



PREVIDENZA PER INFLUENCER: NUOVE REGOLE INPS PER I CONTENT CREATOR DIGITALI

Pubblicato il 8 Aprile 2025 di Sabatino Pizzano



L'INPS ha finalmente fatto chiarezza sugli obblighi previdenziali degli influencer e creator di contenuti digitali. Con la circolare n. 44/2025, l'Istituto definisce il quadro normativo per chi opera sui social network e piattaforme online, attività finora difficili da inquadrare sotto il profilo contributivo.

Chi sono i content creator secondo l'INPS

La circolare si riferisce a tutti coloro che producono "contenuti scritti, immagini, registrazioni video, audio o contenuti in diretta resi disponibili attraverso piattaforme digitali di connessione sociale". Questa definizione abbraccia influencer, youtuber, instagrammer, tiktokker, blogger e podcaster.

L'attività di questi professionisti viene classificata come "digital marketing" con finalità pubblicitaria, poiché genera effetti promozionali attraverso la condivisione di foto, video e commenti a sostegno di brand. Nel nuovo sistema Ateco 2025, queste attività sono identificate dal codice 73.11.03.

Inquadramento previdenziale: impresa o lavoro autonomo?

La circolare distingue due possibili inquadramenti dell'attività di influencer marketing, con conseguenze diverse sul piano previdenziale:

Reddito d'impresa: si configura quando gli elementi organizzativi (mezzi di produzione, struttura) prevalgono sugli elementi personali. Un esempio è la gestione sistematica di banner pubblicitari che richiede una struttura organizzativa complessa. In questo caso, l'influencer deve iscriversi alla Camera di Commercio e alla Gestione IVS commercianti.

Reddito di lavoro autonomo: si configura quando prevale l'elemento personale e intellettuale rispetto all'organizzazione. Se l'attività è abituale, scatta l'obbligo di iscrizione alla Gestione separata INPS, anche se non esclusiva e senza vincoli di subordinazione. Per prestazioni non abituali, l'obbligo di iscrizione alla Gestione separata si attiva solo con redditi pari o superiori a 5.000 euro.

Quando l'influencer è considerato lavoratore dello spettacolo

Un aspetto innovativo della circolare riguarda la possibilità che l'attività di content creator venga qualificata come prestazione artistica o di intrattenimento. In particolare, l'INPS stabilisce che blogger e influencer impegnati nel digital marketing possono rientrare tra i lavoratori dello spettacolo quando realizzano spot o programmi pubblicitari, alla stregua di attori, fotomodelli o registi.

In questo caso, scatta l'obbligo di iscrizione al Fondo Pensioni per i Lavoratori dello Spettacolo (FPLS), con alcuni importanti adempimenti:

- Il versamento contributivo deve essere effettuato dal committente;
- È necessario ottenere il certificato di agibilità;
- Vanno effettuate le comunicazioni obbligatorie di instaurazione del rapporto di lavoro;
- È obbligatoria la trasmissione dei flussi Uni-Emens.

Casi esclusi dall'obbligo FPLS

Non tutte le attività svolte sui social rientrano nell'ambito dello spettacolo. La circolare esclude espressamente dall'obbligo previdenziale FPLS:

- Le attività di testimonial in cui si realizza un semplice abbinamento tra la popolarità del creator e il prodotto utilizzato;
- L'inserimento di inserzioni pubblicitarie nei contenuti personali senza un intervento artistico del creator.

Attenzione però: anche in questi casi potrebbe scattare l'obbligo di iscrizione alla Gestione separata INPS, in base alla natura e continuità dell'attività svolta.

www.studiopizzano.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA