

CONCLUSIONI DELL'AVVOCATO GENERALE

MACIEJ SZPUNAR

presentate il 27 novembre 2025 ([1](#))

Causa C-421/24

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)

contro

Google Ireland Limited

[domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dal Consiglio di Stato (Italia)]

« Rinvio pregiudiziale – Direttiva 2000/31/CE – Articolo 1, paragrafo 5, lettera d) – Pubblicità del gioco d'azzardo – Articolo 14, paragrafo 1 – Deroga alla responsabilità dei servizi intermediari di hosting – Contratto di partnership tra un prestatore di servizi di hosting e un utente »

I. Introduzione

1. Uno Stato membro ha scelto di vietare qualsiasi forma di pubblicità del gioco d'azzardo nel suo territorio. Tenuto conto dell'assenza di armonizzazione in tale settore e della presa d'atto delle conseguenze pregiudizievoli del gioco d'azzardo per gli individui e per la società, un siffatto divieto può, in linea di principio, essere consentito ai sensi del diritto dell'Unione.

2. Altra questione è l'applicazione di detto divieto, e nello specifico nei confronti di quali soggetti. In particolare, la discrezionalità attribuita agli Stati membri nel settore del gioco d'azzardo deve essere bilanciata con la libera circolazione dei servizi della società dell'informazione ai sensi della direttiva 2000/31/CE ([2](#)).

3. Un divieto assoluto di pubblicità relativa al gioco d'azzardo può essere applicato a un prestatore di servizi di hosting che gestisce una piattaforma di condivisione di video che memorizza contenuti di terzi contenenti siffatta pubblicità? Questa è la questione sollevata nella domanda di pronuncia pregiudiziale in esame. Al fine di rispondere a tale questione, la Corte di giustizia è invitata, *in primo luogo*, a verificare se la direttiva 2000/31 si applichi all'attività di tale prestatore di servizi di hosting. In caso affermativo, essa dovrà esaminare, *in seguito*, se siffatto prestatore di servizi rientri nell'ambito di applicazione della deroga alla responsabilità prevista all'articolo 14, paragrafo 1, di tale direttiva. In caso affermativo, essa sarà tenuta a valutare, *infine*, se il prestatore di servizi soddisfi le condizioni per avvalersi di tale disposizione normativa.

II. Contesto normativo

A. Diritto dell'Unione

4. I considerando 12, 21 e 42 della direttiva 2000/31 sono così formulati:

«(12) È necessario escludere dal campo d'applicazione della presente direttiva talune attività, dal momento che in questa fase la libera circolazione dei servizi in tali ambiti non può essere garantita dal trattato o dal diritto comunitario derivato in vigore. (...)

(...)

(21) (...) L'ambito regolamentato comprende unicamente requisiti riguardanti le attività in linea, quali l'informazione in linea, la pubblicità in linea, la vendita in linea, i contratti in linea (...)

(...)

(42) Le deroghe alla responsabilità stabilita nella presente direttiva riguardano esclusivamente il caso in cui l'attività di prestatore di servizi della società dell'informazione si limiti al processo tecnico di attivare e fornire accesso ad una rete di comunicazione sulla quale sono trasmesse o temporaneamente memorizzate le informazioni messe a disposizione da terzi al solo scopo di rendere più efficiente la trasmissione. Siffatta attività è di ordine 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».

5. L'articolo 1, paragrafo 5, di tale direttiva così dispone:

«La presente direttiva non si applica:

- a) al settore tributario,
- b) alle questioni relative ai servizi della società dell'informazione oggetto delle direttive 95/46/CE ^[3] e 97/66/CE ^[4],
- c) alle questioni relative a accordi o pratiche disciplinati dal diritto delle intese,
- d) alle seguenti attività dei servizi della società dell'informazione:
 - le attività dei notai o di altre professioni equivalenti, nella misura in cui implicano un nesso diretto e specifico con l'esercizio dei pubblici poteri;
 - la rappresentanza e la difesa processuali;
 - i giochi d'azzardo che implicano una posta pecuniaria in giochi di fortuna, comprese le lotterie e le scommesse».

6. L'articolo 2, lettera h), punto i), di tale direttiva prevede quanto segue:

«l'ambito regolamentato riguarda le prescrizioni che il prestatore deve soddisfare per quanto concerne:

(...)

- l'esercizio dell'attività di servizi della società dell'informazione, quali ad esempio le prescrizioni riguardanti il comportamento del prestatore, la qualità o i contenuti del servizio, comprese le prescrizioni applicabili alla pubblicità e ai contratti, oppure la responsabilità del prestatore».

7. L'articolo 3, paragrafi 1 e 2, di tale direttiva così dispone:

«1. Ogni Stato membro provvede affinché i servizi della società dell'informazione, forniti da un prestatore stabilito nel suo territorio, rispettino le disposizioni nazionali vigenti in detto Stato membro nell'ambito regolamentato.

2. Gli Stati membri non possono, per motivi che rientrano nell'ambito regolamentato, limitare la libera circolazione dei servizi [della] società dell'informazione provenienti da un altro Stato membro».

8. La sezione 4 di tale direttiva è intitolata «Responsabilità dei prestatori intermediari». L'articolo 14, della direttiva, intitolato «“Hosting”», ai paragrafi 1 e 2, prevede quanto segue:

«1. Gli Stati membri provvedono affinché, nella prestazione di un servizio della società dell'informazione consistente nella memorizzazione di informazioni fornite da un destinatario del servizio, il prestatore non sia responsabile delle informazioni memorizzate a richiesta di un destinatario del servizio, a condizione che detto prestatore:

a) non sia effettivamente al corrente del fatto che l'attività o l'informazione è illecita (...)
o

b) non appena al corrente di tali fatti, agisca immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitarne l'accesso.

2. Il paragrafo 1 non si applica se il destinatario del servizio agisce sotto l'autorità o il controllo del prestatore».

B. Diritto italiano

9. L'articolo 9 del decreto-legge del 12 luglio 2018, n. 87 – Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese (GURI n. 161 del 13 luglio 2018; in prosieguo: il «decreto-legge n. 87/2018») vieta qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro nonché al gioco d'azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo. Esso introduce altresì una sanzione amministrativa pecuniaria in caso di violazione di tale divieto, a carico, tra l'altro, del «proprietario del mezzo o del sito di diffusione», di importo pari al 20% del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e in ogni caso non inferiore a EUR 50 000. Inoltre, esso attribuisce all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (Italia; in prosieguo: l'«AGCOM»), il potere di applicare tali sanzioni.

III. Controversia nel procedimento principale e questioni pregiudiziali

10. Con provvedimento del 19 luglio 2022 (in prosieguo: il «provvedimento controverso»), l'AGCOM ha inflitto alla Google Ireland Limited (in prosieguo: la «Google»), una sanzione pecuniaria di EUR 750 000 per aver promosso numerosi siti internet di giochi con vincite in denaro sulla piattaforma di condivisione di video YouTube, in violazione dell'articolo 9 del decreto-legge n. 87/2018. In particolare, l'AGCOM ha constatato che su cinque canali appartenenti al creatore di contenuti Spike, con il quale la Google aveva sottoscritto un contratto di partnership commerciale nel contesto dello

YouTube Partnership Programme (Programma partner di YouTube; in prosieguo: lo «YPP»), erano stati caricati 630 video (in prosieguo: i «video in questione»). Di conseguenza, l'AGCOM ha ordinato alla Google di rimuovere da YouTube tali video, nonché qualsiasi altro video condiviso da Spike avente contenuti analoghi a quelli identificati nel provvedimento controverso. A seguito del provvedimento controverso, la Google ha rimosso i video in questione da YouTube.

11. La Google ha impugnato il provvedimento controverso dinanzi al Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Italia), che ha accolto il ricorso. Tale giudice ha ritenuto che le caratteristiche dell'attività della Google sulle quali si era basata l'AGCOM fossero insufficienti per impedire alla Google di beneficiare della deroga alla responsabilità previsto dalla normativa italiana di recepimento dell'articolo 14 della direttiva 2000/31.

12. L'AGCOM ha proposto ricorso avverso tale sentenza dinanzi al Consiglio di Stato (Italia), giudice del rinvio. Essa ha dedotto, in primo luogo, che la direttiva 2000/31 non trova applicazione al caso di specie, dal momento che l'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), di detta direttiva esclude dal proprio ambito di applicazione i «giochi d'azzardo» che implicano una posta pecuniaria in giochi di fortuna. Di conseguenza, il divieto di cui all'articolo 9 del decreto-legge n. 87/2018 si applicherebbe anche ai prestatori di servizi di hosting. In secondo luogo, anche qualora l'attività della Google non fosse esclusa dall'ambito di applicazione della direttiva 2000/31, la deroga alla responsabilità prevista dall'articolo 14, paragrafo 1, di tale direttiva non troverebbe applicazione, in ragione del contratto di partnership commerciale sottoscritto dalla Google con il creatore di contenuti.

13. Da parte sua, dinanzi al giudice del rinvio la Google sostiene che l'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31 riguarda unicamente i prestatori di servizi di gioco d'azzardo online. Di converso, esso non include i prestatori di servizi di hosting. Per quanto riguarda l'applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, di tale direttiva, la Google sostiene che essa è un prestatore di servizi di hosting «passivo» e che non era al corrente dell'illiceità dei video in questione. In particolare, essa sostiene che non esiste un contratto *ad personam* con il creatore di contenuti, dal momento che quest'ultimo diviene parte dello YPP mediante la semplice accettazione di un contratto di adesione predisposto unilateralmente dalla Google.

14. Per quanto riguarda, in primo luogo, l'esclusione dei giochi d'azzardo dall'ambito di applicazione della direttiva 2000/31, il giudice del rinvio ritiene che, alla luce del considerando 21 di tale direttiva, tutte le attività connesse al settore dei giochi d'azzardo, compresa la loro pubblicizzazione online, debbano essere escluse dall'ambito di applicazione di tale direttiva.

15. In secondo luogo, qualora la Corte dichiarasse che la direttiva 2000/31 si applica alle attività dei servizi di hosting, il giudice del rinvio chiede se, nelle circostanze della presente causa, la Google rientri nell'ambito di applicazione della deroga alla responsabilità prevista all'articolo 14, paragrafo 1, di tale direttiva.

16. A tal riguardo, il giudice del rinvio sottolinea che detto regime deve applicarsi soltanto ai prestatori di servizi di hosting «passivi».

17. In tale contesto, il giudice del rinvio sottolinea le seguenti caratteristiche principali del contratto di partnership sottoscritto tra la Google e il creatore di contenuti nel contesto dello YPP:

- il contratto è concluso a seguito di una richiesta di un creatore di contenuti e di un esame preliminare effettuato dalla Google. Anzitutto, la Google verifica se il creatore di contenuti soddisfa le soglie previste per poter beneficiare dello YPP: avere 1 000 iscritti con 4 000 ore di visualizzazione pubblica valide negli ultimi 12 mesi; oppure avere 1 000 iscritti con 10 milioni di visualizzazioni pubbliche di Short valide negli ultimi 90 giorni (5). Inoltre, la Google verifica se il creatore di contenuti vive in un paese/regione in cui è disponibile lo YPP e se non vi siano «avvertimenti relativi alle Norme della community» attivi sul canale (6).
- Analogamente, secondo la pagina internet «Panoramica e requisiti di idoneità del Programma partner di YouTube», i «sistemi automatici e i (...) revisori [della Google] esamineranno il (...) canale nel suo complesso per verificare che rispetti tutte le (...) norme e linee guida [della Google]». Tale verifica può durare un mese (7).
- In particolare, nel contesto delle sue «Norme sulla monetizzazione dei canali YouTube», la Google effettua controlli regolari per «verifica[re] (...) se i canali che hanno attivato la monetizzazione rispettano tali norme» (8). Tali controlli sono effettuati da revisori che esaminano i canali e i contenuti alla luce delle norme di YouTube. Poiché i revisori non possono verificare ogni singolo video, essi potrebbero concentrarsi sul tema principale del canale, sui video più visti, sui video più recenti, sulla maggiore quantità di tempo di visualizzazione, sui metadati dei video (tra cui titoli, miniature e descrizioni) e sulla sezione «Informazioni» del canale (9).
- Una volta sottoscritto il contratto di partnership, il creatore di contenuti ottiene lo *status* di «partner verificato». I partner verificati ricevono una quota dei ricavi percepiti dalla Google provenienti dalla pubblicità trasmessa agli spettatori dei loro video. Inoltre, in virtù della loro adesione alla procedura di monetizzazione della Google, i creatori di contenuti possono offrire abbonamenti al proprio canale, il cui canone è riscosso direttamente dalla Google. Gli utenti conseguono dei vantaggi da tale abbonamento, che variano a seconda della tipologia e del prezzo dell'abbonamento prescelto. Tali vantaggi possono consistere, tra l'altro, nell'accesso a contenuti esclusivi, a live streaming limitati agli abbonati o a chat online.

18. In considerazione di tali caratteristiche dello YPP, il giudice del rinvio ritiene che il ruolo della Google possa non essere meramente «neutrale» o «passivo» e, di conseguenza, che essa potrebbe esulare dall'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31.

19. In tali circostanze, il giudice del rinvio ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:

«1) Se, in base all'articolo 1, paragrafo 5, della direttiva [2000/31], il regime di responsabilità degli hosting provider di cui all'articolo 14 della direttiva medesima sia

applicabile alle attività relative alla pubblicizzazione online di giochi o scommesse con vincite di denaro nonché alla pubblicizzazione del gioco d'azzardo.

Laddove la Corte di giustizia risponda in senso affermativo al primo quesito (...):

2) Se il regime di responsabilità di cui all'articolo 14 della direttiva [2000/31], sia applicabile ad un hosting provider quale Google con riferimento ai contenuti pubblicati dai titolari dei canali YouTube con cui Google abbia concluso l'accordo di partnership commerciale sopra descritto».

20. Hanno presentato osservazioni scritte la Google, i governi belga, ceco, italiano e portoghese, e la Commissione europea. Le stesse parti, ad eccezione del governo ceco, hanno partecipato all'udienza tenutasi il 10 settembre 2025.

IV. Analisi

A. Prima questione

1. Osservazioni preliminari

21. Anzitutto, sebbene la formulazione della prima questione possa indurre a una conclusione diversa, YouTube è innegabilmente una piattaforma di condivisione di video multitematica, non specificamente dedicata alla condivisione di contenuti relativi al gioco d'azzardo.

22. Inoltre, dinanzi al giudice del rinvio, la Google si fonda sulla natura non pubblicitaria dei video in questione, dichiarando che essi si limitano a contenere informazioni sui giochi d'azzardo. Il giudice del rinvio ritiene, tuttavia, che tali video contengano pubblicità di giochi d'azzardo. Di fatto, sia la formulazione che la motivazione della prima questione sembrano fondarsi su tale premessa. Tenuto conto della ripartizione dei compiti tra la Corte e i giudici nazionali, alla luce della quale questi ultimi sono i soli competenti a valutare i fatti loro sottoposti ([10](#)), suggerisco alla Corte di basarsi anch'essa su tale premessa.

23. Ne consegue che, con la sua prima questione, il giudice del rinvio chiede, in sostanza, se l'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31 debba essere interpretato nel senso che l'attività di un prestatore di servizi di hosting consistente nel memorizzare video contenenti pubblicità di giochi d'azzardo rientri nell'ambito di applicazione di tale direttiva.

2. Valutazione

a) Contesto generale della direttiva 2000/31

24. Per rispondere alla prima questione sollevata, fornirò anzitutto una breve descrizione dei principi fondamentali sottesi alla direttiva 2000/31.

25. Conformemente al suo articolo 1, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, quest'ultima mira a contribuire al buon funzionamento del mercato interno garantendo la libera circolazione dei servizi della società dell'informazione tra Stati membri. A tal fine, come affermato nell'articolo 1, paragrafo 2, della direttiva in parola, quest'ultima ravvicina talune

norme nazionali concernenti i servizi della società dell'informazione che interessano il mercato interno (articolo 3); lo stabilimento dei prestatori di servizi (capo II, sezione 1); le comunicazioni commerciali (capo II, sezione 2); i contratti per via elettronica (capo II, sezione 3), la responsabilità degli intermediari (capo II, sezione 4); e i codici di condotta, la composizione extragiudiziaria delle controversie, i ricorsi giurisdizionali e la cooperazione tra Stati membri (capo III).

26. A tal riguardo, la «clausola del mercato interno» prevista all'articolo 3 della direttiva 2000/31 si basa sull'applicazione dei principi del controllo nello Stato membro di origine e del riconoscimento reciproco, sicché, nel quadro dell'ambito regolamentato definito all'articolo 2, lettera h), di tale direttiva, i servizi della società dell'informazione sono disciplinati unicamente nello Stato membro nel cui territorio sono stabiliti i prestatori di tali servizi («principio del paese di origine») (11). A loro volta, i capi II e III di tale direttiva mirano ad armonizzare taluni aspetti specifici del commercio elettronico (12).

b) *Esclusione dei giochi d'azzardo dall'ambito di applicazione della direttiva 2000/31*

27. L'articolo 1, paragrafo 5, della direttiva 2000/31 elenca taluni «settor[i]», «questioni» e «attività» che sono esclusi dall'ambito di applicazione di tale direttiva. Tutti questi termini sono indicativi di una portata ampia (13).

28. Inoltre, l'uso del plurale («alle seguenti attività») suggerisce che l'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31 includa più attività rispetto alla mera offerta di giochi di fortuna via internet (14).

29. Di converso, il significato abituale nel linguaggio corrente dei termini «giochi d'azzardo» non sembra includere le attività di servizi di hosting. Infatti, l'«hosting» consiste nella memorizzazione di informazioni fornite dal destinatario del servizio su richiesta dello stesso (15). L'elemento centrale di tale attività è la memorizzazione di informazioni, indipendentemente dal fatto che siano legate al gioco d'azzardo o meno. Ciò significa che tale attività non è specifica del settore dei giochi d'azzardo.

30. L'obiettivo sotteso all'esclusione di talune attività dall'ambito di applicazione della direttiva 2000/31 corrobora tale interpretazione. Infatti, dalla proposta di tale direttiva risulta che «è impossibile garantire la libera circolazione dei servizi tra gli Stati membri in mancanza di riconoscimenti reciproci o di un'armonizzazione sufficiente a garantire un livello equivalente di tutela degli obiettivi di interesse generale» (16). La stessa logica discende dal considerando 12 di tale direttiva (17).

31. Ne consegue quindi che l'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31 mira ad evitare, in particolare, l'applicazione del principio del paese di origine alle attività ivi elencate, in modo che gli Stati membri di destinazione possano continuare ad applicare i requisiti derivanti dalla loro normativa, senza essere vincolati dal principio del riconoscimento reciproco (18).

32. Nel caso specifico del gioco d'azzardo, la Corte ha sottolineato che la relativa disciplina rientra nei settori in cui sussistono tra gli Stati membri divergenze considerevoli di ordine morale, religioso e culturale. La Corte ha inoltre riconosciuto le conseguenze

moralmente e finanziariamente dannose per l'individuo e la società che sono collegate ai giochi d'azzardo e alle scommesse. In assenza di un'armonizzazione dell'Unione in materia, spetta ad ogni Stato membro valutare, in tali settori, alla luce della propria scala dei valori, quali siano le esigenze da soddisfare in materia di tutela del consumatore e dell'ordine sociale (19). Si tratta chiaramente di interessi settoriali, del tutto estranei alle attività dei servizi di hosting.

33. È vero che la Corte ha ritenuto altresì che la pubblicità costituisca parte integrante di una politica di espansione controllata dei giochi d'azzardo, al fine di canalizzarli in circuiti regolamentati e autorizzati e di combattere così il gioco illegale (20). Ciò può essere interpretato nel senso che la pubblicizzazione di giochi d'azzardo rientra nei «giochi d'azzardo» ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31. Come sottolineato dal giudice del rinvio, tale interpretazione può essere corroborata dall'articolo 2, lettera h), punto i), e dal considerando 21 di tale direttiva, ai sensi dei quali le prescrizioni riguardanti la qualità o i contenuti di un servizio comprendono quelle applicabili alla sua pubblicità (21).

34. Tuttavia, a mio avviso, al fine di consentire agli Stati membri di condurre una politica di espansione controllata dei giochi d'azzardo, non è né opportuno né necessario escludere dall'ambito di applicazione della direttiva 2000/31 l'attività di un prestatore di servizi di hosting consistente nel memorizzare video contenenti pubblicità di giochi d'azzardo. Analogamente, l'obiettivo dell'esclusione di cui all'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), di tale direttiva, menzionato ai paragrafi da 30 a 32 delle presenti conclusioni, non risulta pregiudicato laddove tale attività rientri nell'ambito di applicazione della direttiva in parola.

35. Ne consegue che, come osservato dalla Commissione, mentre l'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31 esclude i giochi d'azzardo dall'ambito di applicazione di quest'ultima, i suoi articoli da 12 a 15 si applicano anche all'hosting di contenuti connessi ai giochi d'azzardo (22).

36. L'adozione del regolamento sui servizi digitali sembra aver confermato tale approccio. L'articolo 89, paragrafo 1, del regolamento sui servizi digitali ha soppresso gli articoli da 12 a 15 della direttiva 2000/31. Allo stesso tempo, gli articoli da 4 a 6 e 8 del regolamento sui servizi digitali riproducono, in sostanza, gli articoli da 12 a 15 di tale direttiva (come confermato dall'articolo 89, paragrafo 2, del regolamento sui servizi digitali). È significativo il fatto che tale atto non contenga alcuna esclusione dei giochi d'azzardo dal suo ambito di applicazione, il che significa che i giochi d'azzardo restano esclusi dal principio del paese di origine, in forza della direttiva 2000/31. Di converso, i contenuti relativi a giochi d'azzardo sono soggetti all'articolo 6 del regolamento sui servizi digitali, che corrisponde all'articolo 14 di tale direttiva.

37. In sintesi, le attività consistenti nell'offerta di giochi di fortuna mediante internet e, potenzialmente, nella pubblicizzazione di giochi d'azzardo sono quelle previste all'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31. Una piattaforma di condivisione di video non svolge nessuna di queste attività; essa rientra pertanto nell'ambito di applicazione di tale direttiva.

38. Ciò non osta a che la norma italiana che vieta la pubblicità dei giochi d'azzardo possa essere applicata ai prestatori di servizi della società dell'informazione che veicolano una concreta pubblicità di servizi di gioco d'azzardo. Ciò è dovuto al fatto che tali servizi sono esclusi dall'ambito di applicazione della direttiva 2000/31 per effetto del suo articolo 1, paragrafo 5, lettera d), e, quindi, dal principio del paese di origine.

39. Si può formulare un'ulteriore osservazione metodologica. Ritengo che, in questa fase, non si debba cercare di stabilire se, nella pratica, il prestatore di servizi di hosting controlli i contenuti che memorizza. Tale valutazione è richiesta ai sensi dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, poiché un prestatore il quale controlli le informazioni che memorizza non rientra in tale disposizione. Di converso, ai fini dell'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), di tale direttiva, è sufficiente concludere che l'attività in questione consiste nella memorizzazione di informazioni, indipendentemente dal loro contenuto, su richiesta del destinatario del servizio (23).

40. Di conseguenza, la mia proposta di risposta alla prima questione è che l'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31 deve essere interpretato nel senso che l'attività di un prestatore di servizi di hosting consistente nel memorizzare video contenenti pubblicità di giochi d'azzardo rientra nell'ambito di applicazione di tale direttiva.

B. Seconda questione

1. *Impianto generale dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31*

41. In caso di risposta affermativa alla prima questione, la Corte dovrà stabilire se l'attività di un prestatore di servizi di hosting quale la Google, consistente nel memorizzare contenuti di terzi con i quali ha concluso un contratto di partnership commerciale, rientri nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31.

42. Tale disposizione prevede una deroga alla responsabilità a favore dei prestatori di servizi di hosting in relazione ai contenuti memorizzati da terzi sulle loro piattaforme.

43. Secondo l'interpretazione della Corte, tale disposizione richiede, in sostanza, un'analisi in due fasi (24).

44. In primo luogo, per *rientrare nell'ambito di applicazione* dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, un prestatore di servizi deve fornire un servizio della società dell'informazione che consiste in un'attività di «hosting», ai sensi dell'articolo 14 di tale direttiva (25); inoltre, la sua condotta deve limitarsi a quella di un «prestatore intermediario» (26).

45. In secondo luogo, nelle lettere a) e b) di tale disposizione si stabilisce se la deroga alla responsabilità possa essere *applicata in un caso concreto* (27). Affinché ciò avvenga, il prestatore non deve essere effettivamente al corrente del fatto che l'attività è illecita [lettera a)] oppure, non appena al corrente di tale fatto, deve agire immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitarne l'accesso [lettera b)].

46. A tal riguardo, come illustrerò nel prosieguo, al fine di stabilire se la condotta del prestatore di servizi si limiti a quella di un *intermediario* (prima fase), occorre concentrarsi, in sostanza, sulla questione se il prestatore di servizi controlli i contenuti memorizzati sulla

sua piattaforma, in virtù delle modalità in cui il suo modello commerciale è concepito e applicato. Diversamente, si dovrebbe passare alla seconda fase, che richiede un'analisi della questione se il prestatore fosse al corrente della natura illecita di un determinato contenuto (28).

47. Ciò ha implicazioni rilevanti.

48. In primo luogo, come chiarito dalla Corte nella sentenza YouTube e Cyando, le condizioni per ritenere non soddisfatte le lettere a) o b) dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 sono particolarmente rigorose, poiché da esse dipende, in ultima analisi, la possibilità di imputare a un prestatore di servizi di hosting la responsabilità per specifici contenuti illeciti caricati sulla sua piattaforma da un utente (29). Non è necessaria una soglia così elevata per stabilire se il prestatore controlli i contenuti caricati sulla sua piattaforma da un terzo. Pertanto, tralasciare la prima fase darebbe luogo a situazioni non desiderabili: taluni prestatori di servizi che, per loro stessa natura, interferiscono sui contenuti e li controllano a motivo del loro modello commerciale, potrebbero, ciò nonostante, sottrarsi a responsabilità sostenendo di non essere stati effettivamente al corrente di specifici contenuti illeciti.

49. In secondo luogo, e analogamente, le lettere a) e b) sembrano inadeguate a tener conto delle caratteristiche specifiche del modello commerciale di una piattaforma, il che potrebbe impedire a quest'ultima, in ultima analisi, di beneficiare della deroga alla responsabilità. Attenuando la distinzione tra le due fasi si rischierebbe quindi di rendere praticamente irrilevante il modello commerciale di una determinata piattaforma.

50. Ciò detto, le due fasi sono certamente collegate. La prima funziona essenzialmente come un meccanismo di «filtraggio» ed è una condizione preliminare ai fini dell'applicazione delle lettere a) e b) (30).

2. Criterio pertinente ai fini della qualifica come prestatore intermediario di servizi di hosting

51. Secondo la giurisprudenza, affinché un prestatore di servizi rientri nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, è essenziale che esso sia un prestatore intermediario nel senso voluto dal legislatore nell'ambito del capo II, sezione 4 di tale direttiva (31).

52. A tal riguardo, dal considerando 42 della direttiva 2000/31 risulta che le deroghe alla responsabilità ivi stabilite riguardano esclusivamente i casi in cui l'attività di prestatore di servizi della società dell'informazione sia «di ordine meramente tecnico, automatico e passivo», con la conseguenza che detto prestatore «non conosce né controlla le informazioni trasmesse o memorizzate» (32).

53. La Corte ha quindi dedotto da tale considerando 42 che occorre esaminare se il ruolo svolto dal prestatore sia neutro, ossia se il suo comportamento sia meramente tecnico, automatico e passivo, il che significa che esso non conosce né controlla i contenuti che memorizza, o se, di converso, esso svolga un ruolo attivo che gli garantisce la conoscenza o il controllo di tali contenuti (33).

54. A tal riguardo, rilevo che, nelle sue conclusioni nella causa L'Oréal e a., l'avvocato generale Jääskinen ha sostenuto che il considerando 42 della direttiva 2000/31 dovrebbe riguardare soltanto all'articolo 12 [«Semplice trasporto ("mere conduit")»] e all'articolo 13 («Memorizzazione temporanea detta "caching"»), poiché i criteri da esso stabiliti sono inadeguati rispetto all'articolo 14 (34). È stato altresì sostenuto che, nella sentenza L'Oréal e a., la Corte ha implicitamente seguito l'approccio dell'avvocato generale, poiché essa non ha fatto riferimento a tale considerando (35).

55. A mio avviso, questa discussione è eccessiva. Nella sentenza L'Oréal e a., la Corte, pur non menzionando specificamente il considerando 42 della direttiva 2000/31, ha ribadito il criterio sviluppato al punto 114 della sentenza Google France (36). Inoltre, nella sua sentenza YouTube e Cyando, la Corte ha fatto esplicito riferimento a tale considerando (37). Infine, nel considerando 18 del regolamento sui servizi digitali è stato sviluppato e chiarito il considerando 42 di tale direttiva, «codificando» in modo preciso la giurisprudenza che si fonda su quest'ultimo ai fini dell'interpretazione dell'articolo 14 di tale direttiva. È quindi chiaro che il criterio risultante da tale considerando, come interpretato dalla Corte, si applica anche ai prestatori di servizi di hosting.

56. Ciò detto, condivido la tesi dell'avvocato generale Jääskinen secondo cui, considerata separatamente, la «neutralità» potrebbe non essere il criterio più appropriato per stabilire se un prestatore di servizi di hosting rientri nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 (38). Infatti, è opinabile il fatto che i prestatori di servizi di hosting possano essere considerati del tutto «neutrali». In linea di principio, un prestatore di servizi di hosting che ricava introiti pubblicitari dalla sua piattaforma è interessato a un aumento del numero di utenti e di visualizzazioni. Analogamente, la dicotomia tra il ruolo passivo o attivo sembra insufficiente per inquadrare le attività svolte da un prestatore di servizi di hosting, in particolare in un settore in costante evoluzione quale quello di cui trattasi. In ogni caso, mi sembra che, conformemente alla giurisprudenza, sia la neutralità che la passività presuppongano un modello commerciale fondato *a priori* sulla mancanza di «conoscenza o controllo dei contenuti» (39). In sostanza, la neutralità e la passività dovrebbero essere intese con riferimento ai contenuti che i creatori caricano su una piattaforma.

57. Quale tipo di intervento di un prestatore di servizi di hosting può quindi escluderlo dall'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31? Al fine di rispondere a tale questione, suggerisco di concentrarci anzitutto sui criteri della conoscenza o del controllo dei contenuti, nonché sulla mancanza di essi, conformemente alla giurisprudenza esistente. Alla luce delle circostanze della presente causa, suggerirò poi un chiarimento del significato di alcuni di tali criteri.

a) ***Criteri della conoscenza o del controllo dei contenuti***

58. La causa che ha dato origine alla sentenza Google France riguardava l'attività del servizio di posizionamento a pagamento «AdWords». Tale servizio consente a qualsiasi operatore economico di far apparire un link pubblicitario verso il suo sito mediante la selezione di una o più parole chiave, qualora tale o tali parole coincidano con quelle inserite da un utente di internet nel motore di ricerca della Google. Tale link pubblicitario

appare nella rubrica «link sponsorizzati», visualizzata sul lato destro dello schermo, a destra dei risultati naturali, o nella parte superiore dello schermo, al di sopra di tali risultati (40).

59. Nell'esaminare se quella attività rientrasse nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, la Corte ha ritenuto rilevante il ruolo svolto dalla Google nella redazione del messaggio commerciale che accompagnava il link pubblicitario o nella determinazione o selezione di tali parole chiave (41). Ciò significa, in sostanza, che un operatore che partecipa alla redazione, alla creazione o alla selezione dei contenuti esula dall'ambito di applicazione di tale disposizione.

60. La causa che ha dato luogo alla sentenza L'Oréal e a. riguardava un mercato online gestito dalla eBay International AG (in prosieguo: la «eBay»), nel quale sono presentati annunci per prodotti messi in vendita da persone che hanno creato un account venditore. La eBay riscuote una percentuale sulle operazioni effettuate e consente ai potenziali acquirenti di partecipare ad un'asta sugli oggetti proposti dai venditori, nonché di acquistarli a prezzo fisso. I venditori possono, inoltre, creare negozi online sui suoi siti. Ove necessario, la eBay aiuta i venditori ad ottimizzare le loro offerte, a creare i loro negozi online, a promuovere e ad aumentare le loro vendite. Essa fa altresì pubblicità a taluni prodotti messi in vendita nel suo mercato online mediante la visualizzazione di annunci ad opera di gestori di motori di ricerca, quali Google (42).

61. Tenuto conto di tali caratteristiche del mercato della eBay, la Corte ha affermato che, laddove un gestore abbia prestato un'assistenza consistente segnatamente nell'ottimizzare la presentazione delle offerte in vendita di cui trattasi e nel promuovere tali offerte, si deve considerare che egli non ha occupato una posizione neutra tra il cliente venditore considerato e i potenziali acquirenti, ma che ha svolto un ruolo attivo atto a conferirgli una conoscenza o un controllo dei dati relativi a dette offerte. In tal caso non può avvalersi, riguardo a tali dati, della deroga in materia di responsabilità di cui all'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 (43).

62. Infine, nella sentenza YouTube e Cyando, la Corte ha esaminato, in particolare, se l'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 si applichi all'attività di una piattaforma online, quale YouTube, sulla quale gli utenti possono caricare gratuitamente i propri video e metterli a disposizione di altri internauti (44). Desidero sottolineare che tale causa riguardava, in sostanza, la prestazione «ordinaria» di servizi di hosting da parte di YouTube, vale a dire al di fuori del contesto dello YPP di cui si tratta nel presente procedimento.

63. La Corte ha constatato, in particolare, che una piattaforma di condivisione di video che non interviene nella creazione o nella selezione dei contenuti caricati sulla sua piattaforma dagli utenti e non procede né alla visualizzazione né al controllo di tali contenuti prima del loro caricamento, il quale si effettua secondo un processo automatizzato, può rientrare nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 (45).

b) ***Criteri della mancanza di conoscenza o di controllo dei contenuti***

64. Nella sentenza L'Oréal e a., la Corte ha dichiarato che la mera circostanza che il gestore di un mercato online memorizzi sul proprio server le offerte in vendita, stabilisca le modalità del suo servizio, sia ricompensato per quest'ultimo e fornisca informazioni d'ordine generale ai propri clienti non può avere l'effetto di privarlo delle deroghe in materia di responsabilità previste dalla direttiva 2000/31 (46).

65. Nella sentenza Youtube e Cyando, la Corte ha sottolineato che il fatto che il gestore di una piattaforma di condivisione di contenuti online, come YouTube, metta in atto misure tecniche volte a individuare, tra i video comunicati al pubblico tramite la sua piattaforma, contenuti che possano violare il diritto d'autore, non implica che, così facendo, detto gestore svolga un ruolo attivo che gli conferisca la conoscenza o il controllo del contenuto di tali video e ciò a pena di escludere dal regime di esonero dalla responsabilità previsto dall'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 i prestatori di servizi della società dell'informazione che adottano misure finalizzate proprio a contrastare siffatte violazioni (47).

66. Analogamente, interpretando la condizione enunciata all'articolo 14, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2000/31, la Corte ha dichiarato che la circostanza che l'operatore di una piattaforma online di condivisione di contenuti proceda ad un'indicizzazione automatizzata dei contenuti caricati su tale piattaforma, che detta piattaforma contenga una funzione di ricerca e che essa consigli video in funzione del profilo o delle preferenze degli utenti non può essere sufficiente per concludere che essa sia effettivamente al corrente di attività o informazioni illecite (48). *A fortiori*, come ho sostenuto nelle mie conclusioni nella causa *Russmedia Digital e Inform Media Press*, dette circostanze non sono nemmeno tali da escludere tale gestore dall'ambito di applicazione della deroga in materia di responsabilità prevista all'articolo 14, paragrafo 1, di tale direttiva (49).

c) Chiarimento di taluni criteri e applicazione al caso di specie

67. Come indicato in precedenza, un prestatore di servizi di hosting può esulare dall'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 allorché (i) partecipi alla redazione, alla creazione o alla selezione dei contenuti; (ii) controlli o esamini i contenuti prima del loro caricamento, o (iii) li ottimizzi.

68. Di converso, un prestatore di servizi di hosting può rientrare nell'ambito di applicazione di tale disposizione giuridica anche quando (i) è remunerato per tale servizio; (ii) mette in atto misure tecniche per individuare i contenuti illeciti; o (iii) offre talune funzioni di visualizzazione sulla sua piattaforma.

69. Due di questi criteri rivestono particolare rilevanza nel presente procedimento: l'ottimizzazione della presentazione dei contenuti e l'elemento relativo alla remunerazione. Mi concentrerò quindi su di essi.

1) Criterio dell'«ottimizzazione»

70. L'«ottimizzazione» è un criterio oscuro che può essere interpretato in molti modi. In particolare, si può sostenere che, offrendo ai partner verificati funzionalità supplementari per i loro canali, come live streaming, contenuti esclusivi e chat online (50), YouTube «ottimizzi» l'offerta del creatore di contenuti.

71. Tuttavia, non ritengo che questo sia quanto inteso dalla Corte nella sua sentenza L'Oréal e a. Come già sostenuto dall'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nelle sue conclusioni nella causa Youtube e Cyando (51), tale criterio deve essere inteso tenendo conto delle specifiche caratteristiche dell'attività della eBay.

72. Infatti, la eBay forniva un'assistenza *selettiva e personalizzata* a determinati utenti, migliorando il *contenuto* delle loro offerte in vendita, aiutandoli a creare negozi online e promuovendo direttamente le loro offerte mediante servizi di terzi. È in tale contesto che la Corte ha fatto riferimento all'*ottimizzazione* e alla *promozione* delle offerte in vendita come un'indicazione della presenza di controllo sui contenuti.

73. Di converso, nel valutare se l'attività della eBay rientrasse nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, la Corte non ha attribuito rilevanza al fatto che tale mercato online asseritamente definiva differenti categorie di venditori in funzione delle loro prestazioni di vendita (52).

74. Risulta quindi che, allorché ha utilizzato il termine *ottimizzazione*, la Corte aveva in mente le attività dei servizi di hosting che interferivano direttamente con i *contenuti* caricati dagli utenti. Attraverso l'assistenza fornita a determinati utenti, il prestatore di servizi di hosting effettua inevitabilmente un controllo dei contenuti.

75. Con riserva di conferma da parte del giudice del rinvio, segnatamente per quanto concerne i termini del contratto che disciplina lo YPP, nonché il modo in cui essi sono negoziati, non risulta che ai partner verificati sia offerta un'assistenza di questo tipo. Essi si vedono semplicemente offrire, su un *piano di parità*, le *stesse* funzionalità supplementari della piattaforma di condivisione di video (53), che non influenzano direttamente i contenuti da loro creati e caricati su tale piattaforma.

76. Pertanto, a mio avviso, la definizione di differenti categorie di creatori di contenuti non è di per sé problematica, a condizione che, all'interno di ciascuna categoria, non sia offerto alcun *trattamento personalizzato* a determinati creatori di contenuti. Quando concede un siffatto trattamento, il prestatore di servizi interagirebbe necessariamente con un contenuto, secondo modalità che vanno al di là della sua mera memorizzazione. A sua volta, ciò conferisce al prestatore di servizi un controllo su tale contenuto.

77. È pertanto utile distinguere tra l'«ottimizzazione tecnica o delle visualizzazioni» e l'«ottimizzazione dei contenuti», poiché solo quest'ultima rende inapplicabile l'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 (54).

78. A mio avviso, tale distinzione emerge già dalla sentenza YouTube e Cyando. Come ho già menzionato in precedenza, da tale sentenza risulta chiaramente che l'indicizzazione dei contenuti, la creazione di una funzione di ricerca e la raccomandazione di video sulla base del profilo o delle preferenze degli utenti non sono motivi sufficienti per escludere l'applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 (55).

79. A mio avviso, non vi è alcuna differenza sostanziale tra tali caratteristiche dell'attività di YouTube esaminata dalla Corte nella sentenza YouTube e Cyando e quelle dell'attività di cui trattasi nel presente procedimento. Di conseguenza, entrambe rientrano nella categoria «ottimizzazione delle visualizzazioni».

80. Infatti, le funzionalità supplementari connesse allo YPP risultano essere uno sviluppo naturale nel servizio della società dell'informazione fornito da una piattaforma di condivisione di video quale YouTube (56). Esse migliorano l'esperienza degli utenti e tendono quindi ad aumentare il numero di click, il che rappresenta una caratteristica connaturata al modello commerciale di qualsiasi piattaforma di condivisione di video. Se ciò si mantiene entro i limiti dell'*ottimizzazione delle visualizzazioni*, l'attività continua ad essere quella di un intermediario. L'aumento del numero di click diventa problematico soltanto se, a tal fine, la piattaforma interviene sui contenuti.

81. Tale interpretazione è conforme agli obiettivi di promozione dell'innovazione (57) e di salvaguardia della libertà di espressione e di informazione degli utenti (58), che hanno condotto all'adozione del regime di deroga alla responsabilità sancito agli articoli da 12 a 15 della direttiva 2000/31. Infatti, probabilmente, un'interpretazione ampia del criterio dell'*ottimizzazione*, come quella descritta al paragrafo 70 delle presenti conclusioni, scoraggerebbe le piattaforme dallo sviluppare nuove modalità di visualizzazione dei contenuti condivisi da creatori di contenuti che potrebbero potenzialmente essere di interesse per gli utenti (59).

82. Inoltre, tre osservazioni contestuali indicano che un certo livello di controllo dei contenuti potrebbe, di fatto, essere inevitabile.

83. In primo luogo, ai sensi dell'articolo 12, paragrafo 3, dell'articolo 13, paragrafo 2, e dell'articolo 14, paragrafo 3, della direttiva 2000/31, le autorità nazionali possono esigere che il prestatore ponga fine a una violazione o la impedisca (60). Ciò implica necessariamente possedere un certo grado di controllo sul contenuto, senza che sia possibile fondarsi sulla perdita della deroga alla responsabilità (61).

84. In secondo luogo, e nonostante si sia fondata sul considerando 42 della direttiva 2000/31 per stabilire le condizioni alle quali un prestatore di servizi di hosting rientra nell'ambito di applicazione dell'articolo 14 di tale direttiva, la Corte sembra riconoscere che tale servizio richieda, per sua natura, un livello di controllo più elevato sui contenuti (62) rispetto al semplice trasporto («mere conduit») e alla memorizzazione temporanea detta «caching» (63).

85. In terzo luogo, il criterio del controllo dei contenuti deve essere applicato alla luce di quella che viene spesso definita come la «clausola del buon samaritano», evocata dalla Corte nella sentenza YouTube e Cyando (64) e attualmente sancita all'articolo 7 del regolamento sui servizi digitali.

86. Ciò detto, riconosco che la crescente complessità delle attività svolte dalle piattaforme di condivisione di video, quale evidenziata dal giudice del rinvio, rende estremamente difficile la distinzione tra le attività che influenzano i contenuti e quelle che non li influenzano (65).

87. Al fine di assistere il giudice del rinvio in siffatto compito, è utile esaminare alcune ipotesi.

88. Una piattaforma di condivisione di video può aiutare determinati creatori di contenuti a raggiungere un certo numero di iscritti, segnatamente fornendo loro statistiche

su temi di interesse per gli utenti, formulando suggerimenti su quali video caricare sulla base di tali preferenze e offrendo consigli sul modo in cui formulare la descrizione del canale (66). A mio avviso, questi sono chiari esempi di «ottimizzazione» che sfocia in un controllo dei contenuti, nel senso inteso dalla giurisprudenza.

89. Infine, vorrei concentrarmi su un'altra caratteristica dello YPP. Dalla decisione di rinvio risulta che i revisori della Google possono esaminare il canale del creatore di contenuti, segnatamente analizzando un campione dei video ivi caricati (67). Alla luce dell'interpretazione del criterio dell'«ottimizzazione» da me proposto, siffatte verifiche non dimostrano, di per sé, alcuna influenza da parte della Google sui contenuti caricati dai partner verificati. Ciò che importa è ciò che i revisori fanno a seguito di dette verifiche: essi suggeriscono determinate modifiche dei contenuti? Chiedono la rimozione di alcuni video? Approvano determinati partner a discapito di altri in funzione del contenuto dei loro canali? In caso affermativo, l'attività della Google potrebbe esulare dall'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31.

90. Alla luce di tale contesto, dagli elementi di cui dispone la Corte risulta che la Google non controlla né esamina il contenuto dei video prima del loro caricamento da parte degli utenti. La Google sembra esaminare soltanto i video già esistenti sul canale del creatore (68). Sulla base dei criteri definiti nella sentenza YouTube e Cyando (69), ciò suggerisce un'assenza di controllo dei contenuti.

91. In conclusione, con riserva di conferma da parte del giudice del rinvio, la Google non sembra effettuare alcuna ottimizzazione dei contenuti caricati sulla sua piattaforma di condivisione di video nel contesto dello YPP.

2) «Remunerazione»

92. Nell'ambito del presente procedimento, i governi belga, italiano e portoghese hanno sostenuto, in sostanza, che la mera circostanza che la Google condivida con i partner verificati gli introiti generati dalla pubblicità e dagli abbonamenti ai loro canali rende inapplicabile l'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31. In sostanza, condividendo gli introiti con i creatori di contenuti, la Google non è neutrale.

93. Non condivido tale opinione.

94. Anzitutto, ricordo che la Corte ha espressamente negato che una remunerazione escluda automaticamente l'attività di un prestatore di servizi di hosting dall'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 (70).

95. Al fine di valutare se vi siano ragioni per adottare un approccio diverso nel presente procedimento, suggerisco di esaminare le condizioni alle quali gli operatori interessati nelle sentenze Google France, L'Oréal e a. e YouTube e Cyando erano remunerati. Sosterrò che non sembra esservi alcuna differenza sostanziale tra tali casi e quello di specie.

96. Per quanto riguarda il sistema del servizio di posizionamento AdWords, gli inserzionisti erano tenuti a pagare un importo per ogni click sul link pubblicitario (71).

97. Per quanto concerne il mercato online della eBay, era pacifico che la eBay percepiva una remunerazione, poiché riscuoteva una percentuale sulle operazioni effettuate sulla base delle offerte di vendita. La ripartizione dei ricavi con gli utenti era quindi una caratteristica intrinseca del modello commerciale della eBay.

98. Nella causa che ha dato luogo alla sentenza YouTube e Cyando, era pacifico che YouTube otteneva introiti pubblicitari dalla sua piattaforma e consentiva sia a creatori di contenuti che a titolari di diritti d'autore di partecipare a detti introiti (72). Non è stato fatto alcun riferimento agli introiti derivanti dall'abbonamento ai canali (73).

99. Nel caso della Cyando AG, la sua piattaforma di hosting e di condivisione di file offriva a tutti gli internauti uno spazio gratuito di memorizzazione per il caricamento di file. Per ogni file caricato, la Cyando generava automaticamente un link per il download che consentiva di accedere direttamente al file in questione e lo trasmetteva automaticamente all'utente che lo aveva caricato. Gli utenti potevano condividere su internet tali link, consentendo quindi ad altri internauti di accedere ai file memorizzati sulla piattaforma della Cyando. Il download di file dalla piattaforma della Cyando era gratuito. Tuttavia, la quantità e la velocità del download variavano a seconda del tipo di abbonamento (a pagamento o gratuito). Desidero sottolineare che, nel contesto del cosiddetto programma di partnership, la Cyando corrispondeva agli utenti che avevano caricato file un compenso in funzione del numero di download di tali file da parte di altri utenti (74).

100. Pertanto, il fatto che una piattaforma condivida gli introiti con alcuni dei suoi utenti non è affatto una novità. È interessante notare che il modello di monetizzazione della piattaforma Cyando era simile allo YPP di cui al presente procedimento. Tuttavia, ciò non ha indotto la Corte a concludere che la Cyando esulasse dall'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 (75).

101. Ne consegue quindi che, di per sé, la condivisione degli introiti con i creatori di contenuti non può escludere un prestatore di servizi di hosting dall'ambito di applicazione della suddetta disposizione.

102. Ciò premesso, non si può escludere che la possibilità di condividere il successo e i profitti dei canali ospitati da una piattaforma possa indurla a influenzare il contenuto di tali canali. Spetta al giudice del rinvio verificare se ciò avvenga nel caso di specie, fondandosi su elementi come quelli individuati, in particolare, ai paragrafi da 75 a 80 e da 88 a 90 delle presenti conclusioni.

d) **Conclusione**

103. A titolo di promemoria, il giudice del rinvio ha sottoposto all'attenzione della Corte le seguenti caratteristiche dello YPP: la sottoscrizione di un accordo di partenariato commerciale soltanto con determinati utenti; l'esame di un campione dei video caricati dai creatori di contenuti; la disponibilità di funzionalità supplementari della piattaforma soltanto per i partner verificati; e la condivisione degli introiti.

104. Tenuto conto dei criteri esaminati nella presente sezione, mi sembra che nessuna di dette caratteristiche sia tale da attribuire alla Google il controllo dei contenuti caricati dai

creatori di contenuti su YouTube, ai sensi dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31.

3. *Articolo 14, paragrafo 2, della direttiva 2000/31*

105. Tale conclusione non è messa in discussione dall'articolo 14, paragrafo 2, della direttiva 2000/31, ai sensi del quale «[i]l paragrafo 1 non si applica se il destinatario del servizio agisce sotto l'autorità o il controllo del prestatore».

106. Secondo le spiegazioni fornite dalla Commissione nel corso dell'*iter* legislativo, «l'autorità e il controllo del prestatore si riferivano al rapporto contrattuale» (76).

107. Tuttavia, a mio avviso, la mera esistenza di un rapporto contrattuale tra un prestatore di servizi e un utente è manifestamente insufficiente a rendere inapplicabile l'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31. Al fine di stabilire se l'utente agisca sotto l'autorità o il controllo del prestatore, occorre esaminare le condizioni specifiche del contratto.

108. In particolare, si deve stabilire se, in forza di tale contratto, sia instaurato un rapporto individuale tra il prestatore di servizi e *ciascuno dei suoi utenti*.

109. Ciò sembra verificarsi, «[a]d esempio, laddove il fornitore di una piattaforma online che consente ai consumatori di concludere contratti a distanza con operatori commerciali definisca il prezzo dei beni o dei servizi offerti dall'operatore commerciale». In tale ipotesi, «l'operatore commerciale potrebbe essere considerato come agente sotto l'autorità o il controllo di tale piattaforma online» (considerando 23 del regolamento sui servizi digitali).

110. Per contro, come ho indicato al paragrafo 75 delle presenti conclusioni, ciò non sembra verificarsi nel caso dell'accordo di partnership sottoscritto dalla Google e da tutti i suoi partner verificati.

4. *Articolo 14, paragrafo 1, lettere a) e b), della direttiva 2000/31*

111. Qualora si stabilisca che l'attività della Google rientra nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, essa sarà esonerata da responsabilità soltanto in presenza di una delle due condizioni enunciate alle lettere a) e b) di tale articolo.

112. La questione se una di queste condizioni sia soddisfatta in un caso concreto dipende interamente dai fatti. Si tratta, quindi, di una questione che rientra nella competenza dei giudici nazionali, fatti salvi gli orientamenti interpretativi forniti dalla Corte.

113. Per quanto riguarda la condizione di cui all'articolo 14, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2000/31, la Corte ha chiarito, in particolare, che essa non può ritenersi soddisfatta per il solo motivo che tale gestore è consapevole, in generale, del fatto che la sua piattaforma sia utilizzata anche per condividere contenuti illeciti. La Corte ha quindi concluso che l'essere «effettivamente al corrente del fatto che l'attività o l'informazione è illecita» si riferisce a informazioni e ad attività illecite concrete (77).

114. A mio avviso, nel verificare se la Google sia effettivamente al corrente di informazioni illecite concrete, il giudice del rinvio dovrebbe prestare particolare attenzione alle verifiche condotte dai revisori della Google. Infatti, nella sentenza L'Oréal e a., la Corte ha

dichiarato che un prestatore può venire a conoscenza della natura illecita di un contenuto, tra l'altro, a seguito di un esame effettuato di propria iniziativa(78). Inoltre, desidero sottolineare che, nella causa che ha dato luogo alla sentenza YouTube e Cyando, in cui siffatte verifiche non erano in discussione, risultava che la Google fosse soltanto astrattamente al corrente della messa a disposizione illecita di contenuti protetti sulla sua piattaforma.

115. Nell'ambito di una siffatta valutazione, le circostanze rilevanti includono il tipo di contenuto illecito di cui trattasi. Rilevo, a tal riguardo, che la causa che ha dato luogo alla sentenza YouTube e Cyando riguardava contenuti che violavano diritti di proprietà intellettuale. Di converso, la presente causa verte su contenuti che comprendono pubblicità di giochi d'azzardo, vietati dal diritto italiano. Tenuto conto di questo tipo specifico di contenuti illeciti, occorre altresì valutare se, esaminando, in particolare, il tema del canale, i video più recenti e i video più visti, la Google venga a conoscenza di siffatti contenuti illeciti concreti. A tal riguardo, il fatto che il canale in questione sia interamente dedicato ai giochi d'azzardo, come sottolineato dal governo italiano in udienza, può indicare che, attraverso le verifiche condotte dai suoi revisori, la Google sia venuta a conoscenza di contenuti illeciti concreti. Ciò vale a maggior ragione in quanto la Google ha elaborato orientamenti dettagliati destinati agli utenti per quanto riguarda i giochi d'azzardo e i contenuti promozionali di giochi d'azzardo. Tali orientamenti includono raccomandazioni specifiche per vari paesi, tra cui l'Italia (79). Infine, può essere opportuno verificare se i video effettivamente esaminati dai revisori nella presente causa abbiano consentito alla Google di venire a conoscenza di contenuti illeciti concreti.

116. Qualora il giudice del rinvio concluda che, per effetto delle verifiche condotte dai suoi revisori, la Google è effettivamente venuta a conoscenza di contenuti illeciti concreti, non sarà soddisfatta neppure la condizione di cui all'articolo 14, paragrafo 1, lettera b), della direttiva 2000/31. Infatti, in tale ipotesi, quando è venuta a conoscenza di contenuti illeciti (in occasione di tali verifiche), la Google non ha «agi[to] immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitarne l'accesso».

117. Pertanto, suggerisco di rispondere alla seconda questione dichiarando che l'attività di un prestatore di servizi di hosting consistente nel memorizzare contenuti di terzi con i quali ha concluso un contratto di partnership commerciale rientra nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, a patto che i termini precisi in cui tale contratto è stato negoziato e le relative clausole non siano tali da conferire al prestatore dei servizi di hosting conoscenza o controllo dei contenuti memorizzati sulla sua piattaforma. Se, attraverso le verifiche condotte dai suoi revisori, siffatto prestatore di servizi di hosting viene effettivamente a conoscenza di un contenuto illecito concreto, circostanza che spetta al giudice del rinvio verificare, le condizioni previste alle lettere a) e b) di tale disposizione non possono essere soddisfatte.

V. Conclusione

118. Alla luce delle considerazioni che precedono, suggerisco alla Corte di rispondere alle questioni pregiudiziali sollevate dal Consiglio di Stato (Italia) come segue:

1) L'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della 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»)

deve essere interpretato nel senso che l'attività di un prestatore di servizi di hosting consistente nel memorizzare video contenenti pubblicità di giochi d'azzardo rientra nell'ambito di applicazione di tale direttiva.

2) L'attività di un prestatore di servizi di hosting consistente nel memorizzare contenuti di terzi con i quali ha concluso un contratto di partnership commerciale rientra nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, a patto che i termini precisi in cui tale contratto è stato negoziato e le relative clausole non siano tali da conferire al prestatore dei servizi di hosting conoscenza o controllo dei contenuti memorizzati sulla sua piattaforma. Se, attraverso le verifiche condotte dai suoi revisori, siffatto prestatore di servizi di hosting viene effettivamente a conoscenza di un contenuto illecito concreto, circostanza che spetta al giudice del rinvio verificare, le condizioni previste alle lettere a) e b) di tale disposizione non possono essere soddisfatte.

1 Lingua originale: l'inglese.

2 Direttiva 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»; GU 2000, L 178, pag. 1).

3 Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 ottobre 1995, relativa alla tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati (GU 1995, L 281, pag. 31).

4 Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 dicembre 1997, sul trattamento dei dati personali e sulla tutela della vita privata nel settore delle telecomunicazioni (GU 1998, L 24, pag. 1).

5 V. la seguente pagina web: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=it-GB&co=GENIE.Platform%3DAndroid&sjid=14318423154464006262-EU>.

6 V. la seguente pagina web: <https://support.google.com/youtube/answer/2802032>.

7 V. la seguente pagina web: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=it-GB&co=GENIE.Platform%3DAndroid&sjid=14318423154464006262-EU>.

8 A tal riguardo, nella sua pagina web intitolata «Norme sulla monetizzazione dei canali YouTube» (https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=it-GB&ref_topic=9153642&sjid=14318423154464006262-EU), la Google chiarisce che «[q]ueste norme si applicano agli utenti che hanno aderito al Programma partner di YouTube e a quelli che vogliono presentare domanda di adesione»; v. anche: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=it-GB&co=GENIE.Platform%3DAndroid&sjid=14318423154464006262-EU>.

9 V. la seguente pagina web: https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=it-GB&ref_topic=9153642&sjid=14318423154464006262-EU.

10 Sentenza del 16 marzo 1978, Oehlschläger (104/77, EU:C:1978:69, punto 4). V. anche sentenza del 1° agosto 2025, Daka e a. (C-422/23, C-455/23, C-459/23, C-486/23 e C-493/23, EU:C:2025:592, punto 121).

11 Sentenze del 9 novembre 2023, Google Ireland e a. (C-376/22, EU:C:2023:835, punto 42) e del 30 maggio 2024, Airbnb Ireland e Amazon Services Europe (C-662/22 e C-667/22, EU:C:2024:432, punto 55). V. anche Crabit, E., «La directive sur le commerce électronique: le projet “Méditerranée”», *Revue du droit de l’Union européenne*, Vol. 4, Bruylant, Bruxelles, 2000, pagg. da 749 a 833, in particolare pag. 759.

12 V., a tal riguardo, le mie conclusioni nelle cause riunite WebGroup Czech Republic e a. (C-188/24 e C-190/24, EU:C:2025:709, paragrafi 54 e 55).

13 V., per quanto riguarda il «settore tributario», sentenza del 27 aprile 2022, Airbnb Ireland (C-674/20, EU:C:2022:303, punto 29 e giurisprudenza citata). Anche l'articolo 2, paragrafo 2, della direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, relativa ai servizi nel mercato interno (GU 2006, L 376, pag. 36), elenca talune «attività» alle quali tale direttiva non si applica. V., a tal riguardo, sentenza del 15 ottobre 2015, Grupo Itevelesa e a. (C-168/14, EU:C:2015:685, punto 45).

14 La Corte sembra utilizzare in modo intercambiabile i termini «giochi di fortuna», «giochi d'azzardo» e «scommesse e giochi». V., a tal riguardo, in particolare, sentenza dell'8 settembre 2010, Stoß e a. (C-316/07, da C-358/07 a C-360/07, C-409/07 e

C-410/07, in prosieguo: la «sentenza Stoß e a.», EU:C:2010:504, punti 77, 79, 80 e 82). Per comodità, adotterò lo stesso approccio.

[15](#) Articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 e articolo 3, lettera g), punto iii), del regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 ottobre 2022, relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che modifica la direttiva 2000/31 (regolamento sui servizi digitali) (GU 2022, L 277, pag. 1) (in prosieguo: il «regolamento sui servizi digitali»).

[16](#) Proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa a taluni aspetti giuridici del commercio elettronico nel mercato interno (COM (1998) 586 def.), pag. 30.

[17](#) L'articolo 2, paragrafo 2, lettera h), della direttiva 2006/123 prevede un'esclusione equivalente dei giochi d'azzardo dal suo ambito di applicazione. In tale contesto, nel considerando 25 di detta direttiva si afferma che «[è] opportuno escludere dal campo d'applicazione della presente direttiva i giochi con denaro, ivi comprese le lotterie e le scommesse, tenuto conto della natura specifica di tali attività che comportano da parte degli Stati membri l'attuazione di politiche di ordine pubblico e di tutela dei consumatori». V. anche, a tal riguardo, le mie conclusioni nella causa AUTOTECHNICA FLEET SERVICES (C-278/22, EU:C:2023:401, paragrafo 38, nota 11).

[18](#) Desidero sottolineare che le attività elencate all'articolo 1, paragrafo 5, lettera d), della direttiva 2000/31 sono escluse dal suo ambito di applicazione nel suo complesso, ivi compreso il principio del paese di origine di cui all'articolo 3 e ai capi II e III di tale direttiva. Tuttavia, come risulta dalla proposta di tale direttiva (v. paragrafo 30 delle presenti conclusioni), l'obiettivo principale di tale esclusione è quello di preservare la discrezionalità degli Stati membri di destinazione in relazione ad attività che non beneficiano del riconoscimento reciproco, come il gioco d'azzardo.

[19](#) Sentenza del 2 marzo 2023, Recreatieprojecten Zeeland e a. (C-695/21, EU:C:2023:144, punto 14 e giurisprudenza citata). V. anche la sentenza Stoß e a. (punto 76 e giurisprudenza citata).

[20](#) La sentenza Stoß e a. (punto 101 e giurisprudenza citata). Per quanto riguarda i divieti di pubblicità dei giochi d'azzardo imposti dagli Stati membri alle sale da gioco d'azzardo, v. sentenza del 2 marzo 2023, Recreatieprojecten Zeeland e a. (C-695/21, EU:C:2023:144).

[21](#) V., a tal riguardo, sentenza del 1º ottobre 2020, A (Pubblicità e vendita di medicinali on line) (C-649/18, EU:C:2020:764, punti 53 e 59).

[22](#) Documento di lavoro dei servizi della Commissione – Gioco d'azzardo on-line nel mercato interno – che accompagna il documento – Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni – Verso un quadro normativo europeo approfondito relativo al gioco d'azzardo on-line (SWD(2012) 345 final), pag. 17.

[23](#) Prendo atto del fatto che la Commissione, nelle sue osservazioni, sostiene implicitamente che la nozione di «host» ai sensi dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31 presuppone un'assenza di controllo del contenuto memorizzato. Tuttavia, ritengo che tale requisito sia rilevante soltanto al fine di determinare se trovi applicazione la deroga alla responsabilità prevista da tale disposizione.

[24](#) V., a tal riguardo, sentenze del 12 luglio 2011, L'Oréal e a. (C-324/09; in prosieguo: la «sentenza L'Oréal e a.», EU:C:2011:474, punti 118 e 119) e del 22 giugno 2021, YouTube e Cyando (C-682/18 e C-683/18; in prosieguo: la «sentenza YouTube e Cyando», EU:C:2021:503, punti 109 e 110). V. anche le mie conclusioni nella causa Russmedia Digital e Inform Media Press (C-492/23, EU:C:2025:68, paragrafo 53) e nelle cause riunite WebGroup Czech Republic e a. (C-188/24 e C-190/24, EU:C:2025:709, paragrafo 236).

[25](#) Risulta pacifico che tali due condizioni siano soddisfatte nel caso di specie. V., in tal senso, sentenze YouTube e Cyando (punti 103 e 104) e del 26 aprile 2022, Polonia/Parlamento e Consiglio (C-401/19, EU:C:2022:297, punto 28).

[26](#) V., a tal riguardo, Wilman, F., *The Responsibility of Online Intermediaries for Illegal User Content in the EU and the US*, Edward Elgar Publishing, 2020, pag. 35, e Wilman, F., Kaléda, S., e Loewenthal, P-J., *The EU Digital Services Act*, Oxford University Press, 2024, pagg. 52 e 53 (in commento agli articoli da 4 a 6 del regolamento sui servizi digitali; a tal riguardo, v. paragrafo 36 delle presenti conclusioni). V. anche, analogamente, conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nelle cause riunite YouTube e Cyando (C-682/18 e C-683/18, in prosieguo: le «conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nella causa YouTube e Cyando», EU:C:2020:586, paragrafi 141 e 148).

[27](#) V. Wilman, F., Kaléda, S. e Loewenthal, P-J., nota 26, op. cit., pag. 52.

[28](#) V., specificamente, sulla distinzione tra la prima e la seconda fase, Wilman, F., nota 26, op. cit., pag. 35. V. anche Van Eecke, P., «Online service providers and liability: A plea for a balanced approach», *Common Market Law Review*, Vol. 48, 2011, pagg. da 1455 a 1502, in particolare pag. 1472, il quale distingue tra «general knowledge» (conoscenza generale) e «specific knowledge» (conoscenza specifica). Per ragioni di chiarezza, nelle presenti conclusioni farò riferimento principalmente al «controllo dei contenuti» quando esaminerò la questione se la Google rientri nell'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31.

[29](#) V. paragrafo 113 delle presenti conclusioni. Ricordo, a tal riguardo, che l'articolo 14 della direttiva 2000/31 riguarda qualsiasi tipo di responsabilità, compresa la responsabilità penale.

[30](#) La seconda questione pregiudiziale sembra riguardare soltanto l'ambito di applicazione dell'articolo 14, paragrafo 1, della direttiva 2000/31, vale a dire il ruolo di intermediario del prestatore di servizi di hosting (prima fase dell'analisi). Tuttavia, al fine di fornire una risposta utile al giudice del rinvio, esaminerò anche la questione se una delle due condizioni enunciate alle lettere a) e b) di tale disposizione possa essere soddisfatta (seconda fase dell'analisi).

[31](#) V. sentenza del 23 marzo 2010, Google France e Google (da C-236/08 a C-238/08; in prosieguo: la «sentenza Google France», EU:C:2010:159, punto 112) e la sentenza L'Oréal e a. (punto 112).

[32](#) V. le sentenze Google France (punto 113) e YouTube e Cyando, (punto 105).

[33](#) V. sentenza dell'11 settembre 2014, Papasavvas (C-291/13, EU:C:2014:2209, punto 41). V. anche la sentenza YouTube e Cyando (punto 106 e giurisprudenza citata).

[34](#) Conclusioni dell'avvocato generale Jääskinen nella causa L'Oréal e a. (C-324/09, EU:C:2010:757, paragrafi da 138 a 141).

[35](#) V., in particolare, Wilman, F., nota 26, op. cit., pag. 30.

[36](#) V. la sentenza L'Oréal e a. (punto 113).

[37](#) V. la sentenza YouTube e Cyando (punto 105).

[38](#) Conclusioni dell'avvocato generale Jääskinen nella causa L'Oréal e a. (C-324/09, EU:C:2010:757, paragrafo 146).

[39](#) V., a tal riguardo, Kuczerawy, A., «Active vs. passive hosting in the EU intermediary liability regime: time for a change?», KU Leuven Centre for IT & IP Law (blog), 2018; e Riordan, J., *The Liability of Internet Intermediaries*, Oxford University Press, Oxford, 2016, pag. 404.

[40](#) V. la sentenza Google France (punto 23). I risultati naturali sono, in sostanza, i risultati visualizzati su un motore di ricerca in ordine decrescente di pertinenza a seguito di una ricerca effettuata da un utente di internet a partire da una o più parole [v. la stessa sentenza (punto 22)].

[41](#) V. la sentenza Google France (punto 118).

[42](#) V. la sentenza L'Oréal e a. (punti 28, 29 e 31). Per quanto concerne l'utilizzo, da parte della eBay, del servizio AdWords della Google per promuovere i prodotti in vendita sul suo sito internet, v. anche i suoi punti 39, 84 e 85.

[43](#) V. la sentenza L'Oréal e a. (punto 116).

[44](#) V. la sentenza YouTube e Cyando (punto 19).

[45](#) V. la sentenza YouTube e Cyando (punti 92 e 109).

[46](#) V. la sentenza L'Oréal e a. (punto 115). Per quanto riguarda la remunerazione, v. anche la sentenza Google France (punto 116).

[47](#) V. la sentenza YouTube e Cyando (punto 109).

[48](#) V. la sentenza YouTube e Cyando (punto 114).

[49](#) V. le mie conclusioni nella causa Russmedia Digital e Inform Media Press (C-492/23, EU:C:2025:68, paragrafo 53).

[50](#) V. paragrafo 17 delle presenti conclusioni.

[51](#) V. paragrafi 158 e 159 di tali conclusioni.

[52](#) V., a tal riguardo, conclusioni dell'avvocato generale Jääskinen nella causa L'Oréal e a. (C-324/09, EU:C:2010:757, paragrafo 26).

[53](#) A tal riguardo, secondo la Google, esistono circa tre milioni di partner verificati.

[54](#) Le conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nella causa YouTube e Cyando (paragrafi 160 e 162). V. anche Riordan, J., nota 39, op. cit., pag. 409.

[55](#) V. paragrafo 66 delle presenti conclusioni. V. anche le conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nella causa YouTube e Cyando (paragrafo 157).

[56](#) V., a tal riguardo, considerando 40 della direttiva 2000/31.

[57](#) Proposta di direttiva (COM (1998) 586 def.), nota 16, op. cit., pag. 3. V., anche relazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale europeo - Prima relazione in merito all'applicazione della direttiva 2000/31 (COM (2003) 702), pag. 14.

[58](#) V. considerando 9 e 46 della direttiva 2000/31. V. anche la sentenza YouTube e Cyando (punto 113).

[59](#) V. considerando 16 del regolamento sui servizi digitali. V. anche Wilman, F., Kalèda, S., e Loewenthal, P.-J., nota 26, op. cit., pag. 72, e Husovec, M., *Injunctions against Intermediaries in the European Union*, Cambridge University Press, 2017, pag. 55.

[60](#) V., relativamente all'articolo 14, paragrafo 3, della direttiva 2000/31, la sentenza YouTube e Cyando (punto 131).

[61](#) V., a tal riguardo, Stalla-Bourdillon, S., e Thorburn, R., «The scandal of intermediary: acknowledging the both/and dispensation for regulating hybrid actors», in Petkova, B. e Ojanen, T. (a cura di), *Fundamental Rights Protection Online: the Future Regulation of Intermediaries*, Edward Elgar, 2019, pag. 157.

[62](#) V. la sentenza Google France (punti 26 e 115), in cui non è stata prestata alcuna attenzione al fatto che, per quanto riguarda il servizio di posizionamento AdWords, l'ordine di visualizzazione dei link pubblicitari era determinato, in particolare, sulla base del prezzo massimo per click e della *qualità dell'annuncio come valutata dalla Google*.

[63](#) Considerando 43 della direttiva 2000/31; v. anche sentenza del 15 settembre 2016, Mc Fadden (C-484/14, EU:C:2016:689, punti da 60 a 63, e Van Eecke, P., nota 28, op. cit., pag. 1463.

[64](#) V. paragrafo 65 delle presenti conclusioni.

[65](#) V. anche, a tal riguardo, Stalla-Bourdillon, S. e Thorburn, R., nota 61, op. cit., pag. 149.

[66](#) V., al riguardo, paragrafo 59 delle presenti conclusioni, con riferimento alla sentenza Google France (punto 118). V. anche Van Eecke, P., nota 28, op. cit., pag. 1472.

[67](#) V. paragrafo 17 delle presenti conclusioni.

[68](#) V., a tal riguardo, le mie conclusioni nella causa Russmedia Digital e Inform Media Press (C-492/23, EU:C:2025:68, paragrafo 60).

[69](#) V. paragrafo 63 delle presenti conclusioni.

[70](#) V. le sentenze Google France (punto 116) e L'Oréal e a. (punto 115).

[71](#) V. la sentenza Google France (punto 25).

[72](#) V. la sentenza YouTube e Cyando (punto 96).

[73](#) Le conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nella causa YouTube e Cyando (paragrafo 142).

[74](#) V. la sentenza YouTube e Cyando (punti da 41 a 43). V. anche le conclusioni dell'avvocato generale Saugmandsgaard Øe nella causa YouTube e Cyando (paragrafo 31).

[75](#) V., a tal riguardo, la sentenza YouTube e Cyando (punto 109).

[76](#) V. Risultato dei lavori del Gruppo Questioni Economiche (Servizi della Società dell'informazione) 15-25 febbraio 1999, documento del Consiglio 6251/99 (1999), pag. 4.

[77](#) V. sentenza Youtube e Cyando (punti 111 e 112).

[78](#) V. punto 122 di tale sentenza.

[79](#) V. la seguente pagina web:
<https://support.google.com/adspolicy/answer/15132179?hl=it-GB&sjid=5810413720643412243-EU>.