SENSEMAKERS
MINDS & DATA

Mittente:
Sensemakers S.r.l.
Via Larga, 31 – 20122 Milano

Destinatario:
AGCOM - Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
e-mail: agcom@cert.agcom.it
att.ne dott.ssa Francesca Pellicanò

Oggetto: Consultazione pubblica di cui alla delibera n. 472/24/CONS

Spettabile Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM),
In riferimento alla consultazione pubblica aperta sulla proposta del Codice di Condotta, si presentano di seguito le osservazioni relative alle disposizioni contenute nel documento, in particolare con riferimento ai punti evidenziati:

2.2 Elenco degli influencer (Allegato B)

Condividiamo l'introduzione di un registro ufficiale degli influencer rilevanti. Tuttavia, riteniamo necessario:

- **Osservazione sulla gestione delle scadenze relative all'elenco degli influencer**
  Si ritiene che l'attuale tempistica prevista per l'aggiornamento dell'elenco degli influencer sia eccessivamente ristretta. Con soli 5 giorni lavorativi disponibili tra la scadenza per l'accreditamento degli influencer (10 del mese) e la consegna dell'elenco ad AGCOM, il margine di tempo risulta insufficiente a garantire una gestione adeguata e puntuale. Inoltre, la raccolta di alcune informazioni richieste per l'elenco come: generalità del soggetto e un recapito del soggetto (PEC o indirizzo e-mail) non sono sempre facilmente reperibili sui sistemi in via automatica e richiedono quindi più attività manuale e maggiore impiego di tempo.

  Si propone, pertanto:
  - di valutare i requisiti informativi, limitandoli a quelli strettamente indispensabili per le finalità del Codice di condotta,
  - di estendere il periodo di gestione a un minimo di due settimane. Nello specifico, suggeriamo di adottare la seguente procedura:

- **Scadenza per l'accreditamento degli influencer:** fissata al primo giorno del mese.
- **Consegna dell'elenco aggiornato ad AGCOM:** prevista entro il 15 dello stesso mese.

Questo arco temporale permette di accreditare, collezionare e redigere l'elenco con tempi idonei all'analisi del dato e alla sua puntuale accuratezza.

- **Osservazione sull'utilizzo delle informazioni fornite dagli influencer**
  La maggior parte delle informazioni necessarie per la stesura dell'Elenco degli Influencer AGCOM sono già oggi di dominio pubblico e disponibili nelle piattaforme di analytics delle società potenzialmente interessate a svolgere il ruolo di soggetto incaricato alla gestione dell'elenco. Ciò

avviene grazie allo sfruttamento di API pubbliche, alla sottoscrizione di partnership dedicate con le piattaforme e all'attività di monitoraggio e mappatura costante dell'attività sui social con investimenti significativi da parte delle società stesse e senza necessità di richiedere un accreditamento diretto o alcun tipo di informazione agli influencer.
Tale tipo di organizzazione, oltre che l'aggiornamento continuo delle mappature esistenti, rende piuttosto agevole identificare influencer che superino le soglie di rilevanza in totale autonomia e senza alcuna forma di collaborazione da parte dell'influencer stessi.

È quindi fondamentale che il divieto di utilizzo delle informazioni da parte del soggetto incaricato sia strettamente limitato a quelle spontaneamente fornite dall'influencer ai fini della sola rilevazione AGCOM e non direttamente acquisibili dal soggetto incaricato in modo autonomo e indipendente anche eventualmente in forza di specifici accordi con l'influencer interessato a promuovere la propria visibilità sulle piattaforme di analytics.
Un approccio diverso renderebbe infatti economicamente insostenibile e controproducente lo svolgimento dell'incarico per qualsiasi società di comprovata esperienza nel campo dell'analisi dei dati di *audience* e di consumo di servizi media.

Luogo, Data

Milano, 21/01/2025

Sensemakers S.r.l.
Via Larga, 31 – 20122 Milano
P.IVA: IT 08096610962
T. +39 02 39814168
info@sensemakers.it | www.sensemakers.it

SENSEMAKERS
MINDS & DATA