

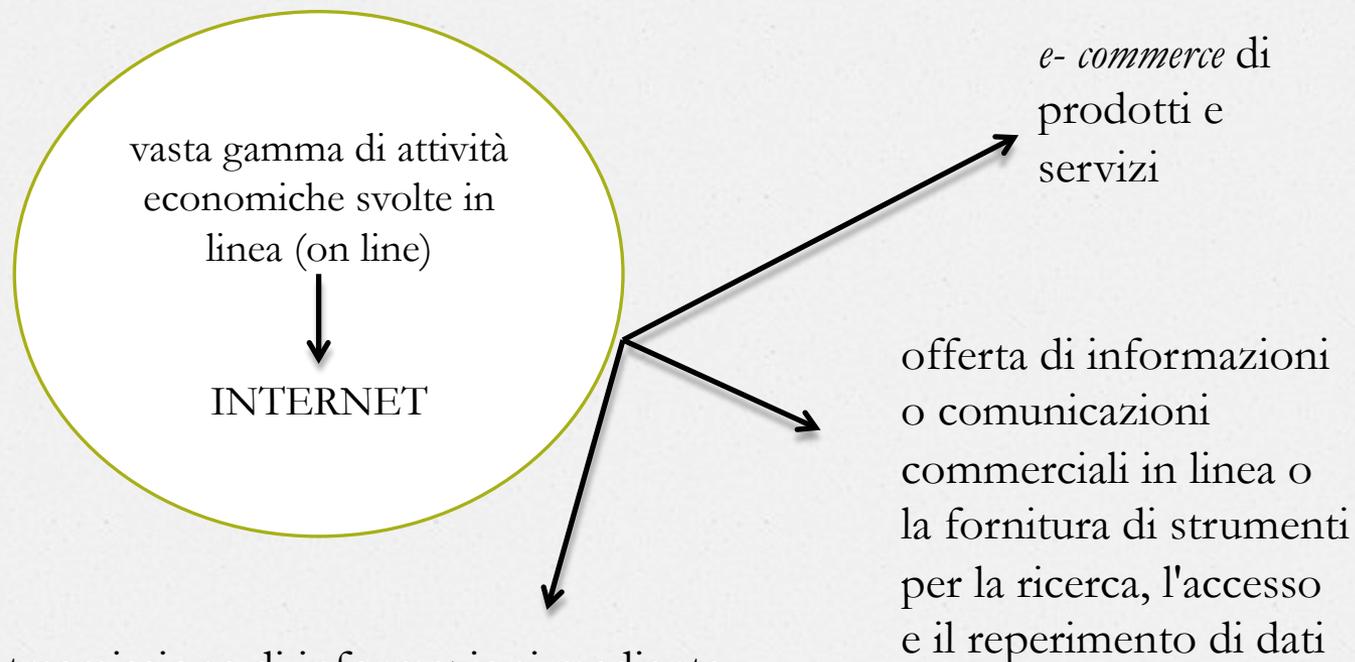
Avv. Massimo Travostino
Studio Legale Pecoraro-Travostino

SOCIAL NETWORK TRA INTERMEDIARI E USERS GENERATED CONTENT



19 APRILE 2017

Il Diritto dei Social Network
Ordine degli Avvocati di Torino – Commissione Scientifica



trasmissione di informazioni mediante una rete di comunicazione, la fornitura di accesso a una rete di comunicazione o lo stoccaggio di informazioni fornite da un destinatario di servizi

Fonti (1 di 3)

1. Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000 relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno («Direttiva sul commercio elettronico»)

↓
→ d. lgs. n. 70/2003

Fonti (2 di 3)

1. 1998, Digital Millennium Copyright Act e “Safe Harbor” - Online Copyright Infringement Liability Limitation Act (OCILLA)

Fonti (3 di 3)

2. Par. 512 Code of the Laws of the United States (legge federale) esclude responsabilità per *copyright infringement* nei confronti di:
 - (a) Transitory digital network communications
 - (b) System caching
 - (c) Information residing on systems or networks at the direction of users
 - (d) Information location tools

Intermediari: in particolare,
attività di *hosting*

Posto che

Hosting

=

memorizzazione di informazioni

attività di *hosting* e limitazione di responsabilità (1 di 3)

D. lgs. n. 70/2003: principio **di neutralità** dell'host rispetto ai contenuti: hosting provider/content provider, a condizione che l'attività sia di carattere «*meramente tecnico, automatico e passivo, il che implica che il prestatore di servizi della società dell'informazione non conosce né controlla le informazioni trasmesse o memorizzate*» (considerando n. 42).

attività di *hosting* (2 di 3)

Art. 16 «1. Nella prestazione di un servizio della società dell'informazione consistente nella memorizzazione di informazioni fornite da un destinatario del servizio, **il prestatore non è responsabile delle informazioni memorizzate** a richiesta di un destinatario del servizio, a condizione che:

- a. non sia effettivamente a conoscenza del fatto che l'attività o l'informazione è illecita e, per quanto attiene ad azioni risarcitorie, non sia al corrente di fatti o di circostanze che rendono manifesta l'illiceità dell'attività o dell'informazione;
- b. non appena a conoscenza di tali fatti, su comunicazione delle autorità competenti, agisca immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitarne l'accesso.

2. Le disposizioni di cui al comma 1 non si applicano se il destinatario del servizio agisce sotto l'autorità o il controllo del prestatore.

3. L'autorità giudiziaria o quella amministrativa competente può esigere, anche in via d'urgenza, che il prestatore, nell'esercizio delle attività di cui al comma 1, impedisca o ponga fine alle violazioni commesse».

attività di *hosting* (3 di 3)

Art. 17 (Assenza dell'obbligo generale di sorveglianza)

«1. Nella prestazione dei servizi di cui agli articoli 14, 15 e 16, il prestatore non è assoggettato ad un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che trasmette o memorizza, né ad un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite.

[...]

3. Il prestatore è civilmente responsabile del contenuto di tali servizi nel caso in cui, richiesto dall'autorità giudiziaria o amministrativa avente funzioni di vigilanza, non ha agito prontamente per impedire l'accesso a detto contenuto, ovvero se, avendo avuto conoscenza del carattere illecito o pregiudizievole per un terzo del contenuto di un servizio al quale assicura l'accesso, non ha provveduto ad informarne l'autorità competente».

A quali attività si rivolge la Direttiva 2000/31?

A. *Hosting* modello di business tradizionale:

↳ servizio di trasmissione e memorizzazione di informazioni a fronte di pagamento di un prezzo (es. connettività internet; hosting)

B. Rapporto fornitore di servizio/Cliente:

↳ più spazio occupi, più informazioni trasmetti o memorizzi, più paghi

Social Network (1 di 6)

Facebook nasce il 4 febbraio 2004



LinkedIn nasce nel 2003



Twitter e Tumblr nascono nel 2006



YouTube nasce nel 2005



Social Network (2 di 6)

Social Network o Rete Sociale
=
comunità di individui che sono legati da una serie di
legami

Su internet → social media

Social Network (3 di 6)

In senso stretto

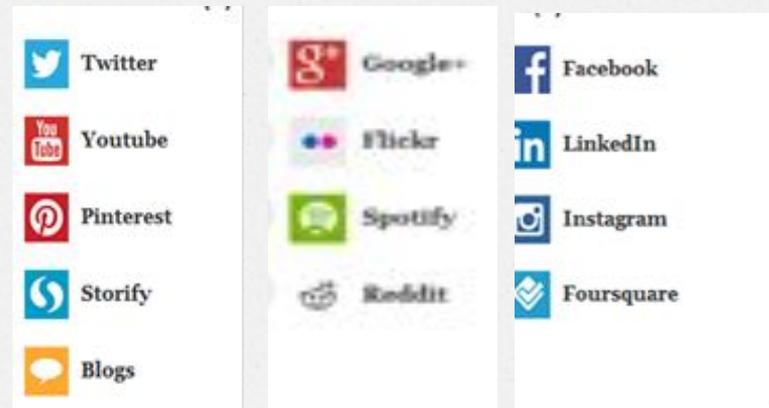
servizio sul web che consente agli utenti

- 1) di creare un profilo (identità)
- 2) di individuare una lista di utenti con cui stabiliscono una connessione (relazione) e
- 3) interagire con tali liste e utenti, creare gruppi e iniziative (comunità) → Facebook, LinkedIn.

Social Network (4 di 6)

Ma l'ambito è più ampio

sito della Corte di Giustizia UE annovera tra i social networks



Social Network (5 di 6)

Piattaforme che consentono scambio di informazioni, opinioni e materiali tra gli utenti: espressione pensiero, scambio di informazioni e opinioni, confronto e iniziativa politica, iniziative sociali, solidarietà, emergenza, opportunità di lavoro

Social Network (6 di 6)

sono “digital online intermediaries”



Cosa hanno in comune ?



ci concentriamo sui contenuti, in particolare i
contenuti tutelati dal diritto d'autore

Users Generated Content

UGC = art. 6 legge n. 633/1941: *“Il titolo originario dell'acquisto del diritto di autore è costituito dalla creazione dell'opera, quale particolare espressione del lavoro intellettuale”*

UGC vs. TPGC → anche nel mondo digitale vale sempre il brocardo *Nemo plus iuris transferre potest quam ipse habet*

Termini di servizio social media e diritto d'autore



Facebook (1 di 2)

UGC: Art. 2 : «l'utente ci fornisce una licenza non esclusiva, trasferibile, che può essere concessa come sottoliscenza, libera da royalty e valida in tutto il mondo, che consente l'utilizzo dei Contenuti PI pubblicati su Facebook o in connessione con Facebook ("Licenza PI"). La Licenza PI termina nel momento in cui l'utente elimina il suo account o i Contenuti PI presenti nel suo account, a meno che tali contenuti non siano stati condivisi con terzi e che questi non li abbiano eliminati»



Facebook (2 di 2)

Contenuti di terzi: Art. 5: «1. È vietato pubblicare o eseguire azioni su Facebook che non rispettano i diritti di terzi o le leggi vigenti.
2. Ci riserviamo il diritto di rimuovere tutti i contenuti o le informazioni che gli utenti pubblicano su Facebook
3. Forniremo gli strumenti necessari alla protezione dei diritti di proprietà intellettuale dell'utente. Per ulteriori informazioni, è possibile visitare la pagina Come segnalare una violazione della proprietà intellettuale.
4. Se abbiamo eliminato dei contenuti perché non rispettavano il copyright di terzi, e l'utente che li ha pubblicati ritiene che si tratti di un errore, quest'ultimo ha la possibilità di presentare ricorso.
5. Qualora l'utente non rispetti ripetutamente i diritti di proprietà intellettuale di terzi, disabilitiamo il suo account nei casi in cui lo riterremo opportuno».



LinkedIn (1 di 2)

UGC: Art. 3.1: «Lei possiede i contenuti e le informazioni che invia o pubblica ai Servizi e concede a LinkedIn esclusivamente la seguente licenza non esclusiva: un diritto valevole in tutto il mondo, trasferibile e sub-licenziabile di utilizzare, copiare, modificare, distribuire, pubblicare e processare informazioni e contenuti che fornisce attraverso i nostri Servizi, senza ulteriore consenso, avviso e/o remunerazione a Lei o a terzi».

Art. 9: «Noi rispettiamo i diritti di proprietà intellettuale di altri. Noi richiediamo che le informazioni pubblicate dai Membri siano esatte e non in violazione dei diritti di proprietà intellettuale o di altri diritti di soggetti terzi. Noi forniamo un'informativa e una procedura per la presentazione dei reclami sui contenuti pubblicati dai nostri Membri».



LinkedIn (2 di 2)

Contenuti di terzi: LinkedIn rispetta i diritti di proprietà intellettuale di altri e vuole offrire una piattaforma che non contenga contenuti che violino quei diritti. Il nostro Contratto di licenza richiede che le informazioni inviate dai Membri siano esatte, legali e non in violazione dei diritti di terze parti. Per promuovere questi obiettivi, LinkedIn fornisce una procedura per la presentazione dei reclami riguardo ai contenuti inviati dai nostri Membri. La nostra informativa e le nostre procedure sono descritte e citate nelle sezioni che seguono.

In ossequio al Digital Millennium Copyright Act (17 U.S.C. § 512), LinkedIn ha stabilito delle procedure per ricevere comunicazione scritta delle violazioni denunciate. LinkedIn inoltre ha designato un responsabile per ricevere le notifiche relative a reclami per la violazione di copyright. Ove Lei creda in buona fede che il Suo copyright sia stato lesa, può compilare e presentare un modulo per una notifica relativa alla violazione di copyright



Twitter (1 di 3)

UGC: Art. 2: «Inviando, pubblicando o visualizzando i Contenuti su o attraverso i Servizi, ci concedi una licenza mondiale, non esclusiva, priva di royalty (con diritto di sub-licenziare), di usare, copiare, riprodurre, trattare, adattare, modificare, pubblicare, trasmettere, visualizzare e distribuire tali Contenuti in qualsiasi tipo di supporto o sistemi di distribuzione (noti o sviluppati in futuro). Questa licenza ci autorizza a mettere i tuoi Contenuti a disposizione del resto del mondo e permettere ad altri di fare lo stesso. Con questa licenza acconsenti a Twitter... di mettere i Contenuti, attraverso i Servizi, a disposizione di altre società, organizzazioni o persone..... Tali utilizzi aggiuntivi da parte di Twitter, o di altre aziende, organizzazioni o individui, potrebbero essere effettuati senza alcun corrispettivo nei tuoi confronti, in relazione ai Contenuti che tu inoltri, posti, trasmetti, o altrimenti rendi disponibile tramite i Servizi... Sei consapevole che potremmo modificare o adattare i tuoi Contenuti nel momento in cui vengono distribuiti, diffusi, pubblicati o trasmessi da noi e i nostri partner e/o effettuare modifiche ai tuoi Contenuti in modo da adattarli a differenti supporti. Dichiaro e garantisco di possedere tutti i diritti, poteri e autorità necessari per disporre dei relativi a qualsiasi contenuto che hai sottoposto».



Twitter (2 di 3)

UGC: Art. 4: «accetti che Twitter e i suoi fornitori e partner terzi potrebbero collocare pubblicità sui Servizi o in connessione con la visualizzazione dei Contenuti»



Twitter (3 di 3)

Contenuti di terzi: Twitter risponde a notifiche di copyright inviate ai sensi del DMCA (Digital Millennium Copyright Act). Oltre a illustrare i requisiti legali necessari per segnalare formalmente una violazione di copyright, la sezione 512 del DMCA fornisce istruzioni su come una parte interessata può proporre appello contro una rimozione con l'invio di una contro-notifica conforme.

Twitter risponderà a tutte le segnalazioni di presunte violazioni di copyright, ad esempio nel caso di accuse relative all'uso non autorizzato di un'immagine coperta da copyright come foto del profilo o d'intestazione oppure per accuse riguardanti l'uso di un'immagine o un video coperto da copyright caricato attraverso servizi di hosting di contenuti o per Tweet con link ai materiali oggetto della presunta violazione. Nota: qualsiasi uso non autorizzato di materiale coperto da copyright è considerato violazione (per maggiori informazioni, consulta la nostra pagina sul Fair use).



YouTube (1 di 3)

UGC: Art. 8. (*Diritti concessi in licenza dall'utente*) «8.1 Quando l'utente carica o pubblica Contenuti su YouTube, contestualmente concede:

- A. a YouTube, una licenza per il mondo intero, non esclusiva, gratuita, trasferibile (con diritto a concedere sub-licenze) ad usare, riprodurre, distribuire, preparare opere derivate, visualizzare ed eseguire tali Contenuti in connessione alla fornitura del Servizio ed in altro modo in connessione con la fornitura del Servizio e dell'attività commerciale di YouTube, comprese, a titolo meramente esemplificativo, la promozione e la ridistribuzione di tutto o parte del Servizio (e delle relative opere derivate) [in qualsiasi formato e tramite qualsiasi canale di comunicazione];
- B. a ciascun utente del Servizio, una licenza per il mondo intero, non esclusiva, gratuita, ad accedere ai suoi Contenuti tramite il Servizio e ad usare, riprodurre, distribuire, preparare opere derivate, visualizzare ed eseguire tali Contenuti nella misura permessa dalla funzionalità del Servizio ed ai sensi dei presenti Termini»



YouTube (2 di 3)

UGC: Art. 7: « [...]7.3 L'utente riconosce ed accetta di essere l'unico responsabile dei propri Contenuti e delle conseguenze del loro caricamento online o pubblicazione. YouTube non avalla Contenuti o opinioni, raccomandazioni o consigli in essi contenuti, e declina espressamente ogni e qualsiasi responsabilità in relazione ai Contenuti. [...]

7.7 I Contenuti presentati nel Servizio non possono contenere alcun materiale coperto da copyright di terzi o soggetto ad altri diritti proprietari di terzi (compresi diritti di privacy o diritti di pubblicazione), a meno che l'utente non abbia una licenza formale od un permesso da parte del titolare legittimo, ovvero sia in altro modo legalmente autorizzato, a pubblicare il materiale in questione ed a concedere a YouTube la licenza di cui al successivo articolo 8.1.

7.8 Nel momento in cui dovesse venire a conoscenza di qualsiasi potenziale violazione dei presenti Termini, YouTube si riserva il diritto (ma non ha l'obbligo) di decidere se i Contenuti si conformino con i requisiti previsti nei presenti Termini e potrà rimuovere tali Contenuti e/o inibire l'accesso di un utente al caricamento dei Contenuti che siano in violazione dei presenti Termini in qualsiasi momento, senza preavviso ed a sua esclusiva discrezione».

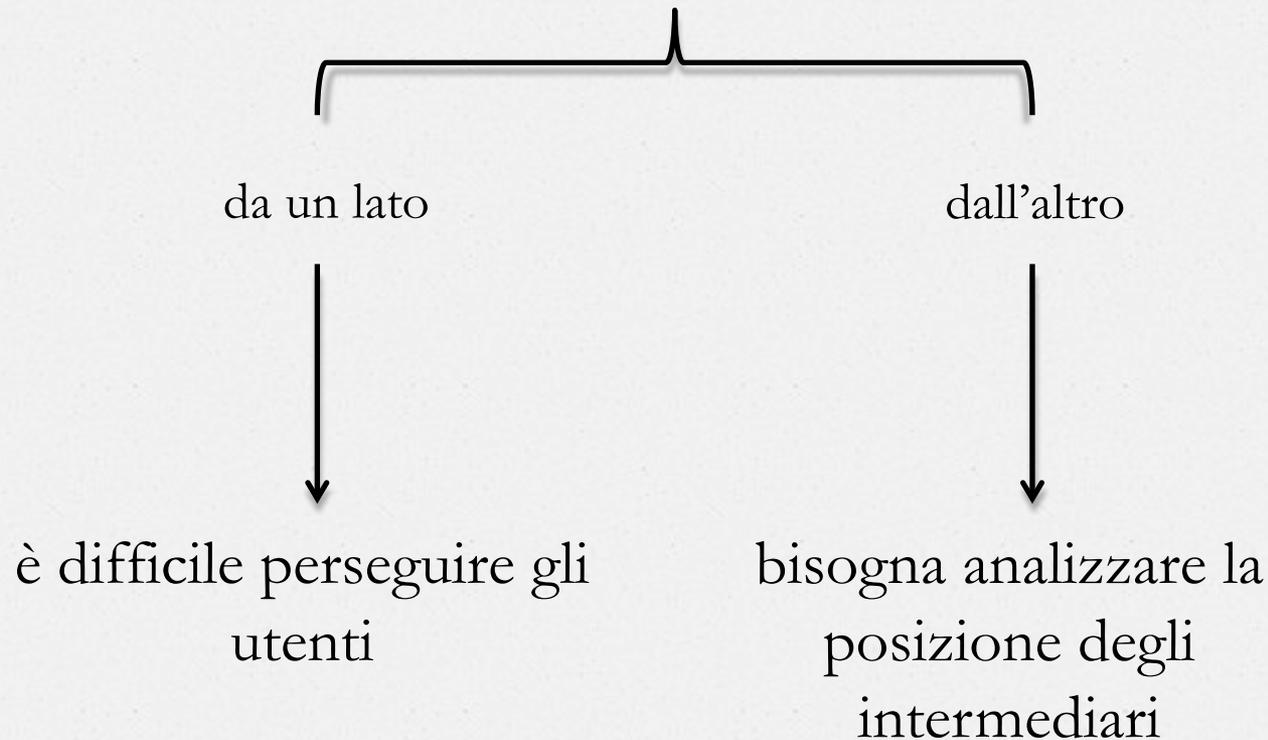


YouTube (3 di 3)

Contenuti di terzi: Art. 6: «6.1 YouTube adotta una chiara policy in materia di copyright in relazione a Contenuti che siano presumibilmente in violazione del copyright di un terzo. I dettagli di tale policy possono essere consultati al seguente indirizzo https://www.youtube.it/t/copyright_notice.
6.2 Come parte della policy sul copyright di YouTube, YouTube potrà interrompere l'accesso di un utente al Servizio qualora tale utente sia stato individuato come contravventore abituale. Un contravventore abituale è un utente cui sia stato comunicato di avere commesso una violazione per più di due volte».

Cosa succede nel caso in cui i
contenuti caricati violino
copyright di terzi ?

In caso di violazione di copyright



posizione di neutralità ai sensi della
Direttiva 2000/31

→ non è civilmente responsabile

non deve avere conoscenza dell'illiceità delle informazioni memorizzate e “per godere di una limitazione della responsabilità, il prestatore di un servizio della società dell'informazione consistente nella memorizzazione di informazioni deve agire immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitare l'accesso alle medesime non appena sia informato o si renda conto delle attività illecite” (considerando 46 e art. 14 della E-Commerce Directive)

“notice and take down”: necessità per i titolari dei contenuti di monitorare il web e segnalare URL dei contenuti illeciti, affinché vengano rimossi dall’intermediario

Nella “Public consultation on the evaluation and modernisation of the legal framework for the enforcement of intellectual property rights” della **Commissione** nel **2016** i titolari dei diritti hanno evidenziato l’impegno di *“monitoring costs such as technical measures for prevention and detection of infringements, litigation costs and non-legal enforcement costs (such as notice and action procedures)”*

EVOLUZIONE DEI SOCIAL MEDIA

con il passare del tempo il modello di *business* dei
social media evolve



gli utili salgono alle stelle e contemporaneamente

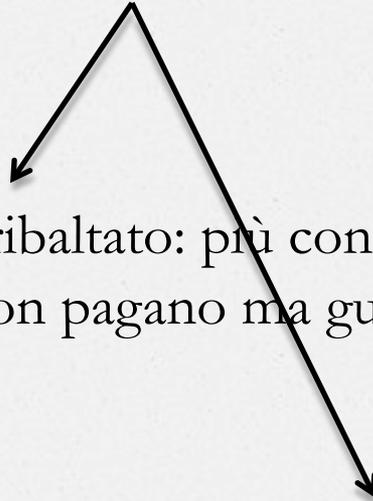


crollano i fatturati dell'industria tradizionale del
copyright

Lo sfruttamento dei contenuti sulle piattaforme diventa sempre più intenso e raffinato:

- alcuni social media offrono accordi di partnership agli utenti per spartire gli utili derivanti dall'abbinamento pubblicitario con i contenuti;
- i contenuti possono essere riservati a ristrette cerchie di utenti → invisibili ai titolari dei diritti
- la rimozione dei contenuti illeciti spesso non è seguita da provvedimenti di cancellazione dell'account, come sarebbe previsto da termini e condizioni del network nemmeno nei confronti di violazioni in serie
- vengono introdotte tecnologie di controllo e filtraggio dei contenuti, non solo per controllo ma anche per catalogare in via automatica e sfruttarne al meglio le potenzialità

Nuovo modello di business: servizio di ospitalità e
intermediazione gratuito perché mi interessano dati
degli utenti e *audience*



modello di business ribaltato: più contenuti caricano e
più gli utenti non pagano ma guadagnano;

hosting è strumentale allo sfruttamento dei contenuti

La remunerazione del business non è il servizio di connettività o di ospitalità di contenuti, ma lo sfruttamento dei contenuti e dei dati “postati” dagli utenti, mediante abbinamento pubblicitario dei medesimi e vendita dei dati di utenti a terzi

- organizzazione automatica dei contenuti in differenti categorie e generi, per renderli più appetibili per la pubblicità: la tecnologia consente un “controllo tecnico” sui contenuti migliore e più esteso rispetto al “controllo umano”
- da controllo “umano” a controllo “tecnologico”: i filtri software

E' possibile ancora affermare che
l'hosting gioca un ruolo
meramente tecnico e passivo e
non ha “conoscenza” dei
contenuti che vengono caricati
sulla piattaforma ?

Le risposte della giurisprudenza

Corte di Giustizia UE (1 di 2)

L'Oreal/Ebay

Decisione della Corte di Giustizia relative alla responsabilità del *marketplace* per violazione di marchio da parte degli utenti afferma che l'hosting provider diventa "attivo": quando *“instead of confining itself to providing that service neutrally by a merely technical and automatic processing of the data provided by its customers, plays an active role of such a kind as to give it knowledge of, or control over, those data”*.

Corte di Giustizia UE (2 di 2)

Hosting “passivo” e hosting “attivo”: in base alla quale ove l’hosting non si limiti a fornire spazi di memoria per lo stoccaggio di dati da parte degli utenti, svolgendo un ruolo meramente tecnico, ma fornisca *“un seppur minimo contributo di editing del materiale lesivo di interessi tutelati”*, esso cessa di usufruire della protezione offerta dall’art. 16 del d.lgs. 70/2003, lasciando spazio al riconoscimento di una sua responsabilità in sede civile

C- 236/08 e C- 238/2008 - caso Google c. Louis Vuitton, C. 324/09 - caso L'Oreal c. Ebay, C-70 - caso Scarlet Extended c. Sabam, C-360/10 - caso Sabam c. Netlog, C-314/12

Ancora oggi:

Tribunale di Roma 2016 RTI/Break Media

Termini di servizio che disciplinano copyright, riorganizzazione contenuti da parte dell'*host*, non è necessaria indicazione URL: *“in contrasto con tutte le direttive europee e le sentenze della Corte di giustizia che, pur affermando l’insussistenza di un obbligo generale di sorveglianza, mai hanno considerato la necessità della specifica e tecnica indicazione degli URL”*;

al contrario: CdA Milano 2015 caso Yahoo: nozione di hosting attivo è «fuorviante»

E ci sono soluzioni più avanzate...

Tribunale di Hamburg 2012

GEMA/YouTube

Si impone a YouTube di impedire futuri caricamenti dei medesimi materiali segnalati dal titolare dei diritti → “MD5 Filter” e “Content ID” software



da notice and take down a notice and stay down

Tribunale Torino 7 aprile 2017

“il punto di discriminazione fra fornitore neutrale e fornitore non neutrale debba essere individuato nella manipolazione o trasformazione delle informazioni o dei contenuti trasmessi o memorizzati... Se invero il fornitore di servizi internet, non si limita a un mero ruolo di intermediario fra due soggetti distanti mettendo a disposizione la propria piattaforma tecnologica, ma rielabora o partecipa alla redazione del contenuto intermediato, si avrà in questo caso una piena responsabilità civile secondo le regole comuni...”

Tribunale Torino 7 aprile 2017

“Qualora invece vengano attuate delle mere operazioni volte alla migliore fruibilità della piattaforma e dei contenuti in essa versati (attraverso - ad esempio - il caso tipico della indicizzazione o dei suggerimenti di ricerca individualizzati per prodotti simili o sequenziali ovvero quello altrettanto tipico dell’inserzione pubblicitaria e dell’abbinamento di messaggi pubblicitari mirati), le predette clausole di deroga di responsabilità continueranno ad operare”

Tribunale Torino 7 aprile 2017

Notice and Stay Down

«sussiste un vero e proprio obbligo giuridico di impedire nuovi caricamenti di video già segnalati come violazione del diritto d'autore, e ciò sulla base del chiaro disposto normativo di cui all'articolo 16 del D.Lgs. n. 70 del 2003 il quale stabilisce che il prestatore non è responsabile delle informazioni memorizzate a richiesta di un destinatario del servizio, ma solo a condizione che non sia effettivamente a conoscenza del fatto che l'attività o l'informazione è illecita»

Tribunale Torino 7 aprile 2017

Notice and Stay Down

«la piattaforma You Tube deve attivarsi dando corso a tutte le proprie conoscenze e utilità informatiche, nonché a tutte le proprie risorse umane e materiali, per eseguire il comando normativo e giudiziario, essendo a ciò tenuta, sia dall'obbligo generale di adempiere agli ordini normativi e giudiziali, sia dai canone di diligenza, cooperazione e buona fede ex artt. 1173, 1375 e 1176 del c.c.»

Tribunale Torino ord. 3 giugno 2015

“la relazione che lega il titolare del diritto di proprietà intellettuale violato e il fornitore di servizi della società dell’informazione, non vincolati fra loro da alcun rapporto contrattuale, va collocata sul piano extracontrattuale e pare opportunamente catalogabile in termini di relazione da “contatto sociale”, chiamando così i soggetti interessati a comportarsi secondo correttezza e buona fede, in prospettiva solidaristica, con la consapevolezza del carattere funzionale dei diritti riconosciuti dall’ordinamento (cfr art.2 Cost.) che limita intrinsecamente il loro agire alla luce del dovere generale di protezione dei diritti altrui”

Tribunale Torino ord. 3 giugno 2015

“La cosiddetta responsabilità “da contatto sociale”, soggetta alle regole della responsabilità contrattuale pur in assenza d’un vincolo negoziale tra danneggiante e danneggiato, è configurabile non in ogni ipotesi in cui taluno, nell’eseguire un incarico conferitogli da altri, nuoccia a terzi, come conseguenza riflessa dell’attività così espletata, ma soltanto quando il danno sia derivato dalla violazione di una precisa regola di condotta, imposta dalla legge allo specifico fine di tutelare i terzi potenzialmente esposti ai rischi dell’attività svolta dal danneggiante, tanto più ove il fondamento normativo della responsabilità si individui nel riferimento dell’art. 1173 c.c. agli altri atti o fatti idonei a produrre obbligazioni in conformità dell’ordinamento giuridico.” (Cassazione civile, sez. I, 11.7.2012, n. 11642)»

→ verso un nuovo assetto di interessi e responsabilità

La Commissione evidenzia che:

“providing more clarity to online platforms with regard to the exemption from liability for intermediaries under that Directive in light of any such voluntary measures taken by them would, therefore, be important in enabling them to take more effective self-regulatory measures”

→ verso un nuovo assetto di interessi e responsabilità

Proposta Direttiva Copyright 14 settembre 2016

- providers which go beyond the mere provision of physical facilities and perform an act of communication to the public: this must be assessed evaluating if the service provider plays an active role, including by optimising the presentation of uploaded works or promoting them. In this case the E-Commerce directive limitation of liability does not apply
- providers who play a mere technical activity, which are eligible for the liability exemption of the E-Commerce Directive

→ verso un nuovo assetto di interessi e responsabilità

La Proposta richiede l'adozione di *“appropriate and proportionate measures to ensure protection of works....such as implementing effective technologies”*

Art. 13: providers should take measures *“to prevent the availability on their services of their works... identified by rightholders through the cooperation with the service providers. Those measures, such as the use of effective content recognition technologies, shall be appropriate and proportionate”*.

→ verso un nuovo assetto di interessi e responsabilità

La Proposta richiede l'adozione di *“appropriate and proportionate measures to ensure protection of works....such as implementing effective technologies”*

Art. 13: providers should take measures *“to prevent the availability on their services of their works... identified by rightholders through the cooperation with the service providers. Those measures, such as the use of effective content recognition technologies, shall be appropriate and proportionate”*.

→ verso un nuovo assetto di interessi e responsabilità

Cooperazione tra intermediari e titolari dei diritti:
“is essential for the functioning of technologies, such as content recognition technologies”:

I titolari da un lato *“provide the necessary data to allow their services to identify their content”*

D'altra parte gli intermediari *“should be transparent toward rightholders with regard toward the deployed technologies, to allow the assessment of their appropriateness....their effectiveness in light of technological developments”*

Grazie !