

CAMERA DEI DEPUTATI N. 1816

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**CENTEMERO, MOLINARI, BOF, CAVANDOLI, CECCHETTI, GIACCONE,
GIGLIO VIGNA, IEZZI, LAZZARINI, MONTEMAGNI, PRETTO, ZINZI**

Delega al Governo per la disciplina delle attività di *influencer* e di creatore di contenuti digitali nonché del relativo comparto economico

Presentata il 9 aprile 2024

ONOREVOLI COLLEGHI ! — L'attività degli *influencer* e dei creatori di contenuti digitali ha avuto un significativo sviluppo negli ultimi anni, diventando una delle forme più popolari di diffusione di contenuti, di pubblicità e di promozione del commercio *on line*. Il recente rapporto *Brand&Marketer* 2023, pubblicato dall'associazione Osservatorio nazionale *influencer marketing*, ha registrato una notevole crescita del fenomeno dell'*influencer marketing*, il cui giro d'affari, nel 2022, ha superato 300 milioni di euro; per quanto riguarda invece la *creator economy* globalmente intesa il mercato ha superato abbondantemente un miliardo di euro. Al contempo, si è sviluppata anche la capacità dei creatori di contenuti digitali di influenzare il comportamento dei consumatori.

Nella tendenza di sviluppo generale del mercato della pubblicità *on line*, oltre il 50 per cento della popolazione europea, e circa il 90 per cento dei consumatori nella fascia di età compresa tra sedici e ventiquattro anni, utilizza le piattaforme di condivisione di contenuti digitali, ossia i *social media*: è evidente il significativo impatto sociale ed economico del settore degli *influencer*.

Per tali motivi, in assenza di una specifica e uniforme disciplina normativa di riferimento, emerge l'esigenza di regolamentare l'attività degli *influencer* e dei creatori di contenuti digitali che svolgono la propria attività attraverso tali piattaforme.

A livello internazionale, si ricorda che in Francia, con l'approvazione della legge n. 2023-451 del 9 giugno 2023, è stata introdotta una disciplina generale concer-

nente gli *influencer*. In Italia, si segnala la recente iniziativa nazionale del Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni che, lo scorso 10 gennaio, a seguito di una consultazione pubblica ampiamente partecipata, ha approvato all'unanimità le Linee-guida volte a garantire il rispetto delle disposizioni del Testo unico da parte degli *influencer* e istituzione di un apposito tavolo tecnico di cui alla delibera n. 7/24/CONS. In coerenza con quanto sopra evidenziato, la presente proposta di legge prevede una delega al Governo per l'adozione di uno o più decreti legislativi volti a disciplinare le attività di *influencer* e di creatore di contenuti digitali nonché il relativo comparto economico.

L'articolo 1 reca la disposizione di delega e la procedura per l'adozione dei decreti legislativi, prevedendo altresì la finalità generale che gli stessi devono perseguire, ossia quella di introdurre un sistema di regole specifico per il settore capace di tutelare, attraverso la chiarezza, la conoscibilità e la certezza delle norme, da un lato, i diritti degli utenti e dei consumatori, e, dall'altro lato, la posizione dei lavoratori.

L'articolo 2 reca i principi e criteri direttivi ai quali il Governo deve attenersi nell'esercizio del potere delegato.

È prevista, in particolare, l'adozione di un quadro definitorio, l'attribuzione di uno specifico codice ATECO alle attività di *influencer* e di creatore di contenuti digitali, la definizione di criteri soglia che distinguono l'attività professionale da quella amatoriale e l'introduzione di regole di condotta generali, di obblighi informativi e di trasparenza specifici nelle comunicazioni commerciali, informati al rispetto dei principi di non discriminazione, di trasparenza e di correttezza dell'informazione nonché alla tutela dei minori e dei diritti fondamentali della persona.

Sotto un diverso, ma connesso, angolo prospettico, al fine di assicurare una maggiore trasparenza e responsabilità, si prevede di disciplinare l'attività di intermediazione tra gli *influencer*, i creatori di contenuti digitali e le imprese nonché di individuare una serie di obblighi a carico delle piattaforme di condivisione dei contenuti digitali.

Tra questi, l'obbligo per le piattaforme medesime di implementare una funzione, cosiddetta «*time to rest*», che consenta al soggetto iscritto di stabilire un determinato numero di giorni dell'anno solare in cui il proprio profilo non debba essere considerato inattivo, a prescindere dal relativo utilizzo.

Si prevede anche l'individuazione della figura di un referente diretto per gli *influencer* e i creatori di contenuti digitali presso le piattaforme, l'introduzione di misure volte a garantire la partecipazione effettiva degli stessi nell'ambito dei processi riguardanti l'applicazione di misure di penalizzazione a loro carico nonché la previsione di meccanismi di risoluzione alternativa delle controversie tra gli *influencer*, i creatori di contenuti digitali e le relative piattaforme.

Nell'esercizio della delega di cui all'articolo 1, infine, il Governo deve introdurre, compatibilmente con le disposizioni vigenti, uno specifico e uniforme quadro sanzionatorio in caso di violazione degli obblighi stabiliti dai decreti legislativi attuativi della legge nonché in caso di pratiche commerciali scorrette o ingannevoli relative a iniziative benefiche.

L'articolo 3 reca la clausola di invarianza finanziaria, riferita anche ai decreti legislativi attuativi, e dispone l'abrogazione delle lettere *m)* e *n)* del comma 1 dell'articolo 27 della legge 5 agosto 2022, n. 118, recanti principi e criteri direttivi di delega assorbiti dalla legge.

PROPOSTA DI LEGGE

—

Art. 1.

(Delega al Governo per la disciplina delle attività di influencer e di creatore di contenuti digitali nonché del relativo comparto economico)

1. Il Governo è delegato ad adottare, entro diciotto mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, nel rispetto dei principi e criteri direttivi di cui all'articolo 2, uno o più decreti legislativi per la disciplina delle attività di *influencer* e di creatore di contenuti digitali nonché del relativo comparto economico, al fine di definire un quadro di regole specifico per il settore e di tutelare, attraverso la chiarezza, la conoscibilità e la certezza delle norme, i diritti degli utenti e la posizione dei lavoratori del settore medesimo.

2. Gli schemi di ciascun decreto legislativo sono adottati previo parere motivato dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che si esprimono entro il termine di sessanta giorni dalla data di trasmissione, e sono successivamente trasmessi alle Camere per l'espressione dei pareri da parte delle Commissioni parlamentari competenti per materia e per i profili di carattere finanziario, che si pronunciano entro il termine di sessanta giorni dalla data di trasmissione, decorso il quale il decreto legislativo può essere comunque adottato.

3. Entro ventiquattro mesi dalla data di entrata in vigore di ciascuno dei decreti legislativi di cui al comma 1, il Governo può adottare, ai sensi del comma 2, uno o più decreti legislativi recanti disposizioni integrative e correttive nel rispetto dei principi e criteri direttivi previsti dall'articolo 2.

Art. 2.

(Principi e criteri direttivi)

1. Nell'esercizio della delega di cui all'articolo 1, il Governo provvede al coordinamento, sotto il profilo formale e sostanziale, delle disposizioni legislative vigenti, anche di recepimento e attuazione della normativa dell'Unione europea, apportando le opportune modifiche volte a garantire la coerenza giuridica, logica e sistematica della normativa di settore.

2. I decreti legislativi di cui al comma 1 sono adottati nel rispetto dei seguenti principi e criteri direttivi:

a) definizione dell'attività di *influencer*, tenendo conto degli aspetti che caratterizzano tale figura professionale, quali l'affermazione sulle piattaforme di condivisione di contenuti digitali, di seguito denominate «piattaforme», e la capacità di influenza sul pubblico e sulle scelte commerciali degli utenti;

b) definizione dell'attività di creatore di contenuti digitali, tenendo conto degli aspetti che caratterizzano tale figura professionale, quali la produzione, la selezione e la condivisione di contenuti sulle piattaforme, effettuate al fine di generare reddito, ancorché non intese a esercitare un'influenza sul pubblico;

c) attribuzione di uno specifico codice ATECO alle attività economiche di cui alle lettere a) e b);

d) definizione di utente, con riferimento ai soggetti iscritti alle piattaforme e ai soggetti comunque destinatari, anche in via potenziale o su richiesta, dei contenuti ivi diffusi;

e) individuazione di criteri quantitativi e qualitativi che, sulla base del principio di proporzionalità e tenendo conto di valori soglia oggettivi quali il numero di seguaci, il numero di contenuti diffusi e il valore medio del tasso di interazione, consentano la distinzione tra gli *influencer* e i creatori di contenuti digitali che svolgono attività professionale, ai quali si applicano le disposizioni della presente

legge e dei decreti legislativi adottati ai sensi della medesima legge, e i soggetti che svolgono tali attività in forma non professionale, ai quali le medesime disposizioni non si applicano;

f) attribuzione all'*influencer* e al creatore di contenuti digitali della responsabilità editoriale sui contenuti, compreso il controllo effettivo sulla creazione, sulla selezione o sull'organizzazione dei contenuti medesimi;

g) previsione di un sistema di regole di condotta applicabili agli *influencer* e ai creatori di contenuti digitali, anche sulla base delle linee guida di cui alla delibera dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni n. 7/24/CONS del 10 gennaio 2024, con l'obiettivo di assicurare il rispetto dei principi di trasparenza e correttezza dell'informazione e di non discriminazione nonché l'applicazione della disciplina in materia di tutela dei minori e dei diritti fondamentali della persona;

h) previsione di un sistema di regole per le comunicazioni commerciali realizzate in qualsiasi forma dagli *influencer* e dai creatori di contenuti digitali, al fine di rendere trasparenti al pubblico le finalità promozionali eventualmente perseguite e di escludere il ricorso a tecniche subliminali o di pubblicità occulta;

i) individuazione delle disposizioni del testo unico sui servizi di media audiovisivi di cui al decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, direttamente applicabili agli *influencer* e ai creatori di contenuti digitali, tenuto conto di quanto previsto dalle linee guida di cui alla delibera dell'Autorità garante per le garanzie nelle comunicazioni n. 7/24/CONS del 10 gennaio 2024;

l) individuazione delle disposizioni dei decreti legislativi adottati ai sensi della presente legge direttamente applicabili alle persone fisiche o giuridiche note al grande pubblico che non rientrano nella definizione di *influencer* o di creatore di contenuti digitali ai sensi della presente legge, le quali utilizzano le piattaforme come strumento per lo sviluppo delle proprie attività professionali o commerciali;

m) previsione di una specifica disciplina concernente l'utilizzo di contenuti digitali e personaggi virtuali generati attraverso sistemi di intelligenza artificiale, finalizzata ad assicurare la massima tutela e trasparenza in favore dell'utente;

n) previsione dell'obbligo per le piattaforme di implementare una funzione che consenta agli *influencer* e ai creatori di contenuti digitali di selezionare un periodo temporale, non inferiore a trenta giorni all'anno, durante il quale gli stessi non sono considerati inattivi, nonostante la mancata pubblicazione di contenuti sulle piattaforme medesime;

o) previsione dell'obbligo per le piattaforme di individuare un numero adeguato di referenti degli *influencer* e dei creatori di contenuti digitali e di assicurare la partecipazione effettiva degli *influencer* e dei creatori di contenuti digitali medesimi nelle procedure per l'applicazione di misure di penalizzazione nei loro confronti, comunque denominate;

p) previsione di meccanismi di risoluzione alternativa delle controversie tra gli *influencer* e i creatori di contenuti digitali e le relative piattaforme;

q) adozione di una disciplina dell'attività di intermediazione tra gli *influencer* e i creatori di contenuti digitali e le imprese, individuando le responsabilità e i doveri di condotta a carico dei soggetti intermediari nonché gli obblighi di trasparenza che gli stessi devono garantire nei confronti degli *influencer* e dei creatori di contenuti digitali;

r) compatibilmente con le disposizioni vigenti, previsione di uno specifico e uniforme quadro sanzionatorio applicabile in caso di violazione degli obblighi stabiliti dai decreti legislativi adottati ai sensi della presente legge nonché in caso di pratiche commerciali scorrette o ingannevoli attuate nell'ambito di iniziative benefiche.

Art. 3.

(Disposizioni finali e finanziarie)

1. Le lettere *m)* e *n)* del comma 1 dell'articolo 27 della legge 5 agosto 2022, n. 118, sono abrogate.

2. Dall'attuazione delle disposizioni della presente legge e dei decreti legislativi di cui all'articolo 1 non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica. Le amministrazioni competenti provvedono agli adempimenti previsti dai decreti legislativi di cui all'articolo 1 con le risorse umane, finanziarie e strumentali disponibili a legislazione vigente.



19PDL0086250