

Quali caratteristiche deve presentare un link per essere lecito?

Di Marco Maglio

Giovedì 26 Maggio 2005 11:26



Quando un link nasconde insidie giuridicamente rilevanti? Si tratta di un tema senz'altro di interesse in quanto il link, cioè il collegamento ipertestuale che permette di navigare da una pagina all'altra dello stesso o di altri siti, è lo strumento principale utilizzato per muoversi nella rete. In un certo senso il link è il simbolo stesso della Rete ed è 'artificio tecnico che ne ha determinato il successo. In particolare l'efficacia della comunicazione pubblicitaria in Internet si basa proprio sul questo meccanismo. I Banner proprio attraverso il meccanismo del collegamento ipertestuale danno al navigatore la possibilità di far comparire sullo schermo del suo computer le comunicazioni commerciali di suo interesse. Non è quindi un caso se negli ultimi tempi anche i link sono stati oggetto di attenzione da parte dell'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato che ha imposto regole precise per l'uso di questo strumento. I messaggi analizzati dall'Authority erano composti da un link dal quale si accedeva ad una pagina web contenente un modulo di registrazione e le condizioni generali di un contratto per la fornitura di servizi di accesso alla Rete. Tuttavia mentre i link facevano riferimento alla gratuità del servizio proposto, le condizioni di contratto prevedevano, a carico del cliente, una serie di oneri "passivi" non economici, quali l'obbligo di ricezione di e-mail pubblicitarie e la profilazione commerciale. Il giudizio dell'Autorità Antitrust L'Autorità è pervenuta alla conclusione per cui, in considerazione del mezzo di diffusione e dei messaggi in esame, sia i link ipertestuali che le pagine ad essi collegati configuravano un unico messaggio pubblicitario. Una volta ritenuto che link e pagina web ad esso collegata costituiscono un messaggio pubblicitario, l'Autorità ha ritenuto ingannevoli tali messaggi dal momento che gli operatori subordinavano la prestazione di un servizio, qualificato come gratuito, all'accettazione da parte del cliente di oneri passivi non economici come l'obbligo di ricezione di e-mail pubblicitarie e il consenso alla profilazione commerciale. I criteri da tenere sempre presenti L'Autorità ha quindi ritenuto che queste [pornm obile.online](#)

comunicazioni non rispettavano il generale principio di trasparenza, completezza e immediatezza dell'informazione accessibile al consumatore. I messaggi condannati erano infatti mancanti di elementi in grado di far comprendere subito ai consumatori l'esistenza di una vera e propria prestazione passiva. La circostanza che le specifiche ed onerose condizioni di fruibilità dell'offerta non fossero rivelate chiaramente nei messaggi (che invece si diffondevano sugli aspetti più accattivanti delle offerte) risultavano dunque idonee ad indurre i consumatori in errore, pregiudicandone indebitamente il comportamento economico. La morale è una sola: il

Quali caratteristiche deve presentare un link per essere lecito?

Di Marco Maglio

Giovedì 26 Maggio 2005 11:26

consumatore ha sempre diritto di sapere L'importanza di queste pronunce va al di là dei singoli casi concreti; le condanne esaminate: ponendosi nel solco di altri analoghi provvedimenti dell'Autorità stabiliscono un principio generale in base al quale, anche su Internet, l'operatore pubblicitario deve informare fin dal primo contatto quali siano e in cosa consistano gli oneri previsti in capo al consumatore. Si tratta di un principio importante che tiene conto del fatto che Internet consente un rapporto diretto e, per così dire, immediato tra consumatore e venditore. Per evitare che acquisti d'impulso e atti istintivi determinino scelte non consapevoli, chi usa la Rete per fare comunicazione commerciale deve prestare massima attenzione ai meccanismi utilizzati per attirare l'attenzione del consumatore. Teniamolo presente sempre: è un criterio semplice, che viene ripreso anche da altre normative specifiche. In fondo si tratta solo di rispettare una regola di buon senso. Le scelte dei consumatori devono essere sempre consapevoli e occorre fare in modo di mettere a disposizione di chi deve decidere tutti gli elementi che permettono di scegliere se acquistare o meno un prodotto o servizio.