

La frontiera digitale

Internet e reputazione

I rischi per le imprese

LUCA MAZZA

ROMA

Finora, ragionando dal punto di vista di un'impresa, siamo stati abituati a concentrarci soprattutto sul lato positivo di Internet. Anche perché, negli ultimi anni, sono stati sottolineati quasi esclusivamente i vantaggi che offre la Rete. È innegabile, del resto, come il Web costituisca uno strumento di comunicazione e d'informazione innovativo per le aziende, oltre che una vetrina (a basso costo) da sfruttare per promuovere il proprio business. Tuttavia, quella dell'online, non è solo una "terra delle opportunità". Dietro ai contenuti pubblicati su siti, motori di ricerca, social network, blog e forum vari, spesso si celano pure alcuni grandi rischi per l'immagine delle imprese.

E proprio per approfondire questo risvolto di Internet, l'Osservatorio Web e Legalità e la Luiss hanno organizzato dopodomani a Roma un convegno ad hoc nell'aula magna dell'università (dalle ore 14 alle 18:30, in viale Pola 12). Esperti in materia, dirigenti d'azienda, giuristi e professionisti che lavorano nelle autorità di controllo, si confronteranno sul fenomeno degli abusi online e sulle minacce per la reputazione aziendale. «Purtroppo le attività illecite in Internet sono ancora massivamente presenti – spiega Stefano Longhini, avvocato e membro dell'Osservatorio –. Non credo, però, che si sia registrato un aumento negli ultimi anni, perché sia a livello istituzionale (con l'Agcom), sia privatistico (con azioni giudiziarie) e sia culturale (con una comunicazione finalmente corretta), si è iniziato a scalfire il muro dell'illegalità».

I principali reati attengono alla violazione del diritto d'autore e a quella dei diritti d'immagine di persone e aziende. Entrambe le tipologie non vanno sottovalutate. «In quanto la prima può mettere in pericolo l'intero sistema dell'audiovisivo, perché se non si tutela chi investe nella creazione, la si distrugge – evidenzia Longhini –. Mentre la seconda rischia di rovinare due beni (persone e aziende) costituzionalmente garantiti». Un termometro sulla diffusione degli illeciti nel Web è dato dal numero di cause aperte nei Tribunali. «Le controversie sono molte – afferma l'avvocato Stefano Previti –, anche perché Internet è un mezzo che agevola tecnicamente la commissione di alcuni illeciti e ciò comporta la doverosa reazione dei soggetti danneggiati in sede giudiziaria». C'è un vuoto normativo? «Le leggi ci sono, basta conoscerle e applicarle correttamente – risponde Previti –. L'obiettivo del convegno è quello di contribuire a creare una maggiore consapevolezza delle regole del gioco, che non prevedono aree d'impunità per chi opera in Internet, ma soltanto precise eccezioni a favore degli intermediari meramente tecnici».

L'Osservatorio Web e Legalità e la Luiss hanno organizzato un convegno ad hoc per esplorare il lato oscuro della Rete

Ovviamente, le imprese – specie quelle più grandi – già da tempo hanno iniziato a prendere le dovute contromisure agli "attacchi" della Rete. «Per la nostra azienda, i rischi reputazionali hanno un impatto amplificato dalla dimensione che abbiamo – conclude Vittorio Cino, direttore comunicazione e relazioni istituzionali di Coca-Cola Italia –. Internet ha una pervasività e una diffusione tali da costringere le imprese a monitorare le discussioni sul marchio, valutare il livello di apprezzamento e individuare strategie di mantenimento di un'immagine positiva dell'azienda. Tutte operazioni da effettuare nel più breve tempo possibile».

