



# Studio Associato Zaniboni

Berva Dr. Paola - Conti Dr. Roberto - Zaniboni Dr. Fabrizio



Dottori Commercialisti – Revisori Legali

**N. protocollo: 23/2025**

## **PROFILI PREVIDENZIALI DELL'ATTIVITÀ DEI *CONTENT CREATOR***

Con la circolare n. 44/2025 l'Inps illustra gli obblighi previdenziali connessi all'esercizio dell'attività dei *content creator*, ricordando che dal 1° gennaio 2025 è stato istituito il nuovo codice ATECO 73.11.03, relativo appunto alle attività di *influencer marketing* e *content creator*.

Per meglio comprendere, è bene comprendere che l'attività di creazione di contenuti digitali consiste nell'elaborazione di contenuti scritti, immagini, registrazioni video, audio o contenuti prodotti in diretta che sono resi disponibili attraverso piattaforme digitali di connessione sociale. La stessa, quindi, si caratterizza principalmente per la presenza di un'attività creativa e di produzione di contenuti mediatici "virtuali" con successiva loro messa a disposizione del pubblico attraverso piattaforme digitali.

Il *content creator*, quindi, in linea generale:

- sono soggetti riconducibili alla più ampia platea dei lavoratori delle piattaforme digitali, ma non svolgono necessariamente la propria attività a fronte di specifiche richieste di prestazione di servizi, associate al pagamento di un compenso, potendo valorizzare sul piano economico le proprie opere in modo indipendente, attraverso forme di pagamento diretto, o facendo ricorso a meccanismi quali, a titolo esemplificativo, l'inserimento di contenuti pubblicitari, il ricorso a sponsorizzazioni, la creazione di articoli di *merchandise* commercializzabili *online*;
- possono svolgere tale attività in forma amatoriale (produzione dei contenuti per *hobby*), o con l'obiettivo di trarne una fonte di reddito (principale o secondaria).

Nell'ambito dell'attività di creazione di contenuti digitali, il termine *content creator* rappresenta una "macro categoria" che ricomprende una serie complessa di attività quali:

- l'*influencer*, ossia colui che in ragione della sua popolarità e del credito maturato nell'ambito della comunità degli utenti delle piattaforme è particolarmente idoneo a orientare opinioni e gusti del pubblico di riferimento (lo sfruttamento commerciale della propria immagine e del seguito maturato si sostanzia prevalentemente nell'attività di promozione di beni o servizi, a fronte di denaro o altre utilità);
- una moltitudine di professionalità flessibili, mutevoli e contraddistinte dal mezzo di diffusione utilizzato o dal tipo di contenuto realizzato, quali, a mero titolo esemplificativo, *youtuber*, *streamer*, *podcaster*, *instagrammer*, *tiktoker*, *blogger*, *vlogger*, etc., le quali, laddove ricorrano altresì le caratteristiche sopra illustrate, possono essere ricondotte alla categoria dell'*influencer*;
- i *pro gamer* o *cyber* atleti impegnati professionalmente nelle discipline degli eSport, ossia degli sport elettronici, intendendosi come tali le competizioni svolte anche sotto forma di leghe e tornei, in cui giocatori singoli o squadre si sfidano su titoli videoludici, con la partecipazione di un pubblico di altri



# Studio Associato Zaniboni

Berva Dr. Paola - Conti Dr. Roberto - Zaniboni Dr. Fabrizio



Dottori Commercialisti – Revisori Legali

utenti, al fine di ottenere premi e/o per puro intrattenimento, in riferimento ai quali, sul piano dei rapporti di lavoro, può sussistere un ulteriore livello di intermediazione delle attività, rappresentato dalle squadre alle quali possono appartenere i singoli giocatori e che possono regolare i propri rapporti con i giocatori stessi con contratti che possono definire eventuali compensi e ulteriori obblighi tra le parti, rammentando che, al ricorrere dei presupposti previsti dalla normativa di settore, tali rapporti possono essere riconducibili alla disciplina, anche previdenziale, del lavoro sportivo, sempre che la singola disciplina sia stata riconosciuta dal Coni e inserita nel Registro nazionale delle attività sportive dilettantistiche e nel Registro del Coni.

La remunerazione dell'attività può avvenire con diverse modalità quali, ad esempio:

- direttamente dalla piattaforma, attraverso il riconoscimento di una percentuale del guadagno pubblicitario in proporzione al seguito degli utenti o mediante il riconoscimento di somme individuate sulla base di accordi individuali;
- il pagamento da parte dei propri sostenitori, tramite l'intermediazione della piattaforma;
- sponsorizzazioni o vendita diretta di prodotti, senza alcuna intermediazione della piattaforma di distribuzione dei contenuti, con introiti che possono derivare sia dai compensi riconosciuti per avere dato visibilità a un particolare marchio o prodotto sia dalla commercializzazione di prodotti commercializzati direttamente dal creatore anche attraverso piattaforme diverse da quelle di distribuzione dei contenuti.

L'ulteriore elemento caratterizzante l'attività dei *content creator* è rinvenibile nella compresenza di un rapporto che può vedere, da un lato, il soggetto creatore dei contenuti e l'azienda commerciale (di seguito, anche *brand*) e, dall'altro, la relazione del *content creator* con la piattaforma; in tale scenario può realizzarsi la partecipazione di soggetti che assumono la veste di agenzie intermediarie, le quali svolgono la funzione di coadiuvare il *brand* nella scelta del *content creator* più adatto a pubblicizzare il proprio prodotto (c.d. *media agency*) o di assistere il *talent* nella gestione dei propri affari (c.d. *talent agency*): pertanto, il rapporto può essere trilaterale o persino quadrilaterale, laddove tutti i soggetti indicati partecipino al singolo affare: *brand, media agency, talent agency, content creator*.

Il rapporto tra il *brand*, il *content creator* e l'agenzia di intermediazione può assumere diverse configurazioni:

- agenzie che si occupano unicamente di reperire il nominativo del *content creator* e che, quindi, svolgono una pura attività di mediazione, mentre è l'azienda committente che stipula autonomamente il contratto con il *content creator*, determinandone anche il compenso che, quindi, viene erogato direttamente dal *brand*;
- agenzie che si occupano di reperire il *content creator* e di conferirgli l'incarico allo svolgimento dell'attività promozionale, non limitandosi alla mera attività di "messa in contatto" tra le parti, ma curando l'intero processo di una campagna di "influencer marketing", gestendo ogni rapporto con il *brand*, pattuendo il compenso per la campagna e riscuotendo il pagamento dal *brand* per poi corrispondere al *content creator* la quota concordata o spettante;



# Studio Associato Zaniboni

Berva Dr. Paola - Conti Dr. Roberto - Zaniboni Dr. Fabrizio



Dottori Commercialisti – Revisori Legali

- agenzie di comunicazione che assumano direttamente i *content creator* come propri collaboratori/lavoratori dipendenti (la prestazione è, di regola, riconducibile nell'alveo del lavoro autonomo, ma nel caso in cui la prestazione lavorativa fosse svolta in via continuativa e con attività prevalentemente personale, secondo modalità esecutive definite dalla medesima piattaforma digitale, troverebbe applicazione la disciplina della collaborazione eterorganizzata ex articolo 2, D.Lgs. 81/2015).

## Disciplina previdenziale applicabile

In relazione alle figure considerate, in assenza di specifiche disposizioni normative che le definiscano, si pone la questione dell'inquadramento e della qualificazione giuridica da ricondurre all'interno di un sistema che attualmente non le contempla. A normativa vigente, infatti, la gestione previdenziale di riferimento viene individuata all'esito dell'esame di alcune variabili chiave, quali le concrete modalità in cui si estrinseca l'attività, il contenuto della prestazione medesima, il modello organizzativo adottato e le modalità di erogazione/percezione dei corrispettivi.

Lavoratori autonomi	<p>Nel Tuir non è presente una specifica categoria di reddito o una specifica individuazione delle attività esercitate dai <i>content creator</i> che consenta di definire il trattamento fiscale da applicare ai redditi prodotti a seguito dell'esercizio di tali attività, quindi i compensi percepiti dalla figura in esame, nelle sue molteplici professionalità, devono rientrare, tranne se l'esercizio dell'attività svolta sia posta in essere e organizzata in forma di impresa, nella categoria dei redditi di lavoro autonomo ex articolo 53, comma 1, Tuir se attività esercitata abitualmente, comprese le attività che generano reddito sfruttando l'immagine del professionista. Pertanto, la determinazione del reddito è data dalla differenza tra i componenti positivi e quelli negativi nel caso di professionista con reddito ordinario o che usufruisce del regime forfettario nel caso ne ricorrano i requisiti indicati dalla normativa fiscale.</p> <p>Se l'attività è la risultante di più attività, nelle quali gli elementi organizzativi prevalgono su quelli personali, cioè si abbia l'utilizzo prevalente dei mezzi di produzione rispetto agli elementi personali (ad esempio, vendita di video o gestione di banner pubblicitari), allora si tratta di un'attività economica che rientra nel settore commerciale/terziario, con obbligo di svolgimento in forma di impresa e conseguente iscrizione alla Cciaa con attribuzione del corrispondente codice Ateco da cui deriva l'obbligo di iscrizione alla gestione speciale autonoma degli esercenti attività commerciali.</p> <p>Il regime di impresa, sia in forma individuale che societaria, come determinato ai fini della natura dei compensi percepiti ai sensi dell'articolo 55, Tuir, generato anche tramite il caricamento di contenuti sulle piattaforme digitali (ad esempio, come nel caso di <i>youtuber</i>, <i>twitcher</i>, etc.), determina l'obbligo contributivo presso la gestione speciale autonoma degli esercenti attività commerciali, mentre gli ulteriori redditi possono essere eventualmente ricondotti nei regimi previdenziali indicati per il lavoro autonomo di seguito illustrati, in base ai medesimi canoni ivi esplicitati. Parimenti, rientrano nella Gestione speciale autonoma degli esercenti attività commerciali le attività produttive di cui al codice ATECO n. 73.11.02 denominate "<i>Condizione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari</i>", sempre se organizzate in forma di impresa.</p> <p>Il reddito da lavoro autonomo può però essere prodotto a seguito di un'attività esercitata occasionalmente, in assenza di ogni reiterazione della stessa. Sotto il profilo previdenziale, quindi, laddove l'attività posta in essere assuma le caratteristiche della prestazione di servizi attraverso un lavoro senza vincoli di</p>
---------------------	---



# Studio Associato Zaniboni

Berva Dr. Paola - Conti Dr. Roberto - Zaniboni Dr. Fabrizio



Dottori Commercialisti – Revisori Legali

	<p>subordinazione o parasubordinazione, con prevalenza di attività personale e intellettuale, e al di fuori dell'esercizio di un'attività di impresa, e pertanto sia qualificabile come prestazione libero-professionale, resta fermo l'obbligo di iscrizione alla Gestione separata che sussiste quando il professionista esercita la stessa sotto le seguenti forme:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- lavoro autonomo, ex articolo 53, comma 1, Tuir, esercitato in modo abituale, anche se non esclusivo;</li><li>- lavoro autonomo svolto in forma occasionale da cui derivi un reddito pari o superiore a 5.000 euro.</li></ul> <p>Per l'attività abituale occorre valutare la presenza di elementi quali, ad esempio, la partita Iva, con attribuzione di un codice ATECO riconducibile all'attività di <i>content creator</i>, il reddito denunciato in modo abituale tramite i modelli fiscali, la fatturazione di compensi e pagamento per costi sostenuti per lo svolgimento dell'attività professionale o l'iscrizione ad associazioni che rappresentano le categorie interessate.</p>
Lavoratori dello spettacolo	<p>Qualora l'attività abbia caratteristiche riconducibili a prestazioni artistiche, culturali e di intrattenimento, al verificarsi dei presupposti previsti dalla legge, sorge l'obbligo assicurativo al Fondo pensioni per i lavoratori dello spettacolo, anche nel caso in cui l'attività sia posta in essere per la realizzazione di finalità commerciali, promozionali o informative. In generale, l'obbligo contributivo presso la gestione ex Enpals è configurabile qualora lo svolgimento della prestazione sia riconducibile a quello proprio delle categorie professionali da assicurare ai sensi del D.Lgs. C.p.S. 708/1947 (come adeguata dal D.M. Lavoro 15 marzo 2005, quali, ad esempio, attori di audiovisivi, registi di audiovisivi, fotomodelli, etc.), e vi sia l'esistenza di un committente/datore di lavoro, a prescindere dal settore di attività in cui opera il medesimo.</p> <p>Anche i <i>content creator</i> che svolgano attività remunerate volte alla realizzazione di prodotti audiovisivi con specifica destinazione pubblicitaria, allorché svolgano un'attività tabellata (ad esempio, attore di audiovisivi, regista di audiovisivo, indossatori, fotomodelli) sono da considerare come lavoratori dello spettacolo e, di conseguenza, devono essere obbligatoriamente assicurati al Fpls, a prescindere dalla forma contrattuale del rapporto di lavoro e dal grado di autonomia insito nella prestazione, con conseguente versamento della contribuzione previdenziale e assistenziale dovuta da parte del datore di lavoro/committente. Pertanto, nel caso in cui lo schema contrattuale adottato comporti il coinvolgimento di ulteriori soggetti, come ad esempio i <i>media agency/talent agency</i>, il soggetto tenuto a ottemperare agli adempimenti contributivi e informativi rimane sempre quello che effettivamente contrattualizza il rapporto di lavoro.</p> <p>Per i soli lavoratori dello spettacolo appartenenti alle categorie artistiche e tecniche (articolo 3, comma 1, n. da 1 a 14, D.Lgs. C.p.S. 708/1947) è prevista una modalità di determinazione della base imponibile previdenziale di favore nel caso di compensi corrisposti per la cessione dello sfruttamento economico dei diritti d'autore e d'immagine che, ai sensi dell'articolo 43, comma 3, L. 289/2002, sono esclusi dall'imponibile contributivo entro il limite del 40% dell'importo complessivo percepito per le prestazioni riconducibili alla medesima attività lavorativa, sempreché ricorrano i presupposti illustrati nella circolare Enpals n. 1/2004 e nell'Allegato A del messaggio n. 19435/2013 (formalizzazione della volontà delle parti di prevedere un compenso per la cessione dei diritti, connessione con prestazioni riconducibili alle specifiche qualifiche professionali artistiche individuate dal Legislatore, etc.).</p> <p>Restano fermi gli adempimenti previsti in materia di certificato di agibilità, di comunicazioni obbligatorie di instaurazione del rapporto di lavoro, di trasmissione dei flussi Uniemens, etc..</p> <p>Nell'attività di <i>digital marketing</i>, che si concreta nella diffusione su <i>blog</i>, <i>vlog</i> e <i>social network</i> di foto, video e commenti da parte di <i>blogger</i> e <i>influencer</i> (ovvero di personaggi di riferimento del mondo online, con un</p>



# Studio Associato Zaniboni

Berva Dr. Paola - Conti Dr. Roberto - Zaniboni Dr. Fabrizio



Dottori Commercialisti – Revisori Legali

numero elevato di *follower*), che mostrano sostegno o approvazione per determinati *brand*, generando un effetto pubblicitario, la pubblicità deve essere chiaramente identificata come tale, affinché per l'utente non sorga alcun dubbio circa l'esistenza di uno scopo pubblicitario (i *content creator*, infatti, sono tenuti a rispettare le norme in tema di comunicazioni commerciali, televendite, sponsorizzazioni e inserimento di prodotti e il divieto di pubblicità occulta) e a tale fine sono utilizzati degli hashtag o delle indicazioni (*partnership* retribuita, pubblicità, etc.), in modo da comunicare, sin da subito, la natura promozionale del prodotto mostrato. I contenuti prodotti (*reel*, *post*, etc.) sono pacificamente assimilabili, sotto ogni aspetto, a prodotti con finalità pubblicitarie e coloro che svolgono attività lavorativa nell'ambito di spot o programmi pubblicitari rientrano tra i "lavoratori dello spettacolo" e, pertanto, hanno diritto al versamento dei contributi previdenziali al Fpls, rammentando che, ove si tratti di manifestazione artistica, la presenza fisica del pubblico non è necessaria, purché la fruizione della prestazione sia destinata a un numero indeterminato di persone. In definitiva, se i *content creator* creano contenuti pubblicitari o promozionali, percependo dei compensi da un committente (*brand* o agenzia di intermediazione), quest'ultimo è tenuto al versamento dei contributi previdenziali al Fpls, indipendentemente dalla tipologia di rapporto di lavoro instaurata (dipendente, autonomo, collaborazione coordinata e continuativa), qualora nei fatti il *content creator* assurga al ruolo di attore pubblicitario, indossatore, fotomodello, sceneggiatore, regista etc., ossia che l'attività posta in essere e le mansioni esercitate siano riconducibili a quelle tabellate. Diversamente, non tutti i contenuti creati dai *content creator* sono riconducibili a mansioni da assoggettare a contribuzione previdenziale al Fpls, ad esempio, nell'ipotesi in cui, al fine esclusivo di ampliare la propria visibilità sui social, siano creati contenuti online senza alcuna finalità pubblicitaria o promozionale, postando foto o video personali sui propri profili social, o, laddove ci si limiti a realizzare attività di carattere accessorio e strumentale a quella di *digital marketing*, senza che perciò si configuri alcuna delle attività riconducibili a quelle tabellate.

Inoltre, restano escluse dalla disciplina dell'obbligo previdenziale al Fpls le attività riconducibili a quelle di *endorsement*, nelle quali venga in rilievo il semplice abbinamento tra la notorietà del *content creator* e il prodotto e/o servizio, ossia il semplice uso dei prodotti, o i casi in cui nell'ambito dei contenuti personali dei propri profili *social* vengano introdotte mere inserzioni pubblicitarie, senza perciò porre in essere alcuna attività da parte dell'artista. In tali casi resta fermo l'obbligo di iscrizione alla Gestione separata ove ricorrano i requisiti.

Da ultimo, si rammenta la disciplina di cui all'articolo 2, comma 2-bis, lettera b), D.Lgs. 182/1997, applicabile nell'ambito delle attività promozionali svolte mediante piattaforma digitale, che configura l'obbligo di versamento al Fpls nei casi di svolgimento di "attività remunerate di carattere promozionale di spettacoli dal vivo, cinematografici, televisivi o del settore audiovisivo, nonché di altri eventi organizzati o promossi da soggetti pubblici o privati che non hanno come scopo istituzionale o sociale l'organizzazione e la diffusione di spettacoli o di attività educative collegate allo spettacolo" poste in essere da soggetti già iscritti al Fpls, senza che abbia rilevanza lo svolgimento in concreto delle attività/mansioni di contenuto artistico/tecnico proprie della categoria professionale di appartenenza.