

48. AIIP-Associazione Italiana Internet Providers. Codice di autoregolamentazione per i servizi internet.

Questo codice di autoregolamentazione è ripreso dal sito ufficiale dell'AIIP: www.aiip.it.

In seguito alla risoluzione del consiglio Telecomunicazioni della UE del 28 novembre 1997, il Ministero delle Poste e Telecomunicazioni ha invitato gli operatori del settore Internet ad intraprendere i lavori per un codice di autoregolamentazione. A tal fine è stato formato un gruppo di lavoro composto da esperti di: AIIP (Associazione Italiana Internet Provider), ANEE (Associazione Nazionale Editoria Elettronica), Telecom Italia e Olivetti.

Il 22 maggio 2000 la bozza di codice, risultato del gruppo di lavoro, è stata presentata alle associazioni di utenti e consumatori al fine di sentire il loro parere sul documento (erano presenti oltre ai rappresentanti del gruppo di lavoro: ALCE, ANFOV, ASCII, COSTEB, LILLIPUT, METRO OLOGRAFIX). Obiettivo del codice è quello di diffondere una corretta cultura delle responsabilità da parte dei soggetti attivi sulla Rete, al fine di garantire uno sviluppo equilibrato di Internet nel rispetto delle libertà e dei diritti degli utenti.

Introduzione

Internet è una rete mondiale in cui tutti i contenuti e i servizi presenti sono accessibili da qualsiasi utente ovunque esso si trovi, senza alcun vincolo di tipo geografico. Questa caratteristica della Rete è estremamente positiva, ma rende difficilmente realizzabile una regolamentazione dei contenuti e dei servizi presenti attraverso una normativa comune, stanti le differenze culturali, politiche e normative tra i diversi Paesi.

Internet è un sistema di comunicazione interattivo che, rispetto ai media di massa tradizionali, ha alla base, e come peculiare ricchezza, il coinvolgimento diretto degli utenti nella creazione, oltre che nella fruizione, dei contenuti e dei servizi.

Internet è uno strumento flessibile che permette di comunicare a molteplici livelli e con diverse modalità: si va dal modello della «pubblicazione» a quello dell'interazione pubblica o privata, dallo specifico testuale puro, alla comunicazione multimediale, dalla trasmissione di messaggi a quella di programmi per elaboratore.

In questo flusso di informazioni e atti, che già oggi supera largamente ogni altra forma di comunicazione tradizionale per volume di scambi comunicativi, può nascondersi il comportamento illecito in base a taluni o tutti gli ordinamenti giuridici o il contenuto potenzialmente offensivo per alcune categorie di utenti. E' dunque opportuno che siano prese misure per limitare eventuali effetti dannosi che questi contenuti e comportamenti possono arrecare. Per questo motivo gli operatori del settore sentono la necessità di adottare un codice di condotta che, in coerenza con le caratteristiche peculiari della rete Internet:

- tenga presente le esperienze internazionali e le soluzioni individuate in tema di autoregolamentazione del settore negli altri paesi - con particolare riferimento agli Stati Membri dell'Unione Europea -, in modo da accrescerne l'efficacia in un contesto necessariamente internazionale;

- si fondi sul diritto alla libertà di espressione e di comunicazione;

- sia studiato in modo da evolversi nel tempo coerentemente con l'elevato tasso di innovazione che caratterizza le tecnologie legate al mondo Internet.

Il presente codice tiene conto tra l'altro delle indicazioni in materia del Consiglio e della Commissione dell'Unione Europea (Green Paper on the Protection of Minors and Human Dignity in Audiovisual and Information Services del 16 ottobre 1996, Risoluzione del Consiglio del 17 febbraio 1997).

TITOLO I

DISPOSIZIONI PRELIMINARI E PRINCIPI GENERALI

1. Definizioni. Ai fini del presente Codice valgono le seguenti definizioni:

Internet (di seguito indicata anche come Rete): insieme di reti di computer interconnessi tra loro tramite linee di telecomunicazione e comunicanti utilizzando protocolli della famiglia TCP/IP.

TCP/IP: protocollo (linguaggio di comunicazione) utilizzato per la trasmissione dei dati in Internet.

Infrastrutture: linee di telecomunicazione e apparati necessari al funzionamento della Rete.

Accesso: connessione alla Rete, necessaria al fine di utilizzarne le risorse.

Hosting: messa a disposizione di una parte delle risorse di un server al fine di distribuire contenuti o servizi attraverso la Rete.

Codice della pubblicità

Server: computer connesso alla Rete atto alla erogazione di servizi.

Contenuto: qualsiasi informazione messa a disposizione del pubblico attraverso la Rete costituita, in forma unitaria o separata, da testo, suono, grafica, immagini fisse o in movimento, programmi per elaboratore e qualsiasi altro specifico di comunicazione.

Comportamento: atto o insieme di atti posti in essere attraverso la Rete o riguardanti l'utilizzo della Rete.

Contenuto o comportamento illecito: si tratta di contenuto o comportamento contrario alle normative vigenti in Italia.

Contenuto o comportamento potenzialmente offensivo: si tratta di contenuto o comportamento che pur non contrastando con le normative vigenti, e quindi lecito, può risultare offensivo per talune categorie di utenti; particolare rilevanza ha il tema della tutela dei minori.

Soggetti di Internet: tutti i soggetti (persone fisiche o giuridiche) che utilizzano Internet.

Utente: chiunque acceda ad Internet.

Fornitore di infrastrutture: chiunque offra infrastrutture per Internet.

Fornitore di accesso: chiunque offra accesso a Internet.

Fornitore di «hosting»: chiunque offra hosting su server connesso a Internet.

Fornitore di contenuto: chiunque immetta contenuto su Internet.

World Wide Web: insieme dei contenuti presenti su Internet e identificati da un indirizzo univoco (URL).

Forum/gruppi di discussione/newsgroup: spazio di discussione a carattere tematico con comunicazione differita e costituito da messaggi propagati attraverso la rete su tutti i server che ospitano tale spazio di discussione.

Chat/IRC (Internet Relay Chat): spazio di discussione con comunicazione in tempo reale.

Posta elettronica (e-mail): sistema telematico che consente l'invio di documenti a carattere privato ad uno o più destinatari determinati dal mittente.

Commercio elettronico: attività di compravendita di beni e servizi svolta completamente o in parte attraverso la Rete.

Crittografia: metodo di codifica dei dati che ne impedisce la fruizione ai soggetti non autorizzati (che non posseggono la chiave per decrittare i dati); tecnica utile, ad esempio, per incrementare la privacy della corrispondenza via posta elettronica.

Comunicazione privata: una comunicazione è considerata privata quando è indirizzata esclusivamente ad uno o più destinatari determinati dal mittente.

Comunicazione pubblica (messa a disposizione del pubblico di contenuti): una comunicazione di contenuti rivolta a destinatari non determinati individualmente dal fornitore di contenuti.

Connessione ipertestuale o link: funzione che consente, selezionando all'interno di un contenuto una determinata parte di testo o di elemento grafico, di passare istantaneamente ad un altro contenuto o server in qualunque punto della rete.

Le definizioni precedenti sono suscettibili di cambiamento ad opera degli organismi previsti da questo Codice sulla base dei mutamenti nello stato delle tecnologie e nella pratica ed uso della rete Internet.

2. Finalità del Codice. Il Codice di autoregolamentazione per Internet (di seguito Codice) ha l'obiettivo di prevenire l'utilizzo illecito o potenzialmente offensivo della Rete attraverso la diffusione di una corretta cultura della responsabilità da parte di tutti i soggetti attivi sulla Rete.

In particolare è obiettivo del Codice:

fornire a tutti i soggetti della Rete regole di comportamento;

fornire agli utenti della Rete strumenti informativi e tecnici per utilizzare più consapevolmente servizi e contenuti;

fornire a tutti i soggetti di Internet un interlocutore cui rivolgersi per riportare eventuali casi di violazione del presente Codice;

Il Codice definisce le regole cui devono attenersi i soggetti obbligati.

3. Campo di applicazione

3a. Soggetti obbligati. L'adesione al presente Codice è volontaria e aperta a tutti i soggetti di Internet operanti in Italia o in lingua Italiana.

I soggetti obbligati all'osservanza del presente Codice sono coloro che lo abbiano sottoscritto.

3b. Clausola di estensione. I soggetti firmatari del Codice si obbligano ad estendere ai terzi l'obbligatorietà del Codice stesso attraverso la previsione di

un'apposita clausola in tutti i contratti di fornitura di accesso a Internet e di hosting che verranno stipulati.

4. Principi generali del Codice di Autoregolamentazione di Internet:

4a. Principi generali di identificazione e di diritto all'anonimato. Tutti i soggetti di Internet devono essere identificabili.

Qualsiasi soggetto di Internet, una volta identificato, ha diritto a mantenere l'anonimato nell'utilizzo della Rete al fine della tutela della propria sfera privata.

4b. Principi generali di responsabilità: il fornitore di contenuti è responsabile delle informazioni che mette a disposizione del pubblico.

Ogni soggetto di Internet può esercitare, contemporaneamente o separatamente, più funzioni distinte e coprire diversi ruoli.

Al fine di definire i diritti e le responsabilità individuali in rete, occorre distinguere i soggetti di Internet sulla base delle funzioni e dei ruoli esercitati in ciascun momento (e dunque indipendentemente dal fatto che il ruolo sia ricoperto in forma continuativa o occasionale, professionale o privata, a fine commerciale o meno).

Nessun altro soggetto di Internet può essere ritenuto responsabile, salvo che sia dimostrata la sua partecipazione attiva.

Per partecipazione attiva si intende qualsiasi partecipazione diretta all'elaborazione di un contenuto.

La fornitura di prestazioni tecniche senza conoscenza del contenuto non può presumere la responsabilità dell'attore che ha fornito tali prestazioni.

4c. Principi di tutela della dignità umana, dei minori e dell'ordine pubblico: il rispetto della dignità umana comporta la tutela della vita umana e il rifiuto di ogni forma di discriminazione riferita all'origine, appartenenza, effettiva o presunta, etnica, sociale, religiosa, sessuale, allo stato di salute o ad una forma di handicap o a causa delle idee professate.

La protezione dei minori impone il rifiuto di tutte le forme di sfruttamento, in particolare quelle di carattere sessuale, e di tutte le comunicazioni ed informazioni che possono sfruttare la loro credulità; il rispetto della sensibilità dei minori impone inoltre cautela particolare nella diffusione al pubblico di contenuti potenzialmente nocivi.

L'utilizzo della Rete Internet impone il rispetto dei principi che regolano l'ordine pubblico e la sicurezza sociale.

La Rete non deve essere veicolo di messaggi che incoraggino il compimento di reati e, in particolare, l'incitamento all'uso della violenza e di ogni forma di partecipazione o collaborazione ad attività delinquenti.

4d. Libertà fondamentali e protezione della vita privata: l'utilizzo corretto di Internet richiede il rispetto dei diritti e le libertà fondamentali e, in particolare, della libertà individuale, del diritto di accedere all'informazione, della libertà di riunirsi, della tutela della vita privata, della tutela dei dati personali, del segreto epistolare.

4e. Principi di tutela dei diritti di proprietà intellettuale e industriale: tutte le creazioni intellettuali originali, i segni distintivi e le invenzioni sono tutelate rispetto all'autore e ai suoi aventi diritto, in conformità alle leggi italiane, alla normativa comunitaria e ai trattati internazionali che regolano la proprietà intellettuale ed industriale.

4f. Principi di tutela dei consumatori nel quadro del commercio elettronico: le attività con finalità commerciale e/o professionale su Internet si svolgono in base ai principi di correttezza e trasparenza e sono soggette alla normativa italiana e comunitaria in materia di tutela dei consumatori, di vendita a distanza e in materia di pubblicità.

4g. Principi per l'applicazione del Codice di Autoregolamentazione di Internet: i soggetti di Internet si impegnano a promuovere l'uso del Codice e a collaborare tra di loro per trovare i modi migliori per la sua applicazione.

Si impegnano, inoltre, ad accettare e a proporre testi contrattuali che facciano riferimento al Codice di Internet.

I soggetti firmatari del Codice si impegnano a dare diffusione alle decisioni dell'organo giudicante e a far rispettare le decisioni dello stesso organo adottando, eventualmente, gli opportuni provvedimenti.

I soggetti di Internet si impegnano, nel mettere contenuti a disposizione del pubblico, a fare figurare in modo chiaro un'indicazione relativa alla loro adesione alle disposizioni del Codice.

Questa indicazione può prendere, quando ciò è ragionevolmente fattibile, la forma di un'icona (secondo il modello allegato).

Questa indicazione comporterà un link verso il testo del Codice, nonché dei link a siti direttamente o indirettamente coinvolti nel processo di autoregolazione (servizi di allarme e di reclamo).

REGOLE GENERALI DI COMPORTAMENTO

5. *Obblighi relativi all'identificazione dell'utente.* I soggetti devono consentire l'acquisizione dei propri dati personali a chi fornisca loro accesso e/o hosting. I fornitori di detti servizi sono tenuti a registrare i dati per renderli disponibili all'autorità giudiziaria nei termini previsti dalla legge.

Una volta identificato, l'utente può chiedere al suo fornitore di accesso e hosting di avere un identificativo diverso dal suo nome (pseudonimo) con cui operare in Rete (anonimato protetto).

6. *Obblighi relativi alla tutela della dignità umana, dei minori e dell'ordine pubblico.* Qualunque soggetto di Internet venga direttamente a conoscenza dell'esistenza di contenuti accessibili al pubblico di carattere illecito, provvede ad informare direttamente l'autorità giudiziaria.

Qualunque soggetto di Internet venga direttamente a conoscenza dell'esistenza di contenuti accessibili al pubblico in contrasto con le disposizioni del presente Codice, provvede ad informare l'organo di autodisciplina.

I fornitori di accesso e di hosting sono tenuti a rendere facilmente accessibili in linea con ogni mezzo idoneo, compresa la posta elettronica, le informazioni circa le modalità di segnalazione alle autorità competenti dei contenuti illegali o potenzialmente dannosi dei quali vengano a conoscenza.

I fornitori di contenuto utilizzano strumenti atti ad informare, attraverso la visualizzazione di appositi segnali, gli utenti finali della presenza di argomenti potenzialmente offensivi, in modo da impedire la visione involontaria di questi contenuti.

I fornitori di contenuto si obbligano:

1. a rendere facilmente accessibili in linea con ogni mezzo idoneo, compresa la posta elettronica, le informazioni circa le caratteristiche tecniche, le modalità di funzionamento e gli strumenti per l'utilizzazione dei programmi di filtraggio.

2. ad eseguire una autoclassificazione dei propri contenuti in base al sistema di classificazione riconosciuto come standard dal Codice e ad accettare le variazioni alle proprie classificazioni eventualmente richieste da parte dell'organismo di autodisciplina.

La selezione del sistema standard di classificazione dei contenuti è affidata al Comitato Attuativo del Codice, tenendo in considerazione lo stato dell'arte tecnologico, la diffusione dei sistemi in ambito internazionale e, in particolar modo, la coerenza con le scelte effettuate in materia dagli altri Paesi Membri dell'Unione Europea.

7. *Obblighi relativi a tutela delle libertà fondamentali e della vita privata.* - Il fornitore d'accesso provvederà ad informare i propri clienti sui limiti tecnici nella protezione della segretezza della corrispondenza e dei dati nominativi e personali, esistenti in Rete.

Il fornitore d'accesso provvederà a fornire ai suoi clienti indicazioni sulle misure e sui prodotti - che non violino le vigenti normative - destinati ad assicurare la riservatezza e l'integrità della loro corrispondenza e dei loro dati, in particolare per ciò che riguarda gli strumenti di crittografia e/o firma elettronica.

7a. *Segretezza della corrispondenza:* lo scambio della corrispondenza privata in Internet è fondata sulle disposizioni di legge che regolano il segreto epistolare.

Al dovere generale di riservatezza e di vigilanza sulla riservatezza sono tenuti, con particolare rigore, i soggetti che svolgono attività commerciali e/o professionali in Rete.

Le aziende che impiegano personale con facoltà di accesso - per motivi professionali - alla corrispondenza privata si obbligano al rispetto della segretezza e a richiamare l'attenzione dei loro collaboratori circa la responsabilità penale che potrebbe derivare dalla violazione di tale segretezza.

7b. *Dati nominativi e personali:* le informazioni di carattere nominativo e personale trasmesse volontariamente dall'abbonato o involontariamente durante la connessione tra elaboratori in Rete devono essere raccolte ed utilizzate nel rispetto dei diritti del soggetto a cui si riferiscono e, soprattutto, nel rispetto della normativa vigente in materia di trattamento dei dati personali.

I fornitori di accesso attraverso collegamenti temporanei della rete telefonica pubblica sono tenuti a conservare la data, gli orari e il numero di IP assegnato delle connessioni effettuate da ciascuno dei propri utilizzatori per un termine di 24 mesi dalla connessione. I fornitori di accesso attraverso collegamenti dedicati sono tenuti a mantenere un registro degli indirizzi di rete assegnati ai propri clienti.

8. *Obblighi relativi alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale e industriale.* Tutte le creazioni intellettuali originali sono tutelate rispetto all'autore e ai suoi aventi diritto, in conformità alla legge italiana sul diritto d'autore, alla normativa comunitaria e ai trattati internazionali.

Le basi di dati sono soggette a tutela a favore dei loro autori ed aventi diritto, in base alla legge sul diritto d'autore e alle norme specifiche che regolano i diritti sulle basi di dati.

Un'opera non può essere riprodotta o essere messa a disposizione del pubblico senza l'autorizzazione del titolare dei diritti.

Le indicazioni relative all'autore dell'opera, al titolare dei diritti e all'identificazione numerica dell'opera non possono essere eliminate o modificate senza il consenso delle persone interessate.

La trasmissione automatizzata delle opere per l'inserimento sulla rete non è considerata una forma di riproduzione dell'opera.

La citazione dell'opera attraverso collegamenti ipertestuali con altri siti è lecita.

Ogni forma di citazione implicante la riproduzione dell'opera deve essere effettuata nel rispetto delle norme specifiche. La citazione dell'opera soggetta a tutela, in particolare, deve:

indicare il nome dell'autore, la fonte e non deve alterare gli elementi che permettono l'identificazione numerica;

essere breve;

essere incorporata in un'altra opera;

essere giustificata dalla natura dell'opera in cui essa è incorporata.

Le norme che regolano il marchio sono applicabili ai soggetti di Internet.

I soggetti di Internet si astengono dalla riproduzione sostanziale dei contenuti di un sito altrui senza autorizzazione, anche se questi non sono soggetti alla tutela del diritto d'autore. In particolare, i fornitori di contenuto, prima di qualunque utilizzo di opere soggette a tutela, devono assicurarsi di avere ottenuto i relativi diritti ed autorizzazioni dagli aventi diritto.

I fornitori di hosting devono prevedere nei contratti con i clienti una clausola che richiama tale principio.

Nel momento in cui termina il mantenimento del contenuto su un sito o su un server, per conclusione del rapporto contrattuale o per altra causa, il fornitore del servizio, in conformità alle disposizioni contrattuali, cessa di conservare i dati forniti dal suo cliente.

Prima di compiere qualunque utilizzazione su Internet di un segno destinato a distinguere un prodotto o un servizio o ad indicare l'indirizzo di un sito, il fornitore di contenuto che intende utilizzare tale segno deve verificare la disponibilità di esso.

9. Obblighi generali relativi ad attività commerciali e/o professionali particolari:

9a. Consulenze. I servizi che offrono informazioni o consulenze citando opinioni devono indicare chiaramente l'identità, la qualifica professionale, l'eventuale carica ricoperta dall'esperto o specialista.

Tale indicazione deve comunque essere fornita nel rispetto delle norme deontologiche che vietano, per alcune categorie di professionisti, qualsiasi forme di pubblicità.

Ogni servizio deve essere fornito in termini e con modalità che riflettano la serietà della disciplina oggetto della consulenza, soprattutto nel caso di servizi di consulenza medica.

9b. Servizi informativi. I servizi che offrono informazioni su dati, fatti o circostanze suscettibili di subire variazioni nel corso del tempo devono contenere anche l'indicazione della data e dell'ora a cui risale l'aggiornamento della informazione fornita.

9c. Manifestazioni a premio. Qualsiasi servizio che istituisca una manifestazione a premio potrà essere attivato solo dopo che sia stato emesso il relativo decreto di autorizzazione da parte del Ministero delle Finanze o, nel caso di operazioni a premio limitate ad una sola provincia, della competente Intendenza di Finanza, ai sensi della disciplina dettata dal R.D.L. 29.10.1938 n. 1933 e succ. mod., convertito in legge 27.11.1989 n.384, e dal R.D. 25.7.1940 n.1077.

9d. Opportunità di lavoro. Un fornitore di contenuto, prima di attivare un servizio di promozione delle opportunità di lavoro, deve assicurarsi che la fornitura del servizio non implichi una violazione della disciplina sull'intermediazione e/o sull'interposizione dei lavoratori.

I servizi che offrono corsi d'addestramento professionale o altri corsi d'istruzione hanno l'obbligo di non formulare irragionevoli promesse o previsioni di futuro impiego o di futura remunerazione nei confronti degli utenti.

9e. Pubblicità. Il fornitore di contenuti si impegna a rispettare la normativa di cui al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, sia per la pubblicità a favore dei servizi offerti, veicolata attraverso gli stessi servizi o attraverso altri mezzi, sia per la pubblicità

volta a promuovere altri servizi o prodotti, in cui il servizio rappresenta unicamente il veicolo di diffusione.

Il fornitore di contenuti si impegna a offrire a particolari condizioni spazi pubblicitari per la comunicazione di rilevanza sociale, in base alle stesse norme previste per la pubblicità radio televisiva.

TITOLO III

APPLICAZIONE DEL CODICE

10. Premessa. Gli operatori che hanno sentito l'esigenza di darsi regole di comportamento nell'utilizzo di Internet, facendosi promotori del presente Codice, nelle persone dell'Associazione Italiana Internet Providers, dell'Associazione Nazionale Editoria Elettronica, di Olivetti e di Telecom Italia ritengono opportuno riunirsi volontariamente in un Comitato Attuativo che si prefigge, tra gli altri sottoindicati, l'obiettivo di nominare i membri di un Giurì preposto alla tutela del presente Codice.

Il Comitato Attuativo potrà anche rendersi promotore della creazione di una struttura associativa stabile finalizzata alla diffusione ed al sostegno del presente Codice, dotata di statuto e di appositi organi amministrativi. In tale evenienza, le disposizioni che seguono avranno carattere transitorio.

11. Comitato Attuativo. Costituzione e composizione. I promotori del presente Codice costituiscono volontariamente, ai sensi degli artt. 36 e seguenti del Codice Civile, un Comitato Attuativo del Codice medesimo ed eleggono domicilio presso:

Il Comitato Attuativo è composto da tre rappresentanti per ogni promotore.

Nella prima seduta il Comitato Attuativo elegge tra i suoi membri un Presidente ed un Vice Presidente e costituisce un fondo comune, ai sensi dell'art.37 del Codice Civile, destinato al finanziamento delle attività a cui il Comitato ed il Giurì sono preposti.

Funzioni e compiti. - Le funzioni del Comitato Attuativo sono l'informazione, la prevenzione e la regolamentazione.

I compiti affidati al Comitato Attuativo sono:

l'attuazione e l'evoluzione del presente codice attraverso raccomandazioni ed emendamenti;

la nomina dei membri del Giurì di Autotutela;

l'esame, in seconda istanza, dei ricorsi su decisioni prese dal Giurì;

Internet; un ruolo di informazione e di consultazione per gli utenti ed i soggetti di

Internet; la conciliazione (attraverso forme di mediazione ed arbitrato) tra i soggetti di

Internet; la realizzazione e gestione di un sito Internet con funzione di diffusione dei principi del Codice, di informazione per tutti i soggetti di Internet sull'autoregolamentazione, di supporto per l'attività del Giurì;

lo sviluppo dei rapporti con le autorità pubbliche, le autorità indipendenti e le associazioni di categoria a livello nazionale e internazionale;

lo sviluppo dei rapporti con organismi corrispondenti di altri paesi;

attività di studio e di ricerca.

Riunioni. - Il Presidente, d'intesa con il Vice Presidente, convoca le riunioni del Comitato Attuativo, stabilendo l'ordine del giorno dei lavori. Il Comitato si riunisce in via ordinaria almeno 2 volte all'anno e in via straordinaria quando richiesto dal Presidente o da almeno un terzo dei componenti. In tale caso la riunione deve svolgersi entro 15 giorni dalla presentazione della richiesta.

12. Giurì di Autotutela. Costituzione e composizione. Il Giurì di Autotutela è costituito ad opera del Comitato Attuativo, è composto da cinque membri designati e nominati dal Comitato Attuativo ed è domiciliato presso:

Durata. - I membri del Giurì di Autotutela restano in carica un anno, con possibilità di riconferma per i suoi membri da parte del Comitato Attuativo.

Presidente e Vicepresidente

Nella prima seduta il Giurì di Autotutela elegge tra i suoi membri un Presidente ed un Vice Presidente.

Funzioni. - Le funzioni del Giurì di Autotutela sono: la tutela del rispetto del presente Codice, l'intervento in caso di segnalazione di infrazioni da parte di soggetti Internet, di consumatori o di chiunque vi abbia interesse, l'accertamento e la pronuncia su eventuali infrazioni e l'applicazione di sanzioni nei confronti dei soggetti ritenuti responsabili.

Inoltre il Giurì può inoltre esprimere pareri preventivi sulla conformità al Codice di informazioni da mettere a disposizione del pubblico, sulla congruità ai principi del rating di particolari contenuti e sui criteri di autocertificazione.

13. Procedure. Segnalazione e istruttoria. La segnalazione di infrazioni deve essere effettuata da parte dei soggetti di Internet attraverso una istanza, da inviarsi via posta elettronica (oppure via servizio postale o via fax), contenente la descrizione dell'infrazione, l'indicazione dell'URL del sito relativo all'infrazione denunciata.

Ricevuta la denuncia, il Presidente del Giurì apre un procedimento istruttorio, fissa un termine per la decisione e sceglie all'interno del Giurì un membro istruttore incaricato di:

(a) notificare alle parti interessate l'apertura del procedimento istruttorio, la convocazione per la discussione, concedendo loro un termine di 3 giorni per il deposito di eventuali deduzioni e/o documenti;

(b) esaminare l'istanza segnalata e di preparare una relazione sulla fattispecie denunciata, con potere di interpellare le parti interessate.

Allo scadere di tale termine, il Presidente convoca il Giurì, che ha l'obbligo di assumere una decisione in merito al procedimento, sulla base della relazione dell'istruttore e delle deduzioni e/o documenti depositati dalle parti interessate.

Al Giurì è data, peraltro, facoltà di prorogare il termine per la decisione qualora il procedimento non risulti sufficientemente istruito o sia necessario acquisire ulteriori elementi ai fini della decisione, dandone comunicazione alle parti.

Decisione e sanzioni. - La decisione del Giurì viene immediatamente notificata alle parti e deve contenere il provvedimento che sarà conseguentemente adottato, con relativa motivazione.

In caso di pronunciamento negativo, ovvero se la decisione stabilisce l'insussistenza dell'infrazione segnalata, il Giurì provvede a chiudere il procedimento.

In caso di pronunciamento positivo, ovvero se la decisione stabilisce che sussiste l'infrazione segnalata, il Giurì adotterà i seguenti provvedimenti:

1. comunicazione di diffida, contenente l'invito a conformarsi al pronunciamento del Giurì entro il termine di 2 giorni.

2. in caso di inosservanza del provvedimento di cui al punto 1, formale ammonimento da pubblicarsi sul sito relativo all'organismo di autoregolamentazione Internet, con sollecito ad adempiere alla diffida di cui al punto 1;

Le decisioni ed i conseguenti provvedimenti sono vincolanti nei confronti di tutti i soggetti aderenti al presente Codice.

Le parti possono presentare opposizione entro il termine di 3 giorni al Comitato Attuativo, il quale,

(a) ove ritenga fondate le ragioni dell'opponente, ha facoltà di modificare o annullare, con atto motivato, la decisione del Giurì;

(b) in caso contrario, il Comitato Attuativo conferma, con atto motivato, la decisione presa dal Giurì.

14. Contenuti e azioni illecite. Nel caso di segnalazione di contenuti o comportamenti che risultino, oltre che in violazione del presente Codice, pure illeciti, il Giurì si rivolge direttamente all'Autorità giudiziaria garantendo la massima collaborazione per il proseguo delle indagini.

I fornitori di servizi informano i loro clienti della loro facoltà di sospendere e bloccare la diffusione dei contenuti illeciti in applicazione degli avvisi dell'Autorità giudiziaria.