

AVV. GIOVANNI BONOMO

2018-2019

CLAUDIO BONATO

giornalista pubblicista - ufficio stampa e comunicazione

Ordine dei Giornalisti di Lombardia n.161189

P.IVA: 08871030964

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

REATO DI MOLESTIA

Ora anche le comunicazioni via SMS e analoghe possono costituire reato di molestia

Commento a cura dell'[avv. Giovanni Bonomo](#) di [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Occorre fare attenzione quando si mandano più SMS in serie ad uno stesso destinatario: è configurabile infatti il reato di molestia anche a prescindere dal contenuto, fino al caso limite di SMS vuoti, per il solo fatto del fastidio che potrebbe derivarne a chi li riceve, essendo indesiderati e costringendo il destinatario a (perdere tempo per) cancellarli.

I nostri giudici si sono dovuti occupare più volte del caso di messaggi SMS di contenuto sgradevole e derisorio, mandati con insistenza eccessiva e fastidiosa, inquadrandoli anzitutto in un'indebita e ripetuta invadenza della sfera privata, cioè al di là del contenuto penalmente rilevante (ad esempio ingiurioso).

Questo perché, prima di ogni aspetto penale riguardo al contenuto, viene presa in considerazione la Direttiva comunitaria del 2002 già recepita, anche dall'Italia, con la legge sulla privacy nelle comunicazioni telematiche (Codice Privacy), e in particolare l'articolo sulla sanzionabilità delle "comunicazioni indesiderate" [1].

Alla fine anche la Corte di Cassazione ha stabilito che nel contesto attuale (l'Italia è tra i primi Stati in Europa per la diffusione della telefonia cellulare) la molestia a mezzo di SMS è pratica molto diffusa, ed ha quindi considerato come realizzato, oltre al fatto della comunicazione indesiderata già di per sé illecita, anche il fatto descritto nel codice penale a proposito del reato di molestia [2].

Ovvio che tale considerazione sia valida anche per i messaggi WhatsApp o di altra chat che faccia uso della Rete anziché della linea telefonica, non cambiando il risultato per il ricevente. Al di là della motivazione, non esattamente in linea con l'attuale stato della tecnica nella telefonia cellulare, la Suprema Corte ha comunque ragione nel configurare in sentenza il reato di molestia, perché il fastidio del destinatario-ricevente non è tanto - come vorrebbe la Corte - il dover leggere lo SMS perché ignora il mittente, quanto nel dover cancellare i messaggi inaspettati [3].

Da notare, sempre a proposito del reato di molestia, il diverso orientamento della stessa Suprema Corte per quanto riguarda le comunicazioni via email. Alcune sentenze non considerano infatti reato le molestie per email, ritenendo che esse non abbiano un'invasività diretta nella sfera del destinatario, potendo questi scegliere, ad avviso dei giudici, se aprire o meno la posta elettronica [4].

In questo caso il non aggiornamento dei giudici riguardo allo stato della tecnologia ha portato ad una motivazione criticabile. Tornando al nostro immancabile smartphone, resta il fatto che ormai ogni comunicazione, anche email, possa essere ricevuta, con tanto di messaggio acustico, anche in mobilità.

[1] Art. 130 "Comunicazioni indesiderate" D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali", legge emanata considerando anche la direttiva 2002/58/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 luglio 2002, relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche.

[2] Art. 660 cod. pen. "Molestia o disturbo alle persone".

[3] La maggior parte dei modelli di cellulare in uso dispone della funzione di identificazione del mittente, quindi il fastidio non è tanto, come sostiene la Corte, nel dover leggere il contenuto del SMS prima di potere identificare il mittente, quanto nel dovere cancellare i messaggi perché impossibilitati nel bloccarli in ricezione. Basta quindi la consapevolezza del mittente sulla ricezione forzata e plurima da parte del destinatario per realizzare l'elemento soggettivo (dolo) del reato di molestia.

[4] Cass. sent. n. 44855 del 16.11.2012

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

Intelligenza artificiale e proprietà intellettuale

L'Osservatorio è curato per Diritto24 dall'avv. Giovanni Bonomo - [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Le nuove frontiere dell'Intelligenza Artificiale preludono a un mondo totalmente diverso da quello attuale, ma già ora si aprono scenari nuovi che a stento il legislatore riesce a prevedere. Ci sono software talmente sofisticati nel simulare l'intelletto umano che creano opere dell'ingegno apparentemente indistinguibili da quelle create dall'uomo. Ciò provoca paradossi e questioni che, nell'attuale vuoto normativo, solo una compiuta normativa potrà risolvere.

A distanza di un anno dalle raccomandazioni (A8-0005/2017) che il Parlamento europeo, in data 16 febbraio 2017, ha inoltrato alla Commissione circa le possibili norme sulla robotica, si è tenuto a Milano, il 21 settembre 2018., il convegno AIDA su "Intelligenza artificiale e proprietà intellettuale", presso l'Aula Magna del Palazzo di Giustizia.

Potete vedere il programma con il titolo degli interventi e il nome dei relatori - non potendo dilungarmi su tutti gli aspetti che sono stati affrontati, ciascuno dei quali richiederebbe, e meriterebbe, un apposito articolo – a questo [indirizzo](#).

De jure condendo la questione andava ormai affrontata: come più volte ho detto a proposito dell'I.A. Intelligenza Artificiale, dell'Internet of Things, del cloud computing, lo sviluppo delle nuove tecnologie ha cambiato il modo di vivere dei cittadini e il modo di operare delle imprese; siamo solo agli inizi della "**quarta rivoluzione industriale**", dovuta alla trasformazione digitale di molti servizi e al conseguente mutamento del comportamento delle imprese e della P.A.

Ciò che mi preme sottolineare di questo convegno AIDA, come sempre splendidamente organizzato dal prof. Luigi Carlo Ubertazzi, è la questione, fondamentale già nel titolo, della proprietà intellettuale delle opere create dall'I.A.

Si sono affrontate le questioni, in particolare, del terzo punto programmatico sottoposto alla Commissione dal Parlamento europeo, vale a dire l'applicabilità delle norme di **diritto d'autore** a tali opere. La questione non è solo teorica, essendoci già stato già il caso di un album di pop music creato interamente da un robot e di opere pittoriche create da sistemi di I.A.

Ovviamente, per quanto sofisticati possano essere questi software che simulino l'intelletto umano, una mente artificiale non ha – almeno allo stato attuale – una coscienza e quindi una soggettività giuridica. Altrimenti sarebbe facile risolvere ogni questione attribuendo la titolarità di un'opera dell'ingegno al nuovo soggetto giuridico androide, il quale diverrebbe titolare dei relativi diritti di utilizzazione economica e quindi anche responsabile di possibili plagii o contraffazione di opere altrui.

Ma dobbiamo però ammettere che l'evoluzione tecnologica è arrivata a un punto tale che **I.A. sembrerebbe ormai prendere decisioni autonome e indipendenti** dagli umani creatori,

almeno senza apparenti finalità o strategie.

Il Parlamento ha perciò invitato la Commissione ad elaborare **criteri e regole** per la definizione di "creazione intellettuale propria" di un robot, suggerendo la creazione di un nuovo genere di soggettività giuridica elettronica per risolvere il problema della titolarità delle opere create dal robot stesso.

In effetti sembra non bastare, per risolvere la questione, un'interpretazione estensiva del "lavoro intellettuale" posto dall'art. 6 l.d.a. alla base di un'opera dell'ingegno, senza snaturare la ratio sottesa a tale norma e, direi anche all'intera normativa sul diritto d'autore, che tutela gli sforzi, tipicamente umani, sia morali che economici, per addivenire a un'opera dell'ingegno tutelabile. La soluzione proposta del nuovo **soggetto giuridico elettronico** non risolverebbe però il problema dell'attribuzione dei proventi patrimoniali derivanti dallo sfruttamento dell'opera.

Se ne è parlato diffusamente nel convegno e la soluzione più ragionevole e condivisibile è quella di una responsabilità di colui che sfrutta commercialmente la creazione, il quale dovrà quindi verificare prima se le azioni del suo robot non ledano diritti di terzi; a tale responsabilità si aggiunge quella, in minima parte e da valutare nei casi concreti, di colui che ha predisposto le funzioni del robot o dello stesso inventore della macchina.

Vedremo dunque se e come, dopo tali raccomandazioni del Parlamento europeo, tale vuoto normativo verrà colmato. Sta di fatto che le nuove tecnologie di cognitive computing e di Intelligenza Artificiale alla base della c.d. Industria 4.0, stanno rivoluzionando il mondo.

L'interazione tra I.A. e i Big Data analytics, in particolare, comporterà un profondo cambiamento in ogni attività d'impresa. Ma anche sul fronte dei cittadini utenti basti pensare alle nuove piattaforme in Rete che raccolgono in uno tutti gli strumenti per il marketing digitale.

Nel campo del lavoro intellettuale ci si chiede fin dove porteranno gli sviluppi del **Natural Language Generation**, che consentirà (si veda il sito della Narrative [Science's technology](#)) di "umanizzare" le traduzioni dei testi e le stesse stesure di testo, fino ad arrivare a romanzi e poesie (queste già sperimentate) composti da Intelligenze Artificiali, partendo dai dati, tra cui anche lo stile di scrittura di un autore, immessi nel robot.

Sarà mia cura tenervi aggiornati, in questa rubrica, sui futuri sviluppi.

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

L'identità digitale tra ingegneria reputazionale e social authority

L'Osservatorio è curato per Diritto 24 dall'avv. [Giovanni Bonomo di AssistenzaLegalePremium.it](#)

Il web è anche strumento di personal branding e la costruzione della propria identità digitale e reputazione avviene più nel mondo digitale che in quello reale: per questo occorre prestare molta attenzione alle informazioni personali che si inseriscono in Rete o che vengono inserite da terzi. La social authority va oltre la buona reputazione e consente di promuovere la propria immagine professionale o imprenditoriale e i propri servizi o prodotti.

La rivoluzione digitale che stiamo vivendo quotidianamente impone riflessioni sugli aspetti legali relativi allo scenario di prodotti e servizi diffusi in Internet. Mi sono più volte occupato delle problematiche relative all'identità personale e al [diritto all'oblio](#), e del conseguente nuovo diritto, che nasce con il nuovo millennio, all'identità digitale.

L'identità anagrafica è una, mentre le identità digitali possono essere di più, conseguenti all'uso di pseudonimi che consentono cioè di creare altrettante identità sui social. E ovvio che la prima identità digitale di una persona deve essere congruente con quella reale, anche se le maggiori possibilità di interazione che si possono avere nel mondo digitale ampliano l'identità digitale fino a rendere non più significativa quella reale e anagrafica.

È importante comprendere questo perché ancora poco diffusa è la consapevolezza sulla potenzialità dei dati digitali personali e delle società che li detengono e ne dispongono. Quanti archivi di nostri dati ci sono in Internet a causa delle scie che lasciamo dopo un nostro acquisto online o di una manifestata preferenza? Non meravigliamoci dei vari messaggi e dei vari agguati telefonici di telemarketing che subiamo, fenomeno che nemmeno un'apposita normativa riesce finora ad arginare.

Senza contare che, se noi possiamo vantare, a determinate condizioni, un diritto all'oblio, esiste anche il diritto di chi detiene una banca dati, nel rispetto del recente GDPR Regolamento generale sulla protezione dei dati, alla conservazione degli stessi.

Per renderci conto della maggior importanza dell'identità digitale possiamo citare il noto motto "If you are not in Google you don't exist"; ma è importante sapere, soprattutto se si compare nei primi risultati di Google, in quale modo si viene visti, quali siano le keywords che riconducono al proprio nome, e come viene percepita la nostra presenza online.

Voglio dire che la nostra identità digitale deve essere veritiera, e ciò può essere anche il frutto di una progettazione che ci faccia riconoscere all'esterno per i propri meriti e il proprio curriculum vitae; viceversa qualsiasi identità imposta e non determinata dall'interessato può sfuggire di controllo e provocare discredito. Si parla in proposito di ingegneria reputazionale. Un'altra problematica, più grave anche se meno diffusa, è quella dei profili falsi, delle usurpazioni di identità e della violazione di marchi e brevetti.

Il web è diventato insomma uno strumento di personal branding e la costruzione della propria identità digitale e della propria reputazione avviene più nel mondo digitale che in quello reale: per questo occorre prestare molta attenzione alle informazioni personali che si inseriscono in Rete o che vengono inserite da terzi. Se poi si è un digital networker occorre acquisire quella social authority che va oltre la buona reputazione e che si rende necessaria a promuovere i propri prodotti o servizi.

Ricordo che esiste, tra gli strumenti messi a disposizione gratuitamente da Google, la funzione Google Alerts, che consente di informarci, dopo che abbiamo inserito il nostro nome, ogni volta che nel web appaia una notizia che ci riguardi. La funzione Google Verbatim permette inoltre di vedere, dalla prospettiva di un utente terzo, i risultati della ricerca su Google che ci riguardino, in modo che possiamo riscoprire anche nostri scritti e correggere possibili errori o refusi.

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO DIRITTO D'AUTORE

Internet come sistema operativo sociale ad accesso universale

L'osservatorio è curato per Diritto24 dall'[avv. Giovanni Bonomo - AssistenzaLegalePremium.it](#)

Internet sta diventando un sistema operativo sociale ad accesso universale e tendenzialmente wireless. Come tale richiede una regolamentazione che assicuri una qualità di servizio garantita a tutti e tramite le risorse frequenziali più efficienti. E la priorità non deve essere tanto la velocità o la "banda larga", quanto la permanenza, la pervasività e la sicurezza.

Nella mia intervista su Diritto 24 ho accennato all'evoluzione di Internet e dei servizi diffusi, che già coinvolgono dispositivi, persone, processi e dati. "Internet of Everything" ho detto, parafrasando la più nota espressione di Internet of Things. È chiaro che tutto ciò richiede regole, perché se la Rete è nata come infrastruttura neutrale e anarchica, ora è diventata un'istituzione di mercato con accesso potenzialmente universale.

Sotto il profilo economico Internet, per le sue caratteristiche di ubiquità, permanenza e assenza di costi, è diventata una piattaforma di scambi multilaterali, produttiva di esternalità informative sia positive, come i servizi a valore aggiunto e l'interoperabilità delle reti di comunicazione elettronica, sia negative, come quelle dell'affollamento di traffico e dei contenuti spazzatura.

In questa situazione di continuo aumento dei servizi offerti ogni ideologia di network neutrality sulla neutralità della Rete non paga: Internet sta diventando un sistema operativo sociale ad accesso universale. Come sono stati riconosciuti prima la radio e poi la televisione con i loro servizi di pubblico interesse, così anche Internet dovrà essere riconosciuta e regolamentata come medium istituzionale universale, di accesso tendenzialmente wireless, con una qualità di servizio garantita a tutti e tramite le risorse frequenziali più efficienti. E la priorità non deve essere tanto la velocità o la "banda larga", quanto la permanenza, la pervasività e la sicurezza.

Nel futuro scenario del Web 4.0, in un mondo che evolve verso un'ineluttabile convergenza delle piattaforme e un'unità funzionale dei servizi, sarà necessario ripensare allo stesso concetto di media audiovisivi, e affrontare gli aspetti regolatori dell'integrazione tra TV digitale, Internet e reti radiomobili.

Ma già la nostra Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha stabilito un programma di studio e ricerca "Servizi e Contenuti per le reti di Nuova Generazione (SCREEN)" insieme a istituzioni universitarie ed enti pubblici di ricerca, al fine di approfondire i possibili scenari evolutivi della Rete e studiare forme di regolamentazione idonee ad assicurare il crescente sviluppo delle infrastrutture di comunicazione. I 7 obiettivi posti a base della regolamentazione nella Digital Agenda sono: 1. Mercato unico globale; 2. Interoperabilità e standard; 3. Fiducia e sicurezza; 4. Accesso veloce e ultraveloce; 5. Ricerca e innovazione; 6. Alfabetizzazione e inclusione digitale; 7. Servizi digitali pubblici.

Consideriamo poi che l'economia di Internet è caratterizzata dalla continua ricerca di modelli di business innovativi rispetto ai media tradizionali. Google, prima di Facebook, rappresenta senz'altro il più significativo esempio di successo nella ricerca di modelli di ricavi in un mondo che fa della gratuità dei servizi per l'utente finale una delle caratteristiche distintive. Se rende quindi utile, se non necessaria, per una compiuta regolamentazione, un'attenta analisi delle tendenze dei mercati individuando le principali caratteristiche e le implicazioni concorrenziali.

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

START-UP

START-UP INNOVATIVE E CROWDFUNDING

Articolo a cura dell'[avv. Giovanni Bonomo](#) - [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Internet è una formidabile risorsa per progetti imprenditoriali innovativi, il cui successo dipende però dalla capacità di comunicazione e dall'originalità delle proprie idee nel rivolgersi ad una potenziale utenza senza limiti territoriali.

Le raccolte di fondi anche per scopi umanitari, sociali, filantropici o di qualsiasi tipo possono trovare un valido volano nel Web. Bisogna sapere che ogni somma di denaro ricavata via Internet, a titolo di donazione o liberalità, è totalmente esentasse, non bisogna cioè pagare alcun tipo di imposta.

1. I primi passi per avviare il progetto.

La legge ha recentemente previsto – per favorire in uno l'occupazione e l'avanzamento tecnologico - le c.d. "start-up innovative" alle quali si affiancano le società, dette "incubatrici di start-up", che offrono servizi per sostenerne l'attività. Vi ho già parlato delle agevolazioni fiscali per le start-up innovative nella mia videonota su YouTube dal titolo "I requisiti di un'impresa start up innovativa e le agevolazioni fiscali".

Qui giova ripetere che per "start-up innovativa" si intende una particolare tipologia di impresa costituita in forma di società di capitali, impegnata in settori innovativi e tecnologici o di utilità sociale, in possesso dei requisiti di cui all'articolo 25 "Start-up innovativa e incubatore certificato: finalità, definizione e pubblicità", comma 2, del «decreto crescita-bis o 2.0», come anche detto il D. Lgs. 18 ottobre 2012, n. 179 recante "Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese" coordinato con la legge di conversione 17 dicembre 2012, n. 221.

Si tratta in genere di società di capitali di piccole dimensioni con una compagine sociale ridotta composta da soci-lavoratori e impegnate nella produzione e/o commercializzazione di beni e servizi innovativi ad alto valore tecnologico.

2. Il finanziamento e la raccolta di fondi.

Le start-up possono raccogliere capitali anche tramite piattaforme online secondo il metodo già ampiamente diffuso del *crowdfunding*, tramite piattaforme *online* che fanno raccolta di denaro da piccoli investitori privati per finanziare progetti di tutti i tipi. In Italia ci sono attualmente già una ventina di queste piattaforme. Questo finanziamento dal basso, allargato e condiviso, serve a sostenere anche il *non profit* e gli aiuti umanitari nelle situazioni di emergenza, come ad esempio la donazione di 2 euro effettuata tramite sms a scopo di sostegno in occasione di terremoti e altri grandi tragedie.

La nuova iniziativa per cui si chiedono fondi deve essere attraente, facendo ricorso ad ogni possibile strategia di *marketing* per allettare i potenziali donatori, perché non basta solo una buona causa, per il sociale, o un'idea originale, per la nuova impresa.

Si sente parlare spesso di *crowdfunding* in generale, ma occorre sempre distinguere

-il crowdfunding

che è una raccolta fondi ("funding") di tipo collettivo, realizzata *online*, in cui molte persone ("crowd" – folla) effettuano contribuzioni in denaro, anche di modesta entità, al fine di favorire lo sviluppo di un progetto o di una iniziativa che ritengono interessante sostenere, talvolta anche prescindendo da un ritorno economico; e

-l'equity crowdfunding

cioè una tipologia di *crowdfunding* nella quale gli investitori entrano nel capitale sociale ("equity") di una società, condividendo in tal modo il "rischio d'impresa" con il socio o i soci già esistenti. Tramite l'investimento si acquisisce un vero e proprio titolo di partecipazione nella società ed i relativi diritti amministrativi e patrimoniali che ne derivano, ivi compresi eventuali dividendi futuri o realizzo di plusvalenze a seguito della cessione della partecipazione.

Una volta effettuato l'investimento, se la raccolta si perfeziona, cioè se si raccoglie entro la scadenza l'intero capitale richiesto di cui almeno il 5% da parte di un investitore professionale, si diventa soci a tutti gli effetti della società emittente senza ulteriori attività da effettuare.

3. Il funzionamento e le garanzie in estrema sintesi.

L'Italia è il primo Paese ad essersi dotato di una disciplina specifica ed organica, in vigore dal 2013, nella legge sopra richiamata. L'investimento non è mai a rischio: in caso di mancato perfezionamento dell'offerta, così come nei casi di esercizio del diritto di recesso o del diritto di revoca, i fondi già versati tornano nella piena disponibilità degli investitori.

In estrema sintesi la normativa prevede, che:

- l'equity crowdfunding sia vigilato dalla Commissione Nazionale per le Società e la Borsa (CONSOB);
- possano effettuare raccolta di capitale di rischio con operazioni di *equity crowdfunding* solo le c.d. «start-up innovative»;
- le offerte possano essere pubblicate solo attraverso portali *on line gestiti* da soggetti iscritti in un apposito registro gestito dalla CONSOB stessa

StarsUp s.r.l. è stata la prima società autorizzata ed iscritta al registro per i gestori di portali *on line* per la raccolta di capitale (delibera di iscrizione n. 18681 del 18/10/2013) da parte di *start-up* innovative.

Nella prassi l'emittente fissa un importo minimo (di solito al di sotto dei 500 euro) e lo indica nel documento informativo dell'offerta. L'importo massimo, invece, coincide con l'intero ammontare richiesto, o meglio, per le persone fisiche e per le persone giuridiche non investitori professionali, al 95% di tale ammontare.

I servizi di *start-up* sono a carico dell'emittente, ma solo in caso di esito positivo della raccolta. Le spese a carico degli investitori per la trasmissione degli ordini a banche ed imprese di investimento, se presenti, derivano dai singoli rapporti stabiliti da ciascun investitore con la propria banca.

4. Se cambio idea: il recesso.

Una volta aderito ad una offerta chi ha investito ha sempre diritto a cambiare idea inviando una email entro 7 giorni decorrenti dalla data dell'ordine o eventualmente dalla data in cui nuove informazioni sull'emissione sono state portate a sua conoscenza. Ad esempio qualora l'emittente proponga modifiche al *business plan* o ad altra documentazione.

Nei casi di esercizio del diritto di recesso o del diritto di revoca i fondi versati tornano nella piena disponibilità degli investitori.

5. Investimenti e ricavi

Alla *start-up* sarà riconosciuta, da parte dell'emittente, una commissione - in % sul capitale raccolto e variabile a seconda dell'offerta - in caso di esito positivo della raccolta. Il valore di tale commissione sarà corrisposto al momento in cui si darà corso all'aumento di capitale dell'emittente.

Gli investimenti effettuati si distinguono, sulla base dell'importo investito, in due categorie:

1."sottosoglia" per importi fino a € 500,00 (o a € 1.000,00 complessivi annuali), se effettuati da persone fisiche, o a € 5.000,00 (o a € 10.000,00 complessivi annuali), se effettuati da persone giuridiche;

2."soprasoglia" per importi pari o superiori a quelli suddetti nelle rispettive categorie di investitori.

Questi limiti sono stabiliti dal Regolamento Consob che obbliga le banche che curano il perfezionamento degli ordini di investimento ad applicare la cosiddetta "Mifid", una direttiva europea posta a tutela degli investitori meno esperti. La "Mifid" richiede, in sostanza, che la banca formuli un questionario nei confronti dell'investitore, utile a valutare la reale comprensione da parte di quest'ultimo dell'investimento che intende effettuare e dei rischi ad esso connessi.

ooo

Si spera che la figura della start-up innovativa abbia un maggior successo di quanto abbia avuto la s.r.l. semplificata a capitale sociale di un Euro, creata anch'essa per favorire l'occupazione giovanile. Il tempo finora trascorso dall'entrata in vigore della nuova normativa non basta a fare un bilancio sugli effettivi benefici conseguiti dagli imprenditori che hanno costituito start-up innovative. A tale proposito è stato istituito, con Decreto Ministeriale 31 gennaio 2014 del Ministero per lo Sviluppo Economico, il Comitato tecnico per il monitoraggio e la valutazione delle politiche a favore dell'ecosistema delle start up innovative, proprio per avere un'idea sempre aggiornata sull'andamento. Tale Comitato elabora le linee guida per un monitoraggio sullo stato di attuazione delle disposizioni a favore della nascita e dello sviluppo delle start up innovative.

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati



[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

Piano di Azione Europeo di Tecnologia Finanziaria Financial Technology

La tecnofinanza e le novità della Blockchain

avv. Giovanni Bonomo di AssistenzaLegalePremium.it

La notizia è passata quasi inosservata e così pochi sanno che, in data 8 marzo 2018, è stato pubblicato il Piano di Azione Europeo di Tecnologia Finanziaria Financial Technology, da parte della DG FISMA (Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union), più brevemente **Piano di Azione FinTech**.

Tale piano di azione è inteso a facilitare e incoraggiare l'innovazione finanziaria nel mercato unico europeo e nel contempo a migliorare la protezione dei consumatori. Si colloca quindi all'interno delle finalità che ispirano il MiFID (Direttiva sui Mercati degli Strumenti Finanziari 2004/39/CE), cioè la normativa europea che regola il mercato dei servizi finanziari.

Ricordiamo che già tale normativa ha rivoluzionato il sistema del risparmio, garantendo nuovi diritti agli investitori. Ora la MiFID II, entrata in vigore il 3 gennaio 2018, ha come obiettivo lo sviluppo di un mercato unico dei servizi finanziari in Europa, nel quale siano assicurate la **trasparenza** e la **protezione degli investitori**. Stabilisce finalmente nuovi standard di trasparenza nella comunicazione dei costi e mira a tutelare la centralità del cliente. Riconosce – fatto ancor più rilevante - la **consulenza indipendente** come modello privilegiato per difendere l'interesse del risparmiatore.

Ora il Piano di Azione FinTech intende aggiornare e completare nel dettaglio l'attuale normativa MiFID in tema di trasparenza informativa e di tutela dell'investitore, ponendo i seguenti obiettivi:

- consentire modelli innovativi di business;
- incoraggiare la diffusione dell'innovazione tecnologica nel settore finanziario;
- aumentare la sicurezza e la resilienza nel settore finanziario;

In particolare, al di là dell'innovazione tecnologica che è l'ispirazione di fondo, si prevede, per quanto riguarda **i modelli innovativi di business**:

- che il *crowdfunding* per servizi digitali abbia una regolamentazione unica europea;
- che il sistema di licenze venga migliorato tramite linee guida FinTech sulla base del censimento di quelle attuali;
- che il sistema delle criptovalute e delle ICO Initial Coins Offers debba essere regolamentato sulla base delle intese tra la Commissione Europea, l'ESA, l'Autorità di Vigilanza Europea, la Banca Centrale Europea;
- che le imprese innovative vengano censite al fine di stabilire le *best practises* che potranno diventare i criteri stabiliti dalle competenti autorità.

Si prevede altresì che la Commissione europea nomina un gruppo di esperti entro il secondo trimestre 2019 che stabilisca:

- se vi siano, e quali siano, gli ingiustificati ostacoli regolatori all'innovazione finanziaria;
- le modalità per rimuovere gli ostacoli ai servizi in *cloud*, prevedendo misure idonee a facilitarne il più ampio uso;
- una pubblica consultazione sugli sviluppi della digitalizzazione per quanto concerne gli usi della *blockchain*;

- un laboratorio FinTech per le migliori proposte di soluzioni tecnologiche da valutare in uno spazio neutro non commerciale.

Per quanto riguarda **sicurezza e resilienza** si prevede:

- che la Commissione Europea organizza un workshop pubblico-privato sulle minacce informatiche entro il secondo trimestre 2018;
- che l'Autorità di Vigilanza Europea censisce le esistenti pratiche di verifica e supervisione informatica avvisando la Commissione sui possibili sviluppi legislativi;
- che i costi e i benefici della sicurezza e della resilienza informatica saranno valutati secondo coerenti criteri di gestione del rischio.

Che cosa è successo in Italia in materia FinTech nel 2017

Diamo intanto una panoramica sulle innovazioni più importanti dello scorso anno. La CONSOB ha concluso, dopo vari sondaggi, che la digitalizzazione dei servizi bancari e finanziari sta diventando una parte cruciale della trasformazione digitale dell'economia e delle relazioni sociali.

La Banca d'Italia ha concluso a sua volta i propri sondaggi su un campione di 93 intermediari al fine di comprendere i progetti FinTech e i modelli di business, le tecnologie a loro supporto (comprehensive dei big data, dell'I.A. Intelligenza Artificiale, del cloud computing) e dei relativi servizi automatizzati (specialmente i robo-advice).

Il Parlamento italiano, tramite la commissione Finanza alla Camera, ha avviato un'indagine esplorativa sulla FinTech, chiamata anche "**finanza hi-tech**", proprio sulla scia dei monitoraggi già compiuti.

Il mercato italiano si è dunque rivelato attrattivo, tanto più che, in Italia, non ci sono specifiche previsioni per limitare o impedire iniziative di sviluppo finanziario che un'impresa volesse intraprendere.

Ne consegue che non ci sono diverse tipologie di registrazione né limitazioni per l'attività da svolgere, che può andare dalla figura del semplice mediatore a quella di promotore finanziario. La mancanza di una compiuta regolamentazione delle attività FinTech viene tuttavia percepita dall'investitore medio ancora più come un ostacolo che come un'opportunità.

Con riferimento specifico alla **valuta virtuale**, la Banca d'Italia ha messo in guardia gli istituti creditizi e le banche circa l'operare con i relativi strumenti di trading. Poco importa che l'Italia sia stata il primo Stato membro dell'UE a introdurre una definizione di "criptovaluta" sebbene nell'ambito della normativa antiriciclaggio.

L'attuale vuoto normativo permette intanto il **Peer-to-Peer Lending (P2P Lending)** vale a dire il prestito personale erogato da privati ad altri privati su Internet. Tale tipologia di prestito non passa cioè attraverso i canali tradizionali rappresentati da società finanziarie e banche.

Si tratta quasi di un ritorno alle origini del sistema creditizio, prima della grande "finanziarizzazione" e della complessità che ne è derivata. Oggi, grazie alla tecnologia e al web, l'intera catena di montaggio dell'erogazione di un prestito è stata trasportata online, con la conseguenza che

- i *richiedenti* possono prendere a prestito da individui che non hanno mai conosciuto;
- i *prestatori* invece possono prestare ad una molteplicità di richiedenti anonimi.

L'incontro tra domanda e offerta avviene su piattaforme digitali dette Marketplaces attraverso l'intervento di un operatore professionale.

Le criptovalute e i relativi investimenti

L'Autorità Europea di Sicurezza dei Mercati ESMA, l'Autorità Bancaria Europea EBA e l'Autorità Europea di Assicurazione su Pensioni e Assicurazioni EIOPA avvisarono i consumatori sul rischio elevato nel comprare o nell'investire in criptovalute. La valuta virtuale non è idonea, in definitiva, a molti progetti di investimento e di pensionamento.

La Consob sta ora maturando la convinzione che la valuta virtuale debba essere trattata come un qualunque investimento finanziario. Con la risoluzione n. 20207 del 6.12.2017 ha qualificato come finanziario l'investimento in valuta digitale, considerato che: - riguarda un investimento; - c'è un'aspettativa di ritorno finanziario; - il rischio è strettamente connesso con il capitale investito.

Ne consegue che l'offerta di valuta digitale è soggetta alla Direttiva 2014/65/UE relativa ai mercati degli strumenti finanziari e alla Direttiva 2003/71/CE sul prospetto da pubblicare per l'offerta pubblica o l'ammissione alla negoziazione di strumenti finanziari.

D'altra parte l'Agenzia delle Entrate ha qualificato le criptovalute come una valuta (estera) a tutti gli effetti fiscali, per quanto non vengano riconosciute come tale, invece, dalla Consob e nemmeno dalla Banca d'Italia.

Criptovalute e regolamentazione antiriciclaggio

Il legislatore italiano ha anticipato la quinta direttiva antiriciclaggio.

Il D. Lgs. N. 90 del 25 maggio 2017 di recepimento della Direttiva UE 849/2015 (la 4° direttiva antiriciclaggio) ha già introdotto la definizione di "criptovaluta" e di "fornitori di criptovaluta" così come anche di "registro dei fornitori di criptovalute".

Il Dipartimento del Tesoro ha lanciato una consultazione pubblica sul registro pubblico dei fornitori di criptovalute con la finalità di monitorare le loro operazioni in Italia, consultazione il cui resoconto non è stato ancora pubblicato.

Tale registro è previsto dall'art. 17-bis "Attività di cambiavalute" D.Lgs. . 13/08/2010 n. 141 di attuazione della direttiva 2008/48/CE relativa ai contratti di credito ai consumatori.

Tale normativa è entrata in vigore il 4 luglio 2017, richiede l'iscrizione in tale registro di coloro forniscono servizi di cambio tra criptovalute e valuta fiat.

Crowdfunding

L'Italia è stata tra i primi stati membri a regolamentare l'equity crowdfunding con il regolamento CONSOB ECR Equity Crowdfunding Regulation n. 18592/2013 sulla raccolta di capitale tramite portali online.

Tale Regolamento prevede uno schema di funzionamento tendente a:

- definire i ruoli di ogni figura coinvolta in tale schema: 1) offerente; 2) intermediario; 3) manager;

- definire le società che possono essere finanziate tramite crowdfunding: piccole e medie imprese; società start-up innovative; schemi per investimento collettivo; società che investono principalmente in piccole e medie imprese;
 - definire le autorizzazioni e le condizioni necessarie all'intrapresa dell'iniziativa (da parte anche di enti regolamentati o no);
 - assicurare la protezione ai consumatori secondo i criteri dettati dalla normativa MiFED II.
- In conclusione ci sarebbe da chiedersi, pensando al futuro:
- le banche centrali si occuperanno della valuta digitale e magari avranno una loro criptomoneta?
 - la prossima evoluzione della normativa MiFED riguarderà la valuta digitale come ogni altra valuta o strumento finanziario?
 - ci sarà insomma la scomparsa della valuta digitale o piuttosto una sua legittimazione come forma di investimento regolamentata?
 - le società FinTech rimpiazzeranno le banche nei servizi di pagamento o saranno le banche a costituire le loro operatività FinTech occupandosi dei relativi servizi?

Sono domande che non ottengono risposte certe ma che provocano piuttosto un'altra domanda: sarà la tecnologia blockchain a dare la migliore risposta alle istanze di regolamentazione e di protezione degli investitori a fronte dell'esistente normativa frammentata e incompiuta?

La tecnologia blockchain

Veniamo appunto a tale tecnologia: si tratta di un sistema sicuro, trasparente, di conservazione e trasmissione di dati che opera senza un'autorità di controllo centrale.

Può essere descritta come un **grande libro mastro** distribuito tra tutti gli utenti che registra tutte le transazioni che usano la stessa rete.

La **tecnologia blockchain** si rivela come uno strumento di successo nel risolvere tre fondamentali aree: l'identità, le transazioni, le risorse. Rappresenta un **cambio di paradigma** pronto a rivoluzionare il mondo della finanza in termini di **efficienza** e **costi** di intermediazione.

E' proprio la caratteristica della **Distributed Ledger Technology (DLT)**, la tecnologia di registro distribuito, che consente la **disintermediazione** e l'evoluzione verso **sistemi peer-to-peer** che superino i confini nazionali. Chi poteva inizialmente esserne avverso in linea di principio, come i tradizionali intermediari dei servizi - banche, notai e gestori dei diritti musicali - hanno poi sperimentato le potenzialità della nuova tecnologia in termini di **efficienza, rapidità e sicurezza**.

La tecnologia blockchain è insomma una rivoluzione radicale ma non mette in discussione, per ora, il ruolo e l'esistenza attuale dei sistemi di intermediazione a partire dalle banche.

Per quanto riguarda il più ampio mondo della finanza, che comprende oltre il denaro anche le azioni, le obbligazioni e i titoli, questi potrebbero essere gestiti e scambiati mediante tale tecnologia: ai benefici già detti si aggiungerebbe quello della **dematerializzazione**, con il superamento definitivo della carta stampata e la realizzazione di un **completo ecosistema digitale**: ne deriverebbe un risparmio per tutti, sia per chi offre il servizio di intermediazione sia per il cittadino che fa da mittente o da destinatario della transazione.

Non è un caso che si stia lavorando a livello mondiale, da parte di istituzioni finanziarie, banche, società di servizi e aziende tecnologiche, allo sviluppo di una piattaforma open source "Corda" creata per la registrazione, la gestione e la sincronizzazione delle transazioni finanziarie.

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO DIRITTO D'AUTORE

I servizi audiovisivi e le nuove regole europee

L'Osservatorio è curato per Diritto 24 dall'avvocato Giovanni Bonomo di AssistenzaLegalePremium.it

Il mercato dei servizi di media audiovisivi viaggia in parallelo alla rapida evoluzione della tecnologia digitale: ciò comporta un significativo cambiamento nelle abitudini dei cittadini fruitori dei nuovi servizi del quale il legislatore europeo non poteva non tenere conto anche per una più compiuta tutela, specialmente dei minori, da contenuti dannosi e pericolosi.

A fine novembre 2018 avverrà la pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale UE delle norme sulla **fornitura di servizi di media audiovisivi** che entreranno così in vigore all'interno dell'Unione europea.

Nella seduta del 6 novembre 2018 si è avuta infatti l'approvazione definitiva del Consiglio europeo, dopo quella di ottobre del Parlamento, della nuove norme di emendamento della direttiva sui servizi media audiovisivi, i cui tratti caratterizzanti principali sono una prevista quota minima del 30% delle produzioni europee nell'offerta al pubblico delle piattaforme di *streaming e on demand*, ed **una maggiore e più efficace tutela degli spettatori, in particolare dei minori**, da contenuti violenti, dannosi o offensivi e incitanti all'odio razziale, politico, sessuale, culturale.

Gli Stati membri dell'Ue dovranno recepire tale nuova normativa entro il periodo massimo di 21 mesi.

La nuova normativa serve a emendare e **aggiornare la direttiva del 2010 relativa alla fornitura di servizi di media audiovisivi** (i cui tratti fondamentali furono da me esaminati nel convegno 24. 5.2010 dedicato alla memoria dell'avv. Aldo Bonomo e quindi nel volume "Diritto degli audiovisivi" ed. Giuffrè 2012, commentario aggiornato sul Testo Unico dei Servizi di media audiovisivi e radiofonici, normativa da ultimo modificata con D.Lgs. 15 marzo 2010, n. 44, nel quale, al cap. 8, si trova il mio contributo sul tema delle televendite).

Da allora il mercato dei servizi di media audiovisivi ha subito un significativo cambiamento con la rapida evoluzione tecnologica: nuovi tipi di servizi hanno cambiato le abitudini dei telespettatori e dei fruitori dei servizi di Internet, i quali hanno assunto un ruolo attivo (fenomeno dello *user generatad content*), come spiega lo stesso Consiglio europeo nella relazione introduttiva e nel proprio sito Web.

Ne deriva l'esigenza di introdurre, anche per le piattaforme per la condivisione di video, tali nuove norme, intese anche ad aumentare la **diversità culturale** in Europa e a **promuovere i contenuti europei** introducendo una quota minima del 30% di opere europee nel catalogo dei fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta, quindi anche sulle piattaforme per lo *streaming on demand*.

Pe il resto viene confermato quanto già previsto nella Direttiva del 2010 sulla promozione della distribuzione e della produzione di programmi televisivi, agli art. 16 e 17, con riferimento

ai alle opere europee realizzate da produttori indipendenti.

Da sottolineare è la innovativa previsione, per quanto concerne la quota minima del 30% per le opere europee anche per le piattaforme *on demand*, della significativa **eccezione al c.d principio del Paese d'origine**: sia emittenti tradizionali sia fornitori di video a richiesta individuale possono essere gravati da un obbligo di contribuzione nei Paesi ai quali rivolgono i propri servizi pur essendo stabiliti in un altro Stato membro.

Sul fronte poi della protezione dei minori viene esteso il divieto di sponsorizzazione di prodotti dannosi per la salute e del teleshopping alle piattaforme online, le quali devono, al pari delle emittenti tradizionali *broadcaster*, predisporre un sistema di segnalazione e di rimozione dei contenuti pericolosi, pedopornografici, violenti, di incitamento all'odio e terroristici.

Degno di nota è infine l'incoraggiamento agli Stati membri a favorire il ricorso a meccanismi di co- e auto- regolamentazione tramite codici di condotta con riferimento a particolari categorie di prodotti rischiosi per la salute non solo dei minori.

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO DIRITTO D'AUTORE

Il product placement, o collocamento di marchi e prodotti all'interno di un film

L'osservatorio è curato per **Diritto24** dall'avv. Giovanni Bonomo - AssistenzaLegalePremium.it

*Il **product placement** è il posizionamento di un marchio all'interno delle scene di un film o altro prodotto audiovisivo a fronte del pagamento di un corrispettivo da parte dell'azienda che viene pubblicizzata. È una forma di pubblicità indiretta che trova limiti ulteriori rispetto a quelli previsti per le comunicazioni commerciali audiovisive, proprio a causa della interferenza dei contenuti promozionali con quelli divulgativi-informativi e del conseguente possibile addebito di pubblicità non trasparente o surrettizia.*

Nell'ambito delle misure volte a rendere più flessibili e nello stesso tempo più certe le norme che disciplinano le **comunicazioni commerciali audiovisive** (sulla cui ampia definizione si veda la lett. h dell'art. 1), la Direttiva 2010/13/UE sui servizi di media audiovisivi prevede, e definisce esplicitamente, il concetto di "inserimento di prodotti", vale dire "ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell'inserire o nel fare riferimento a un prodotto, a un servizio o a un marchio così che appaia all'interno di un programma dietro pagamento di un compenso" (lett. m art. cit.).

In linea di principio l'inserimento di prodotti è vietato (art. 11 comma 2).

Ma dalla lettura dei successivi commi si evince come tale principio possa essere largamente derogato da uno Stato membro a determinate condizioni, rendendosi quindi ammissibile tale forma di comunicazione commerciale [1]:

- nelle opere cinematografiche, film e serie di prodotti per i servizi di media audiovisivi, programmi sportivi e di intrattenimento leggero, a meno che si tratti di programmi per bambini, per i quali la deroga non si applica e restando quindi il divieto assoluto;
- dove non ci sia pagamento (e quindi quel rapporto di committenza presupposto nella definizione dell'istituto "... dietro pagamento o altro compenso") ma soltanto fornitura gratuita di determinati beni o servizi, quali aiuti alla produzione e premi, in vista della loro inclusione all'interno del programma.

Valgono poi gli stessi principi stabiliti per la sponsorizzazione, vale a dire:

che i c.d. programmi contenitori non devono essere, nel loro contenuto e nella loro programmazione, in alcun caso influenzati in modo da compromettere la responsabilità e l'indipendenza editoriale del fornitore di servizi di media; che non devono incoraggiare direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi, in particolare facendo riferimenti promozionali a tali beni o servizi; che in ogni caso non diano indebito rilievo ai beni o ai servizi; e infine che vi sia una chiara avvertenza per i telespettatori, dell'esistenza nel programma, di inserimenti di prodotti (art. 11 comma 3 lett. a, b, c e d).

La direttiva concede la possibilità agli Stati membri, "in via eccezionale", di non applicare le disposizioni relative all'identificazione – all'inizio, alla ripresa e alla fine del programma – dell'inserimento del prodotto; vale però la condizione che il programma in questione non sia stato prodotto né commissionato dal fornitore di servizi di media stesso o da un'impresa legata al fornitore di servizi di media.

Al comma 3 dello stesso art. 3 octies si prevede – in parallelo a quanto disposto all'articolo 10 sui programmi sponsorizzati – **il divieto di inserimenti di sigarette e di altri prodotti a base di tabacco**, ma anche di altri prodotti (fino ai c.d. **prodotti alibi**) provenienti dalle stesse imprese che abbiano come attività principale la produzione di quei prodotti; nonché **il divieto di inserimento di specifici medicinali o di cure mediche** che si possono ottenere solamente su prescrizione medica.

Benché nessuno dubiti della **preminenza del diritto alla salute**, posto a fondamento dei divieti, sui principi comunitari di **libertà di circolazione dei servizi e dei programmi televisivi**, una disciplina che vietasse la trasmissione di eventi che si svolgono in Paesi ove il product placement del tabacco o di altri prodotti "critici" è lecita, o che imponesse l'adozione di accorgimenti tecnici atti ad eliminare ogni riferimento pubblicitario dalle riprese, risulterebbe eccessivamente penalizzante per il diritto all'informazione.

Opportunamente dispone quindi l'art. 3 comma 1 che "Gli Stati membri assicurano la libertà di ricezione e non ostacolano la ritrasmissione sul proprio territorio di servizi di media audiovisivi provenienti da altri Stati membri per ragioni attinenti ai settori coordinati dalla presente direttiva".

A meno che si tratti di programmi in grado di nuocere gravemente ai minori o che contengano incitamenti all'odio razziale o per questioni di sesso, religione o nazionalità.

Vale attualmente la deroga al divieto di *product placement* solamente in ambito cinematografico, giusta l'art. 9 comma del D. Lgs. 22 gennaio 2004 n. 28, che consente l'inserimento nei film di "inquadrature di marchi e prodotti, comunque coerenti con il contesto narrativo", purché sia inserito "un idoneo avviso che rende nota la partecipazione delle ditte produttrici di detti marchi e prodotti ai costi di produzione del film" (con successivo d.m. 30 luglio 2004 sono poi state definite dal Ministero dei beni e delle attività culturali le modalità tecniche di attuazione del "collocamento pianificato di marchi e prodotti" nell'opera cinematografica).

I fornitori dei servizi di media audiovisivi devono quindi fare attenzione ai casi **di interferenza dei contenuti promozionali con quelli divulgativi-informativi**, per la valutazione - nel contesto scenico della trasmissione - degli elementi presuntivi da cui l'AGCM fa discendere il carattere di pubblicità non trasparente.

Nel contesto di **un'informazione oggettiva**, laddove intervenga una comparazione, si rende necessario che il confronto sia reale e coerente per tipologia omogenea dei prodotti confrontati.

La descrizione dei prodotti non deve avvenire con toni enfatici e rassicuranti.

L'inquadratura di un prodotto riconoscibile per marca non deve essere eccessiva ed insistente o essere non proporzionato al tema della trasmissione.

Le citazioni di marchi o prodotti noti devono rispettare le condizioni di liceità del messaggio promozionale o di telepromozione, e in ogni caso non devono essere gratuite e disancorate dal tema e dal contesto narrativo della trasmissione.

Gli elementi presuntivi gravi, precisi e concordanti, a prescindere dalla prova storica del rapporto di committenza sussistente tra committente e agente incaricato della comunicazione pubblicitaria, devono essere espressione dei principi di **trasparenza** della pubblicità e di **non ingannevolezza**, ma trovano il limite normativo del **diritto di critica** e della **libera manifestazione del pensiero**, per cui si rende necessario un **corretto bilanciamento caso per caso** degli interessi in conflitto.

[1 La disciplina dell'inserimento dei prodotti è prevista nel nostro ordinamento dall'art. 15 D. Lgs. 15. 3.2010 n. 44 di attuazione della richiamata direttiva UE.

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

Che cosa è la Blockchain. La efficacia anche nella lotta alla contraffazione

L'Osservatorio è curato per Diritto 24 dall'avv. Giovanni Bonomo

*La Blockchain è quell'universo ancora inesplorato che può innescare quel salto quantico dell'umanità previsto nelle mie note sulla **A.I.** Amplificazione dell'Intelligenza e sulla successiva **I.A.** Intelligenza Artificiale. Anche le libere professioni possono essere rivoluzionate da tale tecnologia, aprendo la strada a **infinite possibilità di interazione** tra vari settori dello scibile umano in una prospettiva interdisciplinare, rimodellando radicalmente l'economia e il diritto. La tutela della proprietà intellettuale e la lotta alla contraffazione possono intanto essere rafforzate da tale tecnologia.*

Vi ho già parlato a più riprese, della **tecnologia Blockchain** nata con il **Bitcoin** e delle sue caratteristiche rivoluzionarie per applicazioni non monetarie anche in campi ritenuti immutabili e impervi alla tecnologia digitale [1].

Nota anche come *DLT Distributed Ledger Technology*, che si traduce in "tecnologia di registro distribuito", ha le caratteristiche di **non duplicabilità, decentralizzazione, incorruttibilità, immutabilità e trasparenza** di un registro, appunto, decentrato: in esso tutti sono partecipi degli scambi, della cronologia, degli aggiornamenti di ogni transazione, ciascuno con la propria copia digitale dello stesso registro.

Tale struttura decentrata dell'informazione, in cui i dati del registro delle transazioni sono in mano a tutti e quindi a nessuno in particolare, permette la **disintermediazione** di ogni servizio e si oppone quindi ai controlli di sicurezza dei flussi di dati offerti dai sistemi tradizionali basati su gestioni centralizzate.

Stiamo ora vivendo una fase di transizione verso un'era di **connettività tra cose, dati e persone**, da me chiamata **Internet of Everything**, in cui la DLT gioca un ruolo strategico: bisogna conciliare i più recenti sistemi informatici decentralizzati con le garanzie di rispetto delle leggi e delle norme di sicurezza offerte dagli intermediari tradizionali. Questi si rendono conto che la tecnologia Blockchain è il futuro inevitabile e, da un atteggiamento di iniziale avversione, arrivano a cogliere adesso le opportunità in termini di **efficienza, sicurezza, semplificazione e rapidità** che offre tale tecnologia [2].

Ora anche le banche e le società di gestione collettiva dei diritti musicali, dopo i notai, sperimentano il risparmio, in termini di costi e di tempo, sia di chi offre il servizio di intermediazione sia del cittadino destinatario e fruitore dei servizi. Questo sistema durerà fino a quando, secondo le mie previsioni, **gli intermediari spariranno del tutto**, o meglio saranno sostituiti da nodi di Intelligenza Artificiale.

Già adesso le caratteristiche di **trasparenza** e di **tracciabilità** delle transazioni si traducono in vantaggi sia per le banche, per le compagnie assicurative, e per le società di intermediazione finanziaria. La presa di coscienza di questi vantaggi da parte degli enti regolatori tradizionali,

che ora collaborano verso tali innovazioni, comporta, in definitiva, in un notevole risparmio per le economie nazionali degli Stati.

Per quanto riguarda il settore finanziario vi ho parlato, sempre su questa rivista, del **Piano di Azione FinTech** inteso a facilitare e incoraggiare l'innovazione finanziaria nel mercato unico europeo, assicurare la trasparenza delle transazioni e, nel contempo, migliorare la protezione dei consumatori [3].

Anche qui la tecnologia DLT, per chi investa in azioni, in obbligazioni e titoli vari, comporta il superamento definitivo della carta stampata con la realizzazione di un **completo ecosistema digitale** [4].

Poniamoci ora una domanda, pensando al vasto mondo del diritto d'autore e della proprietà intellettuale: la tecnologia Blockchain può servire anche a tutelare più efficacemente i **diritti di privativa industriale**? E ad essere magari anche un valido strumento di **lotta alla contraffazione**?

La domanda viene da sé, se solo pensiamo alle molteplici possibilità, offerte da Internet a pirati informatici e contraffattori, di ottenere in tempi brevi una vasta gamma di prodotti di provenienza incerta. Una risposta ci viene data da Andrea di Carlo, vicedirettore di EUIPO, in un'intervista di luglio dello scorso anno 2018 intitolata "Blockchain e contraffazione" sulla rivista online *Ingenium*.

L'EUIPO *European Union Intellectual Property* è l'agenzia dell'Unione Europea, con sede ad Alicante in Spagna, che gestisce la registrazione dei marchi comunitari e dei disegni o modelli comunitari registrati, al fine di proteggere la proprietà intellettuale in tutti gli Stati membri dell'UE.

Nell'anno 2009 è stato istituito, in seno a tale agenzia, l'**Osservatorio europeo sulle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale** per sostenere la protezione e l'applicazione dei diritti di Proprietà Intellettuale e per combattere la crescente minaccia di violazioni in Europa. Tale Osservatorio fornisce studi e dati per aiutare nella **definizione di politiche efficaci per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale** e per supportare l'innovazione e la creatività.

I sistemi finora utilizzati per affrontare le contraffazioni monitorando la catena di approvvigionamento tramite le banche dati di EUIPO, ad iniziare dai tradizionali controlli doganali fino all'identificazione con radiofrequenza – dice Di Carlo – si sono dimostrati inefficaci o quanto meno insufficienti per una tutela completa della proprietà intellettuale.

Proprio la Blockchain e la TLD consentirà un **rafforzamento dei controlli** senza sostituirsi a detti strumenti ma potenziandoli tramite la **marcatura temporale** dei prodotti, monitorando in modo sicuro ogni cambiamento di stato che ogni tipo di merce potrebbe subire.

Il **processo crittografico** di tracciamento tramite l'**impronta digitale** del file e la marcatura temporale consente di certificare le titolarità, i passaggi e le relative date di un determinato prodotto, documento o transazione. La tecnologia Blockchain viene già utilizzata per tracciare i prodotti all'interno della filiera agroalimentare dei medicinali, ma potrà anche operare a breve contro la contraffazione di prodotti tecnologici, beni di lusso e ogni altra merce.

Il futuro nemmeno remoto potrà essere, nella prospettiva di totale scomparsa di ogni autorità centrale di controllo e di ogni ente di intermediazione, un'**infrastruttura intelligente** collegata al prodotto fisico registrato sulla Blockchain che consente l'immediata verifica della sua autenticità tramite invio di informazioni ai titolari dei diritti di proprietà industriale o intellettuale non appena fosse rilevato un tentativo di contraffazione.

a cura dell'avv. Giovanni Bonomo - AssistenzaLegalePremium.it

(1) In <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/intervistaAvvocato/2017-11-15/giovanni-bonomo-avvocato-esperto-diritto-nuove-tecnologie--managing-partner-dipartimento-diritto-d-autore-alp--assistenzalegalepremium-150906.php> ho fatto i due esempi pratici della NotarChain, la prima Blockchain privata dei notai a servizio della cittadinanza, e del progetto OpenLaw, che avrà un forte impatto nella professione forense soprattutto per quanto riguarda gli avvocati contrattualisti. Della già realizzata NotaChain

parlo più diffusamente nel mio blog <https://www.ultime-notizie.net/la-notarchain-italia-la-blockchain-privata-dei-notai-servizio-della-cittadinanza> dove richiamo le tappe della informatizzazione dei registri pubblici societari, dell'informatizzazione del registro immobiliare, della nascita dell'atto pubblico informatico, che ha già permesso le aste telematiche notarili, il cui funzionamento viene ora ulteriormente semplificato.

(2) <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2018-10-10/internet-come-sistema-operativo-sociale-ad-accesso-universale-105700.php>

(3) <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/dirittoCivile/2018-10-22/la-tecnofinanza-e-novita-blockchain-153805.php>

(4) <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/dirittoCivile/2017-12-15/un-diritto-connesso-editori-contenuti-proposta-estendere-diritto-d-autore-snippet-161747.php>

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

Format televisivo e sua tutelabilità secondo il diritto d'autore

L'Osservatorio è curato per Diritto 24 dall'avv. Giovanni Bonomo di [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Il format televisivo ha trovato nell'elaborazione giurisprudenziale una propria definizione atta a delineare le caratteristiche che contano ai fini della tutelabilità come opera dell'ingegno.

È noto il principio informatore del diritto d'autore secondo il quale vengono protette non le semplici idee, per quanto creative e nuove, bensì la forma espressiva in cui tali idee si manifestano.

Parlando del "format" televisivo e della sua tutelabilità nell'ambito della normativa sul diritto d'autore, tale principio è stato sempre il punto di partenza, in sede dottrinale e giurisprudenziale, per tutte le considerazioni sulla proteggibilità o meno, a seconda della compiutezza espressiva, del tipo di format in esame.

In giurisprudenza, in particolare, si è passati da un primo orientamento, inteso a non ritenere tutelabili programmi televisivi articolati solo ed esclusivamente in uno "schema", per difetto del requisito della compiutezza espressiva e rappresentativa, ad un secondo e più recente orientamento volto a sostenere la tutelabilità anche di uno "schema di trasmissione" a condizione che lo stesso presenti sufficienti elementi di creatività e originalità.

Secondo questo orientamento uno "schema di programma" può considerarsi sufficientemente delineato quando, pur senza giungere ad una esposizione minuziosa ed analitica, fornisca elementi tali da caratterizzare in modo compiuto almeno la natura e lo svolgimento degli eventi. In questo caso, anche quando il tema centrale della trasmissione non abbia di per sé caratteristiche di novità, si è in presenza di un'elaborazione originale e proteggibile.

Ne consegue che a maggiori diversificazioni e caratteristiche originali del format conseguirebbero maggiori possibilità di ottenerne la tutela in sede giudiziale.

Resta il fatto che il format non è contemplato dall'art. 2 della legge sul diritto d'autore ([L. 633/1941](#)) e che non si sono avuti, così come è avvenuto per i programmi per elaboratore e le banche dati, interventi legislativi di ammodernamento della norma in modo da includervi anche il "format", la cui definizione è il frutto solo dell'elaborazione giurisprudenziale.

Non poteva che essere così, a fronte del vuoto normativo inammissibile, se pensiamo che il format è alla base delle principali produzioni televisive ed è oggetto di negoziazione tra vari soggetti (emittente, produttore, autore, interpreti, attori).

E di tale elaborazione giurisprudenziale chi scrive è stato pure partecipe. Non possono non ricordare le argomentazioni in difesa di R.T.I. atte ad assecondare il primo orientamento, scritte negli atti insieme al compianto genitore avv. Aldo Bonomo a fronte di addebiti di contraffazione di *format*: si faceva riferimento a quell'indirizzo giurisprudenziale e dottrinale secondo il quale le idee alla base di un programma televisivo, seppur originali, non sono tutelabili se non si sviluppano in un canovaccio preconstituito, se lasciano spazio all'improvvisazione e a eventi imprevedibili; e le argomentazioni erano incentrate sulla

negazione dei caratteri di compiutezza, di replicabilità del format rivendicato e degli "schemi di gioco" in generale.

Degna di menzione è la causa Baila! / Ballando, che ebbe una grande risonanza mediatica, intentata dalla conduttrice Milly Carlucci, insieme a RAI e Ballandi Entertainment, per contestare e inibire il programma televisivo "Baila!" per asserita contraffazione del format "Ballando". Fu una delle pochissime sentenze sfavorevoli a R.T.I., perché in questo caso il Tribunale di Roma ravvisò la contraffazione e inibì la messa in onda di Baila!, essendo stato riconosciuto a "Ballando" quella "*creatività sufficiente a differenziarlo da altre gare di ballo*", con ordinanza confermata in sede di reclamo. Si stava ormai delineando quell'indirizzo volto a colmare una lacuna normativa sulla tutelabilità del format televisivo come opera dell'ingegno.

Come si definisce il format televisivo?

Una prima definizione venne fornita dalla SIAE Società Italiana degli Autori ed Editori nel 1994 (Bollettino SIAE n. 66/1994 p. 546): "*un'opera dell'ingegno avente struttura originale esplicitativa e compiuta nell'articolazione delle sue fase sequenziali e tematiche, idonea ad essere rappresentata in un'azione radiotelevisiva o teatrale, immediatamente o attraverso interventi di adattamento o di elaborazione o di trasposizione, anche in vista della creazione di multipli. Ai fini della tutela, l'opera deve comunque presentare i seguenti elementi qualificanti: titolo, struttura narrativa di base, apparato scenico e personaggi fissi*".

Per quanto neutrale rispetto al merito dei format depositati, perché l'ente si limita a verificare alcuni requisiti formali attribuendo una data certa, va riconosciuto alla SIAE di aver fatto il primo passo, con tale definizione, verso la tutela del *format*. Tale definizione è stata poi ripresa, nel 2001, dall'AGCom, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, con delibera 699/01/CSP, la quale aggiunge che si tratta di opera complessa formata dagli elementi necessari alla produzione televisiva, come le scene, i personaggi, le regole del gioco, la scenografia, etc. oltre ovviamente al titolo e al concept, vale a dire l'indicazione sintetica della struttura narrativa.

In mancanza di un'assoluta originalità del *concept*, saranno questi ulteriori elementi a dare comunque dignità di opera tutelabile al *format*: lo sviluppo dettagliato della trama, la definizione dei ruoli principali, la descrizione delle componenti visive e sonore, la scaletta di ogni puntata, gli eventuali meccanismi di gioco.

Ma è stato nell'anno 2017 che la Corte di cassazione (sent. n. 18633 del 27.7.2017) ha chiarito e riassunto i requisiti per la tutela giuridica del *format* delineati nell'ultimo decennio.

La Suprema Corte, confermando l'iter logico-argomentativo dei giudici di merito nel decidere la controversia promossa dalla nota emittente nei confronti di una società di produzione televisiva, ritenne che il format televisivo già elaborato dalla società di produzione convenuta fosse dotato di una sufficiente definizione creativa e compiutezza espressiva, mentre le modificazioni aggiunte dall'attrice fossero del tutto marginali.

I giudici di legittimità mostrano di conoscere la definizione di *format* data da L.C. Ubertazzi nel suo *Commentario breve alle leggi su proprietà intellettuale e concorrenza*, VI ed., 2016, p. 1483: "*uno schema di base che individua i principali tratti caratteristici di una trasmissione televisiva o, più spesso, di un'intera serie di trasmissioni tra loro veramente coordinate*". Come già precisato dalla SIAE nella sua definizione, tale schema, dotato di titolo, deve però svilupparsi, ai fini della tutelabilità come opera dell'ingegno, in una struttura narrativa, in un apparato scenico e in personaggi fissi e, per essere immediatamente riconoscibile come opera, in una sintetica descrizione, o *concept*.

Sono la compiutezza espressiva, la struttura programmatica, gli elementi strutturali della vicenda, l'ambientazione nel tempo e nello spazio, il filo conduttore della narrazione, i personaggi nei loro caratteri peculiari, che fanno assurgere il format a dignità di opera dell'ingegno tutelabile secondo il diritto d'autore. In mancanza di tali elementi, conclude la Suprema Corte, un "format televisivo" non può essere tutelato come opera dell'ingegno,

essendo un'ideazione generica, carente dei requisiti di creatività e individualità espressiva che stanno alla base della tutelabilità di un'opera dell'ingegno.

Si ritorna insomma al punto di partenza, al principio informatore del diritto d'autore secondo cui non vengono protette le idee in quanto tali, per quanto creative e nuove, bensì la forma espressiva che esse assumono. E il "format televisivo" sarà proteggibile quando soddisfa le caratteristiche ora inequivocabilmente delineate.

Avv. Giovanni Bonomo

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati



[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

BLOCKCHAIN

Il valore legale della Blockchain e degli smart contract

Commento a cura dell'avv. Giovanni Bonomo di [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Il "decreto semplificazioni" 2019 conferisce valore legale alla blockchain e agli smart contract. La conferma ufficiale dell'inizio di una nuova era.

Vi ho parlato a più riprese della **Blockchain**, che nasce con il Bitcoin, e delle sue applicazioni non monetarie(**notai**) . La **tecnologia dei registri distribuiti** *DLT Distributed Ledger Technology*, di cui la *Blockchain* è espressione, varca i confini delle criptovalute e apre la strada a infinite applicazioni. Si tratta di semplificare ogni attività della nostra vita che richieda una certificazione di dati.

Torno a parlarne oggi perché, a fine gennaio di quest'anno si è dato valore legale alla *Blockchain* e agli **smart contract**, con un emendamento, approvato dal Senato, al disegno di legge sulle semplificazioni del **pacchetto Stabilità 2019**.

La norma inserisce, per la prima volta, nel nostro ordinamento le "tecnologie basate su registri distribuiti come la *Blockchain*" e una definizione di "smart contract".

Ecco il testo della nuova norma:

Art. 2

(Definizione di tecnologie basate su registri distribuiti)

1. Si definiscono "Tecnologie basate su registri distribuiti" le tecnologie e i protocolli informatici che usano un registro condiviso, distribuito, replicabile, accessibile simultaneamente, architetturealmente decentralizzato su basi crittografiche, tali da consentire la registrazione, la convalida, l'aggiornamento e l'archiviazione di dati sia in chiaro che ulteriormente protetti da crittografia verificabili da ciascun partecipante, non alterabili e non modificabili.

2. Alle informazioni e ai dati certificati attraverso tecnologie basate su registri distribuiti secondo il principio di neutralità tecnologica è attribuita la stessa validità giuridica attribuita a informazioni e dati certificati attraverso l'uso di altre tecnologie.

A parte le ripetizioni la non brillante struttura sintattica la norma è chiara nello stabilire un primo e importante riconoscimento di tale nuova tecnologia digitale.

La possibilità di dare un valore giuridico ad una transazione che sfrutti un registro informatico distribuito, senza passare da notai o entri certificatori centrali, trova così pieno riconoscimento legale, così come anche la possibilità di eseguire in automatico un contratto che abbia lo stesso valore giuridico di un contratto tradizionale scritto e firmato.

Già un passo avanti è stata, in data 27 settembre 2018, l'adesione, con la firma del Ministro per lo Sviluppo economico e del lavoro, alla **European Blockchain Partnership** intesa a favorire la collaborazione tra gli Stati membri per lo scambio di esperienze, sia sul piano

tecnico sia su quello della regolamentazione. Non potevamo come nazione infatti restarne fuori.

L'Italia è stata uno dei primi Stati al mondo a disciplinare la **firma digitale** nel 1997 e siamo i precursori in Europa del **sistema pubblico di identità digitale SPID**. E non dimentichiamo che la tecnologia della *Blockchain* è già in atto nei servizi di logistica, per la tutela dei dati personali, dei servizi sanitari, della proprietà intellettuale e per la sicurezza dei registri del catasto e dell'anagrafe.

Pensiamo ora alla maggior comodità di conferire data certa ad un'opera protetta dal diritto d'autore registrandola sulla *Blockchain*, e all'utilità della certificazione di ogni passaggio di un prodotto della filiera agro-alimentare per proteggere il made in Italy. Per questo dicevo che la tecnologia LTD potrà anche operare a breve contro la contraffazione di prodotti tecnologici, beni di lusso e ogni altra merce.

Questo perché proprio la *Blockchain* e la TLD consentirà un rafforzamento dei controlli potenziandoli tramite la **marcatore temporale** dei prodotti, monitorando in modo sicuro ogni cambiamento di stato che ogni tipo di merce potrebbe subire.

La tecnologia blockchain o comunque tutte le tecnologie DLT sembrano essere le sole in grado di assicurare provenienza, integrità, sicurezza e immodificabilità a dati, informazioni e documenti informatici (**nota2**).

Di questo passo l'ulteriore avanzamento a cui brindare sarà l'approvazione di **regole tecniche valide e uniformi a livello europeo** che stabiliscano, seguendo precisi standard, quali documenti una tecnologia basata su DLT possa effettivamente certificare e garantire.

Avv. Giovanni Bonomo

NOTE:

1 Da ultimo in <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2019-01-18/che-cosa-e-blockchain-efficacia-anche-lotta-contraffazione--110555.php>

2 Ai sensi dell'art. 20 1-bis del D. Lgs. 7. 3.2005 n. 82 "Codice dell'amministrazione digitale" il "documento informatico" soddisfa il requisito della forma scritta e ha l'efficacia prevista dall'articolo 2702 cod. civ. quando vi è apposta una firma digitale, altro tipo di firma elettronica qualificata o una firma elettronica avanzata o, comunque, è formato, previa identificazione informatica del suo autore, attraverso un processo avente i requisiti fissati dall'AgID Agenzia per L'Italia Digitale ai sensi dell'articolo 71 con modalità tali da garantire la sicurezza, integrità e immodificabilità del documento e, in maniera manifesta e inequivoca, la sua riconducibilità all'autore.

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

PARLA L'ESPERTO

Testamento digitale, ecco cosa rimane di noi sul web dopo la morte

14 Febbraio 2019

aaa



Con l'introduzione della nuova legge sulla privacy (D. Lgs. 10. 8.2018 n. 101) è stata confermata la possibilità di poter scrivere il proprio testamento digitale. In esso viene stabilito che cosa succederà alla propria identità digitale quando quella "terrena" verrà meno. Proviamo solo a pensare a quante informazioni su di noi esistono nel web e a come, in base a queste ultime, ci si potrà ricordare di una persona. Per capire meglio di cosa stiamo parlando abbiamo sentito l'avvocato **Giovanni Bonomo** di AssistenzaLegalePremium.it, esperto in diritto delle nuove tecnologie.

Su che cosa si può decidere nel proprio testamento digitale?

Su tutto quello che riguarda la propria identità digitale. Vivendo in una società multimediale, molti dei nostri dati sono frammentati nel web, vuoi per gli acquisti effettuati online, piuttosto che per le ricerche che abbiamo fatto nei motori di ricerca, ma anche per le mail inviate o le interazioni e i post nei social network. Tutte queste tracce, seminate nel tempo nel web, fanno parte della nostra identità digitale. Così, anche se non si è possessori di un sito web personale, le tracce del nostro passaggio in Rete esistono, e su queste tracce si può intervenire facendo valere i propri diritti.

Quindi, per esempio, si avrà il diritto di decidere che fine faranno i nostri account social: si potrà decidere se le proprie tracce digitali dovranno essere eliminate con la propria morte o se ciò che abbiamo scritto, condiviso e online dovrà rimanere come ricordo per i posteri della nostra vita. Arrivando anche a poter selezionare che cosa potrà rimanere e che cosa invece dovrà essere cancellato.

Il testamento digitale potrà essere intaccato dai diritti di eventuali eredi?

R. Se i contenuti del proprio testamento digitale fossero in contrasto con quanto prevede il Codice Civile in materia di successione, allora gli eredi, legittimi e testamentari, potrebbero far valere con ragione i loro diritti patrimoniali a scapito della volontà di chi ha scritto il testamento.

Per esempio, se dovessimo decidere che le foto artistiche da noi postate su Facebook dovranno rimanere fruibili gratuitamente online, ma nel frattempo noi siamo diventati famosi fotografi d'arte e le nostre opere hanno ricevuto apprezzamenti e quindi acquisito un indubbio valore commerciale, i nostri eredi in caso di nostra prematura scomparsa potrebbero obiettare che sarebbe un loro diritto poter lucrare sui diritti d'autore delle foto. In tal caso la legge successoria vigente in Italia prevarrebbe sulle ultime volontà digitali lasciate dal defunto.

Che cosa consiglia di fare a chi fosse interessato a stilare il proprio testamento digitale?

Si dovrà banalmente scrivere un testamento, che potrà essere sia cartaceo che digitale, e lo si dovrà lasciare alla figura che si renderà titolare del trattamento dei propri dati personali. Questa figura può essere un proprio erede oppure un notaio, un avvocato, un qualsiasi parente o comunque una persona di fiducia. All'interno del testo si dovrà specificare in modo chiaro e univoco tutti quegli interventi che potranno essere effettuati dal titolare del trattamento sui propri account social, così come si potrà anche disporre che dopo un certo numero di anni un proprio account venga chiuso.

È bene ricordare che i principali social network prevedono già al proprio interno dei formulari compilabili dove è possibile specificare quali siano le proprie volontà riguardanti il trattamento dei propri account dopo il nostro decesso. Laddove quindi il social network lo consenta, queste disposizioni post mortem in aggiunta al proprio testamento digitale, sono senz'altro consigliabili, soprattutto per coloro molto attivi sui social. Diventa anche un segno di rispetto per chi ci è (stato veramente) vicino, che non dovrà impazzire per avere accesso ad account o siti nel marasma di impedimenti burocratici.

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

testamento digitale

Con il "testamento digitale" possiamo disporre della nostra identità digitale dopo il nostro decesso. Ma il legislatore pone dei limiti

Commento a cura dell'avvocato Giovanni Bonomo – [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Possiamo veramente, con il nuovo codice della privacy, disporre dei nostri diritti personali e la nostra identità digitale dopo il decesso? Niente di nuovo sotto il sole.

Mi ero occupato dell'argomento lo scorso anno per indicare i surrogati di "testamento digitale", in mancanza di una compiuta disciplina legislativa, messi a disposizione dai quattro principali social network.

In questi giorni di plauda al riconoscimento legislativo, con l'art. 2-terdecies "Diritti riguardanti le persone decedute", introdotto dal D. Lgs. 10. 8.2018 n. 101 di recepimento del GDPR *General Data Protection Regulation* europeo, del testamento digitale; in verità la previsione è deludente per la logica patrimonialista sottesa, che apre molteplici possibilità di superare le ultime volontà digitali dell'interessato laddove vengano compromessi i diritti patrimoniali della successione legittima e testamentaria.

Viene in sostanza ufficialmente legittimato ciò che si poteva fare anche prima, cioè la possibilità di redigere una sorta di testamento con cui il titolare di un profilo social o di un account in Rete può dettare le ultime volontà sulla gestione dei suoi dati personali in caso di morte.

La norma precisa che per poter esercitare i diritti sulla privacy è sufficiente essere "portatori di un interesse proprio", o essere stati incaricati dall'interessato deceduto oppure vantare ragioni familiari meritevoli di protezione.

Tuttavia l'esercizio di tali diritti (che sono: – l'accesso ai dati; – la rettifica dei dati; - la cancellazione dei dati; - la limitazione all'utilizzo dei dati; - la portabilità dei dati; - l'opposizione all'utilizzo dei dati) non è ammesso quando il *de cuius* – come si suole chiamare in linguaggio giuridico l'interessato deceduto – lo ha espressamente vietato con dichiarazione scritta comunicata al titolare del trattamento.

La norma prosegue con l'ovvia precisazione che il divieto può riguardare tutti o solo alcuni dei propri dati; che deve essere espressa in forma scritta; risultare in modo non equivoco; che deve essere "specifica, libera e informata"; che può essere modificata o revocata dall'interessato in ogni momento.

Ma ecco che, al quinto e ultimo comma, prevale la logica patrimonialista che può rendere nulle tali ultime volontà: il divieto dell'interessato non può infatti produrre effetti

pregiudizievoli per l'esercizio da parte di terzi dei diritti patrimoniali che derivano dalla morte dell'interessato e del diritto di difendere in giudizio i loro interessi.

Eppure i **beni personali digitali**, come i nostri testi, i nostri contatti, le nostre foto, etc. sfuggono alla tradizionale logica successoria dei beni patrimoniali. Se ragioniamo in termini di valore, quali dei due beni contano di più, quelli personali o quelli patrimoniali?'

Ci si aspettava una legge più articolata che disciplinasse le **modalità di backup** dei nostri documenti, dei nostri scritti, delle nostre foto, delle credenziali di accesso a tutti i nostri siti di posta elettronica e di servizi, in modo che i beneficiari designati dal *de cuius* potranno aprire il "box virtuale" dei nostri dati personali e dare continuità ai nostri progetti e alle nostre missioni.

La previsione normativa di cui all'art. 2 terdecies D. Lgs. 101/2018 definisce – e per questo ha comunque una sua importanza - per la prima volta, i "**servizi della società dell'informazione**", che sono quei servizi prestati a distanza, per via telematica e a richiesta individuale di un destinatario, che ben comprendono i trattamenti di dati conseguenti all'iscrizione a social network o a servizi di posta elettronica o di messaggistica.

Ma per quanto riguarda l'effettiva messa a tutela dei propri **dati personali** restano validi i sistemi, di cui parlo nel mio articolo, messi a disposizione dai principali *social network*, i quali – e con le modalità in esser descritte - consentono di conservare effettivamente e tramandare ai posteri la nostra eredità digitale.

Restiamo sempre in attesa di una compiuta regolamentazione, perché, come già dicevo, fare il proprio testamento digitale rientra tra le **buone pratiche di utilizzo della Rete** ed è una buona azione di **social reputation** che riguarda ogni aspetto del nostro modo di abitare il Web: proteggere i nostri dati personali anche quando non ci saremo più, prima ancora che disporre delle nostre sostanze nel testamento tradizionale, è un segno di rispetto per chi ci è (stato veramente) vicino, che non dovrà impazzire per avere accesso ad account o siti nel marasma di impedimenti burocratici.

Avv. Giovanni Bonomo

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

SOCIAL

Messaggi pubblicitari e omissioni ingannevoli - La figura dell'influencer

Commento a cura dell'avv. [Giovanni Bonomo](#) – [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Farsi i selfie è diventata un'abitudine molto diffusa sia in Italia che all'estero da parte di personaggi dello sport, della moda e dello spettacolo. Al punto che alle aziende i social influencer sono più graditi dei classici testimonial e la voce "influencer" campeggia sulle altre voci pubblicitarie nei budget di marketing delle maggiori imprese. Va da sé che non si tratta di testimonianze spontanee. Ora le aziende indagate dalla AGCM sono la Samsung e la nostra Barilla.

È invalso l'uso, con la diffusione sempre più fitta delle comunicazioni audiovisive nell'attuale società dell'informazione multimediale, di testimoniare in Internet, da parte dei consumatori, in favore di qualche servizio o prodotto da loro personalmente sperimentato.

Non dimentichiamo la maggior facilità di fare *selfie* con gli *smartphone*, con videocamera di ad alta definizione, e di "postare" poi le immagini, accompagnate da didascalie, commenti, o brevi scritti, sui social network sempre direttamente dallo *smartphone*.

Quando poi il testimone è un VIP o personaggio noto, sia dello schermo sia ora dello stesso mondo di Internet, si ha il fenomeno dell'**'influencer'**: egli è infatti ha – o meglio gli si accredita – il potere di influenzare chi legge un post o guarda un video e di orientare le mode.

La fortuna degli *influencer*, e dei prodotti o servizi di cui loro mostrano entusiasmo, sta nella fama e nella credibilità che hanno raggiunto presso il largo pubblico.

Va da sé chiedersi se una testimonianza in favore di un prodotto sia spontanea o meno, perché tale pubblicità gratuita, dovuta al presunto entusiasmo del testimone, si traduce comunque in un indubbio vantaggio per il marchio o *brand* pubblicizzato. Avvenne già che, sulla base di tale dubbio, nel luglio 2017 l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato iniziò un'indagine, in seguito ad un esposto dell'Unione Nazionale Consumatori, sul fenomeno dell'**'influencer marketing'** nei social media.

Alla base dell'indagine era l'addebito di **pubblicità camuffata**, dietro un'apparente e disinteressata esaltazione di un prodotto che in verità viene sponsorizzato dal committente produttore di quel prodotto.

Data poi l'ampia previsione dell'art. 22 "Omissioni ingannevoli" del Codice del Consumo, che prescrive di indicare in ogni caso l'intento commerciale e pubblicitario di una pratica, si ha ampio margine nel ravvisare una **pubblicità indiretta e ingannevole** nel fenomeno.

Abbiamo già parlato del *product placement*, che è il posizionamento di un marchio all'interno delle scene di un film o altro prodotto audiovisivo a fronte del pagamento di un corrispettivo da parte dell'azienda che viene pubblicizzata. Abbiamo quindi spiegato che è una forma di pubblicità indiretta, che trova limiti ulteriori rispetto a quelli previsti per le comunicazioni commerciali audiovisive, proprio a causa della interferenza dei contenuti promozionali con

quelli divulgativi-informativi e del conseguente possibile addebito di **pubblicità non trasparente o surrettizia**.

Ecco perché si parla, a proposito dell'influencer, di una sorta di **product placement camuffato**. E la pubblicità, specie se occulta, ha il potere di influenzare gli spettatori e consumatori nella scelta di un prodotto, specialmente se fatta sul Web, destinata ad una platea tendenzialmente globale.

Farsi i selfie poi è diventata poi un'abitudine molto diffusa sia in Italia che all'estero da parte di personaggi dello sport, della moda e dello spettacolo. Al punto che alle aziende i social influencer sono più graditi dei classici *testimonial* e la voce "*influencer*" campeggia sulle altre voci pubblicitarie nei budget di marketing delle maggiori imprese.

Il fenomeno si è recentemente amplificato quest'anno con Instagram, il social network più gettonato dai più giovani perché punta sulle immagini più che sugli scritti. Così l'Antitrust è stata ancora interessata dall'Unione Nazionale dei Consumatori a proposito di due note marche, l'asiatica Samsung e la nostra italiana Barilla.

Alla base delle due denunce è sempre il rilievo che il consumatore deve essere avvisato, o almeno essere messo nelle condizioni di comprendere, che un'esaltazione di un prodotto è il risultato di un accordo commerciale tra un'azienda e l'influencer.

Si richiama in proposito il manuale redatto nel 2017 della *Federal Trade Commission* statunitense con le "raccomandazioni" che valgono come prime regole del fenomeno: in Instagram *hashtag* come **#ad**, **#adv**, **#sponsored**, o indicazioni come "**thanks to**" non valgono quando non siano scritti in testa al messaggio e quindi ben leggibili.

Ma anche da noi in Italia lo IAP Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria ha stilato una **Digital Chart** con le regole da rispettare nel Web, stabilendo che "**Il fine promozionale del commento o dell'opinione espressa da celebrity/influencer/blogger, qualora non sia già chiaramente riconoscibile dal contesto, deve essere reso noto all'utente con mezzi idonei.**"

Sono considerati mezzi idonei gli stessi hashtag sopra descritti unitamente ai link dei siti Web dell'azienda sponsor. E pure il **blogger** che agisce come *testimonial* di un brand è tenuto a rivelarlo ai propri *follower*.

Si dice che non ci sia una normativa specifica sul fenomeno, ma non è così, perché basta leggere gli articoli 22 e 23 del Codice del Consumo.

A parte la previsione ampia del secondo comma dell'art. 22, che ricomprende tutti i casi di omissione informativa sul reale contenuto promozionale di un messaggio (e infatti il titolo della norma è "omissioni ingannevoli"), è l'art. 23 comma 5 lett. aa) che non dovrebbe lasciare dubbi: è infatti considerato ingannevole "**dichiarare o lasciare intendere, contrariamente al vero, che il professionista non agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, o presentarsi, contrariamente al vero, come consumatore.**"

Il rischio di sanzioni fino a un milione di Euro per pubblicità occulta, a carico sia delle aziende che degli stessi influencer, rende la questione più che mai seria e allarmante. Vi terremo informati sull'avvio del procedimento da parte della AGCM con riferimento ai due recenti casi sopra accennati.

Avv. Giovanni Bonomo

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

CREDITI ERARIALI

Riscossione crediti erariali: La Suprema Corte chiarisce il termine di prescrizione

a cura degli avv.ti Giovanni Bonomo (Foro di Milano) e avv. Valerio Astuni (Foro di Verona)

Il termine per riscuotere i crediti erariali (IRPEF, IVA, IRAP, etc.) a seguito della notifica della cartella esattoriale e di qualsiasi altro atto amministrativo di natura accertativa non può che ritenersi **quinquennale**, alla stregua di quanto già previsto per i tributi locali (ICI, IMU, tasse per lo smaltimento dei rifiuti, contributi di bonifica, etc.), con la conseguenza che qualora l'Agente della Riscossione non ottemperi ad interrompere il decorso dello stesso con la notifica di atti idonei in tal senso, il successivo provvedimento invitato al contribuente non potrà che ritenersi radicalmente **nullo**.

È quanto emerge dalla recente sentenza n. 30362 del 23 novembre 2018 della Quinta Sezione Civile della Corte di Cassazione a conferma di un principio già stabilito dalla stessa Corte di Cassazione a Sezioni Unite con sentenza n. 23397 del 17 novembre 2016. La Suprema Corte ha osservato che la prescrizione quinquennale è giustificata da un ragionevole principio di equità, che vuole che il debitore venga sottratto all'obbligo di corrispondere quanto dovrebbe per prestazioni già scadute tutte le volte che queste non siano state tempestivamente richieste dal creditore.

Secondo tale nuovo orientamento, che ha notevolmente esteso i margini difensivi del cittadino, quest'ultimo potrà quindi "*chiedere al giudice l'estinzione del credito statale per intervenuta prescrizione breve, non soltanto nei casi di notifica di cartella esattiva (art. 36 bis e/o ter d.P.R. n. 600/73), bensì anche nelle fattispecie riguardanti qualsiasi atto amministrativo di natura accertativa (avvisi di accertamento, avvisi di addebito, ecc.)*". Principi di diritto già affermati dalla Corte di Cassazione con sentenza n. 930 del 17 gennaio 2018, secondo cui "*la scadenza del termine perentorio stabilito per opporsi o impugnare un atto di riscossione mediante ruolo o comunque di riscossione coattiva produce soltanto l'effetto sostanziale della irretrattabilità del credito ma non determina anche l'effetto della c.d. "conversione" del termine di prescrizione breve eventualmente previsto in quello ordinario decennale, ai sensi dell'art. 2953 cod. civ.*".

In tale contesto la Corte di legittimità aveva altresì chiarito che tale principio si applica con riguardo a tutti gli atti – comunque denominati – di riscossione mediante ruolo o comunque di riscossione coattiva di crediti degli enti previdenziali ovvero di crediti relativi ad entrate dello Stato, tributarie ed extratributarie, nonché di crediti delle Regioni, delle Province, dei Comuni e degli altri Enti locali nonché delle sanzioni amministrative per la violazione di norme tributarie o amministrative e così via.

Con la conseguenza che, qualora per i relativi crediti sia prevista una prescrizione più breve di quella ordinaria, "*la sola scadenza del termine concesso al debitore per proporre l'opposizione, non consente di fare applicazione dell'art. 2953 cod. civ., tranne che in presenza di un titolo giudiziale divenuto definitivo*". Alla luce di ciò si ha ragione di credere che il granitico orientamento di legittimità venga ora recepito dalle Commissioni Tributarie e si ponga fine al contrasto giurisprudenziale creatosi intorno alla suscettibilità o meno di un titolo di formazione extragiudiziale – qual è appunto la cartella esattoriale e/o l'avviso di accertamento impositivo – di acquisire il

regime della prescrizione ordinaria decennale disposto dall'art. 2946 del cod. civ., nel caso che i predetti atti non fossero stati opposti nei 60 giorni seguenti alla loro ricezione da parte del contribuente.

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

BREXIT

Brexit. L'autotutela dell'Italia

avv. Giovanni Bonomo

a cura dell'avv. Giovanni Bonomo di AssistenzaLegalePremium.it

Si tratta semplicemente di una questione di rispetto per il lettore, precisavo a colei che mi chiedeva del mio lieve disappunto per l'uso di termini stranieri o tecnici o addirittura sigle o slogan dandone per scontato il significato. Ma chi legge non è sempre un esperto in tecnologia digitale né un economista aduso a termini tecnici e di settore.

Quindi, iniziamo con lo spiegare - prima di parlare del D.L. 25. 3.2019 n. 22 "*Misure urgenti per assicurare sicurezza, stabilità finanziaria e integrità dei mercati, nonché tutela della salute e della libertà di soggiorno dei cittadini italiani e di quelli del Regno Unito, in caso di recesso di quest'ultimo dall'Unione europea*" in vigore dal 26 marzo di quest'anno e meglio noto come "*decreto Brexit*"- il significato di "*tecnologia 5G*", che troviamo in esso richiamata in particolare nel primo articolo, e il significato di "*Golden Power*", nonché di "*GACS*", termini da molti articolisti usati nel commentare tale normativa.

Come si può altrimenti pretendere la comprensione, da parte del comune cittadino, di articoli e titoli come "i servizi di comunicazione a banda larga basati sulla tecnologia 5G sono ufficialmente soggetti a Golden Power ad opera del recente d.l. 22/2019", e come il "Rinnovo della GACS sarà inserito nel decreto sulla Brexit", tra i tanti analoghi che ci capita di leggere, da un mese a questa parte, su vari quotidiani!

Dunque:

1. Si intende per "*tecnologia 5G*", nell'ambito della telefonia mobile cellulare, quella di quinta generazione (il termine è l'acronimo di 5th (Fifth) Generation), vale a dire successiva a quella di quarta generazione (4G/IMT che la ha preceduta) e che permette quindi prestazioni e velocità superiori.
2. Si intende per "*Golden Power*" il potere che lo Stato può utilizzare in difesa di aziende e asset strategici, nel senso che (anche) il governo italiano può blindare una società che ha rilevanza strategica per l'interesse nazionale. Tale espressione venne usata, in particolare, in occasione dell'emanazione del D.L. 15. 3.2012 n. 21, convertito in legge 11. 5.2012 n. 56 "*Norme in materia di poteri speciali sugli assetti societari nei settori della difesa e della sicurezza nazionale, nonché per le attività di rilevanza strategica nei settori dell'energia, dei trasporti e delle comunicazioni*" nel quale il sopra richiamato D.L. 22/2019, appunto, ora interviene.
3. Si intende per "*GACS*" la garanzia di cartolarizzazione delle sofferenze (si tratta quindi di un acronimo) che lo Stato offre in caso di insolvenza dei crediti deteriorati che sono stati oggetto di operazioni di cartolarizzazione da parte degli istituti di credito.

Giova precisare che tale garanzia è stata introdotta nel 2016 con la legge 8 aprile 2016, n. 49 (di conversione del D.L. 14 febbraio 2016, n. 18 "*Misure urgenti concernenti la riforma delle banche di credito cooperativo, la garanzia sulla cartolarizzazione delle sofferenze, il regime fiscale relativo alle procedure di crisi e la gestione collettiva del risparmio*") con l'obiettivo di aiutare le banche italiane a vendere i loro portafogli di crediti in sofferenza, cancellandoli quindi dai propri bilanci.

Ora, premesso quanto sopra, di tale **decreto Brexit**, entrato in vigore il 26 marzo c.a., ha suscitato interesse il capo I "Disposizioni in materia di poteri speciali inerenti ai servizi di comunicazione elettronica a banda larga basati sulla tecnologia 5G" che disciplina l'esercizio dei poteri speciali a tutela delle reti 5G. In esso, l'art. 1 dispone l'obbligo di notifica per l'acquisto di beni o servizi relativi alla progettazione, realizzazione, manutenzione e gestione delle infrastrutture nel caso in cui siano coinvolti soggetti extra-Unione Europea.

Tale articolo prevede in sostanza nuove regole che modificano il D.L. 21/2012 (poi convertito nella legge 56/2012) sui poteri speciali del Governo esercitabili in nome della tutela della difesa e della sicurezza nazionale sulle infrastrutture considerate strategiche, comprese quelle di telecomunicazione.

Per comprendere la ragione d'essere di tale normativa approvata con urgenza e quindi con D.L. dal Governo, basta leggere, in particolare, due delle premesse che di seguito riporto:

"Considerata l'attuale incertezza in merito alla ratifica da parte del Regno Unito di Gran Bretagna e Irlanda del Nord dell'accordo per il recesso dall'Unione europea approvato dal Consiglio europeo il 25 novembre 2018"; e

"Ritenuto necessario tutelare la stabilità complessiva del sistema economico, bancario, finanziario e assicurativo italiano nonché assicurare l'integrità dei mercati e la tutela degli investitori, della clientela e degli assicurati, nel caso di mancata ratifica, da parte del Regno Unito di Gran Bretagna e Irlanda del Nord, dell'accordo per il recesso dal Trattato sull'Unione Europea approvato dal Consiglio europeo il 25 novembre 2018".

Si sono cioè emanate disposizioni finalizzate, come precisato alla successiva premessa, ad assicurare la continuità nella prestazione dei servizi bancari, finanziari e assicurativi da parte sia dei soggetti del Regno Unito operanti in Italia sia dei soggetti italiani operanti nel Regno Unito, nonché a disciplinare la fuoriuscita ordinata dal mercato italiano dei soggetti aventi sede nel Regno Unito che cesseranno l'attività nel territorio della Repubblica.

La normativa in commento pone l'accento, all'art. 1, che introduce l'art. 1-bis nell'ora emendato D.L. 21/2012 – L. 56/2012, sui **"rischi di un uso improprio dei dati con implicazioni sulla sicurezza nazionale"** con particolare riferimento alla tecnologia 5G. Ne consegue che i servizi di comunicazione elettronica a banda larga basati sulla tecnologia 5G costituiscono, da ora in poi, **"attività di rilevanza strategica per il sistema di difesa e sicurezza nazionale"**. Per tali motivi è soggetta a notifica **"la stipula di contratti o accordi aventi ad oggetto l'acquisto di beni o servizi relativi alla progettazione, alla realizzazione, alla manutenzione e alla gestione delle reti inerenti i servizi di cui al comma 1, ovvero l'acquisizione di componenti ad alta intensità tecnologica funzionali alla predetta realizzazione o gestione, quando posti in essere con soggetti esterni all'Unione europea"**.

Tale notifica permette l'eventuale **esercizio da parte del Governo del potere di veto o dell'imposizione di specifiche prescrizioni** o condizioni.

Al fine poi di semplificare le procedure di notifica si puntualizza che *"con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, sentito il Gruppo di coordinamento costituito ai sensi dell'articolo 3 del decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 6 agosto 2014, possono essere individuate misure di semplificazione delle modalità di notifica, dei termini e delle procedure relativi all'istruttoria ai fini dell'eventuale esercizio dei poteri di cui al comma 2"*.

La nuova norma prevede altresì una descrizione di quali siano i **soggetti** da considerarsi **"esterni all'Unione europea"**.

Si tratta di una normativa complessa composta da 24 articoli, il cui esame, articolo per articolo, richiederebbe uno spazio esorbitante dalle finalità di questa rivista.

Ma giova da ultimo richiamare l'attenzione sulle disposizioni (art. 20 – 23) intese a consentire la prosecuzione delle **misure di supporto allo smaltimento dei crediti in sofferenza presenti nei bilanci bancari, tramite la concessione di garanzie (GACS)** dello Stato nell'ambito di operazioni di cartolarizzazione che abbiano come sottostante crediti in sofferenza.

Si attende ora la conversione in legge con le possibili modifiche in esito alla discussione parlamentare.

Avv. Giovanni Bonomo – AssistenzaLegalePremium.it

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati



Conte Manovra Di Maio Popolare Bari

ATTIVA LE NOTIFICHE  

FONDATORE E DIRETTORE: ANGELO MARIA PERRINO

Home > Culture > L'aforisma alla conquista del Terzo Millennio. Convegno all'Università Statale

CULTURE

A⁻ A⁺

Mercoledì, 22 maggio 2019 - 14:55:00

L'aforisma alla conquista del Terzo Millennio. Convegno all'Università Statale



Di Giovanni Bonomo – Candide C.C..

Non potevo mancare, avendo di recente aperto un nuovo **blog** dal titolo "*L'aforisma del giorno*", all'incontro "Milano in Sintesi" del 21. 5.2019 organizzato dall'Associazione italiana per l'aforisma.

Come si legge in locandina era presente la *creme*, tra i relatori ma anche tra il pubblico (non si poteva non notare lo scrittore **Angelo Gaccione**, anch'egli aforista ad iniziare dal suo *Il lato estremo*), della letteratura aforistica, e mi ha fatto piacere rivedere gli amici **Sossio Giametta**, filosofo e massimo traduttore di Nietzsche, e **Lidia Sella**, scrittrice e autrice di aforismi in poesia (*Strano virus è il pensiero*, è il suo libro di cui ho fatto cenno in qualche mio

post).

Il ritorno di questo genere letterario nella nostra era monopolizzata da Internet e dall'informazione in mobilità, è dovuto anche alla brevità imposta da Twitter con il numero limitato di caratteri, che sprona



Del resto, come disse Ettore Mazzucchelli, **“Con chi abusa delle parole, conviene usare parole asciutte”**, specialmente quando ci si vuole far comprendere in modo immediato, per difendersi dai tanti logorroici e girovaghi della parola che non hanno il “senso della frase”.

“Un aforisma ben fatto sta tutto in otto parole”: questo aforisma sull’aforisma di Gesualdo Bufalino dà il senso della brevità e della perfetta metrica. Anche la definizione che ho dato al mio blog è un aforisma sull’aforisma, benché espresso in più di otto parole: "L'aforisma è un genere letterario 'flash' che serve ad essere a volte lapidari e impietosi, quando è il caso, ironicamente eccessivi e provocatori, sempre, per sorprendere e trasmettere un'intuizione che sveglia il pensiero."



martedì 21 maggio, ore 16.30 - 19.30

Aula Crociera Alta di Giurisprudenza
Università degli Studi di Milano - Via Festa del Perdono 7

Milano in Sintesi

L'aforisma alla conquista del Terzo Millennio

Claudia Berra
Saluti di benvenuto.

Antonio Castronuovo
L'aforisma italiano: una storia millenaria.

Alfonso Berardinelli
Sull'uso degli aforismi. Note personali.

Gino Ruozi
Longanesi e Pontiggia: due fuoriclasse dell'aforisma.

Armando Massarenti
Aforismi, umorismo e autoironia.

Edoardo Boncinelli, Sossio Giametta e Lidia Sella
L'aforisma scientifico filosofico poetico.

Fabrizio Caramagna
L'aforisma in rete.

Alberto Casiraghy
L'amicizia con Alda Merini.
E un confronto con **Sandro Montalto**
Quali prospettive editoriali per l'aforisma.

Intermezzi video
Maria Luisa Spaziani, Leo Longanesi, Giuseppe Pontiggia, Anna Antolisei, Alda Merini.

Organizzazione: **Giovanni Bonoldi, Roberta Cesana, Fabio Venuda.**

Grechetto dipoesia 2019
milanodipoesia@gmail.com

Una nota curiosa: un'avvenente hostess ha distribuito al pubblico di un cartoncino con un aforisma per ciascuno dei presenti. A me è capitato, ironia della sorte, questo di Bacone, che ben si addice alla mia attività di ricercatore e informatore sull'innovazione digitale: **“Chi non applica nuovi rimedi, dev'essere pronto a nuovi mali; poiché il tempo è il più grande degli innovatori”**.

Fatto sta che oggi non si tratta più di *passare inosservati in società* come diceva Ennio Flaiano nel suo **“Frasario essenziale”**, ma al contrario di farsi notare ovunque e comunque, anche tramite i “videoaforismi”, come Fabrizio Caramagna ha definito i brevi filmati di pochi secondi che accompagnano le “storie” di Instagram.

Questo convegno può segnare il rilancio di un genere letterario che ha sempre percorso le epoche ma mai come oggi trova un terreno così fertile alla messaggistica istantanea. Anche se non azzardo previsioni, perché **“non esistono presagi. Il destino non ci manda**

degli araldi. E' troppo saggio o troppo crudele per farlo”, come disse Oscar Wilde.

E **“La letteratura aforistica è una letteratura marginale perché poco attraente e ammiccante. Ci invita non al sogno, ma al confronto con noi stessi e la società in cui viviamo”** come dice Gino Ruozi, tra i relatori, il massimo esperto italiano di aforistica.

In fondo non occorre oggi nemmeno viaggiare spostandosi fisicamente, e Leonardo da Vinci lo aveva previsto **“Le stanze, ovvero le dimore ristrette e raccolte, ravvivan lo'ngegno. Le grandi lo sviano.”** Bastano infatti dei buoni libri e una connessione a Internet e il pensiero viaggia negli interminati spazi dell'infinito.

Conte Manovra Di Maio Popolare Bari

ATTIVA LE NOTIFICHE  

FONDATORE E DIRETTORE: ANGELO MARIA PERRINO

Home > Cose Nostre > Tutti pazzi per l'aforisma. Un pensiero concentrato in otto parole

COSE NOSTRE

A⁻ A⁺

Mercoledì, 22 maggio 2019 - 14:55:00

Tutti pazzi per l'aforisma. Un pensiero concentrato in otto parole

Torna di moda un genere letterario finora marginale



Di Angelo Maria Perrino

"L'aforisma alla conquista del terzo millennio". Sebbene l'argomento suoni un po' ostico e per addetti ai lavori, c'è il pienone nell'aula Crociera alta dell'Università Statale di Milano. A parlare, davanti a un pubblico sofisticato ma molto partecipe, di questa forma espressiva antichissima ed elitaria, genere letterario, poetico e filosofico fatto di frasi tanto brevi quanto icastiche e dense di significato, lampi di pensiero spesso laterali e flash ironici e paradossali, calembour e giochi di parole, il meglio dell'intelligenza nazionale specializzata, dal massimo esperto italiano di aforistica Gino Ruozi, professore a Bologna e autore de *Scrittori italiani di aforismi*, la bibbia antologica di tutti gli amanti del

genere, due volumi pubblicati nei Meridiani di Mondadori, al critico letterario Alfonso Berardinelli (*Aforismi anacronismi*, per i tipi di Nottetempo 2015), dall' aforista e patafisico Antonio Castronuovo



ideando *L'Aforismario da gioco*, mazzo di carte su cui brilla un loro aforisma.

L'aforisma poetico e le ascendenze di antica nobiltà letteraria. Di Lidia Sella

L'aforisma alla conquista del Terzo Millennio. Convegno all'Università Statale. Di Giovanni Bonomo

A volere l'evento milanese, dopo analoghe iniziative itineranti a Torino, in Salento e in altre città, l'Associazione Italiana per l'aforisma, nata nell'ottobre 2011 a Torino dall'incontro di studiosi, giornalisti e direttori di collana specializzati nel campo dell'aforisma e delle forme brevi, allo scopo di favorire l'incontro di diverse competenze multidisciplinari, ma anche di formazione e informazione sull'aforisma. Come spiega nella **videointervista ad Affaritaliani la presidente, Anna Antolisei**.

A organizzarlo con entusiasmo e meticolosa e raffinata pignoleria, la giornalista, scrittrice e poetessa, nonché collaboratrice di *Affaritaliani.it*

Lidia Sella, che si esprime da sempre per aforismi, meglio se poetici, come spiega nel suo **applauditissimo, delicatissimo intervento (LEGGI)**.

E un bilancio della serata si può leggere **qui, scritto dall'avvocato Giovanni Bonomo**, cultore della materia.

Obiettivo di questi eventi e della stessa Associazione quello di costituire uno spazio ampio e riconoscibile di incontro, discussione, condivisione di testi, studi e attività relativi all'aforisma, con lo scopo di favorirne l'uscita dalla marginalità culturale e mediatica.

Tra le iniziative di maggior successo il premio annuale *Torino in sintesi*.

Ma molte altre cose bollono in pentola (reti effettive tra scrittori ed esperti, lettori e studiosi, premi letterari nazionali e internazionali, pubblicazioni cartacee e via web, promozione di sillogi aforistiche nelle librerie, organizzazione di convegni, tavole rotonde, incontri e gemellaggi con analoghe associazioni straniere) per far crescere questa forma espressiva che secondo Gesualdo Bufalino se ben fatto sta tutto in otto parole. Come quelle che ciascun partecipante si è visto recapitare su un bel cartoncino. A me ne è toccato uno di Anatole France. Dice: "Nel renderlo un peccato, il cristianesimo ha fatto molto per l'amore".

Guarda la videointervista del direttore di *Affaritaliani.it* Angelo Maria Perrino ad Anna Antolisei

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO DIRITTO D'AUTORE

Come utilizzare le fotografie in Internet

L'osservatorio è curato per **Diritto24** dall'avv. **Giovanni Bonomo** AssistenzaLegalePremium.it

Le libere utilizzazioni e la riproduzione libera di fotografie sono regolate dall'art. 91 l.d.a.

Tale norma copre lo stesso ambito di applicazione dell'art. 70 l.d.a. ma garantisce una maggior tutela del fotografo, sia nel campo dei diritti patrimoniali che in quello dei diritti morali.

Tale articolo dispone infatti che la riproduzione libera delle fotografie nei casi ivi previsti deve prevedere il pagamento di un *equo compenso*. La norma si applica a tutte le fotografie tout court, siano esse opere d'arte oppure semplici fotografie. Ciò significa che anche i fotografi artisti che vedessero pubblicata, in una libera utilizzazione, la propria opera, avrebbero diritto ad alcun equo compenso. Viene tutelato inoltre il diritto morale del fotografo, disponendo l'obbligo della menzione, nella riproduzione, del suo nome. Abbiamo già detto di fare attenzione quando si prelevino immagini in Internet per corredare articoli o post.

Per quanto riguarda i *servizi giornalistici* l'ambito di applicazione dell'art. 65, 2°co. l.d.a., che non si applica alle opere fotografiche, si accavalla con l'ambito di operatività dell'art. 91 3°co. l.d.a., che prevede l'equo compenso. Tale norma, maggiormente favorevole al fotografo, prevale.

In base alla normativa sulla *privacy*, potrebbero esserci rivendicazioni e contestazioni di abuso di immagine di soggetti ritratti, con conseguenti richieste di cancellazione e di risarcimento di danni anche meramente morali.

La norma dell'art. 90 l.d.a. fornisce le corrette indicazioni, per le quali ogni esemplare della foto deve contenere:

- Il nome di chi detiene i diritti di utilizzazione economica (fotografo, datori di lavoro o committente);
- L'indicazione dell'anno di produzione della fotografia;
- Il nome dell'autore dell'opera d'arte fotografata, se la foto riproduce un'opera d'arte.

In caso di mancanza di tali informazioni, la riproduzione delle foto non si considera abusiva, sempre che il fotografo (o il suo datore di lavoro) non provi la malafede di chi le ha riprodotte.

Diamo quindi alcune indicazioni operative per il navigatore in Rete

La prima regola da seguire è controllare se, per quanto riguarda l'ipotesi della fotografia ricavata da Internet, sul sito da cui la si sta prelevando compaiono indicazioni sull'autore e il copyright della foto.

A norma dell'art. 90 l.d.a., i fotografi che pubblicano le proprie immagini su Internet ne devono specificare sempre la paternità e la data di "produzione". Se tali informazioni mancano è probabile che l'autore voglia rendere libero l'uso dell'immagine e, per quanto questa resti protetta da copyright, sarà difficile che l'autore possa dimostrarne la paternità in mancanza delle sopra dette indicazioni.

La norma dell'art. 90 ci consentirà comunque di difenderci opponendo la mancanza - come pressoché sempre avviene - delle indicazioni prescritte. E' consigliabile, in ogni modo, qualora

possibile, inviare una mail al proprietario del sito chiedendo il permesso di utilizzare l'immagine.

Per i ritratti fotografici la legge impone a chiunque voglia esporre, riprodurre o mettere in commercio la fotografia rappresentante l'immagine di una persona, di ottenere preventivamente il consenso di questa (art. 96 l.d.a.). Tale consenso non è necessario se la persona è di particolare notorietà o se è fotografata in virtù di qualche ufficio pubblico che ricopre, o per ragioni di giustizia o di polizia, oppure per scopi scientifici, didattici, culturali, o ancora se la riproduzione è legata a fatti, avvenimenti, cerimonie di pubblico interesse o che comunque si siano svolte in pubblico (art. 97 l.d.a.), salvo che l'esposizione o la messa in commercio arrechino pregiudizio alla reputazione ed al decoro della persona ritratta.

Se viene ritratto un **personaggio pubblico**, già affrontato su questa rivista, la sua immagine non può comunque essere utilizzata, senza autorizzazione, per fini diversi dal dare notizie o informazioni su tale personaggio.

Affronteremo prossimamente la questione della tutelabilità delle immagini native nei social, perché la sola pubblicazione di una fotografia, prima di ogni indicazione sulla titolarità, sulla propria pagina personale non è di per sé prova della titolarità dei diritti di proprietà intellettuale.

Avv. Giovanni Bonomo – AssistenzaLegalePremium.it

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati



[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO DIRITTO D'AUTORE

Il celebre marchio Adidas è nullo perché privo di capacità distintiva

L'osservatorio è curato per [Diritto24](#) dall'avv. [Giovanni Bonomo](#) - [AssistenzaLegalePremium.it](#)

La sentenza del Tribunale dell'Unione Europea che ha dichiarato nullo il celebre marchio Adidas definisce le caratteristiche del "secondary meaning". Se un marchio è privo di capacità distintiva in tutta la UE, la prova dell'acquisizione del carattere distintivo in seguito all'uso, al fine di evitare l'addebito di nullità, deve riguardare tutti gli Stati membri e non solo una loro parte per quanto significativa a livello di popolazione.

Ha suscitato un certo clamore la sentenza del Tribunale dell'Unione Europea che ha considerato nullo, per mancanza di carattere distintivo nel territorio dell'UE, il celebre marchio **Adidas**.

Questo perché la notorietà del marchio non avrebbe mai fatto pensare, presso il largo pubblico, che esso fosse viziato in origine come carente di carattere distintivo; ma anche presso i giuristi la decisione è stata sorprendente perché si pensava che, per quanto possa essere debole, e finanche privo di carattere distintivo, il noto marchio figurativo rappresentato dalle tre strisce avesse ormai acquisito un **carattere distintivo per l'uso diffuso e la notorietà acquisita**, secondo il principio, noto nel diritto della proprietà intellettuale e industriale, del c.d. **secondary meaning**.

Giova preliminarmente chiarire che cosa si intende con tale espressione, che potremmo tradurre, al di là della lettera e per capirne meglio il senso, come significato aggiunto e rafforzativo del marchio: "*se il marchio ha acquistato, per tutti i prodotti o servizi per i quali si chiede la registrazione, un carattere distintivo in seguito all'uso che ne è stato fatto*" non può essere escluso dalla registrazione (art. 7 "Impedimenti assoluti alla registrazione" comma 3 del Regolamento UE 2017/1001, già CE n. 207/2009, sul marchio dell'Unione europea).

Tale principio del *secondary meaning* è valido anche per il marchio che sia stato registrato nonostante il contrasto con detto art. 7, vale a dire per un marchio nullo in origine: "*non può essere dichiarato nullo se, per l'uso che ne è stato fatto, dopo la registrazione ha acquisito carattere distintivo per i prodotti o servizi per i quali è stato registrato*" (art. 59 comma 2 Reg. cit).

Nel nostro diritto interno le due previsioni trovano corrispondenza nell'art. 13 del Codice della Proprietà Industriale, dove si prevede (al comma 2) che "*possono costituire oggetto di registrazione come marchio di impresa i segni che prima della domanda di registrazione, a seguito dell'uso che ne sia stato fatto, abbiano acquistato carattere distintivo*"; e che (comma 3) un marchio anche privo di carattere distintivo "*non può essere dichiarato nullo se prima della proposizione della domanda o dell'eccezione di nullità, il segno che ne forma oggetto, a seguito dell'uso che ne è stato fatto, ha acquistato carattere distintivo*".

Va da sé che *Adidas* non poteva avere migliore argomento di difesa nel ricorso avverso la decisione 7 marzo 2017 dell'EUIPO (Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale)

nel contenzioso con la Shoe Branding Europe e che la vedeva perdente con la dichiarazione di nullità del suo marchio.

Ma anche il Tribunale dell'Unione Europea, con la recente sentenza del 19 giugno 2019 che qui commentiamo, ha dichiarato nullo il marchio Adidas.

Tale sentenza è molto dettagliata nel rispondere alle eccezioni e argomentazioni di Adidas, sia in fatto che in diritto, ma a noi interessa esaminarne la motivazione, che è divisa in due parti, B e C, dopo la parte A) "considerazioni preliminari":

B) sull'ingiustificata (secondo Adidas) esclusione di taluni elementi di prova

e

C) sull'errore (secondo Adidas) di valutazione circa l'acquisizione di un carattere distintivo in seguito all'uso.

Nella prima parte sub B il Tribunale confuta la tesi della ricorrente secondo cui il marchio figurativo sarebbe anche un "marchio a motivi", per cui le tre strisce parallele equidistanti sarebbero idonee ad essere prolungate o tagliate in modi diversi anche in obliquo, a seconda dei prodotti ai quali esso si applica.

Tale tesi sulla presunta "legge delle varianti autorizzate" viene considerata inconferente, rimarcando il Tribunale che conta solo il marchio così come è stato rappresentato nella domanda di registrazione, che definisce come segue: **"Esso consiste in tre fini strisce nere verticali e parallele, su fondo bianco, circa cinque volte più alte che larghe. Esso ha relativamente poche caratteristiche: il rapporto altezza/larghezza (pressoché 5:1), lo spazio bianco equidistante tra le strisce nere e il fatto che le strisce siano parallele"**.

Ne consegue che non rilevano gli elementi di prova che mostrano non il marchio controverso ma altri segni che consistono in tre strisce bianche, o chiare, su fondo nero, o scuro, in una invisione di colori, o in un logo composto dal nome "adidas" e da un elemento figurativo composto da tre strisce in un triangolo, in un trifoglio o in una forma rotonda, peraltro applicato su borse per lo sport, che non fanno parte dei prodotti indicati con il deposito del marchio (abbigliamento, scarpe, cappelleria).

Nella seconda parte, sub B), della motivazione il Tribunale UE confuta le deduzioni della ricorrente che la commissione dell'EUIPO, dichiarando la nullità del marchio, non avesse considerato le prove che il marchio controverso avesse acquisito un carattere distintivo in seguito all'uso che ne era stato fatto nell'Unione.

Invero, premesso che anche qui non contano le forme d'uso diverse dal marchio così come è stato registrato, il fatto che alcune immagini prodotte dalla ricorrente corrispondano al marchio controverso e siano quindi in grado di dimostrare un certo uso di tale marchio, tali immagini non forniscono tuttavia alcuna indicazione circa la portata e la durata di detto uso o circa l'impatto di tale uso sulla percezione del marchio da parte del pubblico di riferimento.

In particolare, sebbene non sia necessario che sia fornita la prova, per ciascuno degli Stati membri dell'UE, dell'acquisizione da parte del marchio del carattere distintivo in seguito all'uso, le prove fornite devono consentire di dimostrare una siffatta acquisizione in tutti gli Stati membri dell'Unione. I risultati dei soli cinque studi di mercato pertinenti (riguardanti Austria, Germania, Belgio, Spagna e Ungheria) non possono essere estesi a tutti gli Stati membri né i diversi elementi di prova prodotti dalla ricorrente consentono di dimostrare un uso – tale da far acquisire al marchio un carattere distintivo dei prodotti per i quali è stato registrato – del marchio controverso in tutto il territorio dell'Unione Europea.

Il principio affermato in tale sentenza è che se il marchio è privo di capacità distintiva in tutta la UE, la prova dell'acquisizione del carattere distintivo in seguito all'uso deve riguardare tutti gli Stati membri e non solo una loro parte, per quanto significativa a livello di popolazione.

Vi terremo informati sull'eventuale appello che Adidas farà alla Corte di Giustizia dell'Unione Europea.

Avv. Giovanni Bonomo

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

Barriers to entry ovvero gli ostacoli che impediscono o rendono difficile entrare in un determinato mercato

L'Osservatorio è curato per [Diritto24](#) dall'avv. [Giovanni Bonomo](#) di [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Il caso Sanrio e le restrizioni alle vendite transfrontaliere. La recente sentenza della Commissione europea – Direzione generale per la concorrenza ripropone una questione ampiamente dibattuta in materia di diritto antitrust.

La recente sanzione inflitta dalla Commissione europea – Direzione generale per la concorrenza, in data 9 luglio 2019, alla società giapponese Sanrio Company Ltd. per avere introdotto restrizioni alle vendite transfrontaliere di prodotti raffiguranti il noto personaggio **Hello Kitty**, riguarda il settore dei **prodotti di merchandising**, come tali soggetti a licenza e contenenti uno o più loghi o immagini protetti o come marchi registrati o come diritti d'autore.

Le imprese licenzianti, come nel caso in esame la Sanrio, concedono ai licenziatari di utilizzare uno o più diritti di proprietà industriale relativi a un determinato prodotto. Così è stato per la gattina antropomorfa **Hello Kitty**, insieme ad altri personaggi della Sanrio, come My Melody, Little twin stars, Keroppi e Chococat.

La Commissione europea avviò nel giugno 2017 un'indagine antitrust per verificare se Sanrio avesse o no imposto agli operatori commerciali restrizioni volte a limitare o impedire le **vendite transfrontaliere**, anche online, di prodotti oggetto di licenza all'interno del mercato unico dell'Unione Europea.

All'esito dell'istruttoria la Commissione ha dovuto contestare a Sanrio una serie di misure atte a limitare le vendite dei licenziatari al di fuori del territorio di competenza (del tipo divieti espliciti di vendita, obblighi di reindirizzare a Sanrio richieste provenienti da fuori il territorio di competenza, limitazioni relative alle lingue utilizzate sui prodotti).

La Commissione ha così sentenziato che le pratiche illegali di Sanrio, avvenute per 11 anni (da gennaio 2008 al dicembre 2018), hanno creato **barriere all'ingresso** nel mercato unico e precluso ai licenziatari le vendite transfrontaliere nel mercato europeo, a discapito anche dei consumatori finali.

Riportiamo le parole in proposito della commissaria responsabile per la concorrenza Margrethe Vestager il giorno della sentenza: "*La decisione odierna conferma che non si può impedire agli operatori commerciali che vendono prodotti soggetti a licenza di vendere tali prodotti in altri paesi. Le restrizioni di questo tipo comportano la riduzione delle possibilità di scelta per i consumatori e talvolta l'aumento del prezzo dei prodotti e sono contrarie alle norme UE in materia di antitrust. I consumatori - sia che comprino una tazza Hello Kitty che un giocattolo Chococat - possono ora godere di uno dei principali*

vantaggi del mercato unico, vale a dire la possibilità di acquistare i prodotti ovunque in Europa per avere accesso alle offerte più vantaggiose".

E la multa di 6.222.000 poteva essere più consistente se Sanrio non avesse collaborato attivamente con la Commissione per fornire tutti gli elementi di prova della pratica anticoncorrenziale: la Commissione ha dovuto cioè riconoscere tale "pentimento operoso" riducendo la sanzione del 40%.

Nella seguente immagine, ripresa dal comunicato-stampa nel sito della Commissione come gran parte di queste note, viene chiarito il meccanismo delle "**cross border sales restricted**" da parte di Sanrio.

Commission fines Sanrio

D'altra parte, come chiarito dalla stessa Commissione, indagini analoghe hanno riguardato la Nike e la Universal Studios, facendo emergere la violazione dell'art. 101 del TFUE Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea, che vieta gli **accordi tra imprese intesi a impedire restringere o falsare il gioco della concorrenza** all'interno del mercato unico UE.

Precisa la Commissione, alla fine del comunicato stampa, che le azioni di risarcimento del danno avanti i giudici nazionali da parte delle imprese concorrenti vittime dell'accertato comportamento anticoncorrenziale di Sanrio, potranno seguire le linee guida della Direttiva 2014/104/UE del Parlamento europeo e del Consiglio che facilita le vittime di pratiche anticoncorrenziali ottenere celermente un risarcimento.

La Commissione ha predisposto all'uopo uno **strumento di segnalazione** anonima che agevola la segnalazione di comportamenti anticoncorrenziali da parte dei cittadini.

Avv. Giovanni Bonomo – AssistenzaLegalePremium.it



[Stampa l'articolo](#) | Chiudi

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

Il diritto d'autore giornalistico nell'editoria digitale

L'osservatorio è curato per Diritto24 dall'[avv. Giovanni Bonomo AssistenzaLegalePremium.it](#)

L'informazione digitale, se da un lato apre nuovi spazi di libertà, dall'altro è pervasiva e incontrollata, e per questo può contrastare con la tutela del segreto e della privacy. Gli sviluppi tecnologici della Rete, con l'accesso alle informazioni, la loro elaborazione e il loro permanere a disposizione di tutti, accentuano la necessità di regole certe anche al di fuori delle norme e delle garanzie che caratterizzano la professione giornalistica.

Il World Wide Web, meglio noto nell'acronimo "www" avanti ai nomi di dominio che aprono un sito in Rete, è il sistema di programmazione e di condivisione più noto e diffuso di dati che li rende leggibili e "ipertestuali". Internet è insomma la rete delle reti, quindi indicata come la Rete o il Web, che consente a un numero potenzialmente illimitato di utenti di navigare tra infinite pagine.

Va da sé che Internet abbia aperto nuovi orizzonti prima impensabili nella comunicazione, nella trasmissione di dati e di informazioni di ogni tipo. Anche se è stata superata la convinzione che il mondo virtuale di Internet debba restare una sorta di Far West impervio ad ogni regola, in sostanza la pluralità dei diversi ordinamenti statali rende sempre difficile, se non impossibile, una regolamentazione uniforme.

Su Medium spiego come all'inizio del terzo millennio Internet si pone come lo strumento principale e universale di accesso alle informazioni per tutti i cittadini del pianeta, un sistema operativo sociale che trova in sé le proprie regole:

Internet come sistema operativo sociale ad accesso universale

Sotto il profilo del diritto d'autore quali sono, nell'attuale contesto multimediale della "società dell'informazione" i diritti di editori, autori e giornalisti? Domanda che si riferisce, ma non si limita, alla editoria periodica. Ci sovviene come sempre la nostra normativa sul diritto d'autore di cui alla legge Legge, 22/04/1941 n. 633, che per quanto sembri datata resta l'imprescindibile riferimento così come novellata e adattata alla nuova realtà multimediale, e resa uniforme, dai ripetuti interventi del legislatore comunitario.

Il campo dell'editoria periodica è caratterizzato da **opere collettive**. L'opera collettiva viene definita all'art. 3 l.d.a. come *quell'opera costituita dalla riunione di opere o di parti di opere, che ha carattere di creazione autonoma, come risultato della scelta e del coordinamento ad un determinato fine letterario, scientifico, didattico, religioso, politico od artistico*. La norma prosegue con l'indicazione esemplificativa delle enciclopedie, dei dizionari, delle antologie, delle riviste e dei giornali, che sono tutte opere protette come originali indipendentemente e senza pregiudizio dei diritti di autore sulle opere o sulle parti di opere di cui sono composte.

Secondo l'art. 7 l.d.a. è considerato *autore dell'opera collettiva chi organizza e dirige la creazione dell'opera stessa; è considerato autore delle elaborazioni l'elaboratore, nei limiti del suo lavoro*.

Le opere dell'editoria periodica e anche quotidiana sono il frutto del lavoro di una pluralità di soggetti. Per questo la Sezione II della legge, intitolata "Opere collettive, riviste e giornali",

introduce, con l'art. 38, la disciplina dell'opera collettiva nell'ambito editoriale.

Il primo comma di tale articolo dispone che nell'opera collettiva, *salvo patto contrario, il diritto di utilizzazione economica spetta all'editore dell'opera stessa, senza pregiudizio derivante dall'applicazione dell'art. 7 della legge n. 633/1941.* È l'**editore**, quindi, il soggetto cui spettano i diritti patrimoniali sull'opera collettiva, mentre al **direttore**, che organizza e dirige la creazione dell'opera, viene riconosciuto il titolo di autore.

Ai singoli collaboratori dell'opera collettiva è riservato il diritto di utilizzare la propria opera separatamente, con la osservanza dei patti convenuti e, in difetto, delle norme da art. 39 ad art. 43 l.d.a..

La nozione di diritto d'autore giornalistico si articola:

- nel diritto di tutti coloro che, anche occasionalmente, partecipino all'attività di giornalista contribuendo alla redazione di un'opera a stampa quotidiana o periodica ovvero partecipino a trasmissioni radiotelevisive aventi carattere informativo;
- nel diritto di utilizzazione degli articoli e nei limiti di tale utilizzazione.

L'opera giornalistica può ricevere la tutela prevista dalla legge del diritto d'autore solo se presenta le seguenti caratteristiche:

1. il carattere della creatività, consistente nell'idoneità dell'opera a esprimere la personalità dell'autore in modo da differenziarla dal patrimonio espressivo di altri autori;
2. la concretezza dell'espressione, vale a dire l'estrinsecazione dell'opera in un diritto materiale (il c.d. corpus mechanicum);
3. l'appartenenza dell'opera ad una delle categorie indicate dall'art. 2 l. d.a., ovvero opere letterarie, della pittura, della scultura, musicali, cinematografiche, programmi per elaboratore.

Con riferimento all'elencazione in tale articolo si precisa che l'opera giornalistica nonostante non appaia tra le opere protette, essa rientra nella previsione, trattandosi di un'elencazione di portata esemplificativa e non tassativa.

Per quanto concerne il requisito della **creatività** la giurisprudenza è unanime nel ritenere che per attività giornalistica debba intendersi l'attività contraddistinta dall'elemento della creatività di colui che provvede - in un'operazione tipicamente anche se non esclusivamente intellettuale ma pur sempre contraddistinta da un'impronta personale - alla raccolta, all'elaborazione o al commento delle notizie tramite gli organi di informazione.

Ne deriva che non può essere riconosciuto il carattere della creatività, pure ridotta ai minimi termini di cui sopra, a tutte quelle ipotesi di attività limitate ad una collaborazione redazionale per la pubblicazione di notizie senza alcuna elaborazione o coordinamento.

A di fuori del giornalismo professionale assistiamo poi al fenomeno del **citizen journalism**, amplificato di recente dall'uso dei social e dall'evoluzione tecnologica dei dispositivi mobili a disposizione di tutti.

In questo caso non si tratta più di opera collettiva, in quanto il cittadino si fa autore ed editore in proprio di un articolo che fa circolare liberamente sui media. Ne parlai già a proposito del convegno organizzato in memoria del compianto eccellente giurista avv. Aldo Bonomo e intitolato **La libertà d'informazione nell'era digitale**, presso l'Università IULM in data 28 maggio 2012.

Figlio dell'informazione digitale ed espressione di arricchimento conoscitivo il "citizen journalism", o giornalismo partecipativo significa la condivisione e diffusione di notizie grazie al coinvolgimento attivo dei cittadini, i quali, da fruitori passivi delle notizie, diventano protagonisti del processo informativo.

Resta il fatto che è la stessa nozione di **diritto d'autore**, insieme a quella di **proprietà intellettuale**, ad essere trasformata dall'avvento del digitale, per la difficoltà di un adeguamento giuridico-formale all'odierna dimensione elettronica e multimediale, specie nel momento in cui si tenta di replicarne le caratteristiche più tradizionali legate a una realtà ancora analogica.

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

Opere dell'ingegno e Intelligenza Artificiale

Giovanni Bonomo

L'osservatorio è curato per Diritto24 dall'avv. Giovanni Bonomo AssistenzaLegalePremium.it

L'avanzamento scientifico e l'innovazione tecnologica, di cui mi occupo per l'aspetto legislativo, sono in continua accelerazione come lo stesso Universo e comportano una rivoluzione nell'organizzazione delle società e nelle condizioni di vita di noi abitanti il pianeta Terra.

Si sente spesso usare l'espressione "quarta rivoluzione industriale" a indicare l'attuale scenario economico per i nuovi modelli di organizzazione produttiva fondati su **automazione**, **Intelligenza Artificiale**, **interconnettività** e **condivisione**. Mi sono occupato di singoli aspetti in precedenti articoli riguardanti *l'Internet of Everything, la Blockchain, il Cloud Computing, lo Smart Working*.

Vorrei tornare a occuparmi dell'Intelligenza Artificiale sotto lo specifico profilo del diritto d'autore, vale a dire della protezione giuridica delle opere d'arte create dall'Intelligenza Artificiale [1].

Come già sappiamo tali opere vengono realizzate tramite sofisticati software (di seguito SW) che possono portare a risultati espressivi ed estetici del tutto analoghi a quelli di un artista. L'uomo interviene solo nella fase realizzativa del SW tramite un addestramento dello stesso e l'inserimento di particolari algoritmi e dati. Per la realizzazione di un'opera pittorica, ad esempio, l'inserimento di immagini di opere d'arte del passato consente all'Intelligenza Artificiale (di seguito I.A.) di rielaborare le stesse in un sistema che riecheggia le reti neuronali del cervello umano.

E' un dato ormai acquisito che sistemi di I.A. possono utilizzare combinazioni di parole, forme, suoni e colori raggiungendo risultati analoghi, sul piano della novità e originalità, a quelli propri degli artisti pittori, compositori o scrittori.

Premettiamo che l'opera protetta dal diritto d'autore viene intesa come l'espressione di un'idea nuova e originale. La Convenzione di Berna per le opere letterarie e artistiche ricorre a esemplificazioni per tipi di opere (di disegno, pittura, architettura, scultura, incisione e litografia) ma l'opera dell'ingegno protetta viene intesa come quell'**opera dell'ingegno** di carattere creativo che è il frutto di un lavoro intellettuale: impostazione che viene recepita, nella nostra legislazione dagli art. 1 e 6 l.d.a. e 2575 – 2576 cod. civ., dove si pone l'accento sulla "particolare espressione del lavoro intellettuale" (art. 6 cit.).

Con riferimento al requisito dell'**originalità** e alla valutazione **valore artistico** di un prodotto dell'I.A., il diritto seguirà la critica dell'arte e i contesti espressivi di un periodo storico, perché non è compito del legislatore affermare che la nozione estetica di "arte" presupponga un contributo umano.

Il diritto si adatterà (*ex facto oritur jus*) ai giudizi sulla natura artistica di un'opera della I.A. così come è già avvenuto nel divenire delle arti visive, che man mano si sono allontanate dalla figurazione realistica per esprimere l'astratto, e delle arti musicali, che si sono distaccate dal classico sistema tonale con la dodecafonia.

Ma il legislatore potrebbe anche prescindere dalla "artisticità" di un prodotto per la sua tutela, così come già avvenuto per le semplici fotografie, per il software, per le banche dati. Voglio dire che, se l'elemento idealistico è certamente presupposto dalle legislazioni che usano espressioni come "ingegno", "spirito creativo", "lavoro intellettuale", la creatività artistica non è affatto indispensabile nella logica del diritto d'autore: il **risultato originale**, ottenuto mediante un algoritmo, non consegue necessariamente a uno spirito creativo né a un ingegno umano.

Il vero problema nasce con riferimento alla **titolarità delle opere di I.A.** e dei diritti morali e patrimoniali sulle stesse, problema che si accentua man mano che l'I.A. tenda all'autosufficienza nella creazione delle opere, prescindendo dall'intervento umano.

Certamente anche la creatività umana è il frutto di una stratificazione di dati acquisiti, perché ogni artista attinge, anche inconsciamente, alle grandi creazioni del passato: quindi nessun'opera dell'ingegno è del tutto autosufficiente e puramente originale. Ma l'artista umano ha libero arbitrio, sceglie a quale campo dell'arte dedicarsi e stabilisce lo scopo della propria opera. Mentre il sistema di I.A. segue sempre un procedimento algoritmico che gli dice dove, come e che cosa cercare.

Va da sé che l'intervento umano, pur non creativo, è alla base di ogni I.A. Solo prefigurandosi scenari già ipotizzati da film di fantascienza potrà esserci una I.A. creata da un'altra I.A. che abbia acquisito una totale autonomia e quindi coscienza di esistere.

Quindi un sistema di I.A. non decide da solo che cosa fare, ma viene sempre programmato per fare qualcosa. Così, anche i SW "deep learning" compiono processi di induzione per "imparare", partendo sempre da informazioni immesse dall'uomo.

Come è stato detto al convegno AIDA dello scorso anno, le utilizzazioni di I.A. in campo artistico delineano una tendenza a spostare l'attività creativa dell'espressione finale di un'idea, che si manifesta in un'opera dell'ingegno, ad una fase antecedente che riguarda la creazione delle precondizioni che consentono al sistema di I.A., tramite determinati algoritmi, di produrre un risultato creativo.

Quindi l'apparente creatività di un'I.A. sarà sempre il risultato di una rielaborazione di dati di partenza alla base dell'algoritmo. [2]

L'algoritmo può essere considerato come un progetto, un'anticipazione nella mente del programmatore di uno dei possibili risultati creativi raggiungibili dal sistema di I.A. Ma, se fondate sull'algoritmo, le opere create dalla macchina non saranno creazioni autonome ma sviluppi prevedibili o imprevedibili del SW.

Si potrebbe dire che il sistema di I.A. è esso stesso l'opera, attraverso la quale il programmatore (o anche l'utente nei casi di sistemi interattivi che fanno partecipare l'utente osservatore) genera altre opere. Sembrerebbe logico che i diritti di utilizzazione economica siano attribuiti a titolo originario al soggetto umano, anche se il risultato mancasse di originalità, così come avviene per le banche-dati [3].

Proprio tali creazioni o **"opere derivate"** pongono il problema della loro proteggibilità secondo il diritto d'autore. Premesso che il programmatore, o l'utente che ha contribuito al risultato creativo, sono gli effettivi titolari dei diritti in luogo della macchina (che manca di capacità giuridica), come si esercitano e in favore di chi tali diritti?

La soluzione più condivisa è quella di considerare una "creatività" dell'uomo anticipata nelle scelte che il

programmatore compie nell'inserimento di dati e algoritmi nel robot. L'opera di I.A. sarà allora un'opera dell'ingegno riconducibile all'intelletto umano dell'autore-programmatore.

[1] Richiamo in proposito il mio articolo sul convegno AIDA "Intelligenza artificiale e proprietà intellettuale", organizzato dal prof. Luigi Carlo Ubertazzi presso l'Aula Magna del Palazzo di Giustizia il 21. 9.2018

[2] Ci si potrebbe domandare se sia l'algoritmo, allora, a poter ricevere una qualche tutela come opera dell'ingegno. Il pensiero va alla tutela autorale del SW, recepito dalla nostra legge sul diritto d'autore, il cui modello di riferimento (la Direttiva 2009/24 relativa alla tutela giuridica dei programmi per elaboratore), esclude però *"le idee e i principi alla base di qualsiasi elemento di un programma per elaboratore, compresi quelli alla base delle sue interfacce"*; e pure il Considerando 11 ci dice che *"le idee e i principi che sono alla base della logica, degli algoritmi e dei linguaggi di programmazione"* non sono tutelabili.

[3] *E. Badiali, La protezione giuridica delle opere d'arte create dall'Intelligenza Artificiale, in IUSinere, 20.12.2018*

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

Diritto all'oblio

Diritto all'oblio su scala globale? No, la Corte di giustizia UE dà ora ragione a Google

Articolo a cura dell'[avv. Giovanni Bonomo](#) - AssistenzaLegalePremium.it

Benché una barriera territoriale al diritto all'oblio non avrebbe senso nell'attuale società globale dell'informazione, la Corte di giustizia UE ha dato ragione a Google, che potrà limitare la deindicizzazione delle notizie lesive della privacy e dell'identità sociale dei richiedenti la cancellazione al perimetro della Unione Europea.

Ci siamo occupati del **diritto all'oblio**, figura giuridica di origine giurisprudenziale poi recepita dal legislatore europeo, in due occasioni.

La **prima** per tracciarne per delinearne l'origine e i riferimenti normativi a proposito del giornalismo digitale e del dovere di aggiornamento degli archivi giornalistici, la **seconda** a proposito del perenne conflitto tra **privacy** e identità, anche sociale, di una persona e il **diritto all'informazione** della cittadinanza.

Nel secondo articolo abbiamo spiegato le ragioni per cui, secondo l'indirizzo della Corte di giustizia UE, ripreso dalla nostra *Autorità garante per la protezione dei dati personali*, prevale, nella soluzione del conflitto, il diritto all'informazione ogni qual volta l'**interesse pubblico alla notizia** sia ancora attuale con riferimento a vicende giudiziarie che, anche se concluse da tempo, abbiano destato un particolare allarme sociale che resta ancora impresso e vivo nell'opinione pubblica.

Si pone poi il problema della regolamentazione interna del "diritto all'oblio" negli Stati membri e dell'uniformità di tale regolamentazione, perché il diritto all'oblio, in linea di principio, non dovrebbe avere confini nazionali né continentali nell'attuale società globale dell'informazione.

Il problema si è posto quattro anni fa in una vicenda giudiziaria che vedeva il colosso dei motori di ricerca Google multato dalla *Commission nationale de l'informatique et des libertés*, corrispondente alla nostra Autorità garante per la privacy, per non aver rimosso dalle ricerche condotte su scala globale come da indicazioni della stessa, alcuni contenuti riguardanti un utente che si considerava leso nel proprio "diritto all'oblio".

Ma vi era già un precedente, perché la Corte di Giustizia UE, in una sentenza del 2014, decise che un cittadino spagnolo avesse ragione nel fare rimuovere, dal quotidiano "La Vanguardia", due articoli apparsi anni prima e quindi i relativi risultati offerti da Google. Benché le indicazioni della Corte fossero puntuali sulla deindicizzazione dei risultati di ricerca su scala globale, estendendo il diritto all'oblio oltre gli Stati membri dell'Unione Europea, Google rimosse i contenuti denunciati solo dai suoi siti europei, come *google.de* o *google.fr*, per intenderci, lasciando attivi i link agli articoli al di fuori dell'Europa.

Eppure tale condivisibile principio è stato disatteso recentemente proprio da una sentenza della Corte di giustizia UE nella causa C-507/17, per l'appello della decisione della *Commission nationale de l'informatique et des libertés* sopra richiamata, che ha avuto l'epilogo nella seguente statuizione: "Google non è tenuto a effettuare la deindicizzazione in tutte le versioni del suo motore di ricerca ma soltanto in quelle corrispondenti agli Stati membri dell'Unione europea. Deve tuttavia attuare misure che scoraggino gli utenti di Internet dall'avere accesso, a partire da uno degli Stati membri, ai link contenuti nelle versioni extra Unione europea".

Con una contemporanea sentenza la stessa Corte ha stabilito, nella causa C-136/17, che nel valutare una domanda di deindicizzazione di "dati personali sensibili", bisogna valutare, per ogni caso concreto, i diritti di privacy e di identità sociale del richiedente la deindicizzazione e i diritti all'informazione degli utenti di Internet potenzialmente interessati. In tale valutazione di bilanciamento tra contrapposti interessi e diritti, il gestore di un motore di ricerca dovrebbe valutare, in concreto, la natura e la gravità della vicenda giudiziaria, lo svolgimento e l'esito di tale vicenda, il tempo trascorso dalla decisione, il ruolo rivestito dalla persona coinvolta e il suo comportamento passato e presente, l'attuale o inattuale interesse pubblico sulla definita vicenda giudiziaria, il contenuto e la forma dell'esposizione. Precisa infine la Corte che, laddove il gestore del motore di ricerca constatasse la mancanza di un diritto alla deindicizzazione della persona richiedente, resta in ogni caso tenuto a sistemare l'elenco dei risultati in modo tale che l'immagine globale che risulta della persona interessata rifletta la situazione giudiziaria attuale, facendo comparire per primi in graduatoria i link che rappresentino la sua attuale personalità.

E su questa decisione niente da dire.

Tornando invece alla prima decisione che più ci interessa per l'effettività del diritto all'oblio nell'attuale società dell'informazione senza confini grazie a Internet, non è chi non veda che tale decisione segna un indirizzo incoerente e non condivisibile: gli utenti esperti di Internet possono facilmente aggirare il dominio nazionale di Google in cui avviene la deindicizzazione e avere accesso alle notizie cancellate. In ogni caso i contenuti che in Europa vengono considerati inattuali e quindi deindicizzati potranno essere ancora visibili nei risultati di ricerca di Google all'estero al di fuori dell'Unione Europea. Ma ha senso che il diritto all'identità sociale e alla privacy di una persona sia confinato nel perimetro europeo ora che l'informazione non ha più confini?

"La barriera territoriale appare sempre più anacronistica" ha in proposito commentato il presidente dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali Antonello Soro. E non possiamo che essere d'accordo.

Avv. Giovanni Bonomo – AssistenzaLegalePremium.it

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

La responsabilità dell'hosting provider per la violazione dei diritti d'autore

Giovanni Bonomo

L'Osservatorio è curato per Diritto24 dall'avv. Giovanni Bonomo – AssistenzaLegalePremium.it

Parliamo questa volta della figura dell'hosting provider, espressione inglese ormai entrata nell'uso comune per indicare il prestatore di servizi che svolge attività di memorizzazione di informazioni fornite dagli utenti che vengono poi lette sui siti Web.

Lo spunto per questo argomento mi è dato dalla sentenza n. 7708 del 19 marzo di quest'anno 2019 della la prima sezione civile della Corte di Cassazione che ha accolto il ricorso della soc. RTI del Gruppo M. nei confronti di Y.. Tale sentenza ha infatti dettato alcune fondamentali indicazioni proprio in tema di responsabilità dell'hosting provider.

La Suprema Corte riconosce che la giurisprudenza della Corte di giustizia dell'Unione europea ha da tempo accolto la nozione di «*hosting provider attivo*», riferita a tutti quei casi in cui un prestatore di servizi della società dell'informazione svolga "un ruolo attivo" nella prestazione dei propri servizi. Vale a dire che l'hosting provider attivo che, come tale, si sottrae al regime di limitazione della responsabilità previsto dall'articolo 14 "Hosting" della Direttiva 2000/31/CE, è figura configurabile in presenza di "indici di interferenza" dello stesso con i contenuti memorizzati; individuati dalla Corte, "a titolo esemplificativo", in "**attività di filtro, selezione, indicizzazione, organizzazione, catalogazione, aggregazione, valutazione, uso, modifica, estrazione o promozione dei contenuti, operate mediante una gestione imprenditoriale del servizio, come pure l'adozione di una tecnica di valutazione comportamentale degli utenti per aumentarne la fidelizzazione**": tutte condotte che hanno in pratica l'effetto di completare e arricchire la fruizione dei contenuti da parte degli utenti.

Con la conseguenza che l'*hosting* attivo concorre appunto "attivamente" nell'illecito commesso da terzi. In tal caso le regole sulla responsabilità civile applicabili sono quelle comuni nel caso che il provider abbia avuto la conoscenza effettiva, o la ragionevole possibilità di conoscere, dell'illiceità del fatto altrui. Ma anche il *provider* "passivo", prosegue la Corte, è passibile di forme di responsabilità, anche di tipo risarcitorio qualora ricorrano determinate condizioni. Il fatto compiuto dal terzo deve anzitutto essere "**illecito**", quale certamente è la lesione dei diritti d'autore.

Si configura poi una responsabilità risarcitoria quando, in presenza di una illiceità "**manifesta**" (art. 14 lett. a) dir. cit.) - che ricorre quando "*sarebbe possibile riscontrarla senza particolare difficoltà, alla stregua dell'esperienza e della conoscenza tipiche dell'operatore del settore e della diligenza professionale da lui esigibile, così che non averlo fatto integra almeno una grave negligenza dello stesso*" -, il *provider* consapevole abbia ommesso di attivarsi per la rimozione del contenuto: la Corte di cassazione chiarisce quindi che si versa in tal caso in fattispecie di **responsabilità per fatto proprio colpevole**.

Il momento in cui il *provider* passivo ha «**conoscenza effettiva**» dell'altrui illecito "coincide con l'esistenza di una comunicazione in tal senso operata dal terzo" titolare del diritto leso, con l'importante precisazione che tanto "non richiede una "diffida" in senso tecnico (...), essendo sufficiente una mera comunicazione o notizia dell'illecito".

La Cassazione ha anche chiarito che la detta conoscenza può essere acquisita dal provider in qualunque modo ("**aliunde**") e che non è affatto necessario un ordine dell'autorità giudiziaria (come invece pretendeva la Y!).

La Suprema Corte ha anche chiarito la portata dell'art 17 "Assenza dell'obbligo generale di sorveglianza" D.lgs. n. 70 del 2003 che, come noto, esclude in capo al *provider* un obbligo di sorveglianza generale e costante su dati immessi dagli utenti: ma con l'importante precisazione che egli "**risponde dei danni cagionati, allorché, reso edotto di quei contenuti – vuoi dal titolare del diritto, vuoi aliunde – non si sia attivato per la immediata rimozione dei medesimi**".

Con la conseguenza che il principio che ne deriva è nel senso di sancire "un regime di irresponsabilità del prestatore sino al limite del suo diretto coinvolgimento", per l'*hosting* attivo, "oppure della sua conoscenza dell'illecito" per l'*hosting* passivo.

In sostanza, ai sensi dell'art. 16 D.lgs. 9 aprile 2003, n. 70, l'*hosting provider* - anche quando non è attivo - **risponde dei danni verso il titolare dei diritti d'autore violati quando non abbia provveduto alla immediata rimozione dei contenuti illeciti o quando abbia continuato a pubblicarli, se ricorrono queste tre condizioni:**

- 1) sia a **conoscenza** legale dell'illecito perpetrato dal destinatario del servizio, per averne avuto notizia dal titolare del diritto leso oppure in altro modo;
- 2) l'illiceità dell'altrui condotta sia **ragionevolmente constatabile**, onde il prestatore sia in colpa grave per non averla positivamente riscontata, alla stregua del grado di diligenza che è ragionevole attendersi da un operatore professionale della Rete in un determinato momento storico;
- 3) l'*hosting provider* abbia la possibilità di **attivarsi utilmente**, in quanto reso edotto in modo sufficientemente specifico dei contenuti illecitamente immessi da rimuovere.

Quindi l'onere di allegazione e di prova può essere precisato nel senso che "*spetta al titolare del diritto leso allegare e provare, a fronte dell'inerzia dell'hosting provider passivo, la conoscenza di questi in ordine all'illecito compiuto dal destinatario del servizio, indotta dalla stessa comunicazione del titolare del diritto leso o aliunde, nonché di indicare gli elementi che rendevano manifesta detta illiceità; assolto tale onere, l'inerzia del prestatore integra di per sé la responsabilità, a fronte dell'obbligo di attivazione posto dal menzionato art. 16 del d.lgs. n. 70 del 2003, **restando a carico del medesimo l'onere di provare di non aver avuto nessuna possibilità di attivarsi utilmente, possibilità che sussiste se il prestatore è munito degli strumenti tecnici e giuridici per impedire le violazioni** (ad es., per il potere di autotutela negoziale al medesimo concesso in forza del contratto concluso con il destinatario del servizio)*".

Restano salve, nel corso del processo, le **misure inibitorie** che il giudice può adottare al fine non solo di porre fine alle violazioni già commesse ma anche di prevenire la pubblicazione di ogni altro futuro contenuto che violi il diritto d'autore.

[Stampa l'articolo](#) | [Chiudi](#)

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

La responsabilità del fornitore di servizi nella società dell'informazione

Giovanni Bonomo

L'Osservatorio è curato per [Diritto24](#) dall'avv. [Giovanni Bonomo](#) di [AssistenzaLegalePremium.it](#)

Sulla responsabilità del provider, vale a dire del fornitore dei servizi in Rete nell'attuale società dell'informazione, si trova quell'ampia letteratura giuridica, sia in ambito nazionale che comunitario, che sempre si crea in diritto per le questioni controverse nella realtà dei fatti concreti. Si tratta delle due differenti attività di hosting e di caching.

Su tale argomento vorrei segnalare due importanti sentenze, la [n. 7708 del 19.3.2019](#) e la [n. 7709 del 19.3.2019](#) di quest'anno della Corte di Cassazione. Ma vorrei tracciare e riepilogare prima i riferimenti normativi, con la trascrizione delle norme di riferimento comunitarie e nazionali, in materia di responsabilità del provider, in modo che tale mio articolo possa servire da utile guida per la valutazione dei casi concreti.

La principale norma di riferimento resta la Direttiva del 8 giugno del 2000 ("*Direttiva sul commercio elettronico*" 2000/31/CE, recepita dal D. Lgs. n. 70 del 2003) che ha sancito l'assenza di un obbligo generale di sorveglianza per gli ISP (art. 15, 2000/31/CE). In sostanza possiamo dire che i provider non sono responsabili, in linea di principio, quando svolgono servizi di c.d. *mere conduit* (art. 12), *caching* (art. 13) e *hosting* (art. 14).

Più precisamente l'art. 12, dedicato al c.d. *mere conduit*, prevede che:

1. *Gli Stati membri provvedono affinché, nella prestazione di un servizio della società dell'informazione consistente nel trasmettere, su una rete di comunicazione, informazioni fornite da un destinatario del servizio, o nel fornire un accesso alla rete di comunicazione, il prestatore non sia responsabile delle informazioni trasmesse a condizione che egli:*

- a) *non dia origine alla trasmissione;*
- b) *non selezioni il destinatario della trasmissione;*
- c) *non selezioni né modifichi le informazioni trasmesse.*

2. *Le attività di trasmissione e di fornitura di accesso di cui al paragrafo 1 includono la memorizzazione automatica, intermedia e transitoria delle informazioni trasmesse, a condizione che questa serva solo alla trasmissione sulla rete di comunicazione e che la sua durata non ecceda il tempo ragionevolmente necessario a tale scopo.*

3. *Il presente articolo lascia impregiudicata la possibilità, secondo gli ordinamenti degli Stati membri, che un organo giurisdizionale o un'autorità amministrativa esiga che il prestatore impedisca o ponga fine ad una violazione.*

Per quanto riguarda l'attività di memorizzazione automatica, temporanea e transitoria di informazioni (c.d. **caching**) è utile riportare l'art. 13 della Direttiva:

Gli Stati membri provvedono affinché, nella prestazione di un servizio della società dell'informazione consistente nel trasmettere, su una rete di comunicazione, informazioni fornite da un destinatario del servizio, il prestatore non sia responsabile della memorizzazione automatica, intermedia e temporanea di tali informazioni effettuata al solo scopo di rendere più efficace il successivo inoltre ad altri destinatari a loro richiesta, a condizione che egli:

- a) non modifichi le informazioni;*
- b) si conformi alle condizioni di accesso alle informazioni;*
- c) si conformi alle norme di aggiornamento delle informazioni, indicate in un modo ampiamente riconosciuto e utilizzato dalle imprese del settore;*
- d) non interferisca con l'uso lecito di tecnologia ampiamente riconosciuta e utilizzata nel settore per ottenere dati sull'impiego delle informazioni;*
- e) agisca prontamente per rimuovere le informazioni che ha memorizzato, o per disabilitare l'accesso, non appena venga effettivamente a conoscenza del fatto che le informazioni sono state rimosse dal luogo dove si trovavano inizialmente sulla rete o che l'accesso alle informazioni è stato disabilitato oppure che un organo giurisdizionale o un'autorità amministrativa ne ha disposto la rimozione o la disabilitazione dell'accesso.*

2. Il presente articolo lascia impregiudicata la possibilità, secondo gli ordinamenti degli Stati membri, che un organo giurisdizionale o un'autorità amministrativa esiga che il prestatore impedisca o ponga fine ad una violazione.

Per quanto riguarda la disciplina dell'*hosting* occorre riportare l'art. 14:

1. Gli Stati membri provvedono affinché, nella prestazione di un servizio della società dell'informazione consistente nella memorizzazione di informazioni fornite da un destinatario del servizio, il prestatore non sia responsabile delle informazioni memorizzate a richiesta di un destinatario del servizio, a condizione che detto prestatore:

- a) non sia effettivamente al corrente del fatto che l'attività o l'informazione è illecita e, per quanto attiene ad azioni risarcitorie, non sia al corrente di fatti o di circostanze che rendono manifesta l'illegalità dell'attività o dell'informazione;*
- b) non appena al corrente di tali fatti, agisca immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitarne l'accesso.*

2. Il paragrafo 1 non si applica se il destinatario del servizio agisce sotto l'autorità o il controllo del prestatore.

3. Il presente articolo lascia impregiudicata la possibilità, per un organo giurisdizionale o un'autorità amministrativa, in conformità agli ordinamenti giuridici degli Stati membri, di esigere che il prestatore ponga fine ad una violazione o la impedisca nonché la possibilità, per gli Stati membri, di definire procedure per la rimozione delle informazioni o la disabilitazione dell'accesso alle medesime.

Ed eccoci arrivati alla nota norma che ribadisce in termini generali un'assenza di responsabilità dei suddetti fornitori di servizi informatici (art. 15 della Direttiva):

1 Nella prestazione dei servizi di cui agli articoli 12, 13 e 14, gli Stati membri non impongono ai prestatori un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che trasmettono o memorizzano né un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite.

2. Gli stati membri possono stabilire che i prestatori di servizi della società dell'informazione siano tenuti ad informare senza indugio la pubblica autorità competente di presunte attività o informazioni illecite dei destinatari dei loro servizi o comunicare alle autorità competenti, a loro richiesta, informazioni che consentano l'identificazione dei destinatari dei loro servizi con cui hanno accordi di memorizzazione dei dati.

Giova considerare in proposito il considerando n. 42 della Direttiva, il quale puntualizza che:
"le deroghe alla responsabilità stabilita nella presente direttiva riguardano esclusivamente il caso in cui l'attività di prestatore di servizi della società dell'informazione si limiti al processo tecnico di attivare e fornire accesso ad una rete di comunicazione sulla quale sono trasmesse o temporaneamente memorizzate le informazioni messe a disposizione da terzi al solo scopo di rendere più efficiente la trasmissione. Siffatta attività è di ordine meramente tecnico, automatico e passivo, il che implica che il prestatore di servizi della società dell'informazione non conosce né controlla le informazioni trasmesse o memorizzate".

La Direttiva europea non impone dunque al *provider* né l'obbligo generale di sorveglianza né, tanto meno, l'obbligo di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite. Ciò non di meno la stessa direttiva non inquadra gli *ISP Internet Service Provider* quali meri fornitori di un servizio di accesso alla rete: essi sono infatti tenuti ad informare prontamente degli illeciti rilevati le autorità competenti e a condividere con le stesse ogni informazione che possa aiutare a identificare l'autore della violazione. In caso di mancata collaborazione con le autorità fa sì che gli stessi providers vengano ritenuti civilmente responsabili dei danni provocati.

Ora esaminiamo le due sentenze citate e la normativa nazionale di riferimento in esse richiamata.

Con sentenza n. 19. 3.2019 n.7708 la prima sezione civile della Corte di Cassazione, cassando la sentenza di merito, stabilisce che l'*hosting provider* attivo è sottratto al regime generale di esenzione di cui all'art. 16 D. Lgs. n. 70 del 2003, trovando nelle regole comuni la propria responsabilità civile: tale figura di *provider* svolge un'attività che supera il servizio meramente tecnico, automatico e passivo, di *mere conduit*, ponendo in essere una condotta attiva, e concorrendo quindi con altri nella commissione dell'illecito.

Già sappiamo che, nell'ambito dei servizi della società dell'informazione, la responsabilità dell'*hosting provider*, prevista dall'art. 16 cit., sussiste in capo al prestatore dei servizi che non abbia provveduto alla immediata rimozione dei contenuti illeciti ma abbia continuato a pubblicarli, quando ricorrano in cumulo le seguenti condizioni:

- a) sia a conoscenza legale dell'illecito compiuto dal destinatario del servizio per averne avuto notizia (non importa se dal titolare del diritto leso o da altri);
- b) l'illiceità dell'altrui condotta sia ragionevolmente constatabile, in modo che egli sarebbe in colpa grave per non averla riscontrata, alla stregua del grado di diligenza che è ragionevole attendersi da un operatore professionale della rete nell'attuale società dell'informazione;
- c) abbia la possibilità di attivarsi utilmente per essere (stato) a conoscenza dei contenuti illecitamente immessi e da rimuovere.

L'illiceità deriva dalla violazione dell'altrui sfera giuridica, mediante un illecito civile o penale, comportante la lesione di diritti personali, quali ad esempio il diritto all'onore, alla reputazione, all'identità personale, all'immagine o alla riservatezza; o ancora, come nella fattispecie decisa, del diritto di autore. Il requisito sub b) configura una responsabilità per fatto proprio colpevole, perché di fronte ad una situazione di illiceità "manifesta" dell'altrui condotta non ne impedisce la continuazione tramite la rimozione delle informazioni.

Sotto il profilo oggettivo, al di là dei casi in cui vi sia un vero e proprio concorso doloso nell'illecito, basta quindi che vi sia una condotta commissiva mediante omissione, per avere – anche per sola imprudenza – concorso nel comportamento lesivo altrui, non avendo provveduto alla rimozione del dato informatico o al blocco all'accesso.

Ovviamente sarà il giudice di merito tenuto ad accertare se, sotto il profilo tecnico-informatico, l'identificazione di contenuti come video, diffusi in violazione dell'altrui diritto, sia possibile mediante l'indicazione del solo nome o titolo della trasmissione da cui sono tratti o se invece sia necessaria la comunicazione dell'indirizzo "url".

Giova a questo proposito richiamare la Comunicazione della Commissione COM (2017) 555 del 28 settembre 2017 che offre importanti indicazioni. Si legge in tale Comunicazione che le piattaforme online «dispongono solitamente dei mezzi tecnici per identificare e rimuovere» i contenuti illeciti e che, alla luce del «progresso tecnologico nell'elaborazione di informazioni e nell'intelligenza artificiale, l'uso di tecnologie di individuazione e filtraggio automatico sta diventando uno strumento ancora più importante nella lotta contro i contenuti illegali online. Attualmente molte grandi piattaforme utilizzano qualche forma di algoritmo di abbinamento basata su una serie di tecnologie, dal semplice filtraggio dei metadati fino all'indirizzamento calcolato e alla marcatura (fingerprinting) dei contenuti», e precisando che «nel settore del diritto d'autore, per esempio, il riconoscimento automatico dei contenuti si dimostra uno strumento efficace da diversi anni».

Il succo del discorso, concludendo e volendo tracciare l'abstract di tale sentenza, che in gergo legale si dice "massima", cioè la principale statuizione che orienterà i successivi giudici, è questo:

L'hosting provider attivo è il prestatore dei servizi della società dell'informazione il quale svolge un'attività che esula da un servizio di ordine meramente tecnico, automatico e passivo, e pone, invece, in essere una condotta attiva, concorrendo con altri nella commissione dell'illecito, onde resta sottratto al regime generale di esenzione di cui all'art. 16 D. Lgs. n. 70 del 2003, dovendo la sua responsabilità civile atteggiarsi secondo le regole comuni.

Con la seconda e contigua sentenza 19. 3.2019 n. 7709 di cui volevo parlarvi, sempre la prima sez. civile della Suprema Corte precisa che nell'ambito dei servizi della società dell'informazione, la responsabilità del cd. **caching** , prevista dall'art. 15 del D.Lgs. n. 70 del 2003 (norma corrispondente all'art. 13 della Direttiva 2000/31/CE), sussiste in capo al prestatore dei servizi solo nel caso in cui non abbia provveduto all'immediata rimozione dei contenuti illeciti in ottemperanza ad un ordine in tal senso impartito da un'autorità amministrativa o giurisdizionale.

Nel caso di specie il tribunale aveva affermato, giustamente, che il provider non risponde, in quanto aveva assolto all'obbligo ex art. 17, comma 2 D. Lgs. n. 70 del 2003 di trasmettere la diffida del titolare del diritto d'autore alla Procura della Repubblica presso il tribunale competente per le ipotesi di reato connesse all'abusiva riproduzione e diffusione di materiali oggetto di diritto d'autore.

In effetti, al prestatore del servizio che fornisca una mera attività neutrale di caching la legge non richiede che, solo perché reso edotto di specifici contenuti illeciti con una diffida extragiudiziale o perché proponga una domanda giudiziale al riguardo, li debba anche rimuovere.

Questa seconda sentenza è importante perché traccia una netta distinzione tra la responsabilità, in capo al *provider*, o fornitore di servizi, di **hosting** e la responsabilità di **caching** , distinzione che sta alla base di tutta la disciplina comunitaria e quindi anche di quella nazionale.

Troviamo inoltre una classificazione, per la prima volta, delle tipologie di **caching** . Nella fattispecie decisa si era in presenza di un caching legittimo, quale archiviazione temporanea di informazioni in rete, reso dal motore di ricerca mediante il **linking** (mera offerta di collegamenti ipertestuali), ma anche di ulteriori attività di **embedding** (che permette di visionare un brano audiovisivo restando fisicamente connesso al portale del motore di ricerca), di **preview** (che consente di vedere in anteprima piccole porzioni dei contenuti ricercati), di **suggest search** (suggerimenti di ricerca) con cui il motore di ricerca compie un intervento selettivo dei contenuti, in questo caso non transitorio e necessario alla sua normale operatività. Solo in questo caso, la perdita di neutralità per il controllo dei dati, renderebbe il fornitore di servizio responsabile, a meno che dimostri la mancanza di conoscenza delle (e l'impossibilità di controllo sulle) informazioni veicolate.

Volendo anche qui concludere con una massima la statuizione principale della sentenza:

Nell'ambito dei servizi della società dell'informazione, la responsabilità di caching, prevista dall'art. 15 del D. Lgs. n. 70 del 2003, sussiste in capo al prestatore dei servizi che non abbia provveduto alla immediata rimozione dei contenuti illeciti, pur essendogli ciò stato intimato dall'ordine proveniente da un'autorità amministrativa o giurisdizionale.

Indicazioni operative.

Vogliamo infine trarre dalle due sentenze le indicazioni operative per il fornitore di servizi della società dell'informazione consistente nel caching, che è il servizio normale e più diffuso dalle piattaforme Internet per l'attività di social network.

Si tratta di quegli svariati casi in cui l'attività di prestatore di servizi della società dell'informazione si limiti al processo tecnico necessario ad attivare e fornire accesso ad una rete di comunicazione sulla quale vengono trasmesse, e temporaneamente memorizzate, le informazioni messe a disposizione da terzi al solo scopo di rendere più efficiente la trasmissione.

Tale attività di caching esonera il provider da responsabilità per i contenuti immessi da altri alle seguenti condizioni (che riassumiamo usando le espressioni della sentenza):

- a) *"non modifichi le informazioni"*, divenendo allora concorrente attivo;
- b) *"si conformi alle condizioni di accesso alle informazioni"*, non ometta ad esempio di rendere disponibili al pubblico informazioni sull'accesso al sito di provenienza;
- c) *"si conformi alle norme di aggiornamento delle informazioni"* secondo le regole del settore;
- d) *"non interferisca con l'uso lecito di tecnologia riconosciuta ed utilizzata nel settore per ottenere dati sull'impiego delle informazioni"*;
- e) *"agisca prontamente per rimuovere le informazioni che ha memorizzato, o per disabilitare l'accesso, non appena venga effettivamente a conoscenza del fatto che le informazioni sono state rimosse dal luogo dove si trovavano inizialmente sulla rete o che l'accesso alle informazioni è stato disabilitato oppure che un organo giurisdizionale o un'autorità amministrativa ne ha disposto la rimozione o la disabilitazione"*, provvedendo, dunque, a cancellare i documenti dal medesimo archiviati in memoria, qualora essi siano stati rimossi dal sito di provenienza, l'accesso sia stato disabilitato ad opera del titolare, o sia intervenuto un provvedimento giurisdizionale o amministrativo ad ordinare tale disabilitazione o rimozione.

Avv. Giovanni Bonomo – AssistenzaLegalePremium.it

12-09-2018 • **ORA ANCHE LE COMUNICAZIONI VIA SMS E ANALOGHE POSSONO COSTITUIRE REATO DI MOLESTIA**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/dirittoPenale/2018-09-12/ora-anche-comunicazioni-via-sms-e-analoghe-possano-costituire-reato-molestia-131055.php>

25-09-2018 • **INTELLIGENZA ARTIFICIALE E PROPRIETÀ INTELLETTUALE**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2018-09-25/intelligenza-artificiale-e-proprietà-intellettuale-113132.php>

01-10-2018 • **L'IDENTITÀ DIGITALE TRA INGEGNERIA REPUTAZIONALE E SOCIAL AUTHORITY**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/dirittoCivile/2018-10-01/l-identita-digitale-ingegneria-reputazionale-e-social-authority-120332.php>

10-10-2018 • **INTERNET COME SISTEMA OPERATIVO SOCIALE AD ACCESSO UNIVERSALE**

http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2018-10-10/internet-come-sistema-operativo-sociale-ad-accesso-universale-105700.php?refresh_ce=1

17-10-2018 • **START-UP INNOVATIVE E CROWDFUNDING**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2018-10-17/start-up-innovative-e-crowdfunding-102439.php>

22-10-2018 • **LA TECNOFINANZA E LE NOVITÀ DELLA BLOCKCHAIN**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/dirittoCivile/2018-10-22/la-tecnofinanza-e-novità-blockchain-153805.php>

13-11-2018 • **I SERVIZI AUDIOVISIVI E LE NUOVE REGOLE EUROPEE**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2018-11-13/i-servizi-audiovisivi-e-nuove-regole-europee-152246.php>

11-12-2018 ● **IL PRODUCT PLACEMENT, O COLLOCAMENTO DI MARCHI E PRODOTTI ALL'INTERNO DI UN FILM**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatilmpresa/2018-12-11/il-product-placement-o-collocamento-marchi-e-prodotti-interno-un-film-174737.php>

08-01-2019 ● **CHE COSA È LA BLOCKCHAIN. LA EFFICACIA ANCHE NELLA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatilmpresa/2019-01-18/che-cosa-e-blockchain-efficacia-anche-lotta-contraffazione--110555.php>

31-01-2019 ● **FORMAT TELEVISIVO E SUA TUTELABILITÀ SECONDO IL DIRITTO D'AUTORE**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatilmpresa/2019-01-31/format-televisivo-e-sua-tutelabilita-secondo-diritto-d-autore-105241.php>

13-02-2019 ● **IL VALORE LEGALE DELLA BLOCKCHAIN E DEGLI SMART CONTRACT**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatilmpresa/2019-02-13/il-valore-legale-blockchain-e-smart-contract-111731.php>

14-02-2019 ● **PARLA L'ESPERTO**

TESTAMENTO DIGITALE, ECCO COSA RIMANE DI NOI SUL WEB DOPO LA MORTE

<https://www.liberoquotidiano.it/news/scienze---tech/13430310/testamento-digitale-giovanni-bonomo-cosa-rimane-di-noi-sul-web-dopo-morte.html>

21-02-2019 ● **CON IL "TESTAMENTO DIGITALE" POSSIAMO DISPORRE DELLA NOSTRA IDENTITÀ DIGITALE DOPO IL NOSTRO DECESSO. MA IL LEGISLATORE PONE DEI LIMITI**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatilmpresa/2019-02-21/con-testamento-digitale-possiamo-disporre-nostra-identita-digitale-il-nostro-decesso-ma-legislatore-pone-limiti-151248.php>

11-03-2019 • **MESSAGGI PUBBLICITARI E OMISSIONI INGANNEVOLI -**

LA FIGURA DELL'INFLUENCER

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2019-03-11/messaggi-pubblicitari-e-omissioni-ingannevoli-la-figura-influencer-140818.php>

18-03-2019 • **RISCOSSIONE CREDITI ERARIALI: LA SUPREMA CORTE CHIARISCE IL TERMINE DI PRESCRIZIONE**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/dirittoAmministrativo/2019-03-18/riscossione-crediti-erariali-suprema-corte-chiarisce-termini-prescrizione-101102.php>

30-04-2019 • **BREXIT. L'AUTOTUTELA DELL'ITALIA**

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2019-04-30/brexit-autotutela-italia-171844.php>

22-05-2019 • **L'AFORISMA ALLA CONQUISTA DEL TERZO MILLENNIO. CONVEGNO ALL'UNIVERSITÀ STATALE**

<http://www.affaritaliani.it/culturaspettacoli/l-aforisma-alla-conquista-del-terzo-millennio-convegno-all-universita-statale-606183.html>

22-05-2019 • **TUTTI PAZZI PER L'AFORISMA. UN PENSIERO CONCENTRATO IN OTTO PAROLE**

<http://www.affaritaliani.it/blog/cose-nostre/tutti-pazzi-per-l-aforisma-un-pensiero-concentrato-in-otto-parole-606185.html>

24-05-2019 • **COME UTILIZZARE LE FOTOGRAFIE IN INTERNET**

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatiImpresa/2019-05-24/come-utilizzare-fotografie-internet-142923.php>

05-07-2019 • **IL CELEBRE MARCHIO ADIDAS È NULLO PERCHÉ PRIVO DI CAPACITÀ DISTINTIVA**

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatoImpresa/2019-07-05/il-celebre-marchio-adidas-e-nullo-perche-privo-capacita-distintiva-161634.php>

25-07-2019 • **BARRIERS TO ENTRY OVVERO GLI OSTACOLI CHE IMPEDISCONO O RENDONO DIFFICILE ENTRARE IN UN DETERMINATO MERCATO**

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatoImpresa/2019-07-25/barriers-to-entry-ovvero-ostacoli-che-impediscono-o-rendono-difficile-entrare-un-determinato-mercato-151559.php>

04-09-2019 • **IL DIRITTO D'AUTORE GIORNALISTICO NELL'EDITORIA DIGITALE**

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatoImpresa/2019-09-04/il-diritto-d-autore-giornalistico-editoria-digitale--112746.php>

17-09-2019 • **OPERE DELL'INGEGNO E INTELLIGENZA ARTIFICIALE**

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatoImpresa/2019-09-17/opere-ingegno-e-intelligenza-artificiale-095708.php>

07-10-2019 • **DIRITTO ALL'OBLIO SU SCALA GLOBALE? NO, LA CORTE DI GIUSTIZIA UE DÀ ORA RAGIONE A GOOGLE**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatoImpresa/2019-10-07/diritto-oblio-scala-globale-no-corte-giustizia-ue-da-ora-ragione-google-152942.php>

18-10-2019 • **LA RESPONSABILITÀ DELL'HOSTING PROVIDER PER LA VIOLAZIONE DEI DIRITTI D'AUTORE**

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/dirittoCivile/responsabilita/2019-10-18/la-responsabilita-hosting-provider-la-violazione-diritti-d-autore-162318.php>

12-12-2019 • **LA RESPONSABILITÀ DEL FORNITORE DI SERVIZI NELLA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE**

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/mercatoImpresa/2019-12-12/la-responsabilita-fornitore-servizi-societa-informazione-143556.php>