



IMPOSTE SUL REDDITO

Le novità tributarie e contributive del 2025 per gli influencer

di Alessandra Magliaro, Sandro Censi

Seminario di specializzazione

Consulente degli operatori social

Profili giuridici, tributari e previdenziali di influencer, content creator, youtuber, e-gamer

Scopri di più

Indubbiamente, negli ultimi anni, la **figura dell'influencer** ha assunto un ruolo sempre più importante nel panorama **economico e sociale**. Con l'emergere dei **social media** (come piattaforme di comunicazione prevalente), **gli influencer** e, più in generale, i **content creator**, hanno prodotto **nuovi modelli di business e opportunità** nel **marketing digitale**.

Non sempre, però, l'aumento delle opportunità economiche - e il conseguente nuovo reddito prodotto - è andato di pari passo con un **esatto adempimento** dei connessi e conseguenti **obblighi fiscali e contributivi**.

Molto spesso, infatti, è dato leggere nelle notizie di stampa che, a fronte degli accertamenti effettuati da parte degli organi dell'Amministrazione finanziaria, i professionisti dell'immagine **eccepivano l'assenza di norme** o anche solo precise indicazioni per il **corretto trattamento contabile/fiscal/contributivo dei loro proventi**.

Tra l'altro veniva eccepita **l'assenza di uno specifico codice Ateco** che, al momento dell'apertura della partita iva, potesse individuare la loro attività.

L'acronimo ATECO sta per "Attività Economiche", ed individua un sistema utilizzato dall'ISTAT per classificare le **attività economiche delle aziende e dei professionisti**.

Esso è formato da una **combinazione alfa numerica** che identifica l'attività economica svolta dall'impresa:

- con le lettere si individua il **macrosettore** economico di appartenenza,
- con i numeri, le categorie dei **settori di riferimento**.

Tradizionalmente, le categorie ATECO erano principalmente orientate verso **settori consolidati come il commercio, l'industria e i servizi**. Tuttavia, l'ascesa degli *influencer* ha reso evidente la necessità di **aggiornare tali codifiche** per riflettere questa evoluzione.



Ed invero, fino ad oggi, coloro che intraprendevano le citate attività utilizzavano dei **codici ATECO** (introdotti nel 2021), specificamente dedicati alle **figure professionali legate al digitale**. Tra questi, i codici normalmente utilizzati erano quelli legati alle seguenti categorie:

- 73.11.02 – Attività di **mediazione pubblicitaria**
- 73.12.00 – Attività di **marketing**
- 74.90.00 – Altre attività professionali di **supporto organizzativo**

Dall'1.1.2025 è in vigore il nuovo codice ATECO per la **creator economy**, ossia per i soggetti cosiddetti **influencer**. Si tratta del nuovo codice

- 73.11.03 – Attività di *influencer marketing*

Esso, però, diventerà operativo **solo dal prossimo 1.4.2025**.

Il contribuente che avesse già utilizzato un **diverso codice ATECO** non ha l'obbligo di presentare una dichiarazione di variazione dati, ma avrà **facoltà di utilizzare la nuova codifica** qualora la ritenesse più adatta alla propria attività.

Questi codici non solo riconoscono l'influenza economica di questi professionisti, ma facilitano anche **la loro classificazione per scopi fiscali e statistici**.

È evidente, altresì, che tale nuovo inquadramento si inserisce nella **volontà di individuare e definire una chiara regolamentazione fiscale** e previdenziale per i lavoratori interessati.

L'introduzione di codici ATECO specifici per **gli influencer** avrà diverse implicazioni economiche. Prima di tutto, consentirà una **migliore analisi statistica** dell'impatto economico di questo settore emergente. Gli *influencer* non operano più come figure isolate, ma come **parte integrante di un ecosistema economico** più ampio che include agenzie di *marketing*, *brand* e piattaforme digitali.

In secondo luogo, la **registrazione sottocodici ATECO** pertinenti consentirà agli *influencer* di accedere a **opportunità fiscali e di finanziamento** che precedentemente non erano disponibili. Questa classificazione potrebbe **facilitare l'accesso a incentivi governativi** o a finanziamenti agevolati per **progetti imprenditoriali** legati al *digital marketing*.

Passando, poi, all'**aspetto contributivo** di tale attività va ricordato che gli *influencer*, operando prevalentemente come **liberi professionisti**, sono tenuti a registrarsi presso la **Gestione Separata dell'INPS** (Istituto Nazionale della Previdenza Sociale) qualora non rientrino già in **altre forme previdenziali**. I contributi previdenziali dovuti devono essere calcolati sulla base del **reddito percepito**.



Nel corso dell'evento «C come Economy. Risposte concrete ad un mondo virtuale», l'Inps ha comunicato **l'imminente emanazione di una circolare** sull'inquadramento previdenziale di **Influencer e content creator**.

Secondo le anticipazioni fornite tre potrebbero essere, schematicamente, gli scenari ipotizzabili:

- in caso di esercizio di **attività di impresa** occorrerà effettuare **l'iscrizione alla gestione commercianti Inps**;
- se l'attività è esercitata quale **libero professionista** occorrerà iscriversi alla **gestione separata Inps** (sempre che il soggetto non sia già precedentemente iscritto ad altre gestioni previdenziali);
- nell'ipotesi, infine, di attività di **influencer marketing** si occorrerà iscriversi nella **gestione dello spettacolo**.