



APPROFONDIMENTI

Profili previdenziali per i content creator: indicazioni dalla circolare Inps n. 44/2025

di Salvatore Luca Lucarelli

L'Inps interviene con propria [circolare n. 44 del 19 febbraio 2025](#) in merito ai **profili previdenziali** connessi all'attività di creazione di contenuti digitali - elaborazione di contenuti scritti, immagini, registrazioni video, audio o contenuti prodotti in diretta resi disponibili attraverso piattaforme digitali - caratterizzata per la presenza di un'attività creativa e di produzione di contenuti mediatici "virtuali" e della messa a disposizione del pubblico di tali contenuti attraverso piattaforme digitali.

Lo scenario presenta molteplici casistiche, posto che la stessa attività di creazione di contenuti viene svolta dai c.d. *content creator* sia per *hobby* in forma amatoriale sia con l'obiettivo di trarne una fonte di reddito.

Pur riconducibili ai lavoratori delle piattaforme digitali, i *content creator* non svolgono necessariamente la propria attività a fronte di richieste di prestazione di servizi, associate al pagamento di un compenso, ma possono **valorizzare sul piano economico le proprie opere in modo indipendente, attraverso forme di pagamento diretto, o facendo ricorso a meccanismi quali l'inserimento di contenuti pubblicitari, il ricorso a sponsorizzazioni, la creazione di articoli di merchandise commercializzabili online.**

La remunerazione dell'attività avviene infatti con diverse modalità, ad esempio, direttamente dalla piattaforma (con il riconoscimento di una percentuale del guadagno pubblicitario in proporzione al seguito degli utenti o mediante il riconoscimento di somme, sulla base di accordi individuali), o remunerata con il pagamento da parte dei propri sostenitori, tramite l'intermediazione della piattaforma, oppure monetizzando la propria attività attraverso 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.

Inoltre, 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 (*brand*) e, dall'altro, la relazione del *content creator* con la piattaforma.

In tale scenario può rilevarsi anche la partecipazione di soggetti che assumono la veste di



agenzie intermediarie che 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*).

Il rapporto, pertanto, può risultare trilaterale o persino quadrilaterale, laddove tutti i soggetti indicati partecipino al singolo affare: *brand*, *media agency*, *talent agency*, *content creator*.

Nell'ambito dell'attività di creazione di contenuti digitali il termine *content creator* risulta una macro categoria all'interno della quale si annovera **la figura dell'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.

Le attività dei *content creator* si articolano in una molteplicità di professionalità eterogenee (*youtuber*, *streamer*, *podcaster*, *instagrammer*, *tiktoker*, *blogger*, *vlogger*, etc.) riconducibili alla categoria dell'*influencer*, per la quale, dal 1° gennaio 2025, è stato istituito il nuovo codice ATECO 73.11.03, relativo alle attività di *influencer marketing* e *content creator*.

Qualora l'attività di un professionista del settore in argomento sia la risultante di più attività, nelle quali gli elementi organizzativi prevalgano su quelli personali, cioè si abbia l'utilizzo prevalente dei mezzi di produzione rispetto agli elementi personali, così come, ad esempio, la vendita di video o la 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 Camera di Comercio con attribuzione del corrispondente codice ATECO, da cui deriva l'obbligo di iscrizione alla Gestione speciale autonoma degli esercenti attività commerciali.**

Il regime di impresa, sia in forma individuale sia societaria, determina l'obbligo contributivo presso la Gestione speciale autonoma degli esercenti attività commerciali, mentre gli ulteriori redditi possono essere ricondotti nei regimi previdenziali indicati per il lavoro autonomo.

All'interno del Tuir non si rinviene una specifica categoria di reddito o una specifica individuazione delle attività esercitate dai *content creator*: **si può stabilire che i compensi percepiti dalla figura in esame 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 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. Inoltre, il reddito da lavoro autonomo può 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 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.

Qualora l'attività svolta dai soggetti in trattazione presenti 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 (FplsS); ciò anche nel caso in cui la suddetta attività sia posta in essere per la realizzazione di finalità commerciali, promozionali o informative.

The advertisement features the Euroconference logo (EC) and the text "LavoroPratico". It highlights "La piattaforma editoriale integrata con l'AI" and "per lo Studio del Consulente del Lavoro". A pink button at the bottom right says "scopri di più >".