

## LA CITTA' E LE DONNE

Le nostre storie

# Influencer, anche Irene Jin detta le regole

La giovane pisana nel gruppo di lavoro selezionato dal Governo dopo il «caso Ferragni». «Mettere ordine nel caotico mondo del marketing»

di **Michele Bufalino**  
PISA

**Il 5 marzo** si è tenuto il primo tavolo dell'agenzia delle comunicazioni per fissare le linee guida su responsabilità e norme per gli influencer e i content creator. Dall'agenzia di Fedez, passando per i big di Tik Tok e Instagram c'è anche una pisana al tavolo, in attesa che il governo varii le nuove regolamentazioni, dopo il «caso Ferragni» che ha portato l'agenzia a interrogarsi sulle regole del settore. Si tratta della 'regina del marketing' Irene Jin, 31 anni, già salita alla ribalta qualche mese fa, quando la rivista americana Fobres le ha dedicato due pagine premiano l'etica dell'influencer marketing della sua agenzia Jungler «capace di formare e valorizzare i giovani talenti che faranno il futuro del digital marketing», e selezionandola tra le Women Va-



Irene Jin

lue Compnay del 2023. «Come Jungler siamo contenti di raccontare la storia e la mission dell'azienda all'Agcom - dichiara Jin, -, per provare a mettere ordine in questo caotico mondo dell'influencer marketing con un approccio nuovo».

**Jungler**, rappresentata dalla pisana Irene Jin, è stata selezionata dall'Agcom tra oltre 500 aziende italiane che hanno fatto richiesta di partecipare. Solamente 63 di queste aziende sono state prese in considerazione dalle istituzioni, e per i prossimi tre mesi siederanno al tavolo dell'agenzia. «Siamo felici di essere entrati a far parte di questo tavolo - continua Jin -. Il nostro lavoro durerà 3 mesi anche se non possiamo rilevare i dettagli, confidenziali, delle riunioni che svolgeranno in presenza o via call». Per Jin è importante questo passaggio: «C'è bisogno di regola - prosegue l'imprenditrice digitale pisana -. Siamo contenti che finalmente si parli di

una regolamentazione del settore, anche se il Tusma (Testo Unico dei servizi di media audiovisivi, ndr) e la Digital Chart, sono sempre esistite, ma ben venga che se ne parli di più e si possano anche revisionare certe regolamentazioni, specialmente da parte dell'Agcom».

**Per la startup Jungler** e la stessa Irene Jin questo appuntamento è molto importante anche per la stessa azienda, che così compie un balzo importante: «Per noi anche dal punto di vista professionale questa convocazione è importantissima - conclude Jin -. Si tratta di un riconoscimento per il lavoro che stiamo svolgendo, con il puro scopo di mettere ordine al settore». Oltre alle agenzie di marketing come Jungler faranno parte del tavolo anche 17 associazioni di categoria tra cui il sindacato degli influencer e dei social media manager, ma anche studi legali e avvocati specializzati nel settore di diritto e informatica.