

Da chiarire il rapporto motori di ricerca-copyright

DI ERNESTO APA*

Il dibattito sulla tutela del copyright su internet si è arricchito di un nuovo capitolo. Sta avendo infatti grande risonanza una recente pronuncia della IX Sezione del Tribunale di Roma che ha affermato la responsabilità del motore di ricerca Yahoo! Italia per concorso in violazione dei diritti patrimoniali d'autore sul film «About Elly». Digitando il titolo del film, il motore di ricerca di Yahoo! genera numerosi risultati - anche in posizione migliore rispetto al link al sito ufficiale del film - che puntano a siti i quali permettono la visione in streaming o di scaricare il film in questione senza autorizzazione da parte del titolare dei diritti di sfruttamento economico sull'opera. La titolare Pfa Films srl ha dapprima inviato a Yahoo! una lettera di diffida, senza esito; quindi ha agito in giudizio, ottenendo una pronuncia con la quale il Tribunale ha inibito al motore di ricerca «la prosecuzione e la ripetizione della violazione dei diritti di sfruttamento economico sul film About Elly mediante il collegamento a mezzo dell'omonimo motore di ricerca ai siti riproducenti in tutto o in parte l'opera, diversi dal sito ufficiale del film».

La decisione è destinata a far discutere sia in Italia che all'estero, in quanto Yahoo! è stata chiamata a rispondere non dei link sponsorizzati bensì dei «risultati naturali», cioè dei risultati offerti dal motore di ricerca, in base a oggettivi criteri di pertinenza predeterminati dallo stesso, in corrispondenza alle parole chiave immesse dagli utenti. In attesa di maggiori informazioni, attualmente non disponibili, sugli argomenti alla base della decisione del Tribunale, è possibile svolgere considerazioni di carattere generale sui termini giuridici della questione.

Come è noto, la direttiva 2000/31/Ce (cosiddetta direttiva E-commerce) disciplina tre figure di prestatori di servizi della società dell'informazione (access provider, caching provider e hosting provider) che, qualora agiscano come meri intermediari, vanno esenti da responsabilità per le informazioni che trasmettono. L'unico riferimento espresso della direttiva E-commerce ai motori di ricerca si rinvia all'articolo 21, comma 2, laddove si prevede che la Commissione europea presenti ogni due anni al Parlamento europeo, al consiglio e al comitato economico e sociale una relazione sull'applicazione della medesima direttiva, contenente una valutazione sulla necessità di proposte relative alla «responsabilità dei fornitori di collegamenti ipertestuali

e di servizi di ricerca su internet». La maggioranza dei (pochi) studiosi che si sono occupati della questione ritiene che i motori di ricerca siano inquadrabili nella figura di «caching provider»

ai sensi dell'articolo 13 della direttiva E-commerce (recepito in Italia all'articolo 15 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70).

Invero, il motore di ricerca non memorizza informazioni su richiesta dei siti che le forniscono, ma si limita a rendere accessibili agli utenti di internet le informazioni che riguardano tali siti, svolgendo una memorizzazione automatica, intermedia e temporanea ai sensi della disposizione citata. D'altra parte, le attività dei motori di ricerca non sono menzionate tra i casi esclusi dal campo d'applicazione della direttiva E-commerce (tra cui invece figurano, a titolo d'esempio, le attività dei notai o di altre professioni equivalenti, nella misura in cui presentano un nesso diretto e specifico con l'esercizio dei pubblici poteri, o i giochi d'azzardo). L'inquadramento dei motori di ricerca come servizi di caching è stato suggerito, sia pure solo in una nota a piè di pagina, anche dall'avvocato generale Poiares Maduro nelle conclusioni rese sul celebre caso AdWords in data 22 settembre 2009. In quella occasione l'avvocato generale ha ritenuto che il motore di ricerca di Google ha una posizione neutra rispetto alle informazioni che trasmette e soddisfa, dunque, le condizioni per poter beneficiare dell'esenzione da responsabilità di cui all'articolo 13 della direttiva E-commerce, in quanto i risultati naturali del motore di ricerca «sono il prodotto di algoritmi automatici che applicano criteri oggettivi per generare siti di probabile interesse per l'utente di Internet. La presentazione di tali siti e l'ordine in cui vengono visualizzati dipende dalla loro pertinenza alle parole chiave immesse [...]».

È interessante notare che il 26 gennaio 2011 la Corte d'appello di Parigi si è pronunciata su un caso analogo, riguardante il motore di ricerca Google Images. La Corte francese, confermando la sentenza di primo grado, ha ritenuto che il carattere puramente automatico e tecnico del servizio prestato dal motore di ricerca escluda la responsabilità di quest'ultimo per violazione del copyright su alcune immagini visualizzate tra i suoi risultati di ricerca. La Corte ha fatto riferimento alle norme introdotte dalla legge francese d'attuazione della direttiva E-commerce relative all'attività di caching. In questo ordine di idee, in con-

formità alla regola generale prevista dall'articolo 15 della stessa direttiva, il prestatore di un servizio di ricerca su internet non può essere assoggettato a un obbligo di sorveglianza sulle informazioni che trasmette, ma è tenuto al rispetto degli obblighi successivi di informazione e cooperazione con le autorità competenti, qualora venga a conoscenza di un'attività illecita. L'ampiezza di questo obbligo di cooperazione e il momento in cui questo sorge sono il terreno di uno scontro culturale prima ancora che giuridico: e infatti argomentazioni probabilmente simili a quelle seguite dal giudice italiano hanno condotto la Corte francese a conclusioni radicalmente diverse. (riproduzione riservata)

*Portolano Colella Cavallo
Studio Legale

Sono giunte a conclusioni opposte la giurisprudenza francese e quella italiana

