garante delle comunicazioni) ha, poi, adottato le Linee guida per gli influencer. E nei scorsi giorni è stato avviato il Tavolo tecnico dell'Agcom con associazioni di influencer, rappresentanti delle piattaforme e agenzie di influencer marketing (si veda il box in pagina).

L'operazione della Gdf

Il comando provinciale della Guardia di finanza di Bologna ha intanto concluso un'operazione con il recupero a tassazione di oltre 11 milioni di euro. Fra i soggetti coinvolti ci sono anche alcuni personaggi famosi:

Gianluca Vacchi (l'imprenditore e celebrità dei social network) e Luis Sal (videomaker e youtuber), Eleonora Bertoli e Giulia Ottorini, molto note anche su TikTok.

Gli accertamenti nei confronti degli influencer, spiega la Gdf, si sono svolti in un clima collaborativo (si veda anche l'intervista riportata in pagina): solo in qualche caso gli influencer si sono riservati di effettuare approfondimenti ulteriori, prima di proseguire la pro-



Peso: 1-3%, 5-51%

cedura davanti agli uffici finanziari.

In ogni caso ieri, dopo la diffusione delle notizie, Sal ha pubblicato su Instagram un video nel quale ha affermato di non essere un evasore e ha aggiunto che «è in corso un'indagine, sono normali controlli che vengono fatti. Fortunatamente ho dei professionisti che si occupano di dichiarare le cose come si deve da anni e vedremo come andrà a finire. Nel frattempo mi dispiace che venga scritto "Luis Salevasore" o "influencer che non paga le tasse". È un po' antipatico, anche io se mi vedessi per strada in questo momento mi tirerei uno schiaffo. Quindi se mi vedete per strada vi prego di non menarmi».

Vacchi, tramite il suo legale, Gino Bottigliani, ha diffuso una nota in cui chiarisce che la verifica fiscale che ha portato alla contestazione riguardava solo «l'attività professionale artistica per i periodi di imposta 2017-2019» e la maggior imposta accertata «ammonta a circa euro 6 mila e si riferisce, non a proventi occultati, ma a costi dei quali è stata contestata la piena deducibilità. Null'altro risulta oggetto di notifica dalle competenti autorità con riferimento a quanto pubblicato che deve pertanto ritenersi privo di fondamento».

Le indagini della Gdf di Bologna hanno riguardato le pubblicazioni di post sui social, le collaborazioni con aziende (l'influencer marketing) e

l'inserimento di contenuti su siti come OnlyFans o Escort Advisor. Le attività dei finanziari si sono svolte con l'approfondimento di due differenti contesti. Il primo ha riguardato quattro influencer, seguiti da 50 milioni di follower in totale. Per due di loro, sconosciuti al Fisco, le Fiamme gialle hanno dovuto ricostruire i proventi ottenuti non solo attraverso pubblicazioni sui social e collaborazioni professionali avviate con aziende, ma anche inserendo contenuti su popolari siti d'intrattenimento per adulti.

Il secondo contesto ha coinvolto cinque digital creator (tutti sconosciuti al Fisco) molto attivi nella pubblicazione di prestazioni a pagamento sul web. Per tre di loro è stata segnalata alle Entrate l'applicazione di una particolare addizionale alle imposte sul reddito introdotta dalla legge di Bilancio 2006 a carico di chi produce, distribuisce, vende e rappresenta materiale per adulti anche in formato multimediale (l'importo, circa 200mila euro, è destinato agli interventi a favore del settore dello spettacolo, tra i più penalizzati durante l'emergenza Covid).

I controlli delle Entrate

L'agenzia delle Entrate ha avviato di recente un controllo verso due noti gamer, proprietari di canali dedicati sulle piattaforme social e utilizzati

con finalità di marketing per il rilascio di nuovi videogame, sessioni di gameplay e organizzazione di eventi. Tra questi CiccioGamer89. I compensi, legati alle visualizzazioni raggiunte, erano conseguiti in completa evasione d'imposta, nonostante l'abitudine e il livello di organizzazione professionale dell'attività. Ai due influencer sono stati rispettivamente contestati 700mila e 500mila euro di ricavi non dichiarati. L'Agenzia spiega che di solito in controlli di questo tipo la regolarizzazione avviene con ravvedimento o adesione integrale alle contestazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

400 milioni

INFLUENCE ECONOMY IN ITALIA

Stando alla Commissione Europea, l'influence economy nel 2023 ha generato circa 400 milioni di euro in Italia e quasi 20 miliardi di euro nel

mondo. Il 97% degli influencer attivi in Europa pubblica contenuti commerciali, ma solo uno su cinque indica sistematicamente che il loro contenuto è pubblicitario.

IL FRONTE DEL GARANTE DELLE COMUNICAZIONI

Linee guida trasparenza, 120 giorni per i criteri applicativi

Con la delibera 7/24/Cons del 16 gennaio 2024 - che ha chiuso la consultazione pubblica aperta nel luglio 2023 per affrontare e normare la crescente rilevanza dell'attività degli influencer - l'Agcom ha istituito un Tavolo tecnico (aperto martedì 5 marzo) per adottare un codice di condotta che definisca misure di trasparenza e riconoscibilità. Il Tavolo durerà 120 giorni e definirà i criteri applicativi delle disposizioni essenziali delle Linee guida adottate a gennaio, gli accordamenti tecnici, le modalità di registrazione degli influencer e le funzionalità per segnalare le viola-

zioni all'Autorità. Ferme restando le norme già in vigore - Codice del consumo, Digital Chart stilata dall'Istituto di autodisciplina pubblicitaria (Iap) e confluita nel Codice di autodisciplina Iap, il Testo unico sui servizi di media audiovisivi (DI 208/2021) - le Linee guida definiscono un insieme di norme per influencer considerati professionali in base anche a questi requisiti: essere attivi in Italia, aver raggiunto almeno un milione di follower su piattaforme o social e aver superato, negli ultimi sei mesi (su almeno una piattaforma o social media) un *engagement rate*

medio pari o superiore al 2% (cioè aver suscitato reazioni da parte degli utenti, con commenti o like, in almeno il 2% dei contenuti pubblicati). Le misure riguardano il rispetto dei principi di trasparenza e correttezza dell'informazione, l'applicazione della disciplina di tutela dei minori, dei diritti fondamentali della persona e dei valori dello sport, le disposizioni in materia di diritto d'autore, di comunicazioni commerciali e di product placement volte a rendere trasparenti al pubblico le finalità promozionali eventualmente perseguite.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso: 1-3%, 5-51%

PUBBLICITÀ

La difesa dello IAP

«È sbagliata l'idea che, prima del caso Ferragni, il settore fosse un far west. La Digital Chart, lanciata nel 2016, è diventata un benchmark del mercato: oltre l'80% degli investimenti pubblicitari sono nel perimetro autodisciplinare dello IAP», dice Vincenzo Guggino, segretario generale IAP (Istituto di autodisciplina pubblicitaria). «Certo, c'è uno scarto qualitativo quando una norma privatistica diventa pubblicistica. L'auspicio ora è duplice: coordinare i tre organi di controllo (IAP, Agcom e Antitrust) ed estendere le regole della Digital Chart, inserite nelle fonti di diritto delle Linee guida, a chi è fuori dal perimetro di adesione IAP».



ADOBE STOCK

Influence economy. Nel 2023 ha generato circa 400 milioni di euro in Italia



Peso:1-3%,5-51%