

[Home](#) / [News](#) / [Moda](#) / Influencer sotto la lente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni

Influencer sotto la lente dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni

Scritto da [Isabella Naef](#)

2 ore fa





MODA

Un'&#39;influencer al lavoro Credits: Pexels, Liza Summer

Influencer ancora nell'occhio del mirino: questa volta al centro dell'attenzione non ci sono le promozioni frutto di accordi commerciali pagati profumatamente e non segnalati come messaggi sponsorizzati ma lo scarso (o inesistente) rispetto delle regole del testo unico sui media audiovisivi. Tant'è che il Consiglio dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni ha deciso all'unanimità, nella riunione del 13 luglio, di indire una consultazione pubblica sulle misure per garantire il rispetto da parte degli influencer delle disposizioni del Testo unico sui servizi di media audiovisivi.

L'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni è un'autorità indipendente, istituita dalla legge 249 del 1997. Indipendenza e autonomia sono elementi costitutivi che ne caratterizzano l'attività e le deliberazioni.

L'Agcom è innanzitutto un'autorità di garanzia: la legge istitutiva affida all'autorità il duplice compito di assicurare la corretta competizione degli operatori sul mercato e di tutelare i consumi di libertà fondamentali degli utenti.

La crescente rilevanza e diffusione dell'attività di soggetti denominati nel linguaggio corrente con il termine di "influencer", ma anche "vlogger", "streamer" o "creator" che creano, producono e diffondono al pubblico contenuti audiovisivi, si legge in una nota dell'Agcom, su cui esercitano la responsabilità editoriale, tramite piattaforme per la condivisione di video e, in generale, tramite social media, ha attirato l'interesse delle istituzioni pubbliche, in considerazione dell'impatto che essi hanno sugli utenti, sui consumatori e sulla società, conducendo all'avvio di iniziative regolamentari in numerosi Paesi europei.

Gli influencer svolgono un'attività analoga o assimilabile a quella dei fornitori di servizi di media audiovisivi

È proprio in tale contesto che si inscrivono le riflessioni dell'Autorità circa le disposizioni normative e regolamentari applicabili a questi soggetti, anche al fine di favorire una maggiore trasparenza e consapevolezza nei confronti degli stakeholder e del pubblico. "Il consiglio ha quindi ritenuto di sottoporre a consultazione pubblica, per acquisire le osservazioni di tutti i soggetti interessati, un documento relativo alle misure volte a garantire il rispetto da parte degli influencer delle disposizioni del Testo unico. L'Autorità ritiene che il contenuto del documento potrà, in esito alla consultazione pubblica, trovare un adeguato veicolo regolamentare nella forma delle linee-guida, le quali, oltre a presentare il pregio di una maggiore flessibilità rispetto a un regolamento, meglio si attagliano alla concreta fattispecie degli influencer", prosegue la nota.

Il presupposto è che gli influencer svolgono un'attività analoga o comunque assimilabile a quella dei fornitori di servizi di media audiovisivi sotto la giurisdizione nazionale e sono, dunque, chiamati al rispetto delle misure previste dal testo unico, laddove ricorrano i requisiti evidenziati nel documento sottoposto a consultazione.

Per alcuni sarà obbligatoria l'iscrizione al Roc, ovvero al registro operatori di comunicazione

Insomma, vista la peculiare natura dei soggetti qualificabili come influencer e dei servizi audiovisivi da questi prestati, l'Autorità ha ritenuto sin da ora

opportuno diversificare tra soggetti che propongono contenuti audiovisivi in modo continuo, con una modalità di offerta e organizzazione degli stessi tale da renderli sovrapponibili a un catalogo di un servizio di media on-demand (per esempio, i canali YouTube). Per questi soggetti si renderà dunque opportuna l'applicazione della totalità degli obblighi previsti dal Testo unico, ivi inclusi, a titolo esemplificativo, l'iscrizione al Roc, ovvero al registro operatori di comunicazione, la disciplina in materie di opere europee e indipendenti, la scia (segnalazione certificata di inizio attività), e soggetti che operano in maniera meno continuativa e strutturata, ai quali, di contro, non appare giustificata l'applicazione nella sua interezza del regime giuridico previsto per i servizi di media audiovisivi a richiesta.

Un'estensione del quadro giuridico e regolamentare risulta conciliabile con la natura degli influencer in ragione della natura dell'attività da questi prestata e della sovrapponibilità della stessa con la fornitura di un servizio di media audiovisivo. "L'Autorità intende dunque, con l'avvio della citata consultazione pubblica, individuare un quadro chiaro e trasparente delle disposizioni applicabili anche agli influencer, assicurando, tuttavia, di non prevedere oneri burocratici non necessari", specifica il comunicato.

Ai servizi di piattaforma per la condivisione di video si applicano comunque le disposizioni di cui agli articoli 41 e 42 del Testo unico e i regolamenti attuativi adottati dall'Autorità; questi servizi sono, pertanto, esclusi dall'applicazione del provvedimento che verrà adottato a esito della consultazione in quanto tali piattaforme rappresentano esclusivamente lo strumento tramite il quale gli influencer rendono disponibili al pubblico i propri contenuti. Resta, dunque, ferma la disciplina relativa alle piattaforme delineata dal medesimo Testo unico.

La consultazione pubblica avrà una durata di 60 giorni a partire dalla data di pubblicazione del provvedimento sul sito internet istituzionale dell'Autorità.

