



**LaBoUR & Law Issues**  
Rights | Identity | Rules | Equality

## **I creatori di contenuti digitali sono lavoratori?**

**ANNA ROTA**  
Università di Bologna

**vol. 7, no. 2, 2021**

ISSN: 2421-2695



# I creatori di contenuti digitali sono lavoratori?

**ANNA ROTA**

Università di Bologna

Dottoranda di ricerca in Diritto del lavoro

anna.rota2@unibo.it

---

## ABSTRACT

---

In April 2021, the XI Public and Private Labor Commission of the Chamber of Deputies launched an investigation into the expanding reality of digital content creators, in order to acquire useful elements for a legislative proposal consistent with the characteristics of these workers.

Labour Law Researchers and operators in the sector have been called to hypothesize forms of protection that meet the authentic needs of people who, through digital platforms, convey different types of content (texts, audio, photos, videos): from the analysis of the methods of carrying out the professional service, a mix of typical elements of subordination and specific criteria of autonomous collaborations is obtained.

In consideration of this, the A. proposes a list of minimum rights to be granted to content creators operating on digital platforms.

**Keywords:** content creator; digital platform; professional qualification; legal protection.

<https://doi.org/10.6092/issn.2421-2695/14098>

---

## I creatori di contenuti digitali sono lavoratori?

SOMMARIO: 1. Sui protagonisti della *creative economy* nel *web*. – 2. L'*identikit* del creatore di contenuti digitali. – 3. Oltre le “etichette”, lo spazio per il diritto del lavoro – 4. Segue. Sulla natura ibrida della relazione (di lavoro) con la piattaforma – 4.1. L'ingerenza della piattaforma nella gestione del rapporto. – 4.2. Segue. L'assoggettamento del *content creator* a poteri para-sanzionatori. – 5. Quale regolamentazione? Prospettive de *jure condendo*.

### 1. Sui protagonisti della *creative economy* nel *web*

È oramai diventato consueto analizzare l'impatto delle piattaforme *online* sull'occupazione e sui modelli di impresa<sup>(1)</sup>. La dinamicità del mercato digitale e delle relazioni che si instaurano attraverso le infrastrutture tecnologiche induce a esercitarsi senza tregua nel compito di «descrivere, classificare e, se possibile, ricondurre all'interno d'un sistema di diritto positivo»<sup>(2)</sup> le «multiformi variazioni intervenute nel funzionamento dei sistemi produttivi e del lavoro»<sup>(3)</sup>.

Allo stato, diverse risultano le aree di *platform work* che nell'ordinamento domestico sfuggono all'intervento legislativo. La natura settoriale della l. n. 128/2019 impedisce di estendere le garanzie del capo V *bis*, d.lgs. n. 81/2015 oltre il perimetro dei soggetti che, tramite piattaforme anche digitali, effettuano nel contesto urbano consegne di beni avvalendosi di velocipedi o determinati veicoli a motore (cc.dd. *riders*).

Tra gli ambiti ancora esclusi dalla codificazione di specifici trattamenti di tutela vanno segnalate le attività dei creatori di contenuti digitali, realtà in forte espansione specie durante la fase più acuta della pandemia da SARS COV-2<sup>(4)</sup>.

---

<sup>(1)</sup> Con esiti polarizzati, v. da ultimo A. Perulli, *Oltre la subordinazione. La nuova tendenza espansiva del diritto del lavoro*, Giappichelli, 2021, 180: «la discussione dottrinale e le decisioni della giurisprudenza (anche sovranazionale) non lasciano alcuno spazio alle tesi che identificano nella piattaforma un mero intermediario, spostando invece l'attenzione sulla sua funzione tipicamente imprenditoriale e produttiva e, quindi di utilizzatore del lavoro altrui (come datore di lavoro o come committente)».

<sup>(2)</sup> Così P. Tullini, *C'è lavoro sul web?*, LLI, 2015, vol. 1, fasc. 1, 5.

<sup>(3)</sup> T. Treu, *Rimedi e fattispecie a confronto con i lavori della Gig economy*, LD, 2017, 3-4, 387.

<sup>(4)</sup> E' un *trend* in linea con i valori registrati negli altri settori dell'economia digitale, come da ultimo sottolinea COM(2021) 762 final, *Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on improving working conditions in platform work*.

Secondo i dati elaborati dall'Osservatorio *Digital Content* della *School of Management* del Politecnico di Milano, il mercato dei contenuti digitali in Italia ha prodotto per le piattaforme un ricavo pari a 1,8 miliardi di euro per quanto riguarda il 2019, mentre si stima che nel 2021 sfiorerà i 3 miliardi di euro incrementando del 21% il dato registrato nel 2020 (anno in cui la spesa era già cresciuta del +39%). Durante il periodo di *lockdown*, il settore del *gaming* e dell'*entertainment* ha registrato il maggiore incremento in termini di sottoscrizione di abbonamenti e/o acquisto di singoli contenuti nonché in relazione alla vendita di spazi destinati alla pubblicità di terzi all'interno della piattaforma<sup>(5)</sup>. A livello globale, si stima addirittura che nelle piattaforme di distribuzione operino oltre 50 milioni di *content creators* <sup>(6)</sup>.

Emerge, pertanto, la necessità di comprendere approfonditamente il lavoro dei *content creator* e le loro dinamiche reali <sup>(7)</sup>, anche al fine di verificare l'adeguatezza degli strumenti di tutela al momento disponibili nell'ordinamento giuridico. La materia è tanto interessante che a livello istituzionale i profili identitari e di tutela sono già stati al centro d'una indagine conoscitiva avviata nell'aprile 2021 da parte della Commissione Lavoro pubblico e privato della Camera dei Deputati, allo scopo di acquisire dati di conoscenza utili a formulare una proposta legislativa coerente con le caratteristiche di coloro che tramite il *web* condividono il frutto della propria creatività. In particolare, studiosi ed operatori del settore sono stati chiamati a confrontarsi in ordine alla natura delle

---

<sup>(5)</sup> Cfr. Osservatorio Digital Content, *Lo scenario dei contenuti digitali: filiera, mercato e consumatori*, novembre 2020; ID., *Contenuti Digitali: mercato in crescita anche nel 2021* in [www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/contenuti-digitali-2021-mercato](http://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/contenuti-digitali-2021-mercato).

<sup>(6)</sup> Così C. Lombardo, ideatore del *Web Marketing Festival*, audito nell'ambito della indagine conoscitiva, seduta del 10 giugno 2021, in part. p. 4. Si tratta di dati approssimativi e che a livello nazionale scontano l'assenza di un sistema in grado di mappare il lavoro tramite piattaforma, quanto meno quello remunerato e che come rilevato durante l'audizione dell'ISTAT nella seduta del 14 luglio 2021, p. 18 ove esistenti, non sono facilmente «comparabili, per questioni legate sia alla metodologia, sia al riferimento temporale e geografico». Nel contesto analizzato andrà verificato l'impatto del c.d. Decreto fiscale 2022 convertito in l. il 15 dicembre 2021, in specie la norma che istituisce l'obbligo della comunicazione obbligatoria via *sms* o tramite *mail* di rapporti di lavoro autonomo occasionale. La novità legislativa può impattare sul vuoto informativo relativo al mercato del lavoro in cui operano le piattaforme su cui A. Ingraio, *Il mercato delle ore di lavoro. Interposizione nei rapporti di lavoro autonomo*, Giuffrè, 2020, spec. 123 ha evidenziato la contraddittorietà d'un sistema segnato da transazioni *online* e come tali, almeno in teoria, in grado di «garantire maggiore trasparenza e tracciabilità».

<sup>(7)</sup> M. Magnani, audita in data 13 luglio 2021, p. 11 ne evidenzia un «fenomeno ignoto alla gran parte, se non alla totalità, dei giuslavoristi», malgrado le diverse istanze promosse dai *content creator* attraverso specifiche mobilitazioni *online*.

prestazioni remunerate che il creatore di contenuti digitali veicola attraverso piattaforme digitali.

Dietro la pubblicazione *online* di video, testi, audio e foto si celano rapporti rilevanti per il diritto del lavoro? Come di consueto accade nell'ambito giuslavoristico, la questione impone di spingersi al di là della volontà cartolare delle parti, che emerge dall'accettazione dei lavoratori delle condizioni d'uso delle risorse digitali e della piattaforma – troppo spesso unilateralmente predisposte dai gestori delle infrastrutture tecnologiche – per verificare come l'attività dei *content creator* si svolge in concreto.

## 2. *L'identikit del creatore di contenuti digitali*

La ricostruzione del profilo identitario del *content creator* richiede in prima battuta di soffermarsi sugli elementi essenziali che contraddistinguono tale figura.

Dall'indagine conoscitiva da poco conclusa emerge un quadro profondamente innovato rispetto all'originario modello di *user created content* <sup>(8)</sup>, sviluppatosi all'interno di piattaforme di collaborazione creativa mediante l'invito ai singoli di intervenire direttamente creando video, testi, altri contributi culturali o informativi destinati a popolare la rete<sup>(9)</sup>. L'affermazione di queste nuove soggettività dell'economia digitale, dal settore del *Video Entertainment* a quello degli *eSports* <sup>(10)</sup>, è resa possibile attraverso un modello di struttura socio-tecnica che mette in contatto organizzazioni o individui interessati a offrire o ricevere servizi a pagamento e che persegue finalità altre da quelle solidaristiche

---

<sup>(8)</sup> Nella relazione allegata da C. Lombardo, nell'audizione del 10 giugno 2021, 13 è ripercorsa l'evoluzione del profilo professionale, a partire dalla fase in cui venivano creati «progetti sostenibili basati sulle donazioni, la pubblicità o accesso a zone a pagamento».

<sup>(9)</sup> A. Donini, *Il lavoro attraverso le piattaforme digitali*, BUP, 2019, 14 ss. L'A. evidenzia anche i limiti di questo schema di collaborazione, richiamando la giurisprudenza straniera in tema di indebito arricchimento della piattaforma digitale. Cfr. pure M.A. Cherry, *Beyond Misclassification: The Digital Transformation of Work*, *CLL&PJ*, 2016, 37, 3, 588- 589.

<sup>(10)</sup> Oltre che nei settori di *Music, Podcast & Audiobook* e *Digital News*, la figura del *content creator* si afferma in ambiti come il giardinaggio, la cucina e la letteratura. Questa diffusa affermazione del *creator* via *web* è conseguente a una mutata attenzione verso l'utilizzo della tecnologia come strumento strategico anche da parte delle professioni tradizionali, che dopo aver «subito passivamente la rivoluzione del digitale» hanno intrapreso «una progettualità consapevole e innovativa nell'utilizzo del digitale». Così M. Daquino, *Le professioni del lavoro digitale* in P. Tullini (a cura di), *Web e lavoro. Profili evolutivi e di tutela*, Giappichelli editore, 2017, 107 ss., spec. 112 ss.

o collaborative, esternalizzando - almeno in larga parte - il tradizionale rischio collegato a chi organizza un'attività d'impresa.

Creatore di contenuti digitali è considerato come colui o colei che può qualificarsi il «responsabile dell'ideazione di un contenuto» dagli esperti di *social media* coinvolti nelle audizioni <sup>(11)</sup>, secondo i quali sarebbe riduttivo ritenere tale soltanto la figura dell'*influencer* <sup>(12)</sup>. All'interno della macro-categoria dei *content creators* sono infatti ricondotte varie professionalità<sup>(13)</sup>, non gravate da alcun obbligo in termini di *performance* e orari nonché remunerate con modalità sostanzialmente differenti e mutevoli nel tempo. Più precisamente si tratta d'un segmento del mercato digitale «costituito da coloro che guadagnano in funzione della visibilità che i loro contenuti generano sulle piattaforme digitali, ma anche da chi crea i propri siti e mette in abbonamento i contenuti ivi inclusi»<sup>(14)</sup>. Accanto ai soggetti, per lo più giovani, che in maniera del tutto amatoriale ed estemporanea condividono *on line* contenuti di vario tipo, talvolta soltanto per una questione di visibilità e di *web reputation*, v'è una vasta platea di persone che attraverso tali attività esercita una vera e propria professione (i cc.dd. *content creator* professionali) o, almeno, un'attività finalizzata a ottenere qualche forma di remunerazione, in alcuni casi l'unica (categoria intermedia tra gli amatoriali e i professionisti)<sup>(15)</sup>. Costituiscono invece un gruppo minoritario i *content creators* che condividono un medesimo contenuto all'interno di più piattaforme avvalendosi d'una struttura organizzativa alla quale demandano la gestione dell'intero processo, dagli aspetti di *marketing* a quelli più strettamente tecnici<sup>(16)</sup>.

Dal settore accademico proviene il suggerimento ad approcciarsi a un soggetto che «crea contenuti da pubblicare nel *web*»<sup>(17)</sup>. Si delinea «un profilo la cui competenza attiene non solo alla mera e già di per sé complessa produzione

---

<sup>(11)</sup> Così L. La Mesa, esperto di *social media* audito nella seduta del 25 maggio 2021, 4.

<sup>(12)</sup> Tanto emerge dall'audizione di K. Khaldi, operatore del settore della *creative economy* intervenuto nella seduta del 19 maggio 2021, 3.

<sup>(13)</sup> Peraltro, le attività rese dai *content creators* ricadono in diverse delle *tasks* enunciate dalla tassonomia proposta da EU-OSHA, *Digital platform work and occupational safety and health: a review*, 2021, 6-7.

<sup>(14)</sup> Così la relazione di L. Cosmano, allegata all'audizione del 10 giugno 2021, spec. 14.

<sup>(15)</sup> Così C. Lombardo, *cit.*, 4-5.

<sup>(16)</sup> Così l'audizione dei rappresentanti di Google in data 10 giugno 2021, 6 e dei rappresentanti di *Italian Interactive & Digital Entertainment Association*, seduta del 17 giugno 2021, 4. V. anche l'intervento di A. Notarianni che, audita nella seduta del 13 luglio 2021, 6, ha segnalato la presenza di società di capitali (nella specie società a responsabilità limitata) costituite per lavorare con le piattaforme *web* da cui traggono la principale, se non esclusiva, fonte di sostentamento.

<sup>(17)</sup> Così M. Magnani, *cit.*, 12.

del contenuto digitale per i siti *web* esistenti, ma anche allo studio e alla programmazione del progetto comunicativo», risultando cruciale la relativa presentazione «nella forma più efficace e idonea»<sup>(18)</sup> nonché il possesso di specifiche competenze sul piano relazionale.

Articolata e ampia risulta la nozione utilizzata dall'INPS, ricomprendendo una pluralità di attori: «potenzialmente tutti potremmo essere digital creator», disponendo di «tutti gli elementi necessari per creare un *post*, un video, un *meme*, ossia un contenuto digitale». *Influencer*, *youtuber* e *streamers* sono da considerare esemplificazioni di persone fisiche che creano «una vera opera intellettuale e dell'ingegno, dotata di propria originalità e capace di attirare un certo pubblico»<sup>(19)</sup>. Il lavoro della *creative economy* è analizzato soprattutto attraverso la figura dello *streamer online* e soffermandosi sul funzionamento di Twitch, piattaforma operante prevalentemente nel settore dei videogiochi ed ai più nota per la mobilitazione *#NoStreamday*, organizzata a dicembre 2020 per rivendicare rapporti e condizioni contrattuali più trasparenti<sup>(20)</sup>. Per *streamer* s'intende il soggetto che predispone e organizza i contenuti d'una trasmissione in diretta o registrata da condividere mediante un proprio canale *web* con i fruitori della piattaforma. Dallo svolgimento di tale prestazione deriva un'utilità per il lavoratore e, al pari, un vantaggio economico per la piattaforma che veicola i contenuti.

Le formule utilizzate e i casi di studio offerti dalle parti audite riflettono l'eterogeneità della figura in esame e, parallelamente, la pluralità di ambiti entro i quali l'attività di *digital creation* si esprime, generando conseguentemente più d'una problematica sul versante della definizione del perimetro di un eventuale intervento tramite la fonte eteronoma<sup>(21)</sup>.

L'eterogeneità, del resto, è ben rappresentata dalla differenziazione di regimi di remunerazione di coloro che propongono *via web* propri prodotti: accanto a un compenso diretto, ossia versato dalla stessa piattaforma, sono

---

<sup>(18)</sup> Audizione di M. Squeglia nella seduta del 25 maggio 2021, 5.

<sup>(19)</sup> Audizione del Presidente dell'INPS nella seduta del 30 giugno 2021, 7.

<sup>(20)</sup> V. il *pamphlet* *#NoStreamday* richiedente chiarezza delle regole, disparità di trattamento, satira e comicità, gli effetti del *permaban*. Nel dettaglio v. [www.nostreamday.com](http://www.nostreamday.com).

<sup>(21)</sup> Si tratta d'un rischio già noto al legislatore intervenuto a tutela dei *riders* autonomi nel capo V *bis*, d.lgs. n. 81/2015. La previsione di specifiche caratteristiche del committente e del tipo di prestazione è stata ritenuta una sorta di «*monstrum giuridico*» (A. Perulli, *op. cit.*, 163): il riferimento alla natura autonoma di tali rapporti appare contraddetto sotto il profilo dell'indisponibilità del tipo giacché la legge qualifica come tale un rapporto privo dei requisiti dell'art. 2222 c.c. Sotto censura è finita anche la difficile esportabilità al di fuori del contesto della consegna di beni. In tema sia consentito rinviare a A. Rota, *La tutela prevenzionistica dei riders nella legge n. 128/2019, LLI*, 2020, vol. 6, fasc. 1, 63 ss., spec. note 5 e 6.

riconosciute forme di remunerazione indirette, cioè provenienti dai fruitori dei contenuti digitali (es. introiti spettanti in percentuale e provenienti dalla vendita di abbonamenti); infine, il creatore di contenuti digitali può percepire un compenso altresì dalla sponsorizzazione di prodotti o *brand* attraverso il proprio canale *web* <sup>(22)</sup>.

Il cumulo delle predette tipologie di monetizzazione ha prodotto un incremento rispettivamente del 88% e del 94% del numero di creatori digitali che al mese, tramite Facebook, guadagnano l'equivalente di quasi 9000 euro o almeno 890 euro <sup>(23)</sup>.

### 3. Oltre le “etichette”, lo spazio per il diritto del lavoro

Alla confusione generata dai confini aperti e tutt'altro che univoci della categoria di creatori di contenuti digitali – da cui peraltro deriva la *querelle* attorno all'utilità di uno specifico codice ATECO<sup>(24)</sup> - si correla l'analisi di relazioni giuridiche disciplinate da concetti estranei al linguaggio lavoristico. Dalle stesse audizioni parlamentari emerge, talvolta, un certo imbarazzo nel dialogare con gli istituti della subordinazione ed autonomia unitamente alla difficoltà di ravvisare l'esistenza di un interesse collettivo<sup>(25)</sup>.

Uno dei profili di più difficile assimilazione alle categorie tipiche del diritto del lavoro si coglie nell'ipotesi di *upgrade* da mero utente della piattaforma a titolare d'un profilo di più alta qualificazione per aver raggiunto una determinata “fetta” della *community* e per la presenza non più occasionale nella rete<sup>(26)</sup>.

---

<sup>(22)</sup>Ad es. il *creator* che operi tramite Youtube può guadagnare dagli annunci pubblicitari ove soddisfi tre parametri: documentare più di 4000 di visualizzazioni pubblicitarie negli ultimi 12 mesi; avere più di 1000 iscritti al proprio canale; disporre di un *account Ad Sense* collegato al canale.

<sup>(23)</sup> Il dato è riportato da C. Lombardo, *cit.*, 14 in richiamo di *Helping Content Creators Diversity Revenue on Facebook*, 11 marzo 2021.

<sup>(24)</sup>In attesa di un possibile aggiornamento dei codici ATECO 2007, è stata ipotizzata una distribuzione dei *digital creator* «tra i soggetti che operano nell'ambito delle tecnologie informatiche e dei settori della comunicazione e del *marketing*». Sul tema si soffermano la maggior parte delle audizioni, in part. quella che ha coinvolto l'Agenzia delle Entrate (seduta del 7 luglio 2021, spec. 8).

<sup>(25)</sup> A. Viscomi, in interlocuzione con le parti audite nella seduta del 5 ottobre 2021, 12.

<sup>(26)</sup> Un discorso a parte esige la piattaforma Substack, non prevedendo requisiti minimi per l'accesso e la monetizzazione dell'apporto creativo veicolato dalla infrastruttura digitale.



Soffermandosi sul rapporto con Twitch, è possibile richiedere l'affiliazione alla piattaforma qualora la prestazione registri in media 3 o più spettatori simultanei nell'arco temporale di 30 giorni, un seguito di *followers* non inferiore a 50 e si protragga per un certo periodo (almeno 7 giorni di trasmissione unica e di complessivi 500 minuti di trasmissione negli ultimi 30 giorni). L'accettazione della richiesta condiziona soprattutto l'accesso a specifici benefici economici. A questo primo stadio può seguire l'acquisizione dello *status* di *partner* con obbligo di esclusiva dei contenuti *in live* a fronte di un numero minimo di ore e giorni di trasmissione (almeno 25 ore di trasmissione negli ultimi 30 giorni e per 12 giorni differenti) verso un pubblico di almeno 75 spettatori (media calcolata sempre su 30 giorni) e di specifica approvazione del *team* addetto alle *partnership*. Esiste, da ultimo, un livello più avanzato di collaborazione la cui regolamentazione rimane allo stato priva di pubblicità.

Meccanismi analoghi, ancorché meno sofisticati, sono alla base di altre piattaforme a partire da Youtube che prevede il profilo *Partner* ove siano soddisfatti requisiti - non molto dissimili da quelli fissati da Twitch - in termini di visualizzazioni nonché di durata e frequenza delle trasmissioni. Eguale logica ispira Twitter, benchè in ossequio a un apparato di regole frastagliato che, secondo gli esperti di *social media*, «produce instabilità poiché non facilmente riconducibile a linee guida chiare ed esaustive»<sup>(27)</sup>.

Sembra potersi ricavare che la qualità di *creator* professionale dipenda dalla frequenza con cui i contenuti digitali sono realizzati nonché dal “successo” di pubblico: criteri che con difficoltà possono essere tradotti nel linguaggio giuslavoristico.

Da una più ampia valutazione delle previsioni dei contratti *online* risulta l'accentuarsi della già denunciata «crisi d'identità» delle categorie su cui s'è formata la tutela individuale e collettiva nel luogo di lavoro<sup>(28)</sup>. Emblematiche risultano clausole come quella dal seguente tenore: «Tu e noi siamo, e rimarremo in ogni momento, contraenti indipendenti e nulla in questo Accordo sarà interpretato per creare un'agenzia, un impiego, un fiduciario, un rappresentante o qualsiasi altra relazione tra te e noi. Non ti dichiarerai un nostro dipendente, rappresentante o agente. Comprendi e accetti di non avere l'autorità per vincolarci in alcun modo, né di stipulare alcun accordo o di incorrere in alcuna responsabilità per nostro conto» (cfr. art. 13 del programma di affiliazione a

---

<sup>(27)</sup> Così la relazione allegata da C. Lombardo, *cit.*, 22.

<sup>(28)</sup> In tema su tutti M. D'Antona, *La subordinazione e oltre. Una teoria giuridica per il lavoro che cambia* in M. Pedrazzoli (a cura di), *Lavoro subordinato e dintorni*, Il Mulino, 1989, 46 e L. Montuschi, *Il contratto di lavoro fra pregiudizio e orgoglio giuslavoristico*, LD, 1993, 1, 21 ss.

Twitch). La formulazione delle proposte contrattuali finisce per incidere sulla consapevolezza di chi offre una prestazione creativa; al contempo può disorientare rispetto alle analogie tra un contratto di lavoro e un rapporto le cui regole sono fissate in via unilaterale da un soggetto, la piattaforma, che sulla carta *si propone* al più «come intermediario e fornitore di servizi per il mercato, evitando di configurarsi esplicitamente come datore di lavoro»<sup>(29)</sup>.

Ma v'è di più. Un altro profilo difficilmente conciliabile con le regole giuslavoristiche si ravvisa nel fatto che è possibile instaurare un rapporto con la piattaforma a condizione che l'utente abbia almeno 13 anni<sup>(30)</sup>, precisandosi la responsabilità del genitore/tutore fino al raggiungimento della maggiore età. Ricondurre le prestazioni del *content creator* nell'alveo dei contratti di lavoro richiederebbe di adeguare i formulari alla disciplina contenuta nella l. n. 977/1967, il cui art. 4 ammette, in deroga al divieto di lavoro minorile, lo svolgimento di attività di carattere culturale, artistico, sportivo o pubblicitario soltanto al sussistere di certe condizioni procedurali e sostanziali (autorizzazione dell'Ispettorato del lavoro, previo assenso scritto dei titolari della potestà genitoriale, purché non vi sia pregiudizio per la sicurezza, l'integrità psicofisica e lo sviluppo del minore oltre che per la frequenza scolastica o la partecipazione a programmi di orientamento o di formazione professionale).

#### **4. Segue. Sulla natura ibrida della relazione (di lavoro) con la piattaforma**

L'iniziativa dell'indagine conoscitiva ha preso avvio dall'idea che dietro la condivisione di servizi d'intrattenimento ci possano essere anche attività lavorative<sup>(31)</sup>. Alle medesime conclusioni sono giunte la maggior parte delle audizioni, formulando proposte di protezione nell'ambito del lavoro autonomo,

---

<sup>(29)</sup> Così la relazione allegata da INPS all'audizione del 30 giugno 2021, 9.

<sup>(30)</sup> Il profilo dell'età di iscrizione alle piattaforme è stato all'esame del Garante *privacy*: oltre che sul trattamento dei dati personali si è soffermato sul ruolo attivo e di vigilanza del genitore e della piattaforma rispetto ai pericoli della rete. Con toni critici si è espressa M. Mimun, *I pericoli dei social network e i limiti dell'età digitale: il fenomeno Tik Tok, Diritto dell'Internet*, 2021, 3, 407 ss., rilevando in particolare la poca efficacia delle misure individuate dall'*Authority* e le discutibili scelte compiute dall'ordinamento intorno all'età minima del consenso digitale del minore.

<sup>(31)</sup> «In questo nuovo contesto, i cosiddetti creatori di contenuti digitali sono persone fisiche che lavorano con le piattaforme *web* e che traggono da queste attività il loro principale, se non esclusivo, sostentamento». Così l'allegato alla seduta del 7 aprile 2021.

incluso quello etero-organizzato<sup>(32)</sup> e talvolta evidenziando affinità al modello regolativo dei *riders* e, di conseguenza, una possibile estensione delle tutele del capo V *bis*, d.lgs. n. 81/2015.

Partire dall'analisi delle concrete modalità di svolgimento della prestazione creativa rende più chiare le coordinate entro cui inquadrare questa particolare attività lavorativa.

Dall'indagine conoscitiva e da quella empirica relativa alle condizioni (im)poste dalle piattaforme emerge che il *content creator* instaura con la piattaforma una collaborazione (talvolta con il vincolo dell'esclusiva) eseguita interamente da remoto; parallelamente, il creatore di contenuti digitali crea un rapporto, sempre a distanza, con l'utente della infrastruttura digitale attraverso la condivisione del proprio *output*.

La natura prevalentemente o esclusivamente personale della prestazione non appare di per sé un elemento sufficiente a risolvere la questione qualificatoria: una prestazione esclusivamente personale non deve ritenersi prerogativa del solo lavoro subordinato<sup>(33)</sup> giacché al di fuori di tale ambito, l'ordinamento giuridico ammette prestazioni esclusivamente o prevalentemente personali<sup>(34)</sup>.

Oltre a interrogarsi sull'effettivo margine di libertà (apparente, fittizia o reale) del *creator* in merito alla possibilità di scegliere se, quanto e quando operare nella rete, occorre soffermarsi sull'intensità dell'ingerenza della piattaforma nella fase esecutiva del rapporto <sup>(35)</sup>.

---

<sup>(32)</sup> M. Magnani, *op. cit.*, esclude la possibilità di qualificare il *creator* come un lavoratore etero-organizzato.

<sup>(33)</sup> A. Perulli, *op.cit.*, 168.

<sup>(34)</sup> Così conformemente alla fattispecie generale del lavoro autonomo, allo schema delle collaborazioni coordinate e continuative, al lavoro etero-organizzato per come emendato dalla l. n. 128/2019 nonché alla disciplina del piccolo imprenditore su cui *amplius* O. Razzolini, *Piccolo imprenditore e lavoro prevalentemente personale*, Giappichelli, 2012, spec. 32 ss.; ID., *I confini tra subordinazione, collaborazioni etero-organizzate e lavoro autonomo coordinato: una rilettura*, DRI, 2020, 2, spec. 372 ss., dove l'A. si sofferma sulla personalità non esclusiva della prestazione, confortando la propria conclusione con richiami alla giurisprudenza civilistica. Contrario a quest'ultima tesi è A. Perulli, *op. cit.*, 42 ss. e spec. 167 ss.

<sup>(35)</sup> Sono entrambi profili condizionanti e decisivi per l'eventuale accesso allo statuto di protezioni tipiche del lavoro subordinato, anche alla luce delle recenti indicazioni provenienti dalla proposta di direttiva europea sul lavoro tramite piattaforma che la Commissione ha presentato lo scorso 8 dicembre. Ai fini dell'operatività della presunzione di subordinazione, l'art. 4, par. 2, 2021/0414 (COD) enuclea criteri atti a individuare l'ingerenza della piattaforma, segnatamente: a) nella determinazione o fissazione di limiti massimi per il livello di remunerazione; (b) nella imposizione di vincoli per il soggetto che esegue il lavoro sulla piattaforma relativamente all'aspetto, al comportamento nei confronti del destinatario del servizio o all'esecuzione del lavoro; (c) nel controllo sull'esecuzione del lavoro o nella verifica della qualità dei risultati del lavoro anche per via elettronica; (d) nella limitazione effettiva della

#### 4.1. L'ingerenza della piattaforma nella gestione del rapporto

A differenza di altri ambiti del *platform work*, l'attività del *content creator* – è oramai chiaro – consiste nello svolgimento d'una prestazione intellettuale di cui s'esaltano l'autonomia, la creatività e le pratiche comunicative e relazionali. Il *creator* dispone di una certa libertà nell'*an* e nel *quomodo* della propria prestazione intellettuale, di cui è creatore e che gestisce intrattenendo il proprio pubblico: alla sua decisione è rimessa la scelta del tipo e del contenuto dell'opera nonché della relativa ambientazione.

L'opzione qualificatoria di «un lavoro autonomo più o meno professionale» sulla scorta del «contenuto intellettuale o creativo del servizio erogato dal creator» appare tuttavia indebolita da elementi che impediscono a molti dei professionisti del settore di «autodeterminarsi in modo autonomo sul mercato (come invece avviene per gli autonomi genuini)», dovendosi rapportare a una «piattaforma che predispone l'infrastruttura tecnologica per svolgere l'attività lavorativa e ne stabilisce tutte le condizioni»<sup>(36)</sup>.

Tracce della capillare influenza esercitata dalla piattaforma nella gestione del rapporto con il *creator* sono anzitutto ricavabili dal ridotto o nullo potere negoziale relativamente alla fase di costituzione della *partnership* con il gestore dell'infrastruttura tecnologica. L'utente - lavoratore si trova sovente davanti a una secca alternativa: accettare o meno con un *click* (tutte) le previsioni contenute in un percorso di navigazione guidata e standardizzata definito in via unilaterale dalla piattaforma. Qui finisce per espandersi un meccanismo prevalentemente indagato con riguardo ai rapporti di lavoro subordinato sprovvisti di forza negoziale sufficientemente in grado di condizionare la definizione dei contenuti della collaborazione con la controparte<sup>(37)</sup>.

---

libertà del *platform work* nell'organizzazione del proprio lavoro, in particolare nella scelta dell'orario di lavoro o dei periodi di assenza nonché di accettare o rifiutare incarichi o di avvalersi di subappaltatori o sostituti; (e) nella limitazione riguardante la creazione di una base di clienti. La presunzione di subordinazione opera se sussistono almeno 2 delle predette circostanze. L'articolo successivo riconosce la possibilità di confutare la presunzione legale.

<sup>(36)</sup> V. la relazione dell'INPS allegata alla seduta del 30 giugno 2021, 7. Va aggiunto che la dettagliatezza delle clausole imposte al creator si muove di pari passo al tenore delle previsioni con cui la piattaforma individua la propria de-responsabilizzazione pressoché completa nei confronti di qualsiasi utente della piattaforma.

<sup>(37)</sup> L. Mengoni, *Il contratto di lavoro nel diritto italiano*, in *Il contratto di lavoro nel diritto dei paesi membri della CEECA*, a cura di G. Boldt et al., Milano, 1965, 503. Espandendo l'originario osservatorio sulla virtuale e ridotta libertà del lavoratore subordinato nella definizione del contratto di lavoro – su cui L. Montuschi, *op. cit.*, 26- 29 - l'attuale contesto socio-economico registra un accentuarsi dello squilibrio contrattuale, ancora a sfavore del lavoratore. Con specifico riguardo al lavoro digitale, A. Donini, *op. cit.*, 67-68 segnala la difficile affermazione

Limiti all'autodeterminazione del *creator* nel mercato si ricollegano alla parziale autonomia da questi esercitata nell'organizzazione della propria attività, ridimensionata come dimostrano le regole che ammettono il controllo diffuso della piattaforma sull'esecuzione della prestazione, sulla definizione del compenso e relativamente alla partecipazione futura del *content creator* all'interno della piattaforma stessa<sup>(38)</sup>. Al di là della opacità o meno di tale rapporto – su cui soffermano molte delle audizioni promosse all'interno dell'indagine conoscitiva, evidenziando «la posizione di totale dipendenza rispetto alla piattaforma» e l'assenza di contatti diretti e trasparenti –, rilievi critici solleva anzitutto il fatto che non sempre le piattaforme «esplicitano in maniera chiara quali sono i contenuti che possono circolare o le motivazioni alla base dell'impedimento alla circolazione di contenuto»<sup>(39)</sup>.

Ad analoghe conclusioni si perviene esaminando l'impostazione standardizzata dei formulari e l'assenza di trasparenza nella definizione del corrispettivo spettante al *creator*. Oltre alla difficoltà di recuperare casi di personalizzazione del compenso si fatica ad avere chiarezza rispetto agli elementi rilevanti per calcolare il valore economico dell'attività svolta dal creatore di contenuti digitale. L'attenuazione delle caratteristiche proprie del lavoro autonomo risulta dall'analisi dei meccanismi di vendita e sponsorizzazione dei prodotti per il *web*, giacché la piattaforma non rimane estranea neanche alla gestione dell'introito maturato dall'attività commerciale del creatore digitale, trattenendo una percentuale delle somme versate dagli utenti. Si rende in tal modo tangibile qualcosa di più del mettere a disposizione un'infrastruttura in grado di «accrescere le occasioni di lavoro flessibile per gli operatori professionisti», sconfessandosi in concreto una natura della piattaforma differente dal «mero intermediario e fornitore di servizi»<sup>(40)</sup>.

I profili critici appena esaminati vanno collocati in un contesto che, senza sconfessare «l'autarchia dei fenomeni del *web*»<sup>41</sup>, espone il *creator* anche al rischio

---

professionale anche in presenza di alti valori di competenze e una marginale, se non assente capacità d'incidere in maniera paritaria sul contenuto dell'accordo da sottoscrivere con la controparte.

<sup>(38)</sup> Sulla disattivazione dell'*account* alla stregua d'un vero e proprio licenziamento del lavoratore s'è da subito espresso G. Smorto, *Verso la disciplina giuridica della sharing economy*, MCR, 2015, 254.

<sup>(39)</sup> Così, tra gli altri, M. Magnani, *op. cit.*; D. Bennato nell'audizione promossa nell'ambito dell'Indagine conoscitiva, seduta del 28 aprile 2021, 4.

<sup>(40)</sup> Pur con qualche *distinguo*, il modello di piattaforma impiegato nella *creative economy 2.0* può ricondursi per assimilazione alle piattaforme simil-somministratrici di cui si occupa A. Ingraio, *op. cit.*, 136 ss.

<sup>(41)</sup> Così A. Donini, *op. cit.*, 24.

della scarsa effettività della tutela giudiziale. Talvolta il foro di competenza in caso di contenzioso è individuato (non per volontà delle parti ma) in via unilaterale dalla piattaforma senza tener conto dei criteri fissati dal diritto internazionale privato<sup>(42)</sup>.

#### **4.2. Segue. L'assoggettamento del *content creator* a poteri para-sanzionatori**

L'aspetto più indagato rimane senza dubbio quello che ricollega alla piattaforma un potere (per contenuti ed effetti) non dissimile da quello riconosciuto *ex art.* 2106 c.c. al datore. Nelle audizioni è frequente il richiamo al *ban* e al *permaban* (forma contratta di *ban* permanente per intendere l'espulsione definitiva del *creator* dalla piattaforma di riferimento) nonché ai relativi effetti pregiudizievoli. «Un ban può precludere la visibilità di un *creator* sulla piattaforma; un cambiamento algoritmico può seriamente danneggiarlo»<sup>(43)</sup>, venendo a compromettere la presenza stessa nel luogo di lavoro virtuale.

Nelle condizioni fissate da alcune piattaforme (es. Twitch e Youtube) è prevista la sospensione temporanea o permanente ed è attribuita rilevanza alle pregresse violazioni contestate dalla piattaforma. In questo secondo caso, appare sottinteso il rinvio al meccanismo della recidiva, determinandosi un aggravio della sanzione a carico del creatore digitale in caso di reiterata condotta illecita. Da qui infatti deriva la possibilità di irrogare la sospensione a tempo indeterminato senza garantire il diritto al contraddittorio ed in assenza di sufficiente e specifica motivazione a corredo del provvedimento sanzionatorio.

Incongruenze rispetto alle garanzie sostanziali e procedurali fissate dal combinato disposto degli artt. 2106 c.c. e 7 St. lav. possono essere individuate anche nella disciplina che Tik Tok dedica alla risoluzione del rapporto: la piattaforma si riserva «il diritto di sospendere, in via temporanea o definitiva, o di chiudere l'*account* dell'utente, ovvero di imporre limiti o restrizioni all'accesso a tutti o parte dei Servizi con o senza preavviso e in qualsiasi momento, per qualunque motivo *o anche senza motivo*» (cfr. art. 6, delle Condizioni di Servizio). Non meno critica appare la clausola che inibisce la permanenza dell'utente qualora un contenuto da questi caricato costituisca secondo l'*esclusivo* giudizio

---

<sup>(42)</sup> Non è questo il caso della piattaforma Youtube che individua la legge applicabile ed il foro competente in base alla residenza del creator.

<sup>(43)</sup> Così la relazione di L. Cusmano, *cit.*, 19.

della piattaforma, una violazione *potenziale* delle regole imposte dalla infrastruttura digitale e dalle leggi<sup>(44)</sup>.

Come rilevato nel corso delle audizioni, l'avviso al *digital creator* appare al più generico e non sempre in grado di rappresentare il motivo dell'ammonizione, determinando - da un lato - un problema di compatibilità con l'esercizio della garanzia di cui all'art. 24 Cost. ed arricchendo - dall'altro - l'indagine d'uno degli indici chiave dell'accertamento giudiziale della subordinazione<sup>(45)</sup>.

Va inoltre considerata l'atipicità della sanzione con riguardo ai giorni di sospensione temporanea dell'*account*. L'inattività forzata del creatore digitale può arrivare a 30 giorni nel rapporto con Twitch mentre parte da 7 giorni secondo la regolamentazione della piattaforma Youtube. In ogni caso rimane privo della dovuta considerazione l'eventuale errore commesso dalla piattaforma e, conseguentemente, emerge il tema della tutela risarcitoria del danno subito, sia nella sfera professionale che in quella personale<sup>(46)</sup>. Emblematico resta il caso Toei Animation che ha riguardato un *Youtuber*, attaccato da un sito *fake* per aver utilizzato senza autorizzazione materiale coperto da *copyright*. Benchè privo di fondamento, il provvedimento della sospensione automaticamente disposto dalla piattaforma – e recentemente contestato attraverso un'azione conflittuale ascrivibile al *twitterstorm* – ha determinato perdite per il lavoratore oltre a incidere sulla relativa reputazione e visibilità per tutta la durata del *ban* <sup>(47)</sup>. Deve inoltre rammentarsi che la sospensione anche temporanea del *content creator* inibisce la

---

<sup>(44)</sup> S'invera un irrigidimento dell'agire del gestore della piattaforma, che pare andare ben oltre l'orientamento giurisprudenziale formatasi intorno alla responsabilità della piattaforma nel caso di mancata rimozione tempestiva di contenuti diffamatori o offensivi veicolati attraverso la rete (tra cui Cass. pen., sez. V, 20 maggio 2019, n. 12546 in un caso di responsabilità del *blogger* per fatto illecito altrui).

<sup>(45)</sup> Qualche cautela suggerisce la dottrina che invita a valutare le motivazioni poste alla base dell'intervento sanzionatorio, nella precipua ottica di preservare una diffusa effettività della disciplina prevenzionistica: se la reazione della piattaforma è conseguente a violazioni in tema di sicurezza, il giudice non può ricondurre la relazione contrattuale entro lo schema della subordinazione avendo la piattaforma agito non solo per tutelare un interesse privato ma per la salvaguardia di un interesse di rilievo pubblicistico. Così A. Delogu, *Salute, sicurezza e "nuovi" lavori: le sfide prevenzionali nella gig economy e nell'industria 4.0*, *DSL*, 2018, 73-74.

<sup>(46)</sup> Trib. Bologna 10 marzo 2021, in *Diritto dell'Internet*, 2021, 3, 495 ss. con commenti di A. Iandoli e A.J. Liguori, *Risarcibilità del danno non patrimoniale determinato dalla disattivazione, senza giusta causa, del profilo Facebook*. La condanna di Facebook al pagamento di un risarcimento del danno è stata statuita sulla scorta della lesione di beni fondamentali dell'utente all'interno di una sfera, quella virtuale, dove si realizza un'estrinsecazione importante della persona.

<sup>(47)</sup> In data 4 giugno 2021 la società Toei ha diffuso un comunicato prendendo le distanze dal profilo *fake* che ha colpito il creatore su Youtube, precisando di aver individuato il dominio del sito falso ed escludendo con questo qualsiasi relazione.

riscossione del credito sino a quel momento maturato, con ciò generando particolare disagio specie per chi svolge tale attività in regime di esclusiva. Ciò spiega l'enfasi delle audizioni sull'importanza di istituire meccanismi assicurativi e compensativi in una pluralità di casi, compreso quello appena ipotizzato<sup>(48)</sup>.

In maniera indiretta, la potestà punitiva della piattaforma si ricava anche dalle clausole che di fatto sanzionano il *creator* che si assenti dalla rete per un numero continuativo di giorni. Da qui l'effetto di essere esclusi da misure di premialità e dagli spazi di maggiore visibilità offerti dalle piattaforme per gli operatori più proficui e attivi. Nel caso di inattività per un lungo periodo è addirittura disposta la sospensione provvisoria/definitiva o la chiusura dell'*account* per come stabilito dalle condizioni generali di contratto fissate dalle piattaforme (è comunque consentito un *backup* dei propri dati e contenuti)<sup>(49)</sup>.

Si consideri il potenziale effetto escludente a scapito delle donne, che se da un lato paiono più interessate agli spazi di flessibilità accordati dalla rete, dall'altro possono risultare le principali danneggiate per una pluralità di ragioni. Si pensi, in particolare, all'assenza dalla rete imposta dagli impegni familiari che, come noto, per pregiudizi e stereotipi continuano a competere quasi esclusivamente alla donna<sup>(50)</sup>.

Minori rigidità presentano le piattaforme che dispongono la disattivazione dell'*account* dopo un'inattività di almeno 12 mesi consecutivi e a fronte di un guadagno che nel medesimo arco temporale risulti inferiore a \$ 100 (cfr. art. 4 del programma di affiliazione con Twitch).

Anche da questi profili emerge tutta la complessità dell'operazione qualificatoria dei *content creator* per via del *mix* tra elementi propri della subordinazione e criteri tipici di una collaborazione autonoma (evidenti sotto il profilo della creazione del contenuto) che tuttavia sfumano per via dell'intermediazione della piattaforma sul versante dell'organizzazione della prestazione. Interrogativi solleva l'ipotesi di inquadrare la prestazione creativa

---

<sup>(48)</sup> Così L. Cusmano, *cit.*, 30 che ipotizza una diaria giornaliera nei casi di *ban* rivelatisi infondati.

<sup>(49)</sup> Così ad es. regola l'art. 6, Condizioni di Servizio di Tik Tok. La memoria presentata da Assoinfluencer, audita durante la seduta del 14 settembre 2021, p. 9, propone di introdurre un'applicazione "time to rest", finalizzata a non considerare inattivo il profilo nonostante l'assenza di contenuti pubblicati in un determinato periodo e, conseguentemente, a non subire penalizzazioni ad es. a livello di indicizzazioni e monetizzazione. Le conseguenze ricollegabili all'ambito in esame non divergono molto dalla situazione più indagata, quella che riguarda i *riders*, rispetto ai quali A. Ingraio, *Il mercato delle ore di lavoro*, 2020, 121 ss.

<sup>(50)</sup> La trappola di genere, a danno delle donne, è creata secondo P. Tullini, *Quali regole per il lavoratore – utente del web? Scambio economico e tutele* in P. Tullini (a cura di), *Web e lavoro* *cit.*, spec. 141-144. V, dalla diversa disponibilità verso connessioni continuative e permanenti.



nell'ambito delle collaborazioni coordinate e continuative: ai sensi del novellato art. 409, n. 3, c.p.c. spetta alla determinazione consensuale delle parti o alla determinazione autonoma del collaboratore nei limiti pattuiti dal contratto individuare le modalità di esecuzione della prestazione, all'inizio del rapporto o durante lo svolgimento dello stesso<sup>(51)</sup>, mentre al collaboratore compete di organizzare autonomamente l'attività lavorativa. Escludendo ogni potere unilaterale in capo al committente, la disciplina delle collaborazioni coordinate e continuative non sembra lo schema ideale per un sistema governato dalla piattaforma.

Cadere nella trappola della dicotomia subordinazione/autonomia reca con sé una molteplicità di rischi già segnalati durante le audizioni nell'ambito dell'indagine conoscitiva, che ben hanno messo in evidenza la natura ibrida del lavoro dei *content creator*<sup>(52)</sup>. Ed al contempo si finisce per trascurare che vi sono settori del lavoro digitale non interessati a «un inquadramento teorico classico né ad una disciplina *standard* né ad una protezione sindacale che metta al riparo dal rischio della precarietà»<sup>(53)</sup>. Sembra pertanto meramente provocatoria la proposta di Assoinfluencer di modificare gli elementi caratterizzanti la nozione legale subordinazione<sup>(54)</sup>.

## 5. Quale regolamentazione? Prospettive de *jure condendo*

Le caratteristiche ibride del lavoro dei creatori digitali e la continua mutevolezza delle relazioni instaurate con le piattaforme<sup>(55)</sup> suggeriscono di costruire un sistema di tutele collegate agli specifici bisogni di protezione sociale

---

<sup>(51)</sup> G. Santoro Passarelli, *Le categorie del diritto del lavoro "riformate"*, DRI, 2016, 16.

<sup>(52)</sup> Così L. Cusmano, *cit.*, 28.

<sup>(53)</sup> Cfr. P. Tullini, *Quali regole per il lavoratore – utente del web?* *cit.*, 143: «ciò vale soprattutto per quella parte di utenti-lavoratori che sfruttano il potenziale di autonomia, creatività e produzione innovativa sostenuta dalla rete». Analoga posizione è stata espressa durante le audizioni della Commissione XI della Camera dei Deputati, in specie da A. Antonucci, audita il 13 luglio 2021, 4.

<sup>(54)</sup> Si propone d'integrare nell'art. 2094 c.c. gli elementi della «propria immagine e credibilità». V. la relativa audizione nella seduta del 14 settembre 2021.

<sup>(55)</sup> Si tratta d'una caratteristica comune a buona parte del *digital work*. Come rilevato da P. Tullini, *Quali regole per il lavoratore* *cit.*, 145, questo segmento del mercato «si presenta intrinsecamente instabile, discontinuo e frammentato: sia quando venga imposto come tale dalle infrastrutture e dagli aggregatori tecnologici, sia quando sia consapevolmente offerto dai web worker in queste guise».

espressi dai *content creator*<sup>(56)</sup> ed emancipate dalla rigida struttura binaria a cui si è riferita la stagione della *summa divisio* tra subordinazione e autonomia<sup>(57)</sup>. Come da tempo suggerisce la dottrina, «anziché forzare i confini tra statuti o riformulare gli elementi strutturali della subordinazione o alimentare l'area grigia della para-subordinazione, si può pensare di ricollegare i diritti e le tutele direttamente alla persona che entra nel mercato del lavoro digitale, ammettendo la loro portabilità nei percorsi frammentati, nelle transizioni e nell'evoluzione delle traiettorie professionali»<sup>(58)</sup>.

Nella costruzione d'uno statuto protettivo per le persone che con il fine dell'intrattenimento creano un'opera intellettuale veicolata per il tramite d'una piattaforma digitale che ne fissa il compenso sono chiamati a convergere istituti disciplinati dalle varie fonti regolative. La stessa l. n. 81/2017, ancorché generalista<sup>(59)</sup>, offre importanti spunti per la tutela della posizione negoziale del prestatore nelle transazioni commerciali oppure rispetto all'abuso di posizione dominante<sup>(60)</sup>.

Anzitutto, sembra urgente intervenire sotto il profilo dell'informazione, per mitigare il già denunciato rischio dell'opacità della relazione contrattuale così come prevedere specifiche garanzie per valorizzare il diritto al contraddittorio del lavoratore rispetto all'attuale situazione di arbitrio che origina dall'insindacabilità delle scelte adottate dalla piattaforma digitale con riguardo

---

<sup>(56)</sup> Il *web* offre diverse dichiarazioni di *streamers* e *youtuber* che contestano l'assenza di protezione sociale e di rapporti diretti e trasparenti con i gestori delle piattaforme. Cfr., tra gli altri, i video postati su [www.open.online/2020/12/09/la-rivolta-degli-streamer-di-twitch](http://www.open.online/2020/12/09/la-rivolta-degli-streamer-di-twitch) e [www.youtube.com/watch?v=6XX5DxMUhDk&t=1188s](http://www.youtube.com/watch?v=6XX5DxMUhDk&t=1188s).

<sup>(57)</sup> Sull'inadeguatezza della dicotomia autonomia subordinazione nel contesto dei *digital creator* v. M. Magnani, *cit.*, 13. Sulle "pecche" dell'impostazione dicotomica nel contesto delle piattaforme, quale «sistema socialmente ambivalente» si è da ultimo soffermato A. Perulli, *op. cit.*, spec. 21. Per vero, l'approccio tradizionale si riversa anche sulla valutazione dell'illecito interpositorio: come rilevato da A. Ingraio, *op. cit.*, 139 ss. e spec. 143-144, il mercato delle piattaforme evidenzia la necessità di ripensare alla regolazione del fenomeno, puntando alla responsabilizzazione di chi in concreto «veste i panni del vero *dominus* dell'illegalità dell'operazione» (la piattaforma).

<sup>(58)</sup> Cfr., tra gli altri, P. Tullini, *ult. op. cit.*, 153; A. Perulli, *op. cit.*, 85. Una riflessione di tal fatta può valere invero per affrontare qualsiasi mutazione del mercato del lavoro, su cui *amplius* M. Tiraboschi, *Persona e lavoro tra tutele e mercato. Per una nuova ontologia del lavoro nel discorso giuslavoristico*, Adapt University press, 2019, spec. 97 ss.

<sup>(59)</sup> Per M. Squeglia, *cit.*, 7-8 «sarebbe auspicabile che nello statuto del lavoro autonomo fossero contemplate norme specifiche in grado di tutelare l'ampia fascia di lavoratori autonomi che operano con le nuove tecnologie», individuando «un *identikit* concettuale del lavoro digitale su piattaforma».

<sup>(60)</sup> A. Viscomi, nella seduta 5 ottobre 2021, p. 12, segnala che la posizione dominante della piattaforma non è tanto sul piano delle informazioni ma sul fatto che la piattaforma rimane libera di chiudere e trasferire la piattaforma.

alla sospensione temporanea o cancellazione definitiva dell'account del *creator*. Rendere trasparenti i criteri utilizzati dalla decisione algoritmica di cui le piattaforme si servono, anzitutto per elaborare i dati di *rating*, può incidere non soltanto ai fini della conformità all'art. 22 GDPR, quant'anche sul contrasto di dinamiche a rilevanza discriminatoria, specie a danno dei soggetti appartenenti ai segmenti più vulnerabili del mercato.

La citata proposta di direttiva presentata lo scorso 8 dicembre prevede a favore del lavoratore delle piattaforme, del sindacato e dei soggetti pubblici il diritto di informazione sui sistemi in uso di monitoraggio e decisionali automatizzati e sulla relativa influenza rispetto alle condizioni di lavoro<sup>(61)</sup>. E parallelamente stabilisce che la piattaforma, attraverso propri referenti, fornisca spiegazioni sulle decisioni automatizzate per consentire l'eventuale contestazione da parte del lavoratore<sup>(62)</sup>. Dalla violazione di diritti fondamentali del *platform worker* può discendere una specifica tutela risarcitoria (cfr. cap. III del draft).

Analoga importanza riveste la portabilità dei dati e delle recensioni, (specie quando molto positive) ricevute dal *content creator* all'interno di una specifica piattaforma. Si tratta di informazioni utili al lavoratore che desidera transitare verso altre infrastrutture tecnologiche la propria identità digitale ed il relativo bagaglio di esperienze maturate nel corso della carriera professionale.

Quanto al compenso, invero tematica in forte crisi d'identità anche nell'ambito delle professioni ordinistiche<sup>(63)</sup>, occorre tener conto della vigente disciplina sull'equo compenso e della possibile estensione del relativo campo applicativo nell'ottica dell'adattamento alle specifiche caratteristiche dei

---

<sup>(61)</sup> V. art. 6, 7 e 8 del draft che ai sensi del successive art. 10 operano anche nei riguardi delle «persons performing platform work who do not have an employment contract or employment relationship». Cfr. Anche l'art. 16 che «ensures that national courts or other competent authorities can order the digital labour platform to disclose relevant evidence lying in their control, during proceedings concerning a claim regarding correct determination of the employment status of persons performing platform work. This includes evidence containing confidential information – such as relevant data on algorithms – where they consider it relevant to the claim, provided that effective measures are in place to protect this information». Qui si coglie un rafforzamento dei poteri del giudice in relazione alle logiche del *rating*.

<sup>(62)</sup> L'azione della Commissione è fortemente ispirata al principio del controllo umano sulla tecnologia.

<sup>(63)</sup> Come può evincersi da Tar Lazio, sez. II, 30 settembre 2019, n. 11410 per come confermato da Cons. Stato, sez. IV, 09 novembre 2021, n.7442 rispetto alla pretesa del Ministero dell'Economia di richiedere prestazioni gratuite da parte di professionisti (nella specie giuristi) dotati di specifiche competenze in talune materie e ambiti di interesse per la Amministrazione, sottolineando il vantaggio comunque derivante «da una sicura gratificazione e soddisfazione personale per avere apportato il proprio personale, fattivo e utile contributo alla “cosa pubblica”».

lavoratori creativi del *web*. Combattere la povertà lavorativa nonostante il lavoro<sup>(64)</sup> induce ad abilitare per via legislativa i parametri delle retribuzioni minime previste nell'ambito di contratti collettivi di settori affini a quello della figura in esame<sup>(65)</sup>, ma al contempo suggerisce di soffermarsi sull'utilità di un salario minimo garantito, pur scontando tutte le complicazioni del caso, incluse quelle associate alle modalità talvolta intermedie o ibride di compenso riconosciute al lavoratore digitale<sup>(66)</sup>. Oggi giorno l'elemento del corrispettivo in denaro non rappresenta l'unica utilità a cui il lavoratore può mostrarsi interessato: talvolta – e non solo nel contesto del lavoro digitale<sup>(67)</sup> – la remunerazione in denaro può contare meno della reputazione nel rapporto lavorativo e nel mercato<sup>(68)</sup>.

In stretta connessione si pone il tema delle garanzie sindacali rispetto al quale la Commissione sembra orientata a stemperare le rigidità ordinamentali poste dal diritto della concorrenza<sup>(69)</sup> andando oltre gli “steccati” della giurisprudenza FNV Kunsten Informatie en Media. Incidere su questo versante, prevedendo i contratti collettivi non rientranti nell'ambito di operatività dell'art. 101 TFUE<sup>(70)</sup> poiché finalizzati ad obiettivi di politica sociale, appare un passo importante verso l'estensione delle tutele collettive, *in primis* a favore dei lavoratori autonomi (sia *online* che *off line*) che versino in una condizione di debolezza economica (cfr. art. 1, p. 23, lett. a) o sprovvisti di potere negoziale relativamente alle condizioni di svolgimento del rapporto (art. 1, p. 28 ss.).

In questo specifico contesto si pone anche la necessità di un coordinamento con la direttiva sul diritto d'autore di recente recepita ai sensi del

---

<sup>(64)</sup> Su cui A. Lassandari, *Oltre la “grande dicotomia”? la povertà tra subordinazione e autonomia*, *LD*, 2019, 81 ss.

<sup>(65)</sup> Una scelta diversa va desunta dagli artt. 1, co. 8 e 43 bis, l. 633/1941 per come novellata dal d.lgs. n. 177/2021 con riguardo all'equo compenso di autori di articoli giornalistici, rilevando la determinazione su base convenzionale.

<sup>(66)</sup> P. Tullini, *Quali tutele per il lavoratore utente* cit., 163 ss.

<sup>(67)</sup> Sia consentito rinviare a A. Rota, *Lavoro gratuito per la PA: «un'opportunità per arricchire il curriculum»*, *RIDL*, 2020, II, 145 ss.

<sup>(68)</sup> In tema v. E. Dagnino, *Dalla fisica all'algoritmo: una prospettiva di analisi giuslavoristica*, Adapt University Press, 2019, 168 ss., spec. 170 ss. dove l'A. si sofferma sul valore della rete dei contatti

<sup>(69)</sup> V. C(2021) 8838 final, contenente Communication from the Commission. Approval of the content of a draft for a Communication from the Commission Guidelines on the application of EU competition law to collective agreements regarding the working conditions of solo self-employed persons, 9 dicembre 2021. Da qui l'avvio di una consultazione pubblica.

<sup>(70)</sup> Così art. 1, p. 10 del *draft* della Commissione sulle linee guida relative all'applicazione della legislazione europea in tema di concorrenza.

d.lgs. n. 177/2021<sup>(71)</sup> e con il bisogno di assicurare i «performers who tend to be in a weaker contractual position than their counterparties», ad esempio quando danno in licenza o trasferiscono i loro diritti esclusivi per lo sfruttamento delle loro opere e qualsiasi altro oggetto protetto dal diritto d'autore e dai diritti connessi. Il diritto sul *copyright* «grants flexibility to Member States for implementing this principle using different mechanisms (including collective bargaining), as long as they are in compliance with EU law» (art. 1, p. 37 del citato draft).

Oltre a specifiche garanzie per salvaguardare l'effettività del diritto alla proprietà intellettuale occorrono risposte adeguate sul versante della protezione sociale, specie a fronte della emersa consapevolezza di estenderne i confini a favore dei lavoratori autonomi sulla scorta d'un approccio universalistico e al contempo selettivo<sup>(72)</sup>. Complice il perdurare dell'emergenza pandemica da Sars Cov-2, diverse sono le indicazioni sovranazionali che hanno ispirato un cambio di prospettiva nella direzione di piena attuazione dell'art. 35 Cost.: la discontinuità delle carriere lavorative e la maggiore mobilità dallo *status* di lavoro subordinato a quello autonomo e viceversa sono soltanto alcuni degli elementi che hanno indotto ad un quasi obbligato «ripensamento in senso unitario delle tutele di welfare»<sup>(73)</sup> e sul mercato. In aggiunta ai sussidi in caso di cessazione dell'attività (ad es. nell'ipotesi di esclusione dalla piattaforma), bisogna investire sugli interventi di politica attiva, tenendo conto delle specificità dei mercati transizionali entro i quali l'elemento della professionalità va coltivato ancorandolo «alla singola persona più che al solo contratto di lavoro»<sup>(74)</sup>.

Qualche notazione finale sollecita la tutela della salute e sicurezza, «punto di ricaduta» degli elementi di precarietà del rapporto con la piattaforma<sup>(75)</sup>. Più che la debole risposta offerta dalla proposta di direttiva sul lavoro tramite piattaforma – che in punto di SSL esclude dalla tutela i lavoratori autonomi

---

<sup>(71)</sup> Cfr., con riguardo all'utilizzo *online* delle pubblicazioni di carattere giornalistico, l'art. 1, co. 8, l. 633/1941 che riconosce la garanzia a un equo compenso, demandando all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni per le garanzie l'adozione di un regolamento che individui i criteri di riferimento del compenso tenendo conto, tra l'altro del numero di consultazioni online dell'articolo, degli anni di attività e della rilevanza sul mercato degli editori nonché dei costi sostenuti per investimenti tecnologici e infrastrutturali da entrambe le parti, e dei relativi benefici economici derivanti dalla pubblicazione quanto a visibilità e ricavi pubblicitari.

<sup>(72)</sup> Tutele welfaristiche per i *creator*, nel senso dell'universalismo differenziato, sono state proposte da M. Magnani, *op. cit.*, 13.

<sup>(73)</sup> Così A. Alaimo, *Il lavoro autonomo fra nuove «debolezze» e deficit di protezione sociale: tutele prima, durante e dopo la pandemia*, RDSS, 2021, 2, 217.

<sup>(74)</sup> M. Tiraboschi, *op. cit.*, 213.

<sup>(75)</sup> EU- OSHA, *Digital platform work and occupational* cit., 12 ss.

(cons. 40 e art. 10 del draft riferito alle «*persons performing work who do not have an employment relationship o contract*») – , pare opportuno proseguire nella direzione intrapresa a livello nazionale per la tutela dei *riders*, costruendo un assetto unitario di base che prescindendo dalla classificazione tipologica nonché da criteri come la debolezza contrattuale e la sede lavorativa.

In particolare, si propone di ricollegare alla persona che lavora<sup>(76)</sup> tutele efficaci anzitutto per fronteggiare gli effetti prodotti dall'insorgenza di rischi a carattere psico-sociale, non solo per via della condizione di isolamento. In questo specifico ambito di analisi – come invero sottolineato anche dalla citata proposta di direttiva in tema di *algorithmic management* (spec. art. 7, p. 2 del *draft*) - si sviluppano dinamiche stressogene a causa del costante controllo algoritmico ma anche dei meccanismi concorrenziali che si insinuano per accaparrarsi il più alto numero di fruitori dei propri servizi; né vanno ignorate l'intensità dei ritmi di lavoro, la porosità del tempo di lavoro e le difficoltà che incontra la conciliazione tra tempi di vita e lavoro oltre la condizione di instabilità prodotta a decisioni insindacabili della piattaforma<sup>(77)</sup>. Non è nemmeno certo che la pur importante garanzia della disconnessione dagli strumenti digitali possa risultare una effettiva protezione contro le prospettate situazioni di iper-connettività, a salvaguardia della piena integrità-psicofisica del creatore di contenuti digitali. Anche nell'ipotesi di un patto di esclusiva con la piattaforma definire i contenuti del precetto rimane un'operazione complessa, non potendosi agevolmente misurare il tempo necessario per la preparazione del contenuto da veicolare tramite la rete.

Dal momento che la citata proposta di direttiva non vieta l'introduzione di previsioni più favorevoli da parte degli Stati membri, l'ordinamento nazionale potrebbe apprestare un'efficace protezione del lavoro tramite piattaforma, continuando a distinguersi per la particolare sensibilità verso la tutela dei protagonisti dell'economia digitale. Capitalizzando gli errori imputati all'esperienza regolativa dei *riders* autonomi, su cui più volte insistono le audizioni nell'intento di promuovere un'estensione del capo V *bis*, d.lgs. n.

---

<sup>(76)</sup> In tema già L. Montuschi, *L'incerto cammino della sicurezza del lavoro fra esigenze di tutela, onerosità e disordine normativo*, RGL, 2001, 525.

<sup>(77)</sup> Si tratta d'un rischio configurabile anche nella piattaforma Substack, improntata al pari delle altre sul diritto della piattaforma di dismettere senza preavviso e senza motivazione l'*account* del *content creator*. Sui rischi connessi al lavoro tramite piattaforma v. da ultimo EU-OSHA, *Digital platform work and occupational* cit., spec. 10 ss.

81/2015 al lavoro creativo del *web* <sup>(78)</sup>, appare quanto mai opportuno valorizzare il processo di valutazione dei rischi<sup>(79)</sup> e l'eterogenea composizione dei prestatori della industria creativa che si sviluppa attraverso la rete. Qui va colto lo scarto più significativo del cambiamento e della sfida più delicata da affrontare anzitutto *per chi e con chi* concretamente si espone al rischio. Come emerso dai dati processati da ISTAT<sup>(80)</sup>, è spesso la giovane età che rende più apprezzati elementi come il tempo libero, l'autorealizzazione e la *web reputation* rispetto alla sicurezza del posto di lavoro e alla tutela del relativo benessere.

---

<sup>(78)</sup> Secondo M. Magnani, *op. cit.*, 12 e 13, «l'accostamento ai riders» è «forviante», rilevando «una vera e propria categoria professionale collocabile nell'ambito del lavoro autonomo» ma estranea all'area del lavoro etero-organizzato.

<sup>(79)</sup> Tra cui P. Pascucci, *Note sul futuro del lavoro salubre e sicuro... e sulle norme sulla sicurezza di rider e co.*, *DSL*, 2019, 1, 50.

<sup>(80)</sup> Pur con i limiti già enunciati, tale dato è riportato nella relazione allegata all'audizione del 14 luglio 2021, 20 ss.

## Bibliografia

- Alaimo A., *Il lavoro autonomo fra nuove «debolezze» e deficit di protezione sociale: tutele prima, durante e dopo la pandemia*, in *RDSS*, 2021, 2, 209 -242.
- Cherry M.A., *Beyond Misclassification: The Digital Transformation of Work*, in *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 2016, 37, 3, 579 ss.
- Dagnino E., *Dalla fisica all' algoritmo: una prospettiva di analisi giuslavoristica*, Adapt University Press, 2019.
- Daquino M. *Le professioni del lavoro digitale* in P. Tullini (a cura di), *Web e lavoro. Profili evolutivi e di tutela*, Giappichelli editore, 2017, 107 – 121.
- D'Antona M., *La subordinazione e oltre. Una teoria giuridica per il lavoro che cambia* in M. Pedrazzoli (a cura di), *Lavoro subordinato e dintorni*, Il Mulino, 1989, 43 -65.
- Delogu A., *Salute, sicurezza e “nuovi” lavori: le sfide prevenzionali nella gig economy e nell'industria 4.0*, in *DSL*, 2018, 37-77.
- Donini A., *Il lavoro attraverso le piattaforme digitali*, BUP, 2019.
- Iandoli A., *Risarcibilità del danno non patrimoniale determinato dalla disattivazione, senza giusta causa, del profilo Facebook Ingraio* in *Diritto dell'Internet*, 2021, 3, 495- 503.
- Ingraio A., *Il mercato delle ore di lavoro. Interposizione nei rapporti di lavoro autonomo*, Giuffrè, 2020.
- Lassandari A., *Oltre la “grande dicotomia”? la povertà tra subordinazione e autonomia*, in *LD*, 2019, 81-102.
- Liguori A.J., *Risarcibilità del danno non patrimoniale determinato dalla disattivazione, senza giusta causa, del profilo Facebook Ingraio* in *Diritto dell'Internet*, 2021, 3, 504-512.
- Mengoni L., *Il contratto di lavoro nel diritto italiano*, in *Il contratto di lavoro nel diritto dei paesi membri della CECA*, a cura di G. Boldt et al, Milano, 1965, 413-510.
- Mimun M., *I pericoli dei social network e i limiti dell'“età digitale”: il fenomeno Tik Tok*, *Diritto dell'Internet*, 2021, 3, 407 -416.
- Montuschi L., *Il contratto di lavoro fra pregiudizio e orgoglio giuslavoristico*, in *LD*, 1993, 21-35.
- Montuschi L., *L'incerto cammino della sicurezza del lavoro fra esigenze di tutela, onerosità e disordine normativo*, *RGL*, 2001, 501-527.
- Osservatorio Digital Content, *Lo scenario dei contenuti digitali: filiera, mercato e consumatori*, novembre 2020; ID., *Contenuti Digitali: mercato in crescita anche nel 2021* in [www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/contenuti-digitali-2021-mercato](http://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/contenuti-digitali-2021-mercato).
- Pascucci P., *Note sul futuro del lavoro salubre e sicuro... e sulle norme sulla sicurezza di rider & co.*, in *DSL*, 2019, 1, 37-57.
- Perulli A., *Oltre la subordinazione. La nuova tendenza espansiva del diritto del lavoro*, Giappichelli, 2021.
- Razzolini O., *Piccolo imprenditore e lavoro prevalentemente personale*, Giappichelli, 2012
- Razzolini O., *I confini tra subordinazione, collaborazioni etero-organizzate e lavoro autonomo coordinato: una rilettura*, *DRI*, 2020, 2, 345-379.
- Rota A., *La tutela prevenzionistica dei riders nella legge n. 128/2019*, in *LLI*, 2020, vol. 6, fasc. 1, 6
- Santoro Passarelli G., *Le categorie del diritto del lavoro “riformate”*, in *DRI*, 2016, 7-62.
- Smorto G., *Verso la disciplina giuridica della sharing economy*, in *MCR*, 2015, 245-277.



- Tiraboschi M., *Persona e lavoro tra tutele e mercato. Per una nuova ontologia del lavoro nel discorso giuslavoristico*, Adapt University press, 2019.
- Treu T., *Rimedi e fattispecie a confronto con i lavori della Gig economy*, in *LD*, 2017, 367-406.
- Tullini P., *C'è lavoro sul web?*, in *LLI*, 2015, vol. 1, fasc. 1, 1-15.
- Tullini P., *Quali regole per il lavoratore – utente del web? Scambio economico e tutele* in P. Tullini (a cura di), *Web e lavoro. Profili evolutivi e di tutela*, Giappichelli editore, 2017, 141- 164.