



# Web e Legalità: 2. La reputazione aziendale

Illeciti, responsabilità e rimedi  
**Social network, blog e forum di discussione**

Avv. Carlo Gallavotti

**GALLAVOTTI BERNARDINI & PARTNERS**

www.gb-legal.it - cgallavotti@gb-legal.it - Tel. 06 8582 31

---

GALLAVOTTI BERNARDINI & PARTNERS

# Cosa hanno in comune i social network, i blog e i forum di discussione?

Nella maggioranza dei casi:

- Sono regolamentati, o almeno presumono un «gestore»:
- Sono spazi virtuali allestiti per l'interazione da parte degli utenti;
- Diventano strumenti identitari e di manifestazione del pensiero;
- Si prestano a condotte illecite similari, in particolare:
  - furto di identità;
  - diffamazione.

# Il c.d. «furto» di identità

Un terzo si appropria dell'identità altrui:

- creazione di profili social da parte di soggetti terzi;
- attività che generano confusione sulla provenienza e sull'imputabilità della presenza on line ad un determinato soggetto.

La gestione della presenza on line è opera di risorse interne, ma attraverso canali non autorizzati:

- regole di condotta per i dipendenti;
- attribuzione di funzioni specifiche a determinate risorse qualificate o appositi dipartimenti.

# Il c.d. «furto» di identità – casi pratici

- Profili su social network:

Il tifoso, l'aspirante addetto stampa, il collaboratore zelante → riappropriarsi del profilo.

La difficoltà: fornire prova della propria identità e legittimazione.

- Discussioni sull'App Store:

Lo sviluppatore di software → fare chiarezza sul prodotto e sulla sua provenienza.

Il punto di forza: il marchio.

- Il portavoce su Twitter

Il customer care esasperato → minimizzare la responsabilità dell'azienda.

La precauzione: implementare delle chiare linee di condotta.



# Diffamazione

Il social network, il blog o i forum di discussione sono naturali strumenti di manifestazione del pensiero.

Quando si travalicano i limiti del consentito (i tre criteri: veridicità dei fatti, continenza formale e rilevanza per il pubblico), si configura una ipotesi diffamatoria, che legittima i destinatari degli attacchi, siano questi l'azienda stessa o i suoi esponenti, a difendersi.

Primo obiettivo: rapida, se non immediata, rimozione dei contenuti lesivi.

# Diffamazione – come intervenire

Auto-regolamentazione: applicazione delle regole implementate dal «gestore».

Quando non è sufficiente, trovano applicazione i principi generali del contemperamento degli interessi (di rango costituzionale) e della responsabilità civile.

Disciplina speciale: il D.lgs. n. 196/2003, il c.d. Codice Privacy (quando ancora applicabile); il D.lgs. n. 70/2003, che recepisce la direttiva 2000/31/CE relativa a «taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico».

# Diffamazione – il regime di responsabilità

Il D.lgs. n. 70/2003 detta uno specifico regime di responsabilità per le attività dei prestatori di servizi della società dell'informazione, evidenziando tre tipologie di esclusione a certe condizioni di «estraneità e neutralità» rispetto alle informazioni:

- semplice trasporto: mere conduit (art. 14);
- memorizzazione temporanea: caching (art. 15);
- memorizzazione di informazioni: hosting (art. 16).

Nei tre casi, assenza di un obbligo generale di sorveglianza (art. 17), salvo responsabilità in caso di ritardo:

- nell'impedire l'accesso, in caso di richiesta delle autorità;
- nel comunicare notizia di illecito alle autorità competenti.

# Diffamazione – deroghe

La valutazione della responsabilità del prestatore è stata rimodulata dalla giurisprudenza, in considerazione di:

- precisazioni normative, soprattutto il Considerando 42 della direttiva 200/31/CE, che invita a limitare le deroghe al regime ordinario di responsabilità ai soli in cui il processo per mettere a disposizione le informazioni sia *meramente tecnico, passivo ed automatico*;
- evoluzioni tecnologiche, che consentono di distinguere diverse fattispecie in ragione del livello di intervento e controllo sulle informazioni e di superare il limite delle *difficoltà tecniche* al raggiungimento della tutela.



# Diffamazione – due casi pratici

Il Tribunale di Milano ha riconosciuto la responsabilità all'immediata rimozione dei contenuti lesivi in capo all'hosting provider attivo, cioè a carico di *quel soggetto che non si limiti ad una fornitura neutra rispetto all'organizzazione della gestione dei contenuti immessi dagli utenti, ma che intervenga nell'organizzazione e selezione del materiale trasmesso.*

Così tenendo conto dell'evoluzione delle modalità di offerta e fruizione dei contenuti.

# Diffamazione – due casi pratici

La Corte Europea dei Diritti dell'Uomo all'unanimità ha riconosciuto corretta la condanna comminata da un Tribunale estone nei confronti del sito di una testata giornalistica, reo di non aver adottato misure adeguate per monitorare i commenti che i navigatori erano inviatati a lasciare in calce ad un articolo relativo ad un incidente navale e, quindi, di non essere stato in grado di intervenire tempestivamente per rimuovere i contenuti pregiudizievoli per la web reputation dell'armatore.

Pur riconoscendo la corresponsabilità degli autori materiali dei commenti offensivi e delle minacce, la Corte ha statuito che il gestore del sito si sia implicitamente assunto parte della responsabilità per aver consentito i post anonimi, considerando la necessità di bilanciare gli interessi in gioco e ritenendo sproporzionato imporre a parte lesa l'onere di identificare gli autori.

# Conclusioni

In attesa di una riorganizzazione sistematica della normativa applicabile, è possibile intravedere una tendenza a riconoscere legittima un'aspettativa di intervento da parte dei gestori di social network, blog e forum di discussione, in particolare in merito a:

- l'adozione di una adeguata autoregolamentazione,
- che consenta anche la possibilità di superare l'anonimato,
- quando sia necessario contemperare interessi di pari rango, quali la manifestazione del pensiero e il diritto all'identità personale, anche delle persone giuridiche.