

# Content Creator e inquadramento previdenziale del lavoro digitale

di [Ciro Abbondante](#)

Publicato il 28 Agosto 2025

Influencer e content creator per anni sono stati protagonisti dell'economia digitale ma assenti nel diritto. Oggi qualcosa è cambiato. Il loro lavoro non è più ignorato, le tutele iniziano a prender forma, e il sistema si adatta a un mondo che corre più veloce delle norme. Ma come si riconosce un creator come lavoratore? Chi deve pagare i contributi? E cosa succede quando l'intrattenimento diventa impresa? Le risposte non sono scontate, ma finalmente cominciano ad arrivare.

## Content creator e previdenza: il lavoro digitale entra nel sistema delle tutele

### Un mondo nuovo, a lungo senza regole

Per troppo tempo i *content creator* e gli *influencer* si sono mossi in una zona grigia dal punto di vista giuridico e previdenziale. **Figure moderne, ibride e spesso sfuggenti alle categorie classiche del diritto del lavoro**, hanno costruito carriere su *social network*, piattaforme video, *blog* e *podcast*, diventando attori centrali dell'economia digitale. Tuttavia, fino a tempi recenti, mancava un inquadramento chiaro che ne riconoscesse lo status lavorativo e offrisse loro una cornice contributiva e previdenziale adeguata. La

**Circolare INPS del 19 febbraio 2025** rappresenta, in questo contesto, un vero punto di svolta. Per la prima volta, l'Istituto ha fissato in modo sistematico i criteri per definire il profilo previdenziale di questi lavoratori, riconoscendone la dignità professionale e fornendo strumenti di tutela coerenti con le diverse modalità con cui viene esercitata l'attività.



## Dal ragazzino su YouTube all'imprenditore digitale

Il termine *content creator* non è più un'etichetta vaga. Oggi comprende una gamma di attività che va ben oltre la semplice pubblicazione di post su Instagram o video su YouTube. Un *content creator* moderno è un professionista a tutti gli effetti. Crea contenuti originali, sviluppa strategie di marketing, gestisce rapporti commerciali complessi, coordina team di lavoro. Non si tratta più del ragazzino che filma il proprio gatto, ma di imprenditori digitali che hanno costruito veri e propri imperi mediatici. Si tratta di veri e propri esperti dell'informazione, della comunicazione e dell'intrattenimento che, attraverso piattaforme digitali, producono contenuti scritti, fotografici, audio o video destinati a un pubblico potenzialmente globale. Alcuni lo

## Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento