

Facebook, da accogliente ritrovo di vecchi amici a luogo di «distorsione collettiva della realtà»: cosa è andato storto



In origine era un luogo piacevole, dove imperava la gentilezza (del resto si era tra amici). La rivoluzione inizia con l'arrivo di Sheryl Sandberg. Poi l'introduzione dei Like e infine il colpo di grazia: l'EdgeRank, «la formula che lo rende ancora più intrigante» e una vetrina sul mondo sempre più distorta



Riportiamo a seguire alcuni recenti articoli su diversi – a tratti inquietanti – evoluzioni nel mondo delle AI

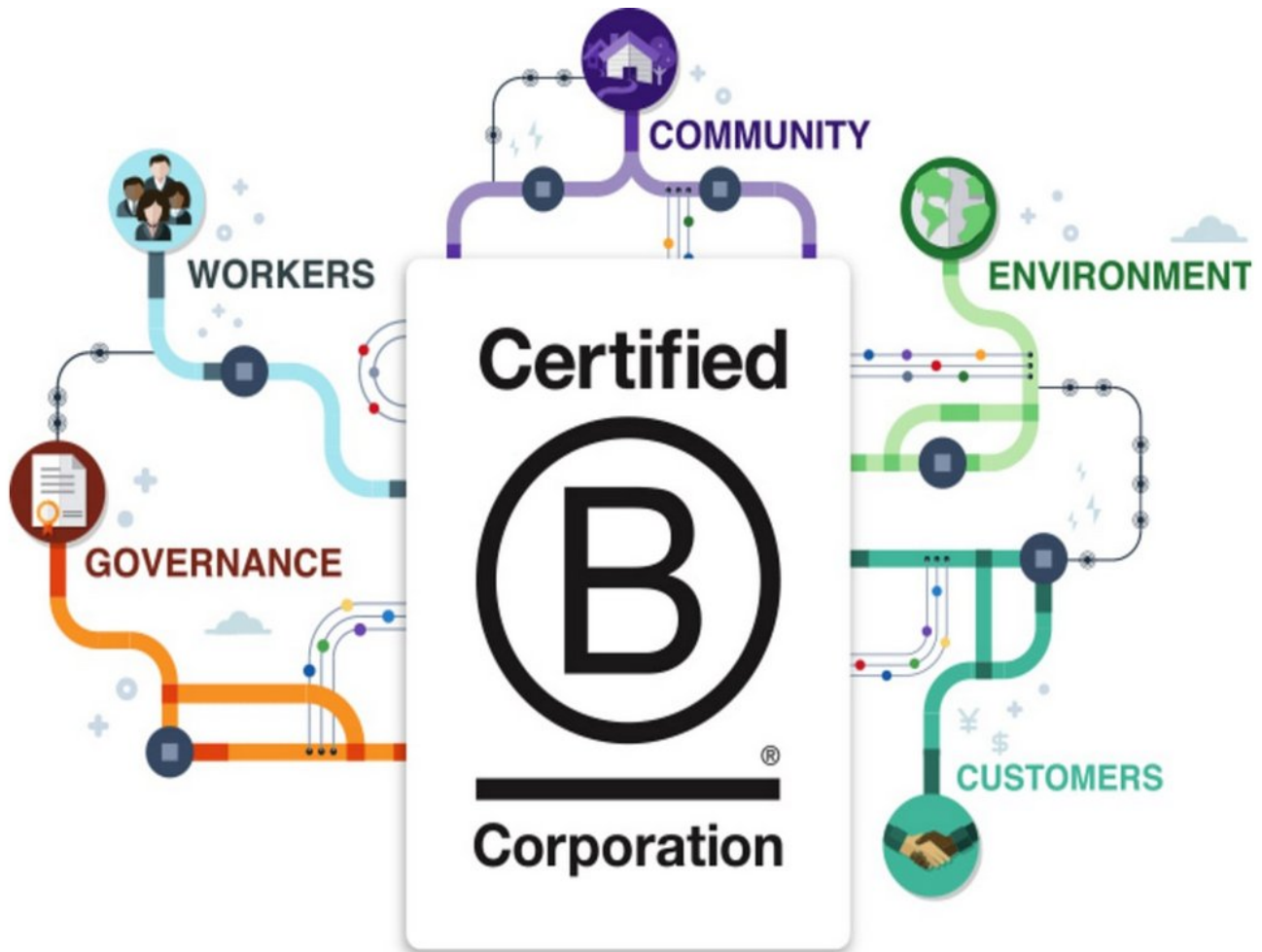
**PS12525 – Sanzione di 8
milioni al gruppo Gls per
pratiche commerciali**

scorrette



Il gruppo, attivo nel settore della spedizione, trasporto e consegna merci, ha realizzato un programma di sostenibilità ambientale in violazione delle norme a tutela di consumatori e microimprese.

BCorp: perché non dobbiamo chiamarla certificazione



Facciamo chiarezza: attraverso un esperto di Accredia, ente certificatore italiano, spieghiamo perché non è corretto considerare l'assessment BCorp una certificazione

**Etichette animate e video:
come proteggere i marchi
multimediali?**

Etichette animate e video: come proteggere i marchi multimediali?

JACOBACCI
PARTNERS

Nel mondo dinamico dei marchi e della proprietà intellettuale, l'innovazione digitale sta aprendo nuove frontiere e portando sempre più all'attenzione i marchi multimediali. Questi, sfruttando anche strumenti digitali come QR code e realtà aumentata, offrono modi innovativi per distinguere l'origine dei prodotti e dei servizi di un'impresa nel mercato. I marchi multimediali possono risultare particolarmente interessanti per la classe 33, nella quale rientrano le "bevande alcoliche", e la recente decisione della Commissione dei Ricorsi dell'EUIPO sul caso "Super Simon", conferma la possibilità e l'importanza di proteggere i contenuti multimediali tramite la loro registrazione come marchi, purché rispettino il requisito della distintività.