STUDIO PIZZANO
COMMERCIALISTA E REVISORE LEGALE

www.studiopizzano.it

UN CODICE ATECO PER GLI INFLUENCER: DAL 2025 SVOLTA FISCALE E PREVIDENZIALE

Pubblicato il25 Novembre 2024 di Sabatino Pizzano

Dal 1° gennaio 2025, la figura professionale dell'influencer beneficerà di un importante riconoscimento normativo: l'introduzione di un codice Ateco specifico, il 73.11.03. Questa novità mira a fornire un inquadramento chiaro sul piano fiscale e previdenziale per una professione in costante crescita, ma finora priva di una definizione formale. La decisione, frutto della collaborazione tra Istat, Eurostat e il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, rappresenta una svolta per il settore, spesso caratterizzato da incertezze normative e, talvolta, da episodi di evasione fiscale dovuti alla scarsa consapevolezza degli obblighi tributari. Vediamo insieme cosa cambierà e quali saranno le implicazioni pratiche per i content creator digitali.

La necessità di un codice Ateco specifico per gli influencer

La professione dell'influencer è nata nell'ambito della comunicazione digitale e si è rapidamente affermata come una leva strategica per aziende e brand. Attraverso la creazione di contenuti originali e la promozione di prodotti o servizi sui social media, questi professionisti hanno dato vita a un mercato nuovo e dinamico. Tuttavia, la mancanza di un codice Ateco dedicato ha sempre rappresentato un ostacolo per il corretto inquadramento della categoria.

Fino ad oggi, gli influencer hanno dovuto adattarsi a codici Ateco preesistenti, come il 73.11.01, relativo all'ideazione di campagne pubblicitarie. Questa soluzione temporanea, però, non rispecchiava pienamente la natura del loro lavoro, generando confusione sia per i professionisti stessi che per le autorità fiscali e previdenziali. L'introduzione del codice 73.11.03 punta a risolvere queste ambiguità, offrendo una classificazione più precisa e adeguata.

Cosa sono i codici Ateco e a cosa servono

Il codice Ateco è uno strumento fondamentale per identificare l'attività economica svolta da un'impresa o da un libero professionista. Si tratta di una combinazione alfanumerica, in cui le lettere definiscono il macro-settore economico di appartenenza, mentre i numeri individuano le categorie e sotto-categorie specifiche.

Ad esempio, il nuovo codice Ateco 73.11.03 sarà dedicato esclusivamente agli influencer, distinguendoli chiaramente da altre professioni legate alla pubblicità e al marketing. Questo cambiamento non è solo formale: avere un codice specifico consente una gestione più accurata degli obblighi fiscali e previdenziali, facilitando al contempo i controlli da parte delle autorità competenti.

Le implicazioni fiscali e previdenziali per gli influencer

Uno degli obiettivi principali dell'introduzione del codice Ateco 73.11.03 è garantire una maggiore trasparenza fiscale. In passato, molti influencer, soprattutto i più giovani, hanno omesso di dichiarare correttamente i propri redditi, spesso per ignoranza. Lo stesso Comandante Generale della Guardia di Finanza, Andrea De Gennaro, ha sottolineato come numerosi content creator non fossero a conoscenza del fatto che i compensi derivanti dalla creazione di contenuti digitali fossero soggetti a tassazione.

Con il nuovo codice Ateco, sarà più semplice per gli influencer comprendere i propri obblighi fiscali e contributivi. Inoltre, questa novità potrebbe ridurre il rischio di errori o omissioni, agevolando anche l'Agenzia delle Entrate nei processi di controllo e accertamento. Dal punto di vista previdenziale, l'inquadramento specifico permetterà di definire con maggiore chiarezza i contributi da versare, garantendo così una copertura adeguata anche sotto il profilo pensionistico.

L'importanza di una regolamentazione chiara per il settore

La creazione di un codice Ateco dedicato rappresenta un passo avanti significativo per la professionalizzazione del settore influencer.

Oltre a facilitare il rispetto degli obblighi fiscali, questa misura riconosce ufficialmente il valore economico e sociale di una professione che ha rivoluzionato il marketing tradizionale.

Un inquadramento normativo adeguato contribuisce anche a tutelare i lavoratori stessi, evitando che si trovino in situazioni di incertezza o precarietà. Inoltre, potrebbe incentivare una maggiore trasparenza nei rapporti tra influencer e aziende, con benefici sia per le parti coinvolte che per il consumatore finale.

Esempio pratico

Immaginiamo il caso di Giulia, una giovane content creator che, a partire dal 2025, decide di aprire la partita IVA per svolgere attività di influencer marketing. Grazie al nuovo codice Ateco 73.11.03, Giulia potrà registrare la sua attività con una classificazione specifica, evitando di dover adattarsi a codici generici o non del tutto pertinenti.

Questo le consentirà di comprendere meglio gli adempimenti fiscali a cui è soggetta, come il pagamento dell'IVA, dell'IRPEF e dei contributi previdenziali. Inoltre, in caso di controlli da parte dell'Agenzia delle Entrate, Giulia potrà dimostrare con maggiore facilità la natura del suo lavoro e la regolarità dei suoi rapporti commerciali.

Conclusioni

L'introduzione del codice Ateco 73.11.03 per gli influencer rappresenta una svolta importante per il mondo del digital marketing. Oltre a fornire un inquadramento normativo chiaro, questa misura contribuirà a ridurre l'evasione fiscale e a valorizzare una professione sempre più centrale nell'economia contemporanea. Per gli influencer, il 2025 segnerà l'inizio di una nuova fase, caratterizzata da maggiore consapevolezza e trasparenza.

www.studiopizzano.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA