



Primo Piano - Nuove regole sugli influencer: Agcom approva Linee guida e avvia un Tavolo tecnico

Roma - 10 gen 2024 (Prima Notizia 24) 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 riconoscibile.

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.

(Prima Notizia 24) Mercoledì 10 Gennaio 2024

PRIMA NOTIZIA 24

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it