

CAMERA DEI DEPUTATI N. 1863

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**MADIA, FABRIZIO ROSSI, MATONE, DORI, BOSCHI, SACCANI JOTTI,
BERRUTO, DI BIASE, DI MAGGIO, MANTOVANI, MARCHETTO ALI-
PRANDI, VIETRI, CASU**

Disposizioni per la tutela dei bambini e degli adolescenti
nell'utilizzo degli strumenti digitali

Presentata il 13 maggio 2024

ONOREVOLI COLLEGHI! — La pandemia di COVID-19 ha accelerato, in maniera straordinaria, l'ingresso di larghe fasce della popolazione italiana nel mondo digitale.

Si è trattato di un processo che si è consumato rapidamente nell'ambito di una situazione emergenziale e, pertanto, in assenza di una solida educazione digitale.

Tale processo ha, inesorabilmente, interessato anche milioni di bambini e adolescenti.

Si tratta peraltro di un fenomeno che non ha esaurito i suoi effetti, in quanto il Piano nazionale di ripresa e resilienza e, in particolare, le azioni di trasformazione digitale che lo caratterizzano sono destinati ad accelerare ulteriormente i tempi e i ritmi di accesso, anche dei bambini, alla dimensione digitale pubblica e privata.

La digitalizzazione costituisce un'opportunità preziosa e da promuovere, ma al tempo stesso presta inevitabilmente il fianco all'aggravarsi di alcune tendenze preoccupanti, già registrate nel periodo pre-pandemico, che possono raggiungere talvolta livelli patologici. In tale contesto appare indispensabile adottare nuove disposizioni che, senza rallentare il processo di transizione digitale del Paese, possano tuttavia tutelare i minori, permettendo di massimizzare le opportunità offerte dal mondo digitale e, al contempo, mitigandone i rischi.

Nella dimensione digitale i bambini si trovano sempre più frequentemente coinvolti in contesti nei quali la loro immagine, la loro attività, il loro tempo e i loro dati personali vengono utilizzati nell'ambito di

operazioni commerciali a fronte del riconoscimento di compensi – variamente denominati – di natura economica, talvolta anche rilevanti.

Si pensi, tra gli altri, al fenomeno dei cosiddetti *baby influencer*, ossia i bambini che sin dall'età di tre, quattro o cinque anni prestano la propria immagine per promuovere prodotti e servizi – spesso destinati ad altri coetanei – attraverso le grandi piattaforme di condivisione video e di *social network*.

A tal proposito, basti pensare che nell'anno 2022 lo *youtuber* – così si chiamano i produttori di contenuti creativi originali di *YouTube*, la popolare piattaforma di condivisione video di *Google* – più pagato al mondo è stato un bambino di nove anni che ha guadagnato 30 milioni di dollari grazie a dei semplici video in cui si diverte a scartare giocattoli e ne descrive le caratteristiche. Il bambino in questione ha aperto un proprio canale *YouTube* – o meglio, i suoi genitori, che ne curano anche la gestione – quando aveva solo quattro anni, nonostante l'iscrizione a tale piattaforma sia riservata a chi ha compiuto almeno tredici anni.

Al tempo stesso si registra, nell'ambito del cosiddetto *gaming on line*, ossia la pratica di giocare ai videogiochi in rete, la tendenza a remunerare gli utenti in proporzione al tempo trascorso a giocare o a premiarli per i risultati ottenuti.

Benché l'impiego dei bambini nel mondo dello spettacolo e della pubblicità sia una realtà già consolidata, tale pratica, per un verso, è oggetto di una stringente regolamentazione e, per altro verso, ha un'estensione più contenuta in termini temporali numerici rispetto ai fenomeni sopra descritti.

Si tratta, sostanzialmente, di una serie di eccezioni di portata circoscritta rispetto alla regola generale che vieta qualsiasi forma di impiego dei bambini nell'attività lavorativa.

L'impiego dei bambini in questo ambito è sottoposto a una speciale autorizzazione che viene rilasciata da parte delle autorità preposte su istanza dei genitori, la quale è limitata a intervalli di tempo predetermi-

nati e deve avvenire in presenza di una serie di condizioni idonee a garantire uno sviluppo sostenibile del bambino.

In un contesto nel quale la popolazione digitale italiana, bambini compresi, sta crescendo repentinamente, appare urgente estendere le regole attualmente vigenti nell'ambito del mondo dello spettacolo e della pubblicità anche all'impiego dei bambini nelle descritte attività digitali, che vengono svolte in vista del percepimento di un'utilità economica per i bambini e i loro genitori.

Il modello di *business* più diffuso nella dimensione digitale è attualmente rappresentato dallo scambio di dati personali contro servizi.

Si veda al riguardo il provvedimento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato n. 27432 del 29 novembre 2018 – in seguito accolto, seppur parzialmente, dalle sentenze del tribunale amministrativo regionale del Lazio n. 260 del 10 gennaio 2020 e dal Consiglio di Stato n. 2360 del 29 marzo 2021 – con il quale è stato intimato a *Facebook* di non promuovere i propri servizi come gratuiti, dal momento che la loro fornitura avverrebbe come corrispettivo dello sfruttamento commerciale dei dati personali degli utenti.

Tale modello di *business*, naturalmente, riguarda anche i bambini che, al pari degli adulti, utilizzano i servizi e accedono alle piattaforme digitali previa cessione dei propri dati personali ai fornitori di servizi digitali.

Ciò avviene nonostante i bambini non siano in grado di apprezzare il valore giuridico-economico di un diritto personalissimo come la protezione dei propri dati personali del quale pure si spogliano in cambio della possibilità di giocare *on line*, di guardare e condividere contenuti audiovisivi e di vivere la propria vita di relazione, né quello dei servizi digitali che acquisiscono.

Lo scambio in questione – che ha a oggetto la limitazione di un diritto fondamentale in cambio della fruizione di servizi digitali – presenta qualche dubbio di legittimità già quando si realizza tra adulti: a maggior ragione, esso dovrebbe essere vie-

tato quando avviene tra minori e fornitori di servizi digitali.

Allo stato tuttavia manca una disposizione che espressamente escluda la capacità giuridica del minorenni in relazione a questo tipo di contratti che, come detto, comporta la cessione di una parte rilevante dei propri dati personali a fronte della fruizione di un servizio digitale.

Tale intervento normativo appare urgente anche al fine di scongiurare il rischio che i grandi fornitori di servizi digitali possano continuare a raccogliere – in maniera del tutto legale – grandi quantità di dati personali dei minori.

In origine *Internet* è stato concepito, progettato e implementato per utenti in età adulta e solo in un secondo momento l'accesso è stato aperto ai minori, parallelamente allo sviluppo del commercio *on line*.

E lo stesso è avvenuto nell'ambito dell'ecosistema digitale nel suo complesso.

Nessuna sorpresa, dunque, che vi siano piattaforme, servizi e applicazioni che impongono restrizioni in base all'età degli utenti.

Eppure, la maggior parte delle piattaforme, specie quelle di *social network* e di condivisione di contenuti video e fotogra-

fici, è frequentata da minori che non hanno l'età minima richiesta dal gestore della stessa piattaforma, età che in taluni casi appare comunque inadeguata a garantire l'utilizzo in sicurezza dei relativi servizi.

Questo accade perché la verifica dell'età, in sede di iscrizione nelle piattaforme, è spesso subordinata al rilascio di una semplice dichiarazione da parte dell'utente, consentendo anche al minorenni di aggirare tale restrizione.

E, ovviamente, una volta che un minore che non ha l'età minima necessaria per accedere a un determinato servizio inizia a usarlo, non è più possibile – come insegnano alcuni recenti episodi di cronaca in maniera grave o addirittura drammatica – garantirgli un uso sicuro di tale servizio.

Si tratta di prendere atto che, esattamente come avviene per una serie di attività del mondo analogico, quali la guida, l'alcol, il fumo, il lavoro eccetera, anche nella dimensione digitale è naturale prevedere un'età minima per la fruizione di determinati contenuti e servizi, con l'obbligo per i fornitori di tali servizi di verificare in maniera affidabile che i loro utenti abbiano l'età minima richiesta.

PROPOSTA DI LEGGE

Art. 1.

(Ambito di applicazione)

1. Le disposizioni della presente legge si applicano a tutti i fornitori di servizi della società dell'informazione che forniscono i loro servizi in Italia a prescindere dal luogo di stabilimento.

Art. 2.

(Obbligo di verifica dell'età degli utenti)

1. Fermo restando quanto previsto dall'articolo 42 del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, i fornitori di servizi della società dell'informazione di cui all'articolo 1 verificano l'età degli utenti.

2. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM), con proprio provvedimento, da adottare entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sentito il Garante per la protezione dei dati personali, di seguito denominato « Garante », stabilisce le modalità tecniche e le procedure che i soggetti di cui al comma 1 del presente articolo adottano per l'accertamento dell'età degli utenti, assicurando un livello di sicurezza adeguato al rischio e il rispetto del principio di minimizzazione dei dati personali di cui all'articolo 5, paragrafo 1, lettera c), del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016.

3. Le disposizioni di cui al comma 1 si applicano ai fornitori di servizi della società dell'informazione che registrino un numero di accessi unici mensili superiore a quello stabilito dall'AGCOM, con proprio provvedimento, da adottare entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge.

Art. 3.

(Validità dei contratti per i servizi della società dell'informazione)

1. I contratti conclusi tra i fornitori di servizi della società dell'informazione e i

minori di anni quindici sono nulli e non possono costituire idonea base giuridica per il trattamento dei dati personali ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera *b*), del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016.

2. In deroga a quanto previsto dal comma 1, i contratti conclusi tra i fornitori di servizi della società dell'informazione e i minori di anni quindici sono validi qualora il consenso sia stato validamente prestato, per conto dei minori medesimi, da chi esercita la responsabilità genitoriale o dal tutore.

3. Spetta ai fornitori di servizi della società dell'informazione l'onere di provare che i contratti siano stati conclusi da minori ultraquindicenni ovvero, nel caso di minori di anni quindici, da chi esercita la responsabilità genitoriale o dal tutore.

4. L'AGCOM e il Garante vigilano, per gli ambiti di rispettiva competenza, sul rispetto delle disposizioni di cui al comma 1, procedendo all'accertamento di eventuali violazioni da parte dei fornitori di servizi della società dell'informazione e irrogando le sanzioni già previste, rispettivamente, dal testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e dal regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016.

Art. 4.

(Abrogazione del comma 1 dell'articolo 2-quinquies del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, in materia di consenso del minore)

1. Il comma 1 dell'articolo 2-quinquies del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, è abrogato.

Art. 5.

(Disciplina dei proventi derivanti dalla diffusione di immagini di minori)

1. La diffusione dell'immagine di un minore di anni quindici attraverso un ser-

vizio di piattaforma *on line* ai sensi dell'articolo 3, lettera *i*), del regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 ottobre 2022, quando il minore è il soggetto principale, è soggetta all'autorizzazione di chi esercita la responsabilità genitoriale o del tutore nonché della direzione provinciale del lavoro ai sensi dell'articolo 4 della legge 17 ottobre 1967, n. 977, quando la diffusione dei contenuti generati utilizzando l'immagine del minore non è occasionale e produce, o è finalizzata a generare, proventi diretti o indiretti di importo complessivo superiore a 12.000 euro annui.

2. Con l'autorizzazione di cui al comma 1, la direzione provinciale del lavoro, ove ne ricorrano i presupposti, stabilisce:

a) i tempi e la durata massima di impiego del minore per la realizzazione dei contenuti;

b) le misure da adottare da parte di chi esercita la responsabilità genitoriale o dal tutore per limitare i rischi, in particolare psicologici, legati alla diffusione dei contenuti;

c) le misure necessarie per consentire la regolare frequenza e la proficua attività scolastica obbligatoria da parte del minore.

3. I proventi diretti e indiretti derivanti dalla diffusione dei contenuti di cui al comma 1 che superano l'importo complessivo di 12.000 euro annui sono versati su un conto corrente intestato al minore che ha prestato la propria immagine e non possono in nessun caso essere oggetto di atti di disposizione da parte di chi esercita la responsabilità genitoriale o del tutore, salvo il caso in cui tali atti si rendano assolutamente necessari nell'esclusivo interesse del minore, previa autorizzazione della competente autorità giudiziaria minorile.

4. I soggetti che chiedono l'inserimento a fini pubblicitari di un proprio prodotto o servizio in un contenuto, destinato alla diffusione su una piattaforma *on line* ai sensi del citato articolo 3, lettera *i*), del regolamento (UE) 2022/2065, in cui il soggetto principale è un minore di anni quindici devono verificare il rispetto delle di-

sposizioni di cui ai commi 1, 2 e 3 del presente articolo nonché procedere al pagamento del corrispettivo o di qualsiasi altro compenso esclusivamente sul conto corrente intestato al minore di cui al comma 3 del medesimo articolo. Le disposizioni di cui al primo periodo si applicano altresì al gestore della piattaforma *on line* attraverso cui il contenuto è diffuso, anche qualora esso sia pubblicato su un profilo appartenente a un soggetto diverso dal minore.

5. In caso di inosservanza degli obblighi di cui al comma 4 del presente articolo si applicano le sanzioni di cui all'articolo 26 della legge 17 ottobre 1967, n. 977.

Art. 6.

(Accesso al numero di emergenza per l'infanzia « 114 »)

1. I fornitori di servizi della società dell'informazione predispongono all'interno delle loro piattaforme, con le modalità stabilite con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, da adottare entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sentiti il Ministro per la famiglia, la natalità e le pari opportunità e il Ministro per lo sport e i giovani nonché il Garante, una funzionalità che consenta ai minori di anni quindici l'attivazione istantanea di un canale di comunicazione vocale o testuale con il numero di emergenza per l'infanzia « 114 ».

2. Agli oneri derivanti dall'ampliamento della funzionalità del numero di emergenza per l'infanzia « 114 » di cui al comma 1, si provvede mediante versamento da parte dei fornitori di servizi della società dell'informazione con un fatturato annuo superiore a 50 milioni di euro di un contributo pari allo 0,035 per cento del fatturato medesimo. Il contributo di cui al primo periodo è versato, con le modalità stabilite dal decreto di cui al comma 1, entro il 31 luglio di ogni anno al Ministero per la famiglia, la natalità e le pari opportunità per la successiva destinazione in favore del gestore *pro-tempore* del numero di emergenza per l'infanzia « 114 ».



19PDL0090810