



Innovazione e diritto: le novità della settimana

INNOVATION LAW INSIGHTS

17 gennaio 2022

Webinar

Discutiamo con il Garante privacy delle linee guida sui cookie

Il 9 gennaio sono entrate in vigore le nuove linee guida del Garante per la protezione dei dati personali sui cookie. Quale parte delle iniziative del IPTT - Italian Privacy Think Tank, ne discuteremo in un webinar il 25 gennaio con la partecipazione dell'Avv. Guido Scorza, membro del Collegio del Garante per la protezione dei dati personali. E' possibile registrarsi al link disponibile [qui](#).

Report

DLA Piper Italian Intellectual Property & Technology Predictions for 2022

Pubblichiamo le predictions per il 2022 del dipartimento italiano dello studio legale DLA Piper sui principali cambiamenti legali nell'Intellectual Property and Technology, arricchite da un sondaggio che ha coinvolto più di 50 aziende. Le predictions sono disponibili [qui](#).

Podcast

Gian Luca Comandini, Membro della Task Force del MISE sulla blockchain, sul ruolo degli NFT e dell'innovazione

Gian Luca Comandini, Membro del Task Force del MISE sulla blockchain, discute con Tommaso Ricci e Vincenzo Giuffrè di DLA Piper sul ruolo degli NFT e sul futuro dell'innovazione nell'episodio del podcast Diritto al Digitale disponibile [qui](#).

Privacy

Facebook e Google sanzionate € 60 e € 150 milioni per violazioni privacy sui cookie dal CNIL

Il Garante privacy francese, la *Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL)*, ha annunciato l'irrogazione di ingenti sanzioni nei confronti di **Facebook Ireland Limited** e **Google LLC e Google Ireland Limited**, rispettivamente di 60 e 150 milioni euro.

Il CNIL ha irrogato tali sanzioni nel contesto di una più ampia campagna, iniziata a maggio 2021, atta a garantire la conformità delle modalità di installazione di cookie sui principali siti web attivi in Francia. Infatti, già al **14 dicembre 2021**, il CNIL aveva inviato una sessantina di avvisi formali, attraverso i quali contestava agli operatori coinvolti di non consentire agli utenti dei propri siti web di rifiutare i cookie con la stessa facilità con cui questi ultimi potevano fornire il proprio consenso.

Sulla scia della summenzionata campagna, anche Google e Facebook sono state ritenute responsabili dell'implementazione di pratiche, sui propri siti web, non conformi alla normativa applicabile in materia di cookie, le quali erano state portate all'attenzione del CNIL mediante numerosi reclami di utenti che lamentavano le difficoltà nel rifiutare l'utilizzo di cookie sui siti web facebook.com, google.fr e youtube.com.

In particolare, secondo il CNIL, i siti oggetto di sanzione *“offrono un pulsante per accettare immediatamente i cookie”*, mentre *“sono necessari diversi click per rifiutare tutti i cookie”*. Inoltre, è stato ritenuto particolarmente critico l'utilizzo del pulsante di Facebook *“ Accetta i cookie”* da utilizzare, in realtà, per rifiutare i tracker. Infatti, secondo il CNIL rendere il meccanismo di rifiuto più complesso ha l'effetto di scoraggiare gli utenti a rifiutare i cookie, spingendoli invece a preferire, per maggiore comodità e facilità, la selezione del pulsante di consenso per i cookie. Di conseguenza, il CNIL ha ritenuto che tale procedura violasse la libertà di consenso degli utenti.

Oltre alle sanzioni amministrative multimilionarie, il CNIL ha ingiunto a Google e Facebook di mettere a disposizione degli utenti situati in Francia un apposito meccanismo per rifiutare i cookie che sia altrettanto semplice di quello esistente per accettarli, al fine di garantire la libertà del loro consenso. I due colossi americani avranno solo tre mesi di tempo per adeguarsi alla decisione, pena il pagamento di una multa di 100 mila euro per ogni giorno di ritardo.

Tra le altre cose, il CNIL ha affermato di essere materialmente competente a sanzionare le operazioni relative ai cookie inseriti da Google e Facebook sui terminali degli utenti situati in Francia in quanto il meccanismo di cooperazione previsto dall'articolo 60 del Regolamento UE 679/2016 (GDPR) con il *one-stop-shop* non è applicabile a tali procedure. Infatti, le pratiche connesse all'uso dei cookie rientrano nell'ambito di applicazione della cosiddetta direttiva *“ePrivacy”*, recepita dall'articolo 82 della Legge sulla protezione dei dati francese.

Tornando in Italia, ad oggi, il Garante per la protezione dei dati non ha ancora emesso sanzioni per violazioni in materia di cookie, ma il periodo di *“tolleranza”* potrebbe essere finito: è bene ricordare, infatti, che lo scorso 9 gennaio 2022 è scaduto il periodo di sei mesi concesso agli operatori coinvolti per l'adeguamento alle nuove linee guida sui cookie. Sarà quindi interessante vedere se il Garante italiano utilizzerà la stessa strategia del CNIL, iniziando una vera e propria campagna atta a sanzionare gli operatori non conformi, o propenderà per un approccio più graduale.

Sul questo tema, potrebbe interessarvi l'articolo *“ Siete pronti alle nuove linee guida del Garante privacy sui cookie?”* e l'Infografica *“ Nuovi obblighi privacy introdotti dal Garante sui cookie”*.

Technology, Media and Telecommunications

Pubblicazione dell'Osservatorio sulle comunicazioni dell'AGCom per il periodo luglio – settembre 2021

Lo scorso 29 dicembre 2021, l'AGCom ha pubblicato il **quarto Osservatorio sulle comunicazioni** dell'anno in corso, che copre il periodo da luglio a settembre del 2021.

Come si legge nel **Comunicato Stampa** con cui l'Autorità ha annunciato la pubblicazione dell'Osservatorio, tra le tendenze più significative, è stato registrato che gli accessi complessivi per la rete fissa *“sono rimasti sostanzialmente stabili rispetto al trimestre precedente, ma in crescita di circa 400 mila unità su base annuale”*.

L'AGCom segnala inoltre come nell'ultimo anno le tradizionali linee in rame *“ si siano ridotte di circa 1,8 milioni”*, a fronte di un aumento di circa 2,6 milioni di *“linee che utilizzano altre tecnologie”*. In particolare, l'Autorità osserva che, *“ se nel settembre 2017 il 76% degli accessi alla rete fissa era in rame”*, a distanza di quattro anni gli accessi in rame sono scesi

al 29,2%.

Questo dato conferma il costante aumento delle connessioni broadband e *ultrabroadband*, posto che “*sono sensibilmente aumentati gli accessi con tecnologie che consentono prestazioni maggiormente avanzate*”. In particolare, le linee FTTC sono aumentate di 1,1 milioni su base annua e di 6,5 milioni nell'intero periodo, le linee FTTH sono cresciute di oltre 800 mila unità, superando a fine settembre i 2,4 milioni di accessi. In crescita, anche “*se in misura più attenuata*”, risultano anche le linee *Fixed Wireless Access*, “*con un incremento di 239 mila unità all'anno*”, giungendo così a sfiorare 1,7 milioni di accessi.

Come osserva l'Autorità, tale tendenza comporta un “*notevole aumento delle prestazioni in termini di velocità di connessione commercializzate*”, posto che le linee con velocità pari o superiori ai 30 Mbit/s hanno raggiunto il 75% delle complessive linee *broadband* e il peso di quelle con prestazioni superiori ai 100 Mbit/s è salito dal 16,5% al 59,4% del totale.

La crescita della capacità trasmissiva si riflette sull'andamento dei volumi. L'Autorità ha registrato che il “*traffico dati medio giornaliero nei primi 9 mesi dell'anno è aumentato del 21% rispetto al corrispondente valore del 2020 e, con riguardo al periodo pre-Covid, del 74,9% rispetto al periodo gennaio-settembre 2019*”. A ciò corrisponde un aumento dei dati unitari di consumo (ossia il traffico per linea *broadband*), “*trainato anche dalla progressiva diffusione dei servizi video in streaming, stimabile in poco meno del 17% sul 2020 e del 64,2% nei confronti del 2019*”.

Per quanto riguarda il segmento della rete mobile, a fine settembre 2021 le SIM complessive hanno raggiunto i 105,8 milioni (+1,7 milioni su base annua). In particolare: (i) le SIM M2M (*Machine to Machine*) sono cresciute per poco più di 1,5 milioni; (ii) le SIM “Human” (cioè “solo voce”, “voce+dati” e “solo dati” che prevedono iterazione umana) sono anch'esse aumentate (per 150 mila unità su base annua e per poco meno di 250 mila rispetto allo scorso fine giugno) raggiungendo 78 milioni di SIM. L'Autorità ha anche rilevato una “crescita dell'utilizzo della larga banda mobile”, osservando che il “consumo medio unitario mensile di dati da inizio anno è stimabile in circa 12,3 GB/mese” con una “crescita del 29,3% rispetto al periodo giugno-settembre 2020” ed evidenziando come “tale indicatore risulti quasi quadruplicato rispetto al corrispondente periodo del 2017, quando il traffico dati unitario risultava essere pari a 2,57 GB mensili”.

L'Autorità ha anche rilevato una “*crescita dell'utilizzo della larga banda mobile*”, osservando che il “*consumo medio unitario mensile di dati da inizio anno è stimabile in circa 12,3 GB/mese*” con una “*crescita del 29,3% rispetto al periodo giugno-settembre 2020*” ed evidenziando come “*tale indicatore risulti quasi quadruplicato rispetto al corrispondente periodo del 2017, quando il traffico dati unitario risultava essere pari a 2,57 GB mensili*”.

Su un simile argomento può essere interessante l'articolo “[Pubblicazione dell'Osservatorio sulle comunicazioni dell'AGCom per il periodo marzo – giugno 2021](#)”.

Intellectual Property

Emirati Arabi Uniti aderiscono al Sistema di Madrid System per la registrazione dei marchi

Lo scorso 28 settembre 2021, la World Intellectual Property Organization (“WIPO”) rendeva noto che gli Emirati Arabi Uniti (“EAU”) sono diventati il 109° Paese ad aver aderito al Sistema di Madrid per la registrazione dei marchi a livello internazionale, nonché il terzo Stato tra i membri del Consiglio di cooperazione degli Stati del golfo Persico, dopo Bahrain e Oman. Un cambiamento certamente rilevante per coloro che intendono tutelare il proprio marchio in tale territorio.

L'adesione al Protocollo comporta sia un risparmio di tempo che una limitazione dei costi. Nello specifico, ai fini della tutela del marchio, non è più necessario procedere a un deposito nazionale monoclasse, vale a dire al deposito di tante domande di registrazione di marchio quante sono le classi di interesse, con costi e un dispendio di tempo generalmente elevati. Dal 28 dicembre 2021, nell'ambito della procedura di registrazione internazionale è divenuto ufficialmente possibile procedere alla designazione degli EAU, al pari degli altri Stati che già aderivano all'Arrangement e al Protocollo

di Madrid.

Con riguardo ai costi, mediante *Information Notice No. 18/2021* la WIPO ha recentemente reso noto che, coerentemente con quanto disposto dall'articolo 8 (7)(a) del *Protocollo di Madrid*, gli EAU hanno richiesto il pagamento di una tassa individuale, scelta questa che vede il proprio presupposto nell'adesione degli EAU al solo Protocollo di Madrid. L'importo previsto è di gran lunga inferiore all'ammontare delle tasse da versare in sede di deposito nazionale ed è dovuto per ogni classe di prodotti e servizi rivendicata ogniqualvolta in riferimento agli EAU è avanzata richiesta di:

Designazione in fase di registrazione;

Designazione successiva;

Rinnovo.

Concludendo, con *Information Notice No. 1/2022* la WIPO ha reso nota l'inefficacia dell'iscrizione delle licenze nel Registro Internazionale relativamente al territorio degli EAU, secondo quanto comunicato dall'Ufficio di Marchio Nazionale degli Emirati Arabi Uniti. Ai fini di tale iscrizione nel Registro Internazionale - e dunque della sua efficacia in tale territorio - sarà necessario adempiere tutte le formalità previste dalla legislazione nazionale interfacciandosi direttamente con il suddetto Ufficio. Da ultimo, non prevedendo la Legge Marchi degli EAU gli istituti della divisione di una registrazione internazionale (c.d. divisionale) e della fusione di registrazioni, è reso noto che gli EAU non inoltreranno alla WIPO le richieste relative.

Su un simile argomento può essere interessante l'articolo “ [Registrazione del cognome di un pittore francese come elemento di un marchio giapponese](#)”.

Gaming & Gambling

Il TAR Lazio rigetta il ricorso di una testata online per la violazione divieto di pubblicità del gambling

Il TAR Lazio ha definito i limiti entro i quali comunicazioni relative al gambling non rientrano nel divieto di pubblicità dei giochi con vincita in denaro.

Con nota acquisita al prot. n. 0214149 del 19 maggio 2020, l'AGCOM [aveva sanzionato](#) un quotidiano on line per la pubblicazione di un articolo contenente un testo presuntivamente informativo, redatto similmente ad un normale articolo di taglio giornalistico, volto, però, a promuovere il gioco con vincita in denaro e gambling tramite un apposito collegamento ipertestuale al sito web WISECASINO.NET. La società era stata quindi sanzionata per la violazione dell'art. 9, comma 1, del decreto-legge 12 luglio 2018, n. 87, convertito con modificazioni dalla legge n. 96 del 9 agosto 2018 (comunemente conosciuto come Decreto Dignità), che vieta qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro nonché al gioco d'azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo.

Avverso la sanzione comminata da AGCOM di € 50.000 ha fatto ricorso la testata online (N. [10814/2021](#)). Nel medesimo ricorso è intervenuta *ad adiuvandum* l'Associazione Nazionale Stampa Online per contestare il provvedimento di AGCOM. Ad avviso della società ricorrente:

1. non sussiste una connessione diretta tra il link ipertestuale e il contenuto pubblicitario, in quanto i contenuti dell'articolo pubblicato e quelli della pagina del sito “Wisecasino.net”, cui il collegamento ipertestuale presente nella pagina del quotidiano rimandava, non erano rivolti in favore di una specifica piattaforma di casinò on line, avendo piuttosto “*una finalità informativa circa le piattaforme digitali reperibili in rete*”;
2. il divieto di cui al predetto art. 9 contrasterebbe con la libertà di stabilimento e la libera prestazione di servizi;
3. la disposizione normativa di cui all'art. 9 citato sarebbe in contrasto con la libertà di iniziativa economica di cui all'art. 41 Cost., col principio di legittimo affidamento e quello di proporzionalità di cui all'art. 3 Cost.

Per soffermarsi velocemente sugli ultimi due motivi di gravame, il Tar Lazio ha rilevato come non viene in rilievo alcuna

misura contraria alle norme in materia di libertà di stabilimento e di libera prestazione di servizi, poichè come riconosciuto dalla stessa difesa ricorrente, tali materie possono essere limitate qualora vi sia la necessità di proteggere norme imperative di interesse generale. Ed è ciò che avvenuto in Italia con la normativa sulla pubblicità dei giochi con vincita in denaro che il legislatore italiano ha voluto adottare, derogando alla normativa comunitaria “*per ragioni di ordine pubblico, di pubblica sicurezza e di sanità pubblica, espressamente previste dall’art. 52 TFUE applicabile anche in materia di libertà di servizi in virtù dell’art. 62 TFUE, ovvero per motivi imperativi di interesse generale, quali la tutela dei consumatori nonché la prevenzione dell’incitamento dei cittadini alle spese eccessive legate al gioco*”.

Ciò che risulta particolarmente interessante è però l’analisi della ratio del divieto effettuata dal TAR Lazio in relazione al primo motivo di gravame, seppur respinto. In primo luogo, il TAR Lazio afferma che, il caso di specie (i.e. la pubblicazione di un articolo dedicato alla scelta dei casinò online e la presenza di un link ipertestuale ad un sito di gioco a distanza che non detiene una concessione italiana) andrebbe ricondotto alle seguenti ipotesi di esclusione previste dalle [Linee Guida AGCOM sul divieto di pubblicità del gioco](#):

comunicazioni aventi un’esclusiva finalità descrittiva, informativa e identificativa dell’offerta di gioco legale, funzionale a consentire una scelta di gioco consapevole (art. 5 co. 5 Linee Guida Agcom), ovvero

servizi informativi di comparazione di quote o offerte commerciali dei diversi competitor (art. 5 co. 6 Linee Guida Agcom).

Secondo il TAR, per determinare la natura informativa o meno della comunicazione, risultano di fondamentale importanza le modalità di confezionamento del messaggio (es. linguaggio utilizzato, elementi grafici e acustici, contesto di diffusione). Nel caso di specie, invece, ha rilevato il TAR come tali elementi di continenza non sussistessero e pertanto la condotta della ricorrente rientra nell’ipotesi vietata di pubblicità indiretta, “*non ravvisandosi nella specie quella derogatoria delle comunicazioni di tipo informativo*”. Non è stata infatti contestata dalla società ricorrente la presenza di uno specifico link ipertestuale, enfatizzato mediante colori e particolari caratteri in evidenza, così differenziati rispetto al resto del testo e pertanto in grado di attirare maggiormente l’attenzione del lettore.

Infine, il TAR ha rilevato come non sono state neppure fornite informazioni, all’interno dell’articolo online, in ordine al funzionamento consapevole del gioco, né sono state indicate, a scopo comparativo, informazioni circa le quote o offerte commerciali dei diversi competitor o bookmakers, che sole potrebbero giustificare simili comunicazioni.

Questa decisione è rilevante perchè fornisce ulteriori chiarimenti circa la tipologia di comunicazioni che non ricadono nel divieto di pubblicità del gambling.

Su un simile argomento può essere interessante l’articolo: “[Google non è responsabile per la violazione del divieto di pubblicità dei giochi](#)”.

La rubrica Innovation Law Insights è stata redatta dai professionisti dello studio legale DLA Piper con il coordinamento di [Arianna Angilletta](#), [Giordana Babini](#), [Tamara D’Angeli](#), [Enila Elezi](#), [Giulia Gialletti](#), [Filippo Grondona](#), [Lara Mastrangelo](#), [Alessandra Tozzi](#).

Gli articoli in materia di Telecommunications sono a cura di [Massimo D’Andrea](#).

Per maggiori informazioni sugli argomenti trattati, è possibile contattare i soci responsabili delle questioni [Giulio Coraggio](#), [Alessandro Ferrari](#), [Gualtiero Dragotti](#), [Roberto Valenti](#), [Marco de Morpurgo](#) e [Alessandro Boso Caretta](#).

È possibile leggere l’analisi della bozza di Regolamento europeo sull’intelligenza artificiale curata dai professionisti del dipartimento di Intellectual Property and Technology di DLA Piper [qui](#), acquistare il volume redatto dagli stessi professionisti in materia di intelligenza artificiale e digital transformation [qui](#) e consultare una pubblicazione di DLA Piper che illustra la normativa sugli Esports [qui](#).

DLA Piper Studio Legale Tributario Associato tratta i dati personali in conformità con l'informativa sul trattamento dei dati personali disponibile [qui](#).

Qualora non si volesse più ricevere gli Innovation Law Insights o ci si volesse iscrivere alla stessa, è possibile inviare un'email a [Martina Di Leva](#).