

CAMERA DEI DEPUTATI N. 3207

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

MATURI, BAZZARO, BIANCHI, CAPITANIO, ANDREA CRIPPA, FOGLIANI, FURGIUELE, GOLINELLI, LUCCHINI, PATELLI, PRETTO, TATEO, TOCCALINI, TONELLI, VALLOTTO

Disposizioni per il riconoscimento dell'attività di ambasciatore digitale e la tutela dei profili e dei contenuti digitali

Presentata il 13 luglio 2021

ONOREVOLI COLLEGHI! — L'accesso alla rete *internet* rappresenta, nella società moderna, una fondamentale preconditione per l'esercizio di numerosi diritti e libertà individuali e di gruppo, nonché per lo svolgimento di attività rilevanti nell'attuale contesto economico. La vicenda epidemica ha mostrato l'utilità e l'imprescindibilità dei servizi digitali per la continuità di importantissimi settori della vita economica del Paese, confermando altresì l'importanza rivestita dalle nuove tecnologie dell'informazione nella sfera sociale.

In tale contesto tecnologico e in misura ancora più accentuata nella concomitanza di avversità che rendono più complicate la logistica, la comunicazione e lo scambio di servizi e di informazioni nello spazio tridimensionale della realtà fisica,

la rete *internet* costituisce *de facto* un luogo di invenzione e di espressione di professioni tradizionali in forma nuova così come di nuove professionalità, dove la libertà di iniziativa economica assume diverse possibilità espressive e si apre a ulteriori forme nelle quali attuarsi. La rete *internet* e le piattaforme sociali telematiche o *social network* hanno, dunque, acquisito un'importanza che prescinde dalla semplice relazione privatistica tra l'utente e i prestatori di servizi digitali, qualificandosi invece come spazi di esercizio per nuove modalità imprenditoriali. Le persone svolgono una parte sempre più consistente delle loro azioni e attività nella dimensione digitale; tali attività e tale dimensione risultano «ospitate», condizionate e rese possibili in uno

spazio artificiale che è istituito nella virtualità dai prestatori di servizi, ovvero dai gestori o detentori delle funzioni utilizzabili come degli strumenti che rendono possibili tali funzioni del cyberspazio. Non a caso tali soggetti sono quelli interessati dai propositi di riforma formulati a livello europeo con la recente proposta europea di un pacchetto di norme denominato «*Digital Services Act*», nel contesto di un mercato già esistente e molto consolidato in Italia come negli altri Paesi dell'Unione europea. La rete *internet* e i servizi erogati attraverso di essa conferiscono agli individui un'identità digitale, distinta ma collegata attraverso una funzione di proprietà ovvero di utilizzo all'identità reale, istituendo così un luogo di espressione delle operazioni della personalità soggettiva, non ultime quelle connesse all'esercizio di attività di impresa, e acquisendo conseguentemente essa stessa sempre più i connotati tipici delle formazioni sociali tutelate dall'articolo 2 della Costituzione quali modalità di svolgimento della personalità dell'uomo.

Rilevate le anzidette ragioni, è opportuno che il legislatore si occupi dei nuovi fenomeni operanti entro la dimensione virtuale, attraverso un'adeguata regolamentazione, onde favorirne lo sviluppo e al contempo promuoverne e accompagnarne virtuosamente la diffusione presso i consociati, nella tutela non invasiva ma bilanciata dei beni e degli orizzonti coinvolti. In quest'ottica si rende necessario procedere a un'opportuna identificazione e a tratteggiare i contorni e le caratteristiche di situazioni e di attività economiche nuove che, da un lato, rappresentano un fattore di innovazione del lavoro e, dall'altro, devono essere integrate nell'ordinamento sia ai fini giuridici sia a quelli di un corretto inquadramento fiscale. Le figure degli ambasciatori digitali, in particolare, assolvono una rilevante funzione sfruttando la capacità diffusiva e comunicativa della rete *internet* e le formidabili potenzialità che questo mezzo offre per rendere i messaggi comunicativi persino più efficaci, in termini di accessibilità e di velocità, rispetto ai *media* del passato (carta stampata, radio e televi-

sione), peraltro con connotati assai rilevanti e innovativi per quanto attiene alla dimensione democratica dell'accesso e della fruizione di informazioni.

Nel frastagliato panorama delle differenti figure che operano con valenza pubblica ed economica sulle piattaforme di *social network* e che spaziano dai *gamer* agli *influencer*, dagli *youtuber* ai professionisti della pubblicità della moda su *social* consolidati o emergenti, si è voluto, nella presente proposta di legge, utilizzare la citata espressione di ambasciatore digitale, con l'intenzione di designare con essa un campo contraddistinto da una concezione inclusiva ed estensiva delle professionalità già operanti nello spazio flessibile delle piattaforme digitali di interazione esistenti e di quelle che via via verranno ad aggiungersi nei prossimi anni.

Se da un lato esistono già delle regole tese ad assicurare che la comunicazione commerciale sia conforme ad alcuni principi etici e deontologici che devono informarne le caratteristiche, le finalità e lo stile – su tutti la trasparenza e la correttezza – dall'altro appare urgente la necessità che il legislatore assicuri le condizioni e i criteri minimi affinché lo svolgimento delle nuove forme di imprenditoria digitale avvenga senza compromettere istanze fondamentali che anche i Padri costituenti hanno inteso proteggere in un contesto storico e tecnologico differente. Nella consapevolezza che l'utilizzo di *account* sui *social network* non risponde più soltanto a una finalità di intrattenimento ma riflette anche finalità di natura commerciale, è doveroso sottrarre alcuni elementi, sebbene in una logica minimale e non invasiva nonché secondo criteri di proporzionalità e di ragionevolezza, allo spazio della contrattazione privata, anche alla luce della posizione di forza e quindi di unilateralità *de facto* che caratterizza i *provider* dei servizi rispetto agli esercenti attività di impresa che operano nello spazio virtuale. Con la presente proposta di legge si intende, quindi, assolvere il compito del legislatore di assicurare il legittimo e libero esercizio dell'attività imprenditoriale e specialmente di nuove ed emergenti forme di imprenditoria digitale,

garantendo, tra l'altro, la disponibilità e l'utilizzabilità degli strumenti digitali ormai sempre più essenziali allo svolgimento di tali attività, con particolare riferimento al rischio di inibizione arbitraria di contenuti e di profili da parte dei fornitori di servizi che operano attraverso l'*hosting* di spazi-comunità di scambio informativo.

PROPOSTA DI LEGGE

Art. 1.

(Riconoscimento dell'attività di ambasciatore digitale)

1. L'ambasciatore digitale svolge un'attività imprenditoriale nell'ambito dell'economia digitale e diffonde, all'interno delle piattaforme digitali, messaggi promozionali per conto di altre imprese, influenzando la comunità degli utenti.

2. L'attività imprenditoriale svolta dall'ambasciatore digitale è tutelata ai sensi dell'articolo 41 della Costituzione in quanto esercizio professionale di un'attività economica finalizzata allo scambio di beni o di servizi ai sensi dell'articolo 2082 del codice civile e non subordinato ad alcuna concessione o autorizzazione amministrativa. Tale attività è inquadrata nell'ambito del codice 73.11.02 nella classificazione delle attività economiche ATECO 2007 adottata dall'Istituto nazionale di statistica.

3. L'attività di ambasciatore digitale può essere svolta anche attraverso la creazione di profili personali all'interno di piattaforme digitali, che costituiscono parte dei beni organizzati dall'ambasciatore digitale per svolgere la propria attività imprenditoriale, ai sensi dell'articolo 2555 del codice civile.

Art. 2.

(Utilizzo dei servizi della società dell'informazione)

1. L'attività di ambasciatore digitale può essere svolta anche attraverso l'utilizzo dei servizi della società dell'informazione disciplinati dal decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70. In conformità ai principi stabiliti dal citato decreto legislativo n. 70 del 2003 e in considerazione della rilevanza imprenditoriale dell'utilizzo dei servizi della società dell'informazione, i prestatori dei servizi di memorizzazione permanente adot-

tano misure proporzionate, come la rimozione selettiva, in caso di pubblicazione di contenuti manifestamente illeciti di cui abbiano conoscenza effettiva, astenendosi dalla disabilitazione dell'accesso ai suddetti servizi laddove sia possibile procedere alla rimozione selettiva in conformità al principio di proporzionalità.

Art. 3.

(Autoregolamentazione)

1. Ferma restando l'applicabilità del regolamento *digital chart* sulla riconoscibilità della comunicazione commerciale diffusa attraverso *internet* adottato dall'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria, sono promosse idonee forme di autoregolamentazione volte a improntare l'esercizio dell'attività imprenditoriale degli ambasciatori digitali a requisiti di carattere etico condivisi.

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA



18PDL0154360