

ItaliaOggi17

L'INCHIESTA

Lunedì 4 Agosto 2025 43

L'Agcom ha varato il primo Codice di condotta. Sanzioni fino a 600mila € per le violazioni

Influencer, arrivano le regole

Da garantire trasparenza, imparzialità e tutela dei minori

Pagina a cura
di MATTEO RIZZI

Fra i social media, il primo a essere regolato. Ora, per la prima volta, anche gli influencer che hanno deciso di fare i content creator sono sotto tiro. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator.

Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator.

I 5 pilastri del Codice di condotta degli influencer	
1. Trasparenza nelle comunicazioni commerciali	Tutte le sponsorizzazioni devono essere segnalate in modo chiaro, tramite disclosure esplicite e strumenti forniti dalla piattaforma (come gli hashtag #ads, #sponsorizzato o la funzione "paid partnership")
2. Correttezza e imparzialità informativa	Gli influencer sono obbligati a fornire contenuti accurati e verificati. È vietata la diffusione di fake news o messaggi fuorvianti
3. Tutela della dignità umana e contrasto all'odio spedito	Non sono ammessi contenuti violenti, discriminatori o che possano ledere la dignità della persona
4. Protezione dei minori	I contenuti rivolti o accessibili ai minori devono rispettare criteri di equilibrio, serietà e trasparenza
5. Tutela della proprietà intellettuale	Gli influencer devono garantire il rispetto del diritto d'autore e non possono utilizzare opere protette senza autorizzazione

Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator.

Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator.

Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator.

Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator. Il regolamento, che sarà approvato il primo ottobre, è stato elaborato dall'Agcom, l'associazione dei giornalisti, che ha chiesto ai suoi soci di dare un'occhiata alle attività dei content creator.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato