

Tra nuove normative ed altre che verranno

Stanno cambiando tante cose nel mondo della comunicazione digitale, sia sul piano normativo sia su quello applicativo.

di **Ernesto Apa e Dario Morelli** (Portolano Cavallo Studio Legale)



Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/032013/PL-0313-008.pdf (Pubblicità on line)

Il mondo della comunicazione digitale ha conosciuto negli ultimi mesi diverse innovazioni di indubbio rilievo, sia sul piano normativo sia su quello della concreta applicazione. Nel corso della seconda metà del 2013 si attendono ulteriori novità in tema Internet, commercio elettronico, privacy e pubblicità. Vediamo, settore per settore, come sono cambiate le regole del digitale negli ultimi mesi e come si accingono a cambiare ulteriormente nel prossimo futuro.

Il ruolo e la responsabilità degli Internet service provider – la distinzione tra hosting provider attivo e passivo, a seconda del ruolo svolto nella gestione delle informazioni memorizzate dagli utenti – ha trovato importanti conferme nelle aule di giustizia. Si è consolidato il principio per cui chi chiede a un provider di rimuovere contenuti deve fornire un'indicazione dettagliata e specifica. Ed è anche cresciuto il ricorso a rimedi “penalistici” – più rapidi di quelli civilistici – contro le violazioni del copyright sul web. La Corte di Giustizia dell'Ue ha poi chiarito nel caso **Sabam** che il diritto comunitario vieta di imporre filtri al web per prevenire violazioni di copyright.

Le informazioni relative a persone giuridiche, enti e associazioni non sono più considerate dati personali ai sensi del Codice Privacy. L'ambito di applicazione di quest'ultimo è stato quindi ristretto ai dati relativi alle sole persone fisiche. Tuttavia, le disposizioni del Codice riguardanti i “contraenti” – in particolare in tema di telemarketing e comunicazioni commer-

ciali indesiderate – continuano ad applicarsi anche alle persone giuridiche. Per quanto riguarda i cookie, l'Italia ha attuato la Direttiva 2009/136/Ce, prevedendo espressamente il principio dell’“opt-in” per la registrazione di cookie sui dispositivi degli utenti.

Significa che un cookie potrà essere registrato solo se l'utente avrà prima espresso un valido consenso al trattamento dei suoi dati. Prima, però, l'utente dovrà ricevere un'informativa chiara, nonché completa, riguardo alle modalità e alle finalità del trattamento.

Ma ci sono novità anche per chi fornisce al pubblico servizi di comunicazione elettronica (per esempio, servizi telefonici o di accesso a Internet). Adesso è infatti necessario notificare senza ritardo al Garante Privacy eventuali violazioni di dati personali degli utenti (c.d. data breaches). La notifica va fatta anche all'utente stesso qualora la violazione rischi di arrecare pregiudizio ai suoi dati o alla sua riservatezza.

Passando alle misure di sicurezza, è venuto meno l'obbligo per le imprese di redigere e aggiornare annualmente



il “Documento programmatico sulla sicurezza” (Dps).

COS'È CAMBIATO IN TELEVISIONE

Dopo le numerose polemiche sollevate dalla formula che prevedeva l'assegnazione gratuita (salvo il pagamento dei diritti d'uso) delle frequenze del dividendo digitale, il beauty contest per l'assegnazione dei 6 multiplex Dtt è stato cancellato. A fine agosto 2012 il Consiglio di Stato, con quattro decisioni contestuali, ha annullato il regolamento **Agcom** del 2010, avente a oggetto la numerazione automatica dei canali digitali terrestri (Lcn). A seguito della pubblicazione delle sentenze, l'Agcom con delibera n. 442/12/Cons ha prorogato, in via d'urgenza, il vecchio Piano di numerazione automatica dei canali fino all'adozione del nuovo regolamento, che è stato approvato lo scorso marzo a seguito dell'esame degli esiti della relativa consultazione pubblica e di un'indagine di mercato sulle abitudini e preferenze degli utenti svolta dall'**Istituto Piepoli** nel gennaio scorso.

Il decreto legislativo n. 120/2012 ha rafforzato la protezione dei minori verso i contenuti trasmessi da servizi di media audiovisivi lineari e non lineari. Secondo la nuova normativa, la trasmissione di programmi vietati ai minori di 18 anni o che possono nuocere gravemente ai minori è vietata sui canali Tv ed è ammessa solo in modalità on demand, previa implementazione di un sistema di controllo specifico e selettivo che rispetti determinati requisiti. Inoltre, la trasmissione televisiva di programmi vietati ai minori di 14 anni è ammessa, alternativamente, (i) nella fascia oraria notturna, dalle 23 alle 7 (senza parental control) o (ii) in qualsiasi orario, qualora sia stato adottato un sistema di parental control. Da ultimo, la nuova norma prevede l'obbligo in capo alle emittenti di indicare la pericolosità del contenuto trasmesso con un avvertimento acustico prima dell'inizio del programma e con un simbolo visivo per l'intera durata del programma stesso. Inoltre, Agcom ha emanato a maggio il nuovo regolamento in materia di accorgimenti tecnici da adottare per l'esclusione della visione e dell'ascolto da parte dei minori di

trasmissioni a richiesta che possono nuocere gravemente al loro sviluppo fisico, mentale o morale e il nuovo regolamento in materia di criteri di classificazione delle trasmissioni televisive che possono nuocere gravemente allo sviluppo fisico, mentale o morale dei minori.

L'articolo 7 del c.d. "decreto Balduzzi" ha introdotto nuovi limiti per le pubblicità di giochi con vincite in denaro. Fra questi, il divieto assoluto di trasmissione di simili pubblicità durante i programmi rivolti prevalentemente ai giovani. Il nuovo articolo 37-bis del Codice del Consumo ha previsto una nuova forma di tutela amministrativa per i consumatori contro le clausole vessatorie nei contratti con i professionisti. La relativa competenza è stata attribuita all'Agcm. La protezione garantita ai consumatori contro le pratiche commerciali scorrette dal Codice del Consumo è stata estesa alle micro-imprese. Per micro-impresa s'intende qualsiasi entità, società o associazione che eserciti un'attività economica impiegando meno di 10 persone e realizzando un fatturato annuo o un totale di bilancio su base annua inferiori a 2 milioni di euro.

È stato decuplicato il livello massimo delle sanzioni irrogabili dall'Agcm in caso di pratiche commerciali scorrette. La sanzione massima è infatti passata da 500.000 euro per ogni pratica commerciale scorretta accertata a 5 milioni di euro. Invariata la minima, rimasta pari a 5.000 euro.

COS'È CAMBIATO SU INTERNET

Lo sviluppo verticale dei servizi di cloud porterà presumibilmente a interrogarsi – nei tribunali e nel dibattito collettivo – sul ruolo e sulle responsabilità dei fornitori di tali servizi. Le principali questioni sul tavolo sono la protezione dei dati memorizzati in cloud e la tutela della proprietà intellettuale. Gli organi comunitari hanno assunto recentemente iniziative che preludono a interventi sul piano regolamentare e probabilmente legislativo.

La crescente integrazione fra Tv e Internet ricoprirà un ruolo centrale nello sviluppo e nella penetrazione della rete Internet in Italia. Il fenomeno non riguarda esclusivamente la fruizione di contenuti televisivi via web, ma la più generale ibridazione tecnologica e funzionale dei mezzi trasmissivi, inclusi

quelli mobili. Da tempo, infatti, è in atto una trasformazione quasi antropologica dello spettatore (come soggetto passivo) in consumatore (soggetto potenzialmente attivo). Da tale mutamento conseguono evidenti implicazioni privacy, legate per esempio alla possibilità, offerta dalle nuove tecnologie, di "profilare" i telespettatori tramite la raccolta di loro dati personali.

Altro tema al centro del dibattito nella seconda metà del 2013 sarà la tutela del diritto d'autore. In ambito comunitario non si profilano rilevanti novità normative in materia. Viceversa, alcune modifiche di rilievo sul piano, soprattutto, delle procedure e dei soggetti coinvolti potrebbero intervenire in Italia. In tale direzione sono infatti significative le intenzioni manifestate con sempre maggiore frequenza dai vertici di Agcom di riprendere la discussione su un regolamento che disciplini tali aspetti.

La summenzionata modifica alla disciplina italiana in materia di cookie sembra presentare in Italia una carica di innovatività minore rispetto al resto d'Europa. La regola dell'"opt-in" (ovvero, del previo consenso) per l'utilizzo dei cookie era infatti già vigente in precedenza, ma soltanto per i cookie "tecnici". Ogni altro accesso e ogni altra registrazione non autorizzati sul terminale dell'utente erano vietati. Il principio dell'"opt-in", tuttavia, non è mai stato oggetto di interventi di enforcement da parte del Garante Privacy e l'"opt-out" tramite le impostazioni del browser dell'utente costituiva (e in parte costituisce tuttora) una pratica comunemente diffusa. Il principio dell'"opt-in" per l'uso di cookies da parte degli operatori Internet ha acceso un dibattito circa le modalità pratiche con cui ottenere dagli utenti un consenso preventivo per l'utilizzo di cookies.

Le indicazioni che il Garante Privacy fornirà all'esito della consultazione pubblica in corso aiuteranno gli operatori Internet a conformarsi ai nuovi requisiti per l'utilizzo dei cookies?

Il framework normativo in materia di tutela dei dati personali è destinato a subire l'impatto del Regolamento Ue sulla protezione dei dati proposto dalla Commissione europea il 25 gennaio 2012 allo scopo di garantire una maggiore armonizzazione in materia di privacy nell'intera Ue. Il Regolamento, che al momento è ancora all'esame delle istituzioni Ue, una volta approvato sarà direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri, i quali avranno due anni per conformarsi alle prescrizioni del Regolamento. Le aziende che trattano dati personali si troveranno a dovere considerare sin da subito i nuovi requisiti, in modo da preparare la propria struttura e organizzare i propri rapporti contrattuali in vista dell'entrata in vigore del Regolamento.

DIGITALE E PROTEZIONE DEI CONSUMATORI

Approvato il nuovo regolamento Lcn, il Ministero dovrà effettuare la riassegnazione delle posizioni Lcn ai canali digitali terrestri. Il mondo della televisione e della pubblicità attende quindi questo momento per capire come si configureranno i nuovi assetti della televisione italiana. Il Governo sta per avviare il procedimento per l'assegnazione, mediante asta competitiva, dei multiplex Dtt che compongono il dividendo digitale.

È certamente prevedibile che l'Agcm continuerà a tenere alto il livello di attenzione rispetto alla repressione delle pratiche commerciali sleali realizzate attraverso la rete utilizzando strumenti, anche particolarmente invasivi, già sperimentati nell'anno appena trascorso. Sarà senza dubbio di interesse analizzare le decisioni che l'Autorità assumerà in materia di tutela amministrativa contro le clausole abusive nei contratti dei consumatori. Anche in questo settore sarà dedicata una particolare attenzione al mondo di Internet, come dimostrato dai primi procedimenti avviati dall'Agcm nell'esercizio delle nuove competenze che hanno riguardato, per l'appunto, primari operatori nazionali nel settore dell'e-commerce. ■

LA NUOVA NUMERAZIONE DEI CANALI TELEVISIVI

archi	numerazione	canali
I arco	(1-99):	nazionali e locali
II arco	(101-199):	nazionali e locali
III arco	(201-299):	locali
IV arco	(301-399):	a pagamento
V arco	(401-499):	a pagamento
VI arco	(501-599):	nazionali
VII arco	(601-699):	locali
VIII arco	(701-799):	nazionali
IX arco	(801-899):	radiofonici e altri servizi
X arco	(901-999):	locali

Fonte: elaborazione dell'autore **Largo Consumo**