

Professioni Così i «digital lawyer» difendono dai raggiri sul Web Contro le truffe online questo è il momento degli avvocati digitali Opportunità per i neolaureati in Legge

**In rete
o offline**

Negli ultimi tre anni le piccole medie imprese che usano Internet come volano per marketing e vendite sono cresciute più in fretta rispetto a quelle offline

31,6

miliardi di euro, il valore dell'industria italiana online — pari a circa il 2% del Pil nazionale — secondo i dati di McKinsey

Yahoo accusa Facebook. Nel mirino dieci brevetti e alcune tecnologie per la gestione delle reti sociali online. E ancora: alcune app risucchiavano i nostri dati dal cellulare. Senza il consenso dell'utente. I consumatori insorgono, Apple è costretta ad intervenire.

Sono solo due casi eclatanti tra le tante battaglie legali scoppiate in rete negli ultimi tempi. Il mondo digitale è un Far West con poche regole e zero confini? Nasce il digital law, il diritto digitale. Ma siamo ancora ai primi vagiti.

«I digital lawyer sono quegli avvocati che si occupano di tematiche legate al web, alla proprietà intellettuale e alla privacy» spiega Riccardo Rossotto, senior partner di R&P Legal, tra i primi studi legali in Italia ad occuparsi di new media (e cioè di protezione del copyright, Intellectual Property, identificazione delle pubblicità, disciplina dei concorsi a premi, tutela pri-

vacy verso i cookies, diffamazione o denigrazione su Facebook, Twitter, YouTube, contrattualistica e così via). «Temi indubbiamente complessi: c'è il problema della velocità della trasmissione dati, della transnazionalità e ovviamente quello della mancanza di fisicità della rete. Ma le aziende oggi per raggiungere milioni di consumatori devono per forza andare su web». E dunque per gli studenti e i neolaureati in giurisprudenza si aprono nuove prospettive. Il mercato degli avvocati è ormai saturo. Mentre molto spazio e molte opportunità di lavoro si stanno creando per i digital lawyer, professionisti che sostengono le imprese nella valorizzazione del brand e del business in rete.

Secondo dati McKinsey l'industria italiana online vale già oggi 31,6 miliardi di euro, pari a circa il 2% del Pil nazionale. (Per avere un termine di paragone basta considerare che l'agricoltura pesa per un 2,63%). E Boston Consulting Group stima che l'economia digitale italiana nel 2015 avrà un valore di almeno 59 miliardi di euro, cioè oscillerà tra il 3,3% e il 4,3% del Pil.

Negli ultimi tre anni le piccole medie imprese che usano Internet come volano per marketing e vendite sono cresciute più in fretta rispetto a

quelle offline. Senza costi aggiuntivi hanno raggiunto e conquistato clienti internazionali e assumono più persone. Sono dunque più produttive. «La generazione dei nuovi avvocati nella fascia d'età tra i 25 e i 35 anni sono grandi frequentatori della rete» continua Rossotto. R&P Legal ha costituito un team specializzato di giovani e non solo che ha assistito per esempio la giapponese Sharp contro un blogger per un caso di diffamazione a mezzo internet. E ancora ha sviluppato per Hawaiianas piani di brand protection per contrastare gli illeciti contraffattivi online. «E dunque ai giovani consiglio di unire competenza e passione. Accanto al percorso tradizionale un master specialistico a livello universitario o postuniversitario». Tra l'altro la facoltà di giurisprudenza e il Politecnico di Torino hanno attualmente allo studio anche un Osservatorio sulle tematiche della professione del giurista digitale.

Anna Maria Catano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

