BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

GLI OBBLIGHI PREVIDENZIALI DEI «CONTENT CREATOR»

CIRCOLARE INPS 19.02.2025 N.44.

BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

SOGGETTI INTERESSATI

La Circolare n.44 è dedicata ai soggetti, c.d. «***content creator***», che svolgono **attività di creazione di contenuti digitali** che prevede «*l'elaborazione di contenuti scritti, immagini, registrazioni video, audio o contenuti prodotti in diretta che sono resi disponibili attraverso piattaforme digitali di connessione sociale*».

I soggetti che si dedicano a tale attività possono svolgerla:

- in forma **amatoriale**;
- con l'obiettivo di **trarne una fonte di reddito**.

BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

SOGGETTI INTERESSATI (2)

I «***content creator***» svolgono la propria attività **non necessariamente a fronte di specifiche richieste di prestazione di servizi alle quali fa seguito il pagamento di un compenso**, ma possono valorizzare sul piano economico le proprie opere: in modo indipendente, attraverso forme di pagamento diretto, con il supporto di sponsorizzazioni, ecc.

Conseguentemente, la **remunerazione** dell'attività può avvenire con **diverse modalità**.

BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

DISCIPLINA PREVIDENZIALE

L'INPS specifica che vanno applicati i **principi e criteri lavoristici generali**, analizzando di volta in volta le modalità di svolgimento dell'attività ed i rapporti intercorrenti, tra le parti, al fine di ricondurre la situazione ad una fattispecie normata.

In particolare, è possibile individuare le seguenti fattispecie:

- produzione di un **reddito d'impresa**;
- produzione di un **reddito di lavoro autonomo**;
- prestazione **artistica/culturale/di intrattenimento**.

BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

DISCIPLINA PREVIDENZIALE: ATTIVITÀ D'IMPRESA

Quando l'attività del «content creator» comporta l'esercizio di più operazioni in cui **prevalgono gli aspetti organizzativi rispetto a quelli personali**, ossia quando l'attività implica l'uso prevalente di **mezzi di produzione piuttosto che l'apporto di elementi personali** (come nel caso della vendita di video o della gestione di banner pubblicitari), essa si colloca nel settore commerciale/terziario.

In tal caso, l'impresa (sia individuale che societaria) genera reddito d'impresa e, di conseguenza:

- è necessaria l'**iscrizione alla Camera di Commercio (CCIAA),** con l'attribuzione del relativo **codice attività**;
- scatta l'obbligo di contribuzione alla **Gestione IVS dei commercianti**.

BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

DISCIPLINA PREVIDENZIALE: ATTIVITÀ DI LAVORO AUTONOMO

Se l'attività non è svolta in forma d'impresa, il content creator esercita un'**attività di lavoro autonomo**, che può essere **abituale** o **occasionale**.

Nel caso in cui l'attività abbia carattere di **abitualità**, i redditi derivanti rientrano tra quelli di lavoro autonomo ai sensi dell'art. 53, comma 1, del TUIR, comprendendo anche i proventi derivanti dallo **sfruttamento dell'immagine del professionista**.

Dal punto di vista previdenziale, il content creator che esercita abitualmente l'attività in modo autonomo, **senza vincoli di subordinazione o parasubordinazione**, e con prevalenza di attività personale e intellettuale al di fuori di un'attività d'impresa, è tenuto all'iscrizione alla **Gestione separata INPS**.

Qualora, invece, l'attività **non** abbia carattere di **abitualità**, l'obbligo di **iscrizione** alla **Gestione separata** sorge esclusivamente nel caso in cui i **redditi** percepiti superino la soglia di **€ 5.000**.

BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

DISCIPLINA PREVIDENZIALE: LAVORATORI DELLO SPETTACOLO

Quando l'attività svolta presenta caratteristiche proprie delle **prestazioni artistiche, culturali e di intrattenimento** e sussistono i requisiti previsti dalla normativa vigente, sorge l'**obbligo assicurativo** presso il **Fondo Pensioni per i Lavoratori dello Spettacolo (FPLS)**, indipendentemente dalla finalità commerciale, promozionale o informativa dell'attività.

L'influencer che si occupa di **digital marketing** può essere inquadrato tra i lavoratori dello spettacolo qualora realizzi spot o programmi pubblicitari, analogamente a figure professionali quali attori, fotomodelli o registi coinvolti nella produzione di pubblicità televisive.

Sono invece **escluse** dall'obbligo previdenziale presso il **FPLS**:

- le **attività di endorsement** in cui il content creator, all'interno di contenuti personali, si limita ad associare la propria notorietà a un prodotto o servizio che utilizza;
- l'**inserimento di semplici inserzioni pubblicitarie** nei contenuti personali del profilo social, senza un effettivo coinvolgimento artistico.

In tali circostanze, potrebbe sorgere l'**obbligo** di iscrizione alla **Gestione separata INPS**.

BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

LA FIGURA DELL'INFLUENCER

Rientrano nella categoria dei «content creator»:

- Gli **influencer**, ovvero coloro che, grazie alla propria popolarità e credibilità all'interno della comunità di utenti delle piattaforme digitali, risultano particolarmente influenti nell'orientare opinioni e preferenze del pubblico di riferimento, sfruttando la propria immagine e il seguito acquisito prevalentemente per attività di promozione di beni o servizi, in cambio di un compenso o di altre utilità.
- Gli **youtuber, streamer, podcaster, instagrammer, tiktoker, blogger**, ecc., che possono essere considerati influencer qualora raggiungano un livello di notorietà tale da incidere sulle scelte del pubblico.
- I **cyber atleti** o **pro gamer**, ossia coloro che si dedicano professionalmente agli eSport (sport elettronici), partecipando a competizioni organizzate sotto forma di leghe o tornei, con il coinvolgimento di un pubblico di utenti, sia per l'ottenimento di premi sia a scopo di intrattenimento.

In tutti i casi, quando l'attività consiste nella **diffusione di contenuti** su blog, vlog e social network con l'obiettivo di promuovere un brand e generare un effetto pubblicitario, l'INPS classifica tali attività come **digital marketing**.

Di conseguenza, i contenuti prodotti dai creator sui social sono assimilabili a **contenuti pubblicitari** e devono conformarsi alla **normativa** vigente in materia di comunicazioni commerciali, televendite, sponsorizzazioni e divieto di pubblicità occulta.

BFMR & PARTNERS
Dottori Commercialisti
Revisori Legali

I POSSIBILI RAPPORTI TRA LE PARTI

Oltre al **content creator** e alla piattaforma, possono essere coinvolti ulteriori soggetti, quali il **brand** e l'**agenzia intermediaria**, che può supportare il brand nella selezione del content creator o assistere il talent nella gestione dei propri affari.

I rapporti contrattuali e lavorativi tra questi soggetti possono rientrare nelle seguenti casistiche:

- **Intermediazione limitata**: l'agenzia si occupa esclusivamente di individuare il content creator, mentre l'azienda committente stipula direttamente il contratto con quest'ultimo, stabilendo autonomamente il compenso, che viene erogato direttamente dal brand.
- **Gestione completa della campagna**: l'agenzia seleziona il content creator più adatto al marchio e agli obiettivi del brand, affidandogli l'incarico per la realizzazione dell'attività promozionale. In questo caso, l'agenzia cura l'intero processo di **influencer marketing**, definendo le modalità operative in termini di tempistiche, spazi, visibilità e target di riferimento.
- **Assunzione diretta**: l'agenzia di comunicazione assume il content creator come proprio collaboratore o dipendente, integrandolo stabilmente nella propria struttura.