

## BOZZA

Senato della repubblica – 6 luglio 2022

Tema del “metaverso” e delle sue implicazioni per l’ordinamento giuridico

Audizione del prof. Alfonso Celotto

1. Governance del Metaverso 2
2. Le leggi degli Stati si applicano? 3
3. Chi farà rispettare le regole? 4
4. Trasparenza e condizioni generali di contratto 4
5. Raccolta e trattamento dati personali 4
6. Maggiore età: individuare i minori 5
7. Risalire a chi si cela dietro l’avatar 5
8. Tutela del consumatore. 6
9. Pubblicità e comunicazione commerciale 6
10. Transazioni economiche, tasse e antiriciclaggio 7
11. Marchi e Proprietà intellettuale 7
12. Noi “utenti” siamo sudditi o cittadini? 8

*Hic sunt leones.* Per un giurista parlare del Metaverso – o dei metaversi - è come per gli antichi romani raccontare di un viaggio in Africa.

Si tratta di fenomeni del tutto nuovi, in rapida evoluzione e a forte connotato tecnico che il diritto stenta ad affrontare. Come di fronte a ogni rivoluzione epocale. Volendo parafrasare Schmitt è un po’ come quando emerse l’esigenza di regolare il diritto del mare e ci si rese conto che era impossibile farlo con il semplice *nomos* della terra (C. SCHMITT, *Il nomos della terra nel diritto internazionale dello “jus publicum europaeum”* 1950; ed. it., Milano, 1991).

Del resto, sappiamo anche che la regolazione sarà difficoltosa e lenta. Perché il diritto è sempre tardigrado e misoneista (es. sigaretta elettronica negli ultimi dieci anni o motori a scoppio a metà ottocento: Locomotive act del 1861 in Gran Bretagna).

In questa sede, penso che l'approccio più corretto sia quello di elencare una serie di problemi da affrontare, per iniziare a capire quelle che saranno le principali questioni da affrontare e l'eventuale metodo di lavoro in quello che sarà una sorta di nuova dimensione, abitata da "avatar" che saranno quasi sempre la proiezione di noi stessi umani. Sarà un internet a tre dimensioni, virtuale e immersivo, di cui riusciamo solo a ipotizzare alcuni primi sviluppi e che ci porterà a opportunità impensate e impensabili oggi. In fondo siamo nella stessa situazione di quando comparve internet una trentina di anni fa. Ci stupivamo di poter dialogare fra computer, ma non ipotizzavamo certo di quello che sarebbe stato lo sviluppo del commercio elettronico, dei contenuti on demand, dei social network.

Già oggi nel metaverso stanno emergendo profili inimmaginabili. Per esempio, alcune aziende già hanno deciso di introdurre per gli utenti la possibilità di impostare un "personal boundary" intorno all'avatar, creando una specie di spazio personale che li protegga da situazioni spiacevoli e li faccia sentire più al sicuro. Si tratta di misure che nessuno aveva previsto di dover implementare, ma che sono state adottate per rispondere a determinate esigenze nate durante l'utilizzo.

Ad ogni modo, i tre valori da garantire sono chiari: libertà, sicurezza, privacy, secondo le tradizioni delle democrazie occidentali. Ma tutti da declinare sono modalità e contenuti.

E' quello che sta accadendo per robotica e intelligenza artificiale. Iniziare a studiare e elaborare, per quanto possibile, Carte e Raccomandazioni, che tuttavia non possono che limitarsi a formulare principi molto generali, come il rispetto dei diritti fondamentali, la non discriminazione; i principi di qualità e sicurezza; trasparenza, imparzialità ed equità; necessario controllo dell'utente (ad es. Commissione europea per l'efficacia della giustizia (CEPEJ) del Consiglio d'Europa ha adottato il primo testo europeo che fissa i principi etici relativi all'uso dell'intelligenza artificiale nei sistemi giudiziari - dicembre 2018; "Progetto di orientamenti etici per un'IA affidabile" Commissione UE 2019).

Paradossalmente non siamo molto lontani dalle note leggi della robotica di Asimov del 1942 (regole di non malvagità; controllo umano; giustizia).

Ad ogni modo, bisogna esser pienamente consapevoli che considerazioni come queste di oggi nel giro di un paio di anni altro non saranno che "archeologia giuridica" data la rapidità dello sviluppo tecnologico.

Affronterò una serie di punti, i primi relativi al diritto costituzionale del metaverso, una seconda parte ai diritti degli utenti e una terza ai profili più civilistici, con aspetti di tutela del consumatore, fiscali e commerciali.

## **1. Governance del Metaverso**

Chi deve formulare le leggi valide nel Metaverso? Spetta agli Stati tradizionali o al gestore del Metaverso in autonomia?

Il carattere meta-nazionale, la presenza di numerosi attori portatori di interessi diversi (Stati, aziende private e utenti individuali) e la multidimensionalità (la convergenza tra mondo fisico e virtuale) sono tutti elementi che rendono complesso formulare un quadro delle responsabilità e dei doveri a cui sono tenuti gli utenti del Metaverso. L'incertezza in termini di governabilità rischia giocoforza di indebolire la tutela dei diritti dei soggetti che operano in questa nuova dimensione e rende più difficile una disciplina unitaria.

Il percorso sarà simile a e a quello che stanno vivendo i social network? I social sono consapevoli di quanto sia importante la regolazione e la trasparenza del loro operare e quindi fissano in maniera dettagliata le regole di accesso, chiamandole "Guidelines". Sono quelle cose scritte in piccolo che ci appaiono appena scarichi una nuova app e che non fai nemmeno in tempo a leggere nella fretta di accedere. Lì ci sono le "regole di funzionamento" per gli utenti, cioè i criteri con cui limitano i tipi di contenuti e di contributi.

Inoltre, non ci dobbiamo aspettare che le regole e misure di sicurezza del metaverso saranno identiche a quelle dei social media. Basti considerare che l'esperienza degli utenti sarà in molti modi più simile a quella della realtà fisica che al web bidimensionale.

Avremo regole autonome e non eteronome, in una sorta di nuova dimensione. Ma gli stati tradizionali devono avere un "controllo" su queste regole?

La soluzione è nella co-regolazione,

## **2. Le leggi degli Stati si applicano?**

Nessuno dubita che nel mondo digitale vadano applicate (anche) le leggi degli Stati. Ma il primo problema è capire di quale Stato sia la legge applicabile. Se oggi su un social io italiano assieme a un amico canadese offendiamo un ragazzo giapponese a quale legge si fa riferimento?

Ancor più complicato quando saranno i nostri "avatar" a incontrarsi in un deserto (virtuale) che sembra quello della Death Valley.

O ancora. Sappiamo che già oggi posso comprare una casa nel Metaverso, in quella città che si chiama Infiniverse, pagandola in metacoin che non è una criptovaluta, ma una moneta che si cambia in valute tradizionali attraverso carte di credito e sistemi di pagamento tradizionali.

Come si legge abbia fatto il calciatore Marco Verratti comprando un'isola privata nel Metaverso.

Ma, ed è ancora più complicato dal punto di vista giuridico, si può comprare una casa virtuale anche nelle città tradizionali che si replicano nel Metaverso, come sta facendo Seoul con "Metaverse Seoul".

In queste ipotesi, ai contratti e alle controversie si applica il diritto italiano o quello coreano?

Si ricorre alle regole del diritto internazionale privato o quelle del diritto

internazionale in generale?

O si applicano solamente e più semplicemente le regole proprie interne del Metaverso?

### **3. Chi farà rispettare le regole?**

All'interno del Metaverso spetterà agli Stati tradizionali far rispettare le regole? Soprattutto si potrà far ricorso al Tribunale di Roma o quello di San Francisco per contestare violazioni virtuali?

Forse accadrà quello che sta accadendo nei social network, in cui il controllo è operato spesso in maniera automatica dagli stessi social. E in caso di controversia operano “tribunali” interni.

E quanto accade con la c.d. Corte suprema di Facebook - “Oversight Board” - a cui gli utenti possono fare ricorso per ogni questione all'interno del social network. E che ha deciso il caso Trump dopo l'espulsione seguita ai fatti del 6 gennaio 2021.

### **4. Trasparenza e condizioni generali di contratto**

Passiamo ai profili relativi ai diritti degli utenti.

Innanzitutto è molto importante rendere consapevoli gli utenti, non solo a fini privacy. Occorre chiarezza dei contratti che gli utenti stipulano con i provider di servizi, quando acquistano un'app o sottoscrivono l'abbonamento ad un certo servizio. Frequentemente, infatti, si trovano ad accettare guidelines e documenti di “terms and conditions” infarciti di clausole poco chiare, in cui le obbligazioni e i diritti delle parti non vengono chiaramente definiti.

Occorre stabilire regole sulle condizioni di accesso. Un po' come avvenuto negli anni con la tutela dei consumatori nei contratti per adesione.

### **5. Raccolta e trattamento dati personali**

La questione dei dati generati “dal” e “nel” metaverso spinge ad una serie di riflessioni, sia rispetto al volume di dati raccolti, che crescerà necessariamente dato il livello di elaborazione della tecnologia. Sia, ugualmente, riguardo la tipologia di dati raccolti: si pensi alla possibilità di acquisire lo “sguardo” dell'utente o determinate altre emozioni o movimenti che un casco virtuale può raccogliere.

Due sono quindi i capisaldi relativi al moderno trattamento dei dati: va ripensata la politica del consenso al trattamento dei dati e del relativo oblio. Non è certo sufficiente la sistematica della privacy pensata all'epoca della comunicazione tradizionale, quando la privacy è stata gestita con la firma di un modulo.

Inoltre, regimi giuridici certi ed affidabili che regolano il trasferimento di dati tra gli Stati Uniti e l'Unione Europea, e che quindi superano i confini territoriali e regionali in un'ottica di collaborazione, rafforzano le tutele di privacy e creano un ecosistema favorevole alla crescita globale delle imprese.

Il tema della raccolta e del trattamento dei dati personali, della loro gestione automatizzata, mediante algoritmi di intelligenza artificiale è una questione tanto rilevante quanto quella del loro trasferimento in paesi al di fuori dell'Unione Europea.

La Corte di Giustizia UE ha affrontato il tema del trasferimento transatlantico dei dati nella più recente sentenza “Schrems II” (2020), con cui ha invalidato l'accordo internazionale EU-US Privacy Shield, definito attraverso una decisione di adeguatezza della Commissione Europea. Nonostante la conferma della validità delle SCC (Standard Contractual Clauses) per il trasferimento dei dati personali verso gli stati uniti, l'assenza di una decisione di adeguatezza formale ha causato e continua a causare un regime di incertezza, instabilità e indefinitezza dei traffici internazionali di dati e stessi equilibri internazionali. Che d'altronde permane, come chiarito dalle recenti pronunce del Garante Italiano e altri Garanti nazionali, fino all'adozione definitiva della nuova decisione di adeguatezza da parte della Commissione Europea. Un accordo politico tra Stati Uniti e Unione Europea c'è da marzo 2022. La necessità che questo si traduca in una modifica giuridica statunitense e una decisione di adeguatezza Europea è pressante.

## **6. Maggiore età: individuare i minori**

Problema dei minori d'età che, nonostante diversi tentativi delle piattaforme, stenta a trovare una soluzione efficace al 100%. In tal senso, i device Iot (Iot= internet of things) che via via verranno introdotti sul mercato potrebbero aiutare la crescita di sofisticate tecniche di age verification di una sorta di “maggiore età metaversica”. Naturalmente tutto questo non può che avvenire con una particolare attenzione alla privacy e al trattamento dei dati.

Sarebbe davvero utile che per una volta vengano fatti rispettare i limiti di età per entrare nel metaverso.

## **7. Risalire a chi si cela dietro l'avatar**

Poter risalire all'identità reale dell'avatar per evitare che il Metaverso si trasformi nella terra dell'impunità e dell'anonimato.

- Nuove tipologie di cybercrime favorite dalla realtà aumentata e dagli avatar (si pensi al deep fake cioè la nuova tecnica che sfrutta l'intelligenza artificiale per sovrapporre il volto di una persona ad un'altra ripresa in un video, come truffe online, sostituzione di persona)
- È anche un tema di responsabilità civile = se sul metaverso concludo un contratto, non è l'avatar che risponde delle relative obbligazioni ma la persona reale che dietro quell'avatar si cela.

Ma legare necessariamente l'avatar a una persona reale significa limitare

la libertà (ad es., se io di notte sul Metaverso voglio essere un elefante o piuttosto un robot, voglio/vorrei poter non essere riconosciuto dai miei colleghi, specie se lavoro in una multinazionale).

### **8. Tutela del consumatore.**

Il Metaverso diventerà anche un enorme market place. Come tutelare i consumatori?

Il Regolamento 2019/1150 *che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online*. Questo Regolamento disciplina i rapporti tra i titolari delle piattaforme (o dei motori di ricerca) e gli utenti commerciali che forniscono ai consumatori beni e servizi attraverso le stesse, prevedendo obblighi di trasparenza (ad esempio, in materia di posizionamento degli utenti commerciali nella visualizzazione delle offerte da parte dei consumatori), parità di trattamento e fissando il contenuto minimo delle disposizioni previste nei contratti tra la piattaforma e gli utenti commerciali, nonché imponendo una procedura obbligatoria di reclamo interna alla piattaforma.

Ma siamo solo all'inizio

### **9. Pubblicità e comunicazione commerciale**

Agli spot pubblicitari che inevitabilmente troveremo nel Metaverso si devono applicare le stesse regole stabilite a tutela del consumatore nella realtà "vera"?

La natura pubblicitaria del contenuto dovrà essere rivelata con sufficienti e adeguati strumenti o potrà essere, più semplicemente, desunta dalla struttura dell'annuncio? Per esempio, la visualizzazione in uno spazio pubblicitario (quale un cartellone pubblicitario virtuale) simile a quelli esistenti nel mondo reale potrebbe ridurre il rischio che l'annuncio venga scambiato per un contenuto di natura non commerciale ed essere considerato fuorviante. Senz'altro, sarà importante garantire che gli annunci commerciali nel metaverso incorporino, nell'immagine o nella grafica mostrata, quei termini che, a giudizio delle autorità di settore, risultino idonei a manifestare la finalità commerciale, qualora dal contesto ciò non risulti immediatamente percettibile.

Un'esperienza senz'altro degna di menzione è quella francese, sotto diversi aspetti. Anche se attualmente non esiste un quadro normativo per il metaverso neppure in Francia, l'Autorità francese per la regolamentazione della disciplina pubblicitaria (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, ARPP) ha recentemente aggiornato il codice sulla comunicazione digitale per dettare alcune regole per i "mondi virtuali", definiti come mondi creati artificialmente dove gli utenti possono agire e relazionarsi sotto forma di personaggi/avatar.

Con riferimento alla riconoscibilità della comunicazione commerciale,

inoltre, il codice sulla comunicazione digitale francese prevede che non debbano essere adottati ulteriori elementi di identificazione, laddove il messaggio nel metaverso appaia in uno spazio pubblicitario che nel "mondo reale" sarebbe immediatamente riconoscibile come tale. In tal caso, quindi, la natura commerciale si presume evidente.

#### **10. Transazioni economiche, tasse e antiriciclaggio**

Il Metaverso consente transazioni di beni e servizi, investimenti, scambio di denaro e di criptovalute o anche di proprietà (NFT - non fungible token)

Sono evidenti i problemi di tassazione e di tracciamento che ne discendono. Ma anche i problemi di garanzia dei provider di servizi in ambito finanziario. Occorre poter verificare, infatti, se quell'operatore è in possesso dei titoli e delle abilitazioni per erogare quel tipo di servizi e se offra i livelli di garanzia patrimoniale imposti dalle norme a tutela di investitori e risparmiatori.

Pensiamo come esempio alla difficoltà di tassare le transazioni in criptovalute, anche se la nostra Agenzia delle entrate le cerca di equiparare alle valute estere, chiedendo di dichiararle e tassando i capital gain (per le società v. Risoluzione Ministeriale n. 72 E del 02/09/2016).

Ma ancora non è chiaro come tassare le transazioni nel metaverso.

Dallo scorso 1 gennaio 2022, con l'applicazione delle disposizioni della Direttiva (UE) 2019/770 *relativa a determinati aspetti dei contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali*, come recepita dagli Stati Membri, i contenuti digitali sono soggetti ad una regolamentazione più stringente. Ma siamo solo all'inizio.

#### **11. Marchi e Proprietà intellettuale**

Nel metaverso dovranno essere gestite in maniera appropriata le violazioni dei diritti di proprietà intellettuale di terzi nonché di diritti della personalità, quali i diritti di immagine.

Il rischio non è limitato ai soli casi di sottrazione dell'identità, bensì si estende all'utilizzo improprio dell'immagine, di marchi e altri segni distintivi.

Numerose imprese che ad esempio hanno già iniziato a registrare i propri marchi presso lo United States Patent & Trademark Office (USPTO) per estendere la protezione anche al "meta-utilizzo" del loro brand. Uno dei primi brand ad ottenere questo tipo di protezione è stato NIKE, registrato nelle sue varie forme ("Nike", "Just Do It", "Jordan").

Già sono sorte le prime controversie. Noto il caso che ha coinvolto la nota borsa "Birkin" di Hermes. La maison ha presentato presso il tribunale del southern district dello Stato di New York una citazione nei confronti di Mason Rothschild, un creatore di NFT, per aver messo in vendita cento borse digitali, denominate "MetaBirkin", le quali richiamano le fattezze dell'accessorio di

Hermes, peraltro, utilizzando proprio il nome "Birkin", marchio di titolarità della nota casa di moda. Ma la sentenza avrà effetto nel Metaverso?

Altro profilo riguarda la tutela dei marchi su luoghi geografici e monumenti. Pensiamo al Colosseo. Un qualunque creatore digitale può replicarlo all'infinito e a suo piacimento o occorre un accordo anche commerciale con lo Stato Italiano?

## **12. Noi "utenti" siamo sudditi o cittadini ?**

Questione complessiva e finale. Noi abbiamo combattuto secoli per non essere più soltanto sudditi, cioè per vivere in stati in cui non siamo soltanto sottoposti a un potere superiore (monarchie) e in cui contribuiamo e collaboriamo alla formazione delle decisioni in maniera democratica.

E' questo il tradizionale passaggio da sudditi a cittadini nelle democrazie contemporanee.

Eppure oggi nei social, noi utenti torniamo a essere sudditi nel senso che possiamo partecipare ben poco alle decisioni fondamentali di gestione dei social stessi.

Del resto, i social network stano diventando una specie di elementi "autonomi", in cui noi utenti partecipiamo poco o nulla alle decisioni e alle regole.

Un punto è fondamentale: servirà la co-regolazione, per far partecipare gli utenti e tutta la filiera alla scrittura delle regole. Regole solo eteronome saranno non miopi o inutili.

Noi utenti dobbiamo tornare a essere cittadini.

Mi piace chiudere con le parole di Giorgio Amendola in Assemblea costituente per comprendere il senso profondo della sovranità popolare e della partecipazione del popolo alla sovranità.

"...Perché sta avvenendo nel nostro popolo qualche cosa di nuovo: è il processo rivoluzionario che continua, ed è un fenomeno che forse sfugge a qualche osservatore superficiale: oggi le masse popolari hanno cominciato a partecipare alla vita politica del Paese ed alla soluzione dei problemi nazionali. Si sta compiendo così quella che è stata la più grande aspirazione dei democratici sinceri, che hanno combattuto in altri momenti della vita italiana ed arriva a compimento il grande moto unitario iniziato col Risorgimento. Anche nel nostro Mezzogiorno, tormentato e dolorante, i lavoratori, scuotendo finalmente le catene della loro oppressione, sono usciti finalmente alla luce della lotta politica cosciente e consapevole, sono usciti dall'isolamento, si sono uniti e organizzati, e lottano per strappare la terra ai proprietari latifondisti e per crearsi possibilità di vita più umane.

Non chiudete gli occhi, o signori, su questo fenomeno, su questo movimento, su questa entrata delle masse popolari nella vita politica della nazione. Questo è un fatto ormai permanente della nostra vita nazionale, il fatto rivoluzionario che è la base incrollabile della nuova democrazia che



abbiamo costruito e che stiamo rafforzando. Uomini, donne, giovani, lavoratori si uniscono nelle loro organizzazioni sindacali, professionali, culturali, discutono i loro problemi, partecipano giorno per giorno alla soluzione dei loro problemi particolari e dei più generali problemi nazionali e danno finalmente allo Stato democratico italiano quel consenso, quel legame col popolo, che è mancato nel 1922 e la cui mancanza fu, appunto, una delle cause della nostra catastrofe.

Diamo a questo popolo di lavoratori fiducia nello Stato democratico, facciamo sì che lo Stato — che ad essi è apparso sempre come un nemico — appaia loro come uno Stato nel quale essi potranno democraticamente far trionfare le loro aspirazioni” (AC, Seduta del 20 marzo 1947).

Allo Stato partecipano i cittadini, nello Stato decidono i cittadini. Dobbiamo riuscire a pensare come far partecipare gli utenti alle decisioni del metaverso. E la co-regolazione è una delle vie maestre.