

## COMUNICATO STAMPA

### NUOVE REGOLE SUGLI *INFLUENCER*: AGCOM APPROVA LINEE GUIDA E AVVIA UN TAVOLO TECNICO

Il Consiglio dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nella riunione del 10 gennaio, a seguito di una consultazione pubblica ampiamente partecipata, ha approvato all’unanimità le Linee guida volte a garantire il rispetto da parte degli *influencer* delle disposizioni del Testo unico sui servizi di media audiovisivi.

La crescente rilevanza e diffusione dell’attività degli *influencer*, definiti come soggetti che creano, producono e diffondono al pubblico contenuti audiovisivi, sui quali esercitano responsabilità editoriale, tramite piattaforme per la condivisione di video e social media, ha sollecitato l’Autorità ad intervenire. Le Linee guida oggi approvate costituiscono un primo importante passo.

Ferma restando la disciplina nazionale e la regolamentazione dell’Autorità in materia di contenuti generati dagli utenti distribuiti su piattaforme di condivisione video, le Linee guida definiscono un insieme di norme indirizzate agli *influencer* operanti in Italia che raggiungono, tra l’altro, almeno un milione di *follower* sulle varie piattaforme o *social media* su cui operano e hanno superato su almeno una piattaforma o *social media* un valore di *engagement rate* medio pari o superiore al 2% (ossia, che hanno suscitato reazioni da parte degli utenti, tramite commenti o *like*, in almeno il 2% dei contenuti pubblicati). Le previsioni riguardano, in particolare, le misure in materia di comunicazioni commerciali, tutela dei diritti fondamentali della persona, dei minori e dei valori dello sport, prevedendo un meccanismo di richiami e ordini volti alla rimozione o adeguamento dei contenuti.

In caso di contenuti con inserimento di prodotti, gli *influencer* sono tenuti a riportare una scritta che evidenzi la natura pubblicitaria del contenuto in modo prontamente e immediatamente riconoscibile.

Le Linee guida dispongono, inoltre, l'avvio di un Tavolo tecnico per l'adozione di un codice di condotta che definisca le misure a cui gli *influencer* si dovranno attenere. Il codice sarà redatto nel rispetto dei principi che informano le Linee guida e prevederà sistemi di trasparenza e riconoscibilità degli *influencer* che dovranno essere chiaramente individuabili e contattabili.

Al Tavolo tecnico parteciperanno anche soggetti che solitamente non rientrano nel perimetro normativo e regolamentare dell'Autorità, quali quelli che popolano il mondo dell'*influencer marketing*, quindi non solo *influencer*, ma anche soggetti che operano quali intermediari tra questi e le aziende. Ciò permetterà di recepire le istanze di questi soggetti e di indirizzarne l'azione, avvalendosi delle buone prassi in materia, verso il rispetto delle regole.

L'iniziativa è in linea con altre iniziative nazionali adottate da altri Stati membri dell'Unione e con le analisi e le soluzioni proposte in relazione alle attività degli *influencer* dal Gruppo dei regolatori europei dell'audiovisivo - ERGA.

Roma, 10 gennaio 2024