ANICA
UNIONE EDITORI E CREATORS DIGITALI

24 gennaio 2025

Oggetto: Consultazione pubblica di cui alla delibera n. 472/24/CONS sulla proposta di modifica alle Linee-guida (Allegato A) e sul Codice di condotta rivolti agli influencer di cui alla delibera n. 7/24/CONS (Allegato B)

Spett.le AGCOM,

con riferimento all'oggetto, l'Unione Editori e Creators Digitali dell'ANICA presenta le seguenti osservazioni.

In primo luogo, si suggerisce a codesta Autorità di rendere facilmente accessibili a tutti gli operatori coinvolti e/o potenzialmente interessati dalle Linee Guida e dal Codice di Condotta i documenti utili a comprenderne ed applicarne le regole. A tal fine, si propone di creare un'apposita sezione dedicata sul sito dell'Autorità, dove i documenti possano essere consultati con facilità. Si consiglia altresì la realizzazione di un testo unico che integri sia il Codice di Condotta che le Linee Guida, al fine di promuovere una maggiore chiarezza normativa e incentivare l'adeguamento da parte degli operatori.

A) Osservazioni sulle proposte di modifica alle Linee Guida di cui alla delibera n. 7/24/CONS (Allegato A)

1. Art. 5: nell'ottica anche di verificare l'efficacia ed operatività dell'elenco degli influencer rilevanti, a nostro avviso sarebbe preferibile non abbassare – almeno in questa prima fase di implementazione dell'elenco - a 500.000 il numero di follower e lasciarli ad un milione. Condividiamo in ogni caso la previsione della periodica revisione di questo numero di follower, auspicando che ciò avvenga potendo sempre avere un confronto costruttivo con AGCOM.

2. Rinvio alla Digital Chart: condividiamo l'intenzione di codesta Autorità di recepire la Digital Chart dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) nel Codice di Condotta. Tuttavia, segnaliamo quanto segue:

- AGCOM dovrebbe creare uno sportello per agevolare lo scambio di informazioni con lo IAP, al fine di garantire un aggiornamento tempestivo sulle nuove casistiche e sull'evoluzione della materia.
- Sarebbe utile coinvolgere operatori e associazioni rappresentative (come la nostra Unione) nel processo di approvazione della documentazione aggiornata dallo IAP, entro i 60 giorni previsti per valutarne la compatibilità con il TUSMA e altri regolamenti.
- Riteniamo quindi opportuno che ci sia una previa comunicazione ed approvazione del Consiglio dell'Autorità in merito ad eventuali modifiche proposte dallo IAP alla Digital Chart ma affinchè il ruolo dell'Autorità possa essere ancora più efficace, ribadiamo la necessità di un coinvolgimento come spiegato al precedente punto.

Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali – Unione Editori e Creators Digitali
V.le Regina Margherita 286, 00198 Roma - Tel +39 06 4425961 - www.anica.it

3. Autopromozione: per quanto riguarda la segnaletica connessa alle attività di autopromozione, concordiamo sul fatto che l'eccezione prevista dalla Digital Chart aggiornata, ovvero il caso di omonimia tra nome del talent e nome del brand promosso, sia una casistica valida, ma crediamo non sia l'unica che permetta l'assenza di avvertenze sulla finalità promozionale del contenuto.

   Riteniamo infatti che vadano incluse ulteriori casistiche, tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

   - i rapporti pubblicamente e mediaticamente noti tra azionista/manager e brand / società

   - i rapporti meno mediatamente noti tra talent e brand, ove chiaramente indicati nelle properties digitali dell'uno e/o dell'altro

   Siamo convinti che in entrambe le casistiche il rapporto tra le parti sia per i consumatori molto chiaro, e che quindi non sia necessario adottare alcuna segnaletica, non costituendo casi di pubblicità occulta.

B) Osservazioni sulla proposta di Codice di Condotta (Allegato B)

Art. 2 – Destinatari del Codice di Condotta

L'art. 2.2 relativo alle modalità di iscrizione nell'elenco influencer presenta alcune ambiguità:

- Non è chiara la distinzione tra l'obbligo di iscrizione per gli influencer rilevanti e l'iscrizione facoltativa per altri soggetti. Inoltre, non è evidente se tale obbligo riguardi qualsiasi profilo attivo online.
- Non si specifica se la mancata iscrizione comporti sanzioni, né vengono evidenziati eventuali vantaggi derivanti dall'iscrizione volontaria. Questo potrebbe rendere l'iscrizione facoltativa poco attrattiva e, di conseguenza, inefficace.
- Si suggerisce di rendere più esplicito, sul sito dell'Autorità o tramite altri mezzi informativi, l'obbligo di iscrizione per le categorie di influencer individuate dalle Linee Guida come verranno aggiornate anche a seguito di questa consultazione.

Proponiamo inoltre di prevedere una disposizione transitoria per l'avvio delle iscrizioni. Dato che la consultazione è ancora in corso, sarebbe opportuno stabilire una data di avvio diversa dai mesi di marzo o settembre, almeno per il primo anno di applicazione.

Infine, invitiamo codesta Autorità a valutare un possibile coordinamento con il repertorio delle opere dei creatori digitali, istituito ai sensi dell'art. 27, comma 2, della legge n. 206 del 27 dicembre 2023 ("Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy"). Tale coordinamento potrebbe risultare utile considerando l'ampiezza della categoria degli influencer, che include, appunto, anche i content creator.

Art. 3 – Tutela dei diritti fondamentali, minori e altre categorie vulnerabili

Accogliamo con favore le tutele introdotte a protezione dei minori. Tuttavia, riteniamo fondamentale sfruttare questa fase di regolamentazione per rafforzare il rispetto delle norme sul lavoro minorile. La

Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali – Unione Editori e Creators Digitali
V.le Regina Margherita 286, 00198 Roma - Tel +39 06 4425961 - www.anica.it

tutela non dovrebbe riguardare solo i minori come destinatari di contenuti, ma anche il loro utilizzo come influencer.

È essenziale responsabilizzare tutti gli attori coinvolti nella filiera (brand, agenzie, talent stessi) affinché rispettino tali norme in tutte le attività di advertising. Suggeriamo, inoltre, di integrare un richiamo esplicito a queste tematiche nell'art. 5 delle Disposizioni Finali del Codice di condotta, rafforzando il ruolo di vigilanza dell'Autorità per favorire eventuali accertamenti e sanzioni da parte degli enti competenti.

Infine, raccomandiamo di promuovere l'applicazione dei diversi sistemi di classificazione esistenti in base al tipo di contenuto audiovisivo promosso (ad esempio, classificazioni per opere cinematografiche, videogiochi, ecc.).

Art. 4 – Pubblicità e Segnaletica

In merito all'adozione della Digital Chart, rinviamo alle osservazioni riportate al punto 2 delle Linee Guida.

* * *

Autorizziamo la pubblicazione del presente documento, non sussistendo ragioni di riservatezza né motivi per sottrarre il contenuto a eventuali richieste di accesso agli atti.

Con i migliori saluti,

ANICA – Unione Editori e Creators Digitali

Il Presidente

(Carlo Rodomonti)

Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali – Unione Editori e Creators Digitali
V.le Regina Margherita 286, 00198 Roma - Tel +39 06 4425961 - www.anica.it