

— GUIDA MANAGERIALE ALL'EMERGENZA VIRUS —

*Il ministro del tesoro dà incarico all'Antitrust: ciò contribuirà a creare condizioni di parità*

# L'Australia fa pagare Google e Fb

## Codice di condotta obbligatorio per remunerare gli editori

DI ANDREA SECCHI

L'Australia segue a ruota la Francia: il ministro del tesoro del paese ha chiesto all'Antitrust di scrivere un codice di condotta con il quale obbligare Google e Facebook a pagare gli editori per l'utilizzo dei loro articoli. La proposta di codice dovrà essere pronta entro luglio per essere adottata subito dopo. Un'accelerazione rispetto al lavoro fatto fin qui dall'Accc, l'Australian competition and consumer commission, che dalla fine dello scorso anno aveva avuto l'incarico di scrivere un codice ma al tempo di tipo volontario, ottenuto attraverso una negoziazione con le piattaforme online entro novembre di quest'anno. Nel momento in cui l'Accc ha fatto sapere al governo che era improbabile che si arrivasse a un'intesa, il tesoriere **Josh Frydenberg** ha scelto la via più drastica.

«È giusto che coloro che generano contenuti vengano



**Josh Frydenberg**

pagati per questo», ha detto Frydenberg. «Ciò contribuirà a creare level playing field (condizioni di parità, ndr)».

Il primo tentativo era nato dopo l'istruttoria dell'Accc sulle piattaforme digitali che si è conclusa lo scorso dicembre. Secondo il documento finale, gli ott citati avevano raggiunto una quota di mercato della pubblicità online enorme rispetto agli altri player: per ogni 100 dollari

sugli algoritmi che guidano il posizionamento di notizie e risultati nelle ricerche, per evitare discriminazioni, oltre alla necessità di una condivisione di dati sui contenuti visualizzati dagli utenti.

Come detto, i tentativi di stilare un codice di condotta basato sulla buona fede dei partecipanti non hanno però portato frutti in questi mesi ed ecco la decisione che sia l'Antitrust a stilare un regolamento obbligatorio attraverso sanzioni e contemporaneamente definendo il tipo dei contenuti da includere nelle misure. Destinatari del codice non saranno soltanto Google e Facebook, ma in generale le piattaforme che utilizzano contenuti media, Instagram e Twitter compresi.

«Le piattaforme digitali hanno radicalmente cambiato il modo in cui i contenuti media vengono prodotti, distribuiti e consumati», ha affermato il ministro delle comunicazioni **Paul Fletcher**. «Le piattaforme digitali devono fare di più per migliorare la trasparenza

delle loro attività per i fornitori di contenuti di news in quanto hanno un impatto significativo sulla capacità di questi ultimi di costruire e mantenere audience e ricavare risorse da ciò che producono».

Facebook è rimasto «deluso» dall'annuncio del governo, ha fatto sapere il managing director Australia e Nuova Zelanda **Will Easton**: il social network ha investito «milioni di dollari» per sostenere gli editori attraverso accordi sui contenuti, partnership e formazione.

Un portavoce di Google ha invece dichiarato in un comunicato che la società ha lavorato da febbraio con più di 25 editori australiani per inserire un codice di condotta volontario secondo la tempistica dell'Accc. «Abbiamo cercato di lavorare in modo costruttivo con l'industria, l'Accc e il governo per sviluppare un codice di condotta, e continueremo a farlo nel processo rivisto definito oggi dal governo».