

INDICE

	pag.
Prefazione di Luca Colombo	IX
Introduzione	XIII
Gli Autori	XVII
1. Blockchain, privacy e diritti IP: ingredienti del metaverso	1
di Matteo Piccinali	
1. Blockchain, smart contracts e mondi virtuali	1
2. I dati personali: il carburante dell'ecosistema digitale	6
3. Marchi e brevetti per le nuove frontiere digitali	12
2. Interoperabilità e geopolitica: le scelte cinesi	19
di Matteo Piccinali	
1. "Block-chain vs. Block-china": ecosistema digitale nativo	19
2. Nuovo assetto normativo per la rivoluzione digitale	25
2.1. Cybersecurity Law	26
2.2. Data Security Law	28
2.3. Personal Information Protection Law e gestione degli algoritmi	29
3. The Chinaverse: metaverso con caratteristiche cinesi	37
3. Marketing digitale e virtual product placement	41
di Matteo Piccinali	
1. Introduzione	41
2. Il sistema di real-time tracking: monitoraggio degli utenti e privacy.	43
3. Virtual product placement.	45
3.1. Premessa	45
3.2. Le nuove frontiere del product placement: Amazon Prime e "in-TV purchase"	46
3.3. Videogiochi: campo di prova per la realtà virtuale	48
3.4. Il virtual product placement nel metaverso	49
4. La normativa di riferimento	50
5. Il product placement nella Direttiva (UE) 2018/1808 e nella legislazione italiana: un recente cambio di paradigma	51

	pag.
4. Influencers e virtual social media	57
di Matteo Piccinali	
1. <i>Influencer</i> reale vs. <i>influencer</i> digitale	57
2. Contratto con l' <i>influencer</i>	62
2.1. Premessa	62
2.2. I termini del contratto	64
2.3. Contratto di <i>Influencer marketing</i> : condizioni generali	69
3. Manifestazioni a premio nei <i>social media</i> : la normativa	72
3.1. Concorso a premi: scheda riepilogativa degli adempimenti	77
3.2. Regolamento per concorso a premio	79
4. <i>Influencer</i> per l'arte	86
4.1. Valorizzazione del patrimonio culturale ed evoluzione del <i>marketing</i> dell'arte	86
4.2. Opere d'arte figurativa di pubblico dominio	89
4.3. Art. 14 della Direttiva (UE) 2019/790	91
5. <i>Influencer</i> per lo sport: contratto per la creazione di NFT	93
5. Il patrimonio artistico culturale e la promozione virtuale globale	99
di Matteo Piccinali	
1. Il PNRR e la Missione 1	99
2. Musei in realtà virtuale: un modello per l'Italia?	104
2.1. Contratto per la creazione di contenuti in realtà virtuale	108
3. Tecnologia, mecenatismo e fidelizzazione: nuove tecnologie per nuovi benefattori dell'arte	113
3.1. Usare le arti per sostenere le arti: <i>tokens</i> e <i>blockchain</i> per i musei	115
6. Verso la regolamentazione del metamercato	119
di Andrea Polini	
1. Il metamercato, opportunità e sfide	119
2. L'armonizzazione nella disciplina sulla "vendita dei beni" al consumatore	122
3. I rapporti tra la vendita di diritto comune e la cessione di beni al consumatore	124
4. L'ambito di applicazione della nuova disciplina ex art. 128 ss. cod. cons.	126
5. I contratti di fornitura di contenuti e servizi digitali	128
6. La conformità (di contenuti e servizi digitali) al contratto	131
7. Il Regolamento (UE) 2019/1150 e le regole di trasparenza nei rapporti tra imprese nei mercati digitali	135
8. Considerazioni conclusive	139

	pag.
7. Compliance in materia di tutela dei dati personali e di antiriciclaggio	141
di Marika Lombardi	
1. Le nuove sfide del metaverso	141
2. <i>Data protection</i> nei mondi virtuali	142
2.1. I rischi e le possibili strategie di contenimento	142
2.2. La tutela dei minori	143
2.3. Prove tecniche di regia: informativa ai sensi degli artt. 13 e 14 GDPR	145
2.4. (Segue): <i>data protection impact assessment</i>	152
2.5. (Segue): <i>data protection officer</i>	154
3. Comparazione in materia di <i>data protection</i> : Europa, Cina e Stati Uniti	154
4. <i>Anti money laundering</i> e metaverso	159
4.1. I rischi in materia di antiriciclaggio	159
4.2. I primi tentativi di regolazione del fenomeno sul piano nazionale	160
4.3. Conclusioni	162
8. Diritti di proprietà industriale e metaverso: prospettive di sfruttamento e tutela nell'ordinamento italiano	165
di Alberto Contini	
1. Premessa	165
2. Invenzioni di <i>software</i> , brevetti di standard e possibili limiti degli atti compiuti in ambito privato e a fini non commerciali	167
3. I segni distintivi: principio di specialità, usi leciti e illeciti del marchio altrui	178
4. Mondi virtuali e <i>design</i> : estensione e limitazioni dell'ambito di tutela dei modelli	185
5. Metaverso e diritto d'autore: eccezioni e limitazioni secondo la Direttiva (UE) 2019/790	189
6. Il <i>know-how</i> : la titolarità e la tutelabilità delle informazioni generate e/o acquisite nel metaverso	196
7. La tutela dei diritti IP: utenti anonimi, ISP e giurisdizione	200
9. Il lavoro nel metaverso	209
di Carla Ghitti	
1. Il lavoro tramite dispositivi tecnologici e le implicazioni sul rapporto di lavoro	209
2. Il controllo tecnologico e la tutela della riservatezza del lavoratore	214
3. Il potere disciplinare	219

	pag.
10. Nuove tecnologie e pubblica amministrazione	223
di Stefania Vasta e Maria Francesca Monterossi	
1. Introduzione	223
2. Amministrazione in divenire: dal digitale al metaverso	226
2.1. Lo "stato dell'arte" della transizione digitale della pubblica amministrazione	226
2.2. La prospettiva futura: pubblica amministrazione e meta- verso	230
3. Le applicazioni del metaverso	237
3.1. Tra il reale e il virtuale	237
3.2. Metaverso e <i>smart city</i>	240
11. I profili penalistici del metaverso	247
di Andrea Puccio	
1. Il metaverso come nuovo <i>locus commissi delicti</i>	247
1.1. I principi cardine del diritto penale	248
1.2. I primi interventi del legislatore: i reati commessi attraverso sistemi informatici o telematici	251
1.3. I problemi legati al metaverso	251
2. I reati contro la persona: dalla <i>sextorsion</i> alla pedopornografia, dal furto d'identità allo <i>stalking</i>	252
2.1. Il principio di offensività	252
2.2. Estorsione e <i>sextorsion</i>	254
2.3. I reati sessuali	256
2.4. Metaverso e pedopornografia	261
2.5. Il "furto d'identità digitale"	264
2.6. Gli atti persecutori: lo <i>stalking</i> nei mondi virtuali	268
3. Terrorismo e traffici illeciti	269
3.1. Il metaverso come nuova piazza virtuale di reclutamento di terroristi	270
3.2. <i>Breviter</i> : metaverso e traffici illeciti	277
3.3. Le iniziative a livello europeo per prevenire e reprimere i meta-reati	278
4. Metaverso e <i>Dark Web</i> : gemelli diversi?	280