

COMUNICATO STAMPA

Finfluencer, arrivano i suggerimenti dell’Esma per un’attività responsabile

Arrivano i suggerimenti dell’Esma, l’Autorità di regolamentazione e di vigilanza sui mercati finanziari dell’Unione europea, per i *finfluencer* o *influencer* finanziari, la cui attività online può avere conseguenze negative per i follower quando non vengono prese le dovute precauzioni.

Promuovere sui social un prodotto o un servizio finanziario non è come promuovere scarpe o orologi, spiega la [scheda informativa pubblicata sul sito dell’Esma e della Consob](#). Dire alle persone in cosa investire, o cosa evitare, può essere considerata una forma di consulenza in materia di investimenti che richiede un’autorizzazione rilasciata dall’Autorità nazionale competente. E non bastano disclaimer come «Questa non è una consulenza in materia di investimenti» a proteggersi dalle conseguenze legali di promozioni non autorizzate.

Le indicazioni rivolte dall’Esma agli *influencer* finanziari invitano quindi ad evitare di fare consulenza senza possedere i requisiti di legge, a non diffondere messaggi ingannevoli o avventati, e a dichiarare eventuali compensi, regali o altri benefici legati alla promozione, utilizzando con chiarezza formule come “pubblicità”, “sponsorizzato” o “collaborazione a pagamento”, e segnalando eventuali interessi personali, ad esempio se si investe già nello strumento di cui si parla.

Un passaggio è dedicato ai prodotti ad alto rischio, come i contratti per differenza (Cfd), trading su valute, futures, alcune iniziative di crowdfunding e cripto-attività volatili. L’Esma chiede di evitare comunicazioni non veritieri o fuorvianti, distinguendo bene i fatti dalle opinioni, evidenziando la possibilità di perdere anche il 100% del capitale investito. Inoltre, mette in guardia dal formulare grandi promesse: occorre evidenziare i rischi degli investimenti, non solo i benefici, senza creare pressione o urgenza con messaggi del tipo “diventa ricco velocemente”. L’Autorità sottolinea inoltre la necessità, per gli *influencer*, di verificare se gli operatori oggetto delle loro comunicazioni siano autorizzati, per non rischiare di favorire truffe.

Infine, tra i suggerimenti pratici per agire in sicurezza: “Sii onesto e chiaro, non fingere competenze che non hai, e pensa prima di postare: in caso di dubbio, non farlo”.

Roma, 12 gennaio 2026