

Data: 25.09.2023 Pag.: 34,35
Size: 1760 cm2 AVE: € 84480.00
Tiratura: 58779
Diffusione: 21671
Lettori: 100000



Cresce l'attività di consulenza degli studi sui rischi e le opportunità legati al suo sviluppo

Metaverso, per molti avvocati la partita è ancora da giocare

Pagina a cura

DI ALBERTO GRIFONE

Sfumata la super sfida tra Mark Zuckerberg, mister Meta, ed Elon Musk, mister Tesla e X, la vita va avanti, e con essa lo sviluppo del business nel metaverso. Con conseguenti rischi ed opportunità. Cerchiamo di fare chiarezza dalla viva voce degli studi specializzati che vi operano.

«Le nuove tecnologie, come NFTs, blockchain, Web 3.0, intelligenza artificiale e non ultimo il metaverso, continuano a rivoluzionare il mondo delle imprese», ricorda **Tommaso Faelli**, partner, leader del Focus Team Innovazione e Trasformazione digitale di **BonelliErede**. «Sempre più aziende si stanno affacciando al mondo del metaverso e già diversi clienti, in particolare nei settori della moda e del lusso, dell'entertainment e dell'arte, ci hanno richiesto supporto e assistenza. Quella del metaverso è una realtà in divenire, di cui ancora, di conseguenza, è difficile avere una conoscenza ampia e approfondita. Abbiamo già avuto occasione di assistere clienti su diverse questioni giuridiche legate al metaverso, anche attraverso un team multidisciplinare in grado di dare supporto alle aziende che si affacciano a questo mondo in più aree di pratica.

Si tratta di incarichi relativi ad aspetti contrattuali e regolamentari finalizzati a nuove attività dei clienti nel metaverso, in particolare lo sviluppo di progetti per la presenza nel metaverso, come per esempio la realizzazione di spazi espositivi, eventi, spettacoli e forme di intrattenimento virtuali, in campo artistico, culturale e museale. In molti casi i profili principali riguardano la tutela della proprietà intellettuale, come i marchi, il design, la musica e l'immagine di avatar di celebrità, e il rispetto delle regolamentazioni a tutela della privacy (protezione e valorizzazione dei dati personali) e dei consumatori, così come della regolamentazione finanziaria legata ai pagamenti. L'assistenza può riguardare, inoltre, la negoziazione di termini e condizioni d'uso delle piattaforme. Nel settore dell'arte valgono poi regole ulteriori, legate alle esperienze immersive legate al metaverso e ai diritti, e agli oneri, legati allo sfruttamento delle opere. La regolamentazione degli NFT gioca un ruolo, seppure non preponderante. Molti clienti si chiedono come coniugare le discipline nazionali e internazionali applicabili ai medesimi contenuti attivi nel metaverso. A volte gli standard legali richie-

sti da un Paese sono diversi e incompatibili con quelli di altri Paesi, e il metaverso è quasi sempre universale. Sono temi in parte già affrontati nei primi anni '90 con la diffusione di Internet anche se ora, col metaverso, l'aspetto della multi-territorialità è accentuato».

Guardando ai problemi che si pongono nell'accesso al metaverso Faelli chiarisce: «Affinché le imprese possano sfruttare appieno le potenzialità di questo fenomeno, è assolutamente prioritario rendere il metaverso uno spazio sicuro dove i diritti principali di privacy e data protection, cyber security e proprietà intellettuale vengano rispettati e tutelati. Ogni piattaforma ha i suoi termini e le sue condizioni: diritti e obblighi che è bene valutare anticipatamente, ipotizzandone l'impatto sia in caso di lunga permanenza sia in caso di uscita anticipata. È fondamentale si definiscano delle linee guida non solo a livello nazionale, ma a livello europeo ed internazionale, che tengano conto della complessità delle tematiche legali che potrebbero conseguire. Nel metaverso quasi tutti i beni sono intangibili, smaterializzati, e il concetto di sicurezza è quello della c.d. data-driven economy e del mercato digitale».

Data: 25.09.2023 Pag.: 34,35
 Size: 1760 cm2 AVE: € 84480.00
 Tiratura: 58779
 Diffusione: 21671
 Lettori: 100000



«Il nostro studio ha assistito e assiste vari clienti su diverse tematiche relative al Metaverso, nonché ad uno degli asset di maggior successo nel Metaverso: gli NFTs. Abbiamo ricevuto la prima richiesta un paio di anni fa da parte di una società americana attiva nel settore del food and beverage. L'assistenza si è poi concentrata sul mondo della moda, che è molto attivo in questo spazio», dice **Maria Luigia Franceschelli**, counsel dello Studio legale internazionale **Hogan Lovells**. Lo Studio si è occupato per lo più di problematiche giuridiche stragiudiziali. Lo studio ha, per esempio, assistito moltissimi clienti con il deposito di marchi aventi ad oggetto asset digitali. «Abbiamo poi supportato i clienti con la redazione e negoziazione di contratti con designer e artisti di digital art, che hanno creato immagini o altri asset digitali da usare nel Metaverso, redatto e negoziato contratti con società tech che hanno curato, per conto dei brand, i progetti nel Metaverso o la creazione di NFT, e assistito le società con la revisione di T&C delle piattaforme a fini di due diligence preventiva. Ci siamo occupati di enforcement, per tutelare usi illegittimi di terzi di asset digitali dei brand. Le preoccupazioni sono mutate nel tempo. Inizialmente, i nostri clienti erano concentrati soprattutto della tutela dei loro marchi nel Metaverso. Si è assistito a una vera e propria corsa alla registrazione di marchi rinomati per prodotti e servizi legati al Metaverso, probabilmente anche a causa dell'enorme risonanza che ha avuto il caso Metabirkin. Poi l'at-

tenzione si è spostata sulla tutela sia degli asset realizzati per progetti nel Metaverso (dal brand o da artisti con cui il brand collabora), sia dei consumatori, tramite la creazione di termini e condizioni di vendita sempre più dettagliati e chiari e la preparazione di licenze adeguate a questo mondo virtuale. Uno dei principali problemi di cui oggi si lamentano gli utenti è la trasparenza e la sicurezza nel Metaverso. Gli utenti non comprendono a che condizioni possono utilizzare o creare asset in un determinato Metaverso. Ed è per questo che oggi diversi stakeholder si impegnano per creare mondi virtuali in cui possa essere per tutti più facile comprendere i limiti legali entro cui operare».

«Abbiamo assistito un'importante istituzione culturale, che vuole rendere disponibile la fruizione delle proprie opere e archivio creando un apposito Metaverso, un'azienda del lusso che vuole creare e-shops nel Metaverso e uno studio professionale che vuole aprire una sede in questo mondo digitale», dice **Massimo Sterpi**, partner esperto in AI del Dipartimento proprietà intellettuale, Tmt e Cybersecurity, dello studio legale **Gianni & Origoni**. «Proprio la natura del metaverso pone problemi per quanto riguarda l'identificazione della controparte digitale, fiscalità, uso criptovalute, frodi digitali, tutela diritti IP. Ricordo, infine, che per rendere sicuro il Metaverso, prima di tutto occorre comprenderne in funzionamento: in grande parte, il Metaverso pone gli stessi problemi di deterritorializzazione che già

poneva l'e-commerce su Internet, ma con alcuni aspetti nuovi: uso avatars, blockchain, NFT e cryptocurrencies, ad esempio. In ogni caso, per la maggior parte dei problemi già esistono soluzioni legali».

«Tra i molti temi legati al futuro metaverso, un primo aspetto è legato alla sicurezza. Oggi esistono plurimi quasi-metaversi che difettano di standard comuni e condivisi. Si pensi ai requisiti per la protezione dei dati, furto di identità di avatar, trolling, impiego della terra digitale per attività illegali, tutti aspetti deterrenti per i clienti che si affacciano al digitale di nuova generazione», dice **Luca Marasco**, senior associate di **Eptalex Garzia Gasperi & Partners**. «Un secondo aspetto è dato dalla transnazionalità delle nuove tecnologie, che infrangono i confini delle leggi applicabili basate sul territorio. Sebbene alcune piattaforme siano infatti basate in un particolare Stato, spesso la normativa applicabile non è tutelante per gli utenti e a volte confligge con le norme di applicazione necessaria».

Diritto dell'arte, moda, design, salute, diritto lavoro, privacy: come rendere più sicuro metaverso per le imprese che vi vogliono operare? «In primo luogo, quando (come spesso accade) il metaverso è su blockchain, lo pseudo-anonimato garantito dalla tecnologia da un lato rende possibili le transazioni in un sistema trustless, ma dall'altro si scontra con il sistema della responsabilità», spiega Marasco: «in altre parole, di recente gli operatori del settore si stanno rendendo conto che, almeno in certi casi, occorre

Data: 25.09.2023 Pag.: 34,35
 Size: 1760 cm2 AVE: € 84480.00
 Tiratura: 58779
 Diffusione: 21671
 Lettori: 100000



identificare i soggetti che operano nel metaverso (si pensi al KYC di un wallet provider). Un altro aspetto è quello legato alla predisposizione di standard tecnologici condivisi che assicurino interoperabilità tra le piattaforme e maggiore protezione dei dati da agenti malevoli. Come noto, infatti, i dati sono la principale risorsa sul web e destano le principali attenzioni delle aziende. Se poi pensiamo che i dati sono alla base degli algoritmi di AI, ci si rende immediatamente conto dell'importanza della sicurezza in questo campo.

«Le questioni giuridiche presupponevano l'individuazione, in via generale, della disciplina giuridica applicabile nel metaverso alla tutela dei diritti di proprietà industriale, nonché, più nel dettaglio, la selezione degli strumenti in concreto più idonei ad impedire l'indebito utilizzo del marchio di impresa associato agli NFT», ricorda **Michele Franzosi**, partner dello studio **Rucellai e Raffaelli**. «Attualmente, non essendo stata elaborata una specifica disciplina a tutela dei diritti IP nel metaverso, trovano applicazione gli strumenti ordinari di tutela previsti dal Codice della Proprietà Industriale, dal Diritto d'Autore ed in materia di concorrenza sleale. Lo studio dell'attività degli influencer virtuali ci ha poi fatto apprezzare la notevole complessità delle questioni che possono insorgere in relazione a fenomeni esclusivamente virtuali e smaterializzati, in termini di tutela della proprietà intellettuale e di gestione dei connessi rischi, anche in relazione alla responsabilità civile».

«Se, da una parte, si dà oggi sostanzialmente per acquisito che il diritto un marchio per determinati ambiti garantisca anche il diritto di farne uso nel metaverso per quelli stessi ambiti in chiave digitale», dice Franzosi, «non è però sempre agevole aggredire chi utilizzi detti marchi abusivamente nel mondo virtuale. Un altro profilo sensibile riguarda la tutela dei contenuti generati dagli utenti, o *User Generated Content* (UGC), nonché la protezione della grande mole di dati personali che le piattaforme on-line raccolgono dagli utenti; secondo alcuni, quest'ultimo profilo è reso particolarmente problematico in caso di utilizzo dell'intelligenza artificiale per la gestione dei dati, perché in tale scenario è più difficile prevedere gli utilizzi dei dati personali. Si tratta di un fenomeno che non può essere trascurato dalle aziende, sia in chiave proattiva, quale opportunità di business, sia

anche solo in chiave difensiva, per evitare che in tale sede vengano lesi i propri diritti. L'apparato normativo si sta lentamente adeguando. Le imprese che operano attivamente nel metaverso fornendo servizi dovranno, ovviamente, tutelare le piattaforme di metaverso mediante, per quanto possibile, la brevettazione di computer-implemented inventions, mentre per gli algoritmi dovranno valutare caso per caso la convenienza della brevettazione piuttosto che la strada del segreto industriale».

«Le iniziative relative al mondo NFT/Metaverso hanno visto un aumento continuo per le imprese attive nei settori più dispa-

ti dal gaming alla finanza, dall'arte al mondo del lusso», dice **Andrea Romani**, associate dello studio **Spheriens**. «Con alcuni clienti del settore del lusso abbiamo predisposto una strategia per proteggere i loro diritti di proprietà intellettuale affinché, da un lato, potessero attivamente contrastare comportamenti illeciti posti in essere sulle piattaforme di Metaverso e, dall'altro, fossero in grado legittimamente di mettere in essere iniziative attinenti a NFT e Metaverso».

«Abbiamo deciso di concentrare l'attenzione, in prima battuta, sul deposito di specifiche registrazioni di marchio nelle relative classi merceologiche. Tali depositi necessitano di un livello di preparazione e attenzione elevati poiché i vari Uffici Marchi richiedono – quando si tratta di NFT e Metaverso – delle particolari specifiche relative ai prodotti e servizi per cui è richiesta la registrazione; per di più, trattandosi di un tema di frontiera, gli Uffici Marchi stessi continuano ad aggiornare le loro prassi sul punto», aggiunge Romani. «La titolarità da parte delle imprese di registrazioni specifiche per il Metaverso semplifica enormemente l'enforcement sulle varie piattaforme, conferendo al titolare del diritto uno strumento immediato di tutela. Un tema molto sensibile per i clienti riguarda l'enforcement nel metaverso».

Individuata una violazione nel metaverso (solitamente relativa alla commercializzazione di NFT o altri beni digitali illeciti), per il titolare dei diritti risulta spesso difficile identificare il soggetto che ha posto in essere il comporta-

Data: 25.09.2023 Pag.: 34,35
 Size: 1760 cm2 AVE: € 84480.00
 Tiratura: 58779
 Diffusione: 21671
 Lettori: 100000



mento illecito e porre fine al medesimo attraverso l'invio di una diffida o l'instaurazione di una causa. In questi casi, l'impresa può ricorrere alle procedure di notice&takedown messe loro a disposizione dalle piattaforme: queste procedure, tuttavia, non permettono la definitiva eliminazione dell'NFT illecito ma semplicemente il suo oscuramento, con la conseguenza che lo stesso potrebbe essere messo nuovamente in circolazione».

Secondo **Daniela della Rosa**, partner e Co-Head della Fashion, Beauty and Luxury practice di **Curtis, Mallet-Prevost, Colt & Mosle LLP** e l'Associate **Federico Criscuoli** «Per la natura stessa del metaverso, in quanto ambiente immersivo, persistente e in tempo reale, si replicano e amplificano i problemi che abbiamo già conosciuto con il Web1 e Web2: cyberbullismo, molestie sessuali, catfishing, incitamento all'odio, tecnologia deepfake, tutela della proprietà intellettuale, tutela della concorrenza, pubblicità invasive e ingannevoli. Problemi per i quali i paradigmi legali precedenti, incluse le definizioni, hanno difficoltà applicative importanti. Basti pensare che in questo momento storico esistono (ed esisteranno) un ampio numero di metaversi differenti, ciascuno potenzialmente con una diversa configurazione hardware-software. In assenza di standard tecnici universali, e del concetto stesso di territorialità, in un ambiente totalmente

virtuale, la difficoltà regolamentare è più accentuata, rispetto a quella attuale. In particolare, il rilevamento delle violazioni nei mondi virtuali costituirà un'ulteriore complessità del/i metaverso/i, in particolare modo in relazione alla tutela di marchi e diritti d'autore, per la quale l'applicazione dell'intelligenza artificiale appare oggi a diversi esperti la soluzione più probabile. La stessa applicazione delle sanzioni sarà pesantemente discussa in relazione alla natura transnazionale e transfrontaliera del metaverso, alla responsabilità del/i fornitore/i del metaverso, e alla natura complessa dell'anonimato concesso agli utenti persone fisiche da rispettivi avatar (reali o fake).

Dal punto di vista legale, quindi, il Web3, prima ancora del suo pieno sviluppo, presenta già una lunga serie di sfide e complessità da gestire, legandosi a stretto giro ad altri settori attenzionati dal legislatore europeo quali l'IA, la cui bozza di regolamento (n. 2021/206) ha già ricevuto una prima approvazione del Parlamento Europeo il 14 giugno, e i crypto-assets (NFT in primis), il cui regolamento, c.d. «MiCA» (Regolamento UE 2023/1114) è stato definitivamente approvato e pubblicato in Gazzetta UE».

Infine, quale legame tra metaverso e comunicazione d'impresa? Per **Massimo Tavella**, partner di **Tavella Avvocati Associati** «Abbiamo avuto occasione di occuparci delle problematiche legali sottese

all'organizzazione di eventi (come sfilate di moda) e alla commercializzazione di NFT, due delle più significative opportunità che il mondo virtuale apre alle maison della moda. In particolare, è stato richiesto il nostro supporto legale per il lancio di prodotti Nft sulle piattaforme del mercato digitale e per la clearance di diritti di terzi sulla creazione di spazi e ambienti digitali i quali, nella misura in cui riproducano o si ispirino a layout esistenti, possono porre problemi di interferenza con diritti anteriori, prevalentemente di IP».

Quali aspetti del metaverso e del suo utilizzo destano le maggiori preoccupazioni nei clienti? «La più rilevante problematica nel nostro settore di attività riguarda la brand protection, aspetto che, tra l'altro, ha interessato la giurisprudenza più recente in materia. Il recente caso Metabirkin ha infatti svelato alcuni punti critici di un mercato in cui vengono proposti dei prodotti, che da un lato riproducono prodotti fisici, ma al contempo sono frutto di attività creativa. La Corte distrettuale di New York ha affermato che, nel giudizio di contraffazione, la natura virtuale e la potenziale riproducibilità in serie degli Nft non sono caratteristiche atte a sottrarre queste opere a un giudizio di bilanciamento tra protezione di un marchio protetto nel mondo fisico e riprodotto virtualmente, da un lato, e la libertà di espressione del creator, dall'altro» chiosa Tavella.

Data: 25.09.2023 Pag.: 34,35
 Size: 1760 cm2 AVE: € 84480.00
 Tiratura: 58779
 Diffusione: 21671
 Lettori: 100000



Come tutelare la proprietà intellettuale nel mondo virtuale



Tommaso Faelli



Maria Luigia Franceschelli



Massimo Sterpi



Luca Marasco



Michele Franzosi



Andrea Romani



Daniela della Rosa



Massimo Tavella