

Lo dice il professor Emilio Tosi, uno dei massimi esperti italiani di data protection

Google deve adeguarsi alla legge Italiana e Ue. Non può nascondersi dietro le norme americane

DI GABRIELE FRONTOINI

Conservazione dei dati all'interno dei server, condivisione di informazioni con le autorità giudiziarie e tutela del diritto d'autore. Tre problemi giganteschi che hanno spedito il fenomeno Google dalla rete virtuale dentro a quella giudiziaria. Il primo a scendere in campo è stato il procuratore aggiunto della Repubblica di Milano, Corrado Carnevali, che ha rilevato come il colosso di Mountain View operasse secondo principi non conformi al diritto italiano. Immediata la replica di Google per cui la comunicazione di dati richiesti dall'autorità giudiziaria è subordinata alla discrezione della società, che se ne assume ogni responsabilità. Ma come stanno davvero le cose? *Italia Oggi* ha voluto approfondire la questione analizzando il problema insieme all'avvocato Emilio Tosi, professore di Diritto delle Nuove Tecnologie nell'Università di Milano Bicocca, uno dei massimi esperti italiani di data protection e proprietà intellettuale.

Domanda. Professor Tosi,

Siamo davanti a uno scontro tra ordinamenti: quello Ue, attento ai diritti della persona e alla tracciabilità delle operazioni sul Web e quello Usa, che è molto più disinvolto e libero

negli ultimi mesi abbiamo assistito a un muro contro muro tra la Procura di Milano e Google. Quali sono i termini di legge a cui può appigliarsi il colosso?

Risposta. Il problema è complesso e occorre prudenza. È tutta una questione di interpretazione del criterio di stabilimento. Se si ritiene che lo stabilimento in Italia di un prestatore di servizi dipenda esclusivamente dalla collocazione del server, allora si potrebbe invocare l'esimente nel caso negativo. Tuttavia, lo stabilimento si può evincere anche da altri elementi come l'esercizio continuativo dell'attività economica in un dato mercato territoriale. E Google - come notorio - svolge intensa attività economica in Italia e nella Ue: i servizi di Google sono anche in lingua italiana e accessibili da parte di tutti i cittadini italiani ed europei. Per questa ragione la società parrebbe non poter, a mio avviso, ragionevolmente sottrarsi alle leggi italiane

(D.Lgs. 196/03) e alle direttive comunitarie (Direttiva CE 2006/24). Questo vale sia sul fronte dei server offshore che sulla conservazione dei dati personali degli utenti. Nel primo caso, sarebbe troppo semplice posizionare i server al di fuori dei confini comunitari per invocare l'extraterritorialità. La nostra legge prevede la tracciabilità dei dati e come tale, per operare in Italia e nell'Unione europea, anche Google dovrebbe consentire alle nostre autorità giudiziarie di risalire a chi utilizza i propri servizi.

D. Come si posiziona, invece, la legge italiana in relazione all'altro grande scoglio che si è interposto tra il colosso di Mountain View e la procura di Milano, ovvero la conservazione dei dati di accesso per un periodo di 12 mesi contro i 3 mesi garantiti da Google?

R. Anche in questo caso, a mio avviso, la società parrebbe doversi uniformare al diritto italiano in materia di «data-retention». Non è pensabile operare sistematicamente nel nostro Paese, applicando una legge americana. E proprio qui sta il nocciolo della questione. Con ogni probabilità (la prudenza però è d'obbligo in un caso complesso

come questo) Google fa una valutazione di tipo metagiuridico. In altre parole, siamo di fronte a uno «scontro» tra ordinamenti: quello comunitario, attento ai diritti della persona e alla tracciabilità delle operazioni di trattamento, e quello nordamericano, che prevede invece un atteggiamento più leggero, più snello, autodisciplinare, con meno vincoli inderogabili. È lo stesso scontro che si è proposto anche ai tempi della vicenda relativa al trattamento dei passeggeri del trasporto aereo.

D. Siamo di fronte, mi sembra di capire, a due concezioni opposte del diritto ma anche dell'economia. Da una parte il liberismo di stampo americano e

dall'altra il garantismo legato ai valori europei...

R. Esattamente. Google, pur operando come una multinazionale, mantiene un approccio operativo e giuridico squisitamente americano. Ma, in Italia, abbiamo esigenze investigative ben diverse da quelle statunitensi. Il D.Lgs. 196/03 richiede conservazione dei dati del traffico telematico per dodici mesi e perché, da noi, questo è il tempo medio ritenuto dal legislatore idoneo a tutelare le esigenze investigative e avviare i processi. Oltre oceano, la giustizia è certamente più rapida che in Italia. Per questo, forse, tre mesi di tempo possono essere sufficienti a consentire lo svolgimento delle indagini. Ma da noi è tutta un'altra storia.

D. Esiste, infine, il problema del «keyword marketing», ovvero della tutela della proprietà industriale all'interno dei servizi di posizionamento dei contenuti nei motori

di ricerca.

R. Anche in questo caso la situazione è estremamente delicata e complessa. Di recente, il Tribunale di Milano si è espresso in una vicenda che ha coinvolto proprio Google che è stato estromesso per ragioni di legittimazione processuale. Ma il problema è serio. Ci sono molte società che utilizzano indebitamente il marchio altrui per aumentare la propria visibilità all'interno dei motori di ricerca. E questa non è altro che una concorrenza sleale che può essere sanzionata come previsto dal codice civile mediante azione inibitoria e risarcitoria. A tacere dei profili inerenti la possibile contraffazione di marchio, pure vietata e recentemente introdotta tra i reati presupposto dal D.Lgs. 231/01 in materia di responsabilità amministrativa degli enti. In questo contesto, le condizioni generali del contratto proposto da Google per questi servizi sono formulati in maniera ineccepibile. Il vero problema è il controllo effettivo sull'indice «keyword» utilizzato dal richiedente che avviene, con molta probabilità, soltanto a campione, non consentendo, quindi, di escludere il rischio di episodi di questo genere.

(2. Continua - La precedente puntata è stata pubblicata il 17 novembre scorso)

© Riproduzione riservata



Larry Page (a sinistra) e Sergey Brin, fondatori di Google