

**COMMISSIONE XI  
LAVORO PUBBLICO E PRIVATO**

**RESOCONTO STENOGRAFICO**

**INDAGINE CONOSCITIVA**

6.

**SEDUTA DI GIOVEDÌ 17 GIUGNO 2021**

PRESIDENZA DELLA PRESIDENTE ROMINA MURA

**INDICE**

	PAG.		PAG.
<b>Sulla pubblicità dei lavori:</b>		Barzotti Valentina (M5S) .....	5
Mura Romina, <i>Presidente</i> .....	3	Bizzoco Adriano, <i>Public Affairs Manager di Italian Interactive &amp; Digital Entertainment Association (IIDEA)</i> .....	3, 6
<b>INDAGINE CONOSCITIVA SUI LAVORATORI CHE SVOLGONO ATTIVITÀ DI CREAZIONE DI CONTENUTI DIGITALI</b>		<b>Audizione di Norma Cerletti, operatrice del settore:</b>	
<b>Audizione di rappresentanti di <i>Italian Interactive &amp; Digital Entertainment Association (IIDEA)</i>:</b>		Mura Romina, <i>Presidente</i> .....	6, 7, 8
Mura Romina, <i>Presidente</i> .....	3, 5, 6	Barzotti Valentina (M5S) .....	7
		Cerletti Norma, <i>operatrice del settore</i> .....	6, 8

**N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: MoVimento 5 Stelle: M5S; Lega - Salvini Premier: Lega; Partito Democratico: PD; Forza Italia - Berlusconi Presidente: FI; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva: IV; Coraggio Italia: CI; Liberi e Uguali: LeU; Misto: Misto; Misto-L'Alternativa c'è: Misto-L'A.C'È; Misto-Centro Democratico: Misto-CD; Misto-Noi con l'Italia-USEI-Rinascimento ADC: Misto-NcI-USEI-R-AC; Misto-Facciamo Eco-Federazione dei Verdi: Misto-FE-FDV; Misto-Azione+Europa-Radicali Italiani: Misto-A+E-RI; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-MAIE-PSI: Misto-MAIE-PSI.**

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DELLA PRESIDENTE  
ROMINA MURA

**La seduta comincia alle 13.30.**

**Sulla pubblicità dei lavori.**

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso la trasmissione televisiva sul canale satellitare della Camera dei deputati e la trasmissione diretta sulla *web tv*.

**Audizione di rappresentanti di *Italian Interactive & Digital Entertainment Association (IIDEA)*.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, ai sensi dell'articolo 144, comma 1, del Regolamento, l'audizione di Adriano Bizzoco, *Public Affairs Manager* di *Italian Interactive & Digital Entertainment Association (IIDEA)*, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sui lavoratori che svolgono attività di creazione di contenuti digitali.

Ricordo che l'odierna audizione sarà svolta consentendo la partecipazione da remoto in videoconferenza degli auditi e dei deputati secondo le modalità stabilite dalla Giunta per il Regolamento nella riunione del 4 novembre 2020.

Interviene, in collegamento da remoto, Adriano Bizzoco, *Public Affairs Manager* di IIDEA. Nel ringraziare il nostro ospite per la sua partecipazione, gli ricordo che ha a disposizione per il proprio intervento dieci minuti, in modo da consentire eventuali interventi da parte dei deputati interessati e la sua replica. Cedo, quindi, la parola ad Adriano Bizzoco. Prego.

ADRIANO BIZZOCO, *Public Affairs Manager* di *Italian Interactive & Digital Entertainment Association (IIDEA)* (intervento da remoto). Grazie. Un ringraziamento a tutti i componenti della Commissione per averci dato l'opportunità di intervenire nell'ambito di questa indagine conoscitiva.

Faccio una telegrafica premessa su cos'è IIDEA e su qual è il nostro punto di vista sull'argomento dell'indagine conoscitiva. IIDEA è l'associazione di categoria che rappresenta l'industria dei videogiochi italiani. La nostra base associativa è costituita essenzialmente da tutte le imprese che operano nella filiera dei videogiochi, dalle grandi multinazionali che hanno filiali in Italia a editori di rilevanza nazionale ed europea, sviluppatori e quindi PMI che sviluppano e realizzano videogiochi *made in Italy*. Negli ultimi tempi abbiamo allargato la nostra rappresentanza anche al settore dei cosiddetti « *eSports* », cioè dei videogiochi competitivi utilizzati da *team*, organizzatori di eventi e altri soggetti nell'ambito di eventi e competizioni che hanno rilevanza nazionale e internazionale.

La nostra associazione rappresenta un'industria che fa parte di uno dei settori che maggiormente si interfacciano e collaborano con il mondo dei creatori di contenuti digitali, dal momento che, molto spesso, si verificano collaborazioni e operazioni di *marketing* e di promozione di prodotti o di eventi che si basano sulla produzione di contenuti generati dagli utenti, in particolare dai *creator*, e che hanno gli scopi più disparati, legati, ad esempio, a operazioni di *marketing*, ma anche di critica, di recensione e anche, in alcuni casi, di parodia dei prodotti sviluppati dalle nostre imprese.

Questo concetto mi consente di agganciarci a uno dei due temi che vorrei af-

frontare in questo intervento, citato nel programma dell'indagine conoscitiva, che abbiamo attentamente esaminato, e cioè il rapporto tra i *creator* e le piattaforme e, quindi, la presunta necessità di chiarirne le caratteristiche e di renderne più consistenti le tutele.

Ci interessa molto sottolineare che buona parte delle attività condotte dai *creator* si basa, almeno per quanto concerne il nostro settore, sull'utilizzo di *asset* che provengono da opere protette dal diritto d'autore, tutelate dal *copyright*. Pertanto, tale fattispecie si inquadra nella disciplina della cosiddetta direttiva sul *copyright* (n. 2019/790), sul cui recepimento in queste settimane il Parlamento italiano, peraltro, è chiamato a esprimersi. Infatti, all'articolo 17, paragrafi 7 e 9, di tale direttiva, sono inquadrati i casi in cui il rapporto tra i *creator* e le piattaforme che prestano servizi di condivisione di contenuti *online* devono prevedere meccanismi che non pregiudichino l'applicazione di limiti al diritto d'autore e garantiscano la libertà di espressione dei *creator*, dando loro la possibilità di caricare e mettere a disposizione contenuti per specifiche finalità — e qui cito letteralmente —: « citazione, critica, rassegna, caricatura, parodia o *pastiche* ». Questo per noi è un tipo di tutela molto importante per i *creator*, sulla quale si basa gran parte della loro attività.

Allo stesso articolo, al paragrafo 9, viene inoltre previsto espressamente — e qui cito il capoverso n. 70 del preambolo della direttiva — per i Paesi membri che devono adottare la direttiva che: « i prestatori di servizi di condivisione di contenuti *online* dovrebbero anche istituire meccanismi di reclamo e ricorso celeri ed efficaci che consentano agli utenti di contestare le misure adottate in relazione ai contenuti da essi caricati », con particolare riferimento poi a casi in cui l'eccezione a una limitazione al diritto d'autore rilevi rispetto al tema del diritto d'autore e che abbiano come risolto la potenziale disattivazione dell'accesso a un contenuto o la rimozione di quel contenuto.

Questo per dire che, per citare il programma dell'indagine conoscitiva, il tema

esemplificativo del cosiddetto « *permaban* » e, quindi, della regolamentazione dei meccanismi di reclamo tra *creator* e piattaforme, probabilmente ha già un quadro normativo entro cui individuare gli interventi risolutivi in sede di implementazione e applicazione della direttiva sul *copyright*. Ripeto, si tratta dell'articolo 17, paragrafi 7 e 9 della direttiva.

Per quanto riguarda il tema dell'inquadramento più generale della figura del *creator* e di come essa dovrebbe essere considerata dal legislatore, dal nostro punto di vista — un po' terzo rispetto al fenomeno — abbiamo registrato in questi anni, in Italia come nel resto d'Europa e del mondo, una dinamica evolutiva e di convergenza dei diversi profili di professionisti e, in alcuni casi, anche di imprenditori — perché parliamo in alcuni casi di *creator* che sono veri e propri imprenditori, che investono sulla propria immagine, sulle proprie *performance* e sui propri contenuti — in un modello nuovo, essenzialmente legato al settore dell'intrattenimento. Parliamo, quindi, di un'evoluzione, dettata dall'evoluzione tecnologica e dalle nuove possibilità offerte dalla tecnologia, del settore e del *business* dell'intrattenimento.

Questo, peraltro, ci consente di rilevare come non ci sia uniformità nel considerare la figura del *creator* di contenuti digitali, perché c'è una grandissima varietà ed eterogeneità non solo delle figure e della tipologia di contenuti trattati. Noi qui potremmo parlare dei *creator* che si occupano di videogiochi, ma sappiamo benissimo che ce ne sono diversi che si occupano di altri ambiti non solo legati all'intrattenimento, o meglio, all'industria culturale e creativa — videogiochi, musica, film o altro —, ma anche ad ambiti come il giardinaggio, la cucina, la letteratura e molto altro ancora. Non ci sono solo, quindi, diversi profili legati alle attività e ai contenuti, ma anche diversi modelli di *business*, perché sarebbe errato pensare che l'unico schema esistente sul quale basare i nostri ragionamenti sia quello del singolo *creator* che si rapporta con una singola piattaforma.

Tipicamente, invece, i *creator* — soprattutto quelli che monetizzano la loro attività

e generano profitti, che sono rilevanti per lo Stato dal punto di vista dell'inquadramento economico e, quindi, della tassazione — articolano la loro attività su diversi modelli di *business*, interfacciandosi con diverse piattaforme, non sempre appartenenti allo stesso ecosistema, anzi, in alcuni casi, anche con piattaforme che appartengono a multinazionali in competizione tra loro. Spesso al sistema di monetizzazione che deriva dalle sponsorizzazioni o dagli abbonamenti su ciascuna piattaforma si affiancano, per esempio, sistemi di *crowdfunding* o piattaforme specifiche che offrono la possibilità di fare il cosiddetto « *community building* », cioè costruire una comunità di *forum*, di appassionati, di *fan*, che contribuiscono finanziariamente alla produzione dei contenuti senza passare attraverso le maggiori piattaforme, che sono il veicolo principale per la pubblicazione dei contenuti video, che siano *live* o in differita.

Dunque, la grande eterogeneità e la grande complessità del panorama — e mi avvio con questo alla conclusione, per lasciare spazio a eventuali interventi e domande — dovrebbero essere affrontate senza applicare ai *creator*, con un'analogia retrospettiva, il modello dei cosiddetti « *rider* », come si dice anche nel programma dell'indagine conoscitiva, e, più in generale, il modello della *sharing economy*. Nel caso dei *creator* digitali, infatti, non siamo in presenza di *sharing economy*, basata sulla distribuzione di prodotti e servizi, ma di un altro tipo di schema, di « macro schema », che, come dicevo in premessa, è più legato all'evoluzione del settore dell'industria dell'intrattenimento.

Dunque da questo punto di vista, è necessario evitare di introdurre fattori che possano avere un effetto distorsivo rispetto a dinamiche di rilevanza europea, se non globale, e, quindi, evitare interventi specifici su base nazionale, che possano disallineare l'Italia rispetto a dinamiche che coinvolgono non solo i *creator*, ma anche tanti investitori europei e internazionali che forniscono gli *asset* per l'attività dei *creator*, sia in questi anni sia in futuro.

Questo è il punto di vista di IIDEA sulla questione.

PRESIDENTE. La ringrazio. Prima di dare la parola alla collega Barzotti, le chiedo se è possibile avere le memorie del suo contributo, quale strumento ulteriore da utilizzare nell'indagine. Cedo la parola alla collega Barzotti. Prego.

VALENTINA BARZOTTI. Grazie, presidente. Ringrazio il rappresentante di IIDEA per essere intervenuto e per il suo contributo all'indagine conoscitiva. Concordo su una serie di punti. Chiaramente, nessuno in Parlamento vuole fare interventi normativi limitativi rispetto a un mercato, evidentemente, mondiale, per cui rassicuro sul fatto che un eventuale intervento non andrà in questa direzione. Stiamo cercando di inquadrare il fenomeno, cioè di capire che cosa abbiamo davanti, senza utilizzare « analogie retrospettive », come le ha chiamate il rappresentante di IIDEA, perché, ovviamente, siamo davanti a un fenomeno nuovo che va trattato come tale.

C'è una grande varietà, come è stato detto. Non sono completamente d'accordo sul fatto che vi sia un'assoluta uniformità della tipologia di lavoratori che si occupano di intrattenimento: nella successiva audizione, ad esempio, interverrà una bravissima insegnante di inglese. Si tratta di un modo nuovo di lavorare e così stiamo cercando di trattarlo. Vorrei cercare un'inquadramento del fenomeno, un'ottica per orientare il nostro confronto.

Vorrei capire se ci sono proposte di IIDEA rispetto a un intervento *soft* riguardante i creatori di contenuti digitali, visto che da tutte le audizioni precedenti sono emerse varie tematiche, a partire dal codice ATECO fino ad arrivare alle dinamiche dei procedimenti di reclamo, che dovrebbero essere un po' più veloci, proprio perché c'è un *business* dietro a eventuali chiusure o sospensioni di profili, derivanti da un *permanban* o uno *shadow ban* e via dicendo.

In una precedente audizione, un professore ha detto di ritenere possibile l'inquadramento dei *creator* nell'ambito del cosiddetto « statuto del lavoro autonomo », di

cui alla legge n. 81 del 2017, mentre nel corso di questa audizione è stato fatto riferimento alla direttiva sul *copyright*. Ritieni che con il recepimento di tale direttiva il problema dell'inquadramento dei *creator* sarebbe risolto oppure è meglio intervenire prevedendo nuove forme di lavoro autonomo? Grazie.

PRESIDENTE. Do la parola per la replica ad Adriano Bizzoco. Prego.

ADRIANO BIZZOCO, *Public Affairs Manager di Italian Interactive & Digital Entertainment Association (IIDEA) (intervento da remoto)*. Grazie. Innanzitutto, come rappresentante dell'associazione, condivido pienamente le considerazioni dell'onorevole Barzotti. In premessa ricordavo che il nostro punto di vista è necessariamente parziale, nel senso che osserviamo il fenomeno dal punto di vista dell'industria dei videogiochi e, dunque, il nostro punto di vista è focalizzato sulle dinamiche che ruotano attorno al mondo dell'intrattenimento, poiché è il nostro mondo, però mi rendo conto che ci possono essere altre manifestazioni della grande eterogeneità del fenomeno dei *creator* digitali.

Passando ai punti successivi dell'intervento dell'onorevole Barzotti, dal punto di vista propositivo, per quanto riguarda i *permaban* e gli interventi delle piattaforme nei confronti dei *creator*, dei loro canali e dei loro contenuti, ribadisco un punto: il recepimento della direttiva sul *copyright*, di cui attualmente si discute in Parlamento e in altre sedi potrebbe consentire già oggi di dare seguito all'indirizzo che la direttiva europea ha fornito agli Stati membri di intervenire, garantendo meccanismi di richiamo più efficaci, più tempestivi e più trasparenti a tutela dei *creator*. Mi sembra che questo sia il tema che è stato lamentato anche dai diretti interessati che sono già intervenuti nel corso dell'indagine conoscitiva. Questa potrebbe essere l'occasione per dare una prima risposta, probabilmente già risolutiva, almeno per buona parte delle problematiche citate nel programma dell'indagine conoscitiva.

Per quanto riguarda l'inquadramento di queste figure, dal nostro punto di vista non

vi è un posizionamento o una preclusione rispetto a soluzioni prevedano l'inquadramento di questi profili all'interno del settore del lavoro autonomo, perché questa è effettivamente la dimensione entro cui operano tipicamente i *creator*.

Noi condividiamo e comprendiamo il fatto che molti di loro abbiano la necessità di avere un riferimento normativo chiaro per l'inquadramento presso le camere di commercio di riferimento sulla base di un codice ATECO specifico, godendo delle medesime tutele previste per il settore del lavoro autonomo.

Tuttavia, non avendo un interesse diretto rispetto a questa materia, non possiamo che limitarci a fare una raccomandazione di massima sulla necessità di riconoscere anche le peculiarità e le novità insite in questo fenomeno.

PRESIDENTE. Ringrazio Adriano Bizzoco, per il contributo reso ai lavori della Commissione. Dichiaro quindi conclusa l'audizione.

#### **Audizione di Norma Cerletti, operatrice del settore.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, ai sensi dell'articolo 144, comma 1, del Regolamento, l'audizione di Norma Cerletti, operatrice del settore, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sui lavoratori che svolgono attività di creazione di contenuti digitali.

Ricordo che l'odierna audizione sarà svolta consentendo la partecipazione da remoto in videoconferenza del soggetto audito e dei deputati secondo le modalità stabilite dalla Giunta per il Regolamento nella riunione del 4 novembre 2020.

Nel ringraziare la nostra ospite per la sua partecipazione, le ricordo che per il proprio intervento ha a disposizione dieci minuti, in modo da consentire i successivi interventi dei deputati e una sua eventuale replica.

Cedo quindi la parola a Norma Cerletti, prego.

NORMA CERLETTI, *operatrice del settore (intervento da remoto)*. Buongiorno a

tutti e grazie per avermi invitata, per me è un grande piacere partecipare all'indagine conoscitiva.

Vi presento molto brevemente la mia storia. Fino a meno di un anno fa io non esistevo. Infatti, un anno fa è iniziata la mia attività sui *social media* e da lì ho portato la mia professione di insegnante di inglese - lavoro che svolgo e che ho svolto per quasi dieci anni con bambini e adulti - sui *social*. Infatti, ho iniziato a insegnare con un corso gratuito sui *social media* e, a ottobre 2020, ho fondato la mia società. Il lavoro che prima svolgevo di persona è diventato un lavoro digitale al 100 per cento. Non vado più di persona a fare le lezioni, che svolgo attraverso corsi digitali, che vendo, e lavoro al mio futuro progetto.

Quello che vi volevo presentare è questo mondo veramente assurdo, con tutti i suoi *pro* e i suoi *contro*. Ho riflettuto molto su quello che avrei voluto dire oggi.

Tra i *pro* c'è la fortuna di poter creare e accedere a un'esperienza imprenditoriale che fino a pochissimi anni fa non esisteva - solo dieci anni fa sarebbe stato impensabile costruire un'azienda in questo modo, poiché non era poi così comune - e sicuramente non ci sono barriere. Infatti, io non ero nessuno e non avevo nessuna qualifica per iniziare un *business* - che ho sviluppato appieno grazie ai miei soci -, ma non ho dovuto investire grandi quantità di denaro, perché un *business* digitale ha pochi costi, e mi sono affidata alle piattaforme, come *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *TikTok* e via dicendo.

Sapete che si dice: « È un'impresa fare questa cosa » e, in effetti, fare impresa nel vero senso della parola - ovvero creare un'impresa - è molto complesso e difficile, soprattutto quando entrano in gioco le cose che sono fuori dal nostro potere.

Ho immaginato due situazioni: nella prima, voglio aprire il mio negozio, lo apro, pago l'affitto e so quello che succede e come funziona; nella seconda, le piattaforme - i colossi americani e via dicendo - mi permettono di iniziare la mia attività, ma, da un giorno all'altro, può succedere qualsiasi cosa, nel senso che è tutto fuori dal mio controllo. Questa è una cosa che ho

provato ultimamente, poiché ci sono stati problemi a causa di aggiornamenti di *Facebook* e di *Instagram* e non riuscivamo più a capire come collegare i video. Puoi cercare di aprire un *ticket* - si dice così -, una richiesta a *Facebook* e chiedere aiuto, ma ci sono milioni di utenti e non ti ascolta nessuno. Spesso può essere frustrante, perché è tutto fuori dal nostro potere.

In realtà lascio aperto il dibattito, perché ci sono tantissimi *pro* - zero costi, non ci sono barriere geografiche, i costi fissi sono più contenuti e via dicendo -, ma, dall'altra parte, ci sono tante cose e tante variabili che sono difficili da controllare.

È molto interessante ricordare che queste piattaforme esistono, ma che, allo stesso tempo, non esisterebbero senza la figura del *content creator*. Io mi definisco imprenditrice e creatrice di contenuti. Se non ci fossero i *content creator* - le persone che pubblicano i contenuti - le piattaforme non esisterebbero.

Un'altra cosa da tener presente è che noi *creator* non paghiamo per operare sulle piattaforme. Le piattaforme, quindi, ti dicono: « Cosa vuoi da noi? Sei qui gratuitamente, fa' il tuo *business* » e per questo motivo dobbiamo stare alle loro regole del gioco.

Questo ero quello che volevo dire. Credo di aver detto tutto quello che mi ero proposta di dire.

PRESIDENTE. La ringrazio. Do la parola alla collega Barzotti, prego.

VALENTINA BARZOTTI. Grazie, presidente. Ringrazio Norma Cerletti per essere intervenuta. Vorrei chiederle un paio di informazioni. Innanzitutto volevo sapere se ha avuto difficoltà fiscali quando ha aperto il suo canale, perché uno dei punti emersi più spesso dalle audizioni è la mancanza di un codice ATECO specifico per i creatori di contenuti digitali. Volevo capire se per lei questo abbia costituito un problema amministrativo o contabile.

Inoltre, vorrei chiederle se un'eventuale polizza assicurativa è mai stata proposta dalla piattaforma. Lei ne ha una? Le chiedo questo per capire se, nei casi di chiusura, la

perdita economica può essere coperta con qualche forma di indennizzo o di risarcimento.

Infine, vorrei sapere entro quali termini rispondono i canali di *Facebook* o delle altre piattaforme che lei utilizza — se non mi sbaglio le utilizza tutte — a cui inoltra i *ticket*: non rispondono proprio o c'è una tempistica, un regolamento o qualcosa di questo tipo? Grazie.

**PRESIDENTE.** Vorrei aggiungere solo una cosa, una curiosità. Mi è sembrato di capire che lei abbia parlato di una società, poiché ha detto: «Io ho costituito la mia società», ma in genere i suoi colleghi si qualificano come lavoratori autonomi. Vorrei capire di che tipo di società parla, perché mi sembra una novità rispetto a ciò che hanno detto tanti altri suoi colleghi che hanno partecipato all'indagine. Grazie.

**NORMA CERLETTI, operatrice del settore (intervento da remoto).** Cercherò di rispondere a tutte le domande poste. In primo luogo, a causa della mancanza di un codice ATECO specifico, l'avvio dell'attività è stato complesso e ho dovuto rivolgermi a più commercialisti, perché non ci sono idee chiare sul punto. Io non faccio l'*influencer* e, per il mio caso specifico, mi è stato attribuito il codice ATECO relativo al *marketing online*, o una cosa del genere. Quindi, sui *social* faccio quello.

In risposta all'ultima domanda, a ottobre 2020 ho fondato una società a respon-

sabilità limitata per la vendita di corsi digitali. Io vivo di questo, perché il mio lavoro è vendere corsi digitali. Ho anche scritto un libro e, quindi, faccio anche la «scrittrice» ma quello della vendita dei corsi digitali è il mio principale lavoro.

Un'altra domanda riguardava la risposta delle piattaforme alle richieste inoltrate: il più delle volte le piattaforme non rispondono. Ad esempio, ho provato a contattare *Facebook* quando qualcuno, spacciandosi per me, ha aperto una pagina: non ci sono persone reali, ma una specie di *robot* che cerca di capire se le segnalazioni sono vere o no. È tutto molto complesso e a volte è parecchio frustrante.

Non ho un'assicurazione, ma dopo un po' di mesi — in realtà sono stata fortunata, perché è stata una cosa veloce — ho ottenuto il «verificato», che è la mia identità. Spero, quindi, che in futuro, se mai dovessero rubarmi il profilo, si riuscirà a recuperarlo. Mi auguro non succeda mai, però non si sa mai.

**PRESIDENTE.** Ringrazio Norma Cerletti per il suo contributo ai lavori della Commissione e dichiaro conclusa l'audizione.

**La seduta termina alle 14.05.**

---

*Licenziato per la stampa  
il 19 luglio 2021*

---

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



\*18STC0148880\*