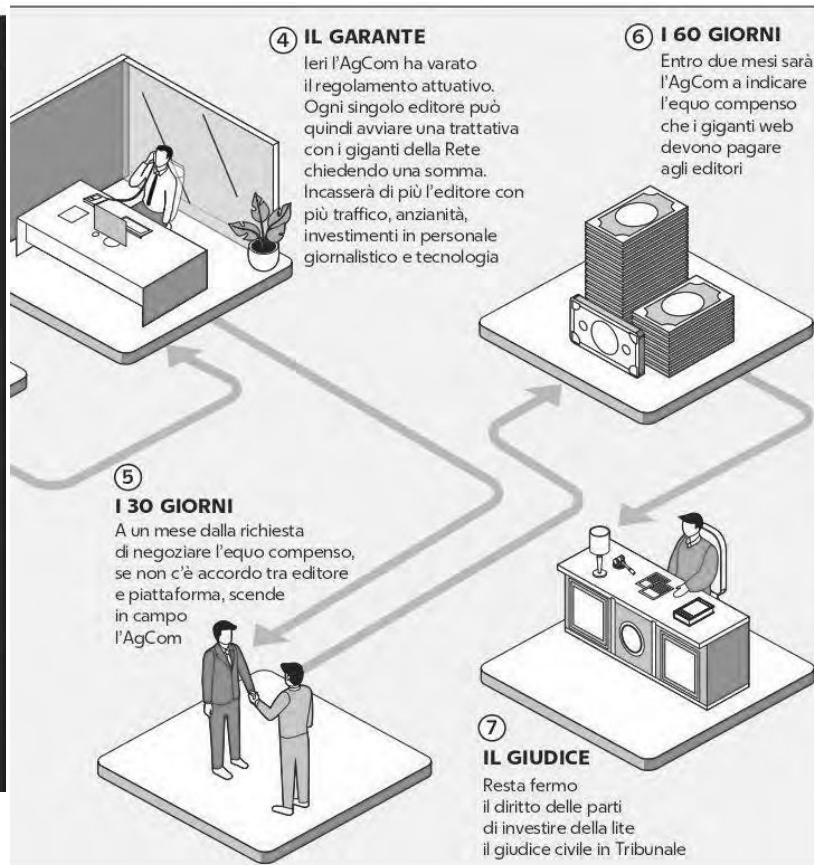


Editoria

L'AgCom obbliga i giganti del web a pagare per le notizie



con servizi di Fontanarosa e Mastrolilli alle pagine 26 e 27



◀ **Authority**
Il via libera al regolamento da parte di AgCom apre alla trattativa tra editori e i giganti di Internet

APPROVATO IL REGOLAMENTO SULL'EQUO COMPENSO

La svolta dell'Autorità “I giganti del web paghino per le notizie”

Le piattaforme dovranno accordarsi con gli editori e versare fino al 70% dei ricavi ottenuti veicolando i loro contenuti. La Fieg: “Ora un ribilanciamento più equo”

di Aldo Fontanarosa

li producono. Non saranno più ap-

pannaggio esclusivo dei colossi del web come funziona invece og-

ROMA - Le aziende editoriali italiane avranno un compenso equo e proporzionato per i contenuti giornalistici che i giganti di Internet diffondono in Rete. Le inserzioni pubblicitarie - visibili in Internet e inserite dentro questi contenuti - garantiranno dei ricavi anche agli editori e ai giornalisti che

gi, con evidente paradosso.

L'economia delle reti

A oltre tre anni dal varo della direttiva Ue sul diritto d'autore, l'Autorità per le Comunicazioni (l'AgCom) dà via libera al regolamento che applicherà le norme comunitarie in Italia. Nel nuovo scenario, gli editori sperano di uscire dalle sabbie mobili che li hanno imprigionati nei 25 anni di sviluppo caotico dell'economia delle reti.

Grazie al regolamento dell'AgCom - voto contrario della sola commissaria Elisa Giomi - gli editori e i giornalisti potranno bussare al portone dorato di Google (Alphabet), Facebook (Meta) e delle altre piattaforme digitali. Obiettivo: iniziare una trattativa sull'equo compenso. A un mese dalla richiesta di trattare, in caso di mancato accordo, una delle due parti potrà chiamare in causa proprio l'Autorità. Entro i successivi 60 giorni, l'Autorità deciderà quale cifra economica - di quelle indicate dalle due parti - rispetta i criteri stabiliti dal regolamento. Se l'Autorità considererà sbilanciate entrambe le cifre, prenderà il pallino in mano. In sostanza, sarà l'Autorità stessa a individuare l'importo che giudica equilibrato e corretto.

I criteri

L'Autorità stabilisce che l'editore incasserà fino al 70% della pubblicità che si materializza in Rete per merito dei suoi contenuti di pregio. Sono le inchieste giornalistiche, le foto spesso inedite, le fotogallery, i video, i reportage, i podcast originali. Alcuni editori - i più attrezzati - si avvicineranno alla cifra top del 70%, e potranno finanche raggiungerla. Gli editori emergenti prenderanno di meno. Per stilare la classifica degli editori più o meno premiati, l'Autorità utilizzerà dei criteri oggettivi. Guarderà alle visualizzazioni che le pubblicazioni digitali ottengono; alla rilevanza dell'editore sul mercato (in termini di audience online); al numero dei giornalisti dipendenti. E ancora: peseranno gli investimenti tecnologici e infrastrutturali dell'editore e la sua adesione a standard internazionali in

materia di qualità dell'informazione. La capacità di fare argine alle bufale, alla disinformazione, alle fake news: anche questo sarà valutato. Ultimo criterio: l'anzianità che l'editore e le sue testate vantano sul mercato.

Tempi certi

Dice Andrea Riffeser Monti, presidente degli editori di giornali della Fieg: «In un contesto procedurale con tempi e modalità certe, sarà finalmente possibile, anche nell'e-

cosistema digitale, concludere negoziati eque, garantendo il dovuto riequilibrio nella distribuzione del valore del prodotto». Questo, «senza pregiudicare la libera espressione degli utenti web».

Prosegue Riffeser Monti: «Bisogna dare atto dell'impegno del governo e del Parlamento - e della indipendenza dell'Autorità - nel raggiungimento di questo traguardo fondamentale per il futuro dell'informazione e la sua sostenibilità. L'auspicio è che si apra ora una fa-

se di confronto costruttivo tra tutte le parti, per un riequilibrio dell'intero sistema digitale». Ecco Raffaele Lorusso, segretario del sindacato dei giornalisti: «Come Fnsi definiremo con gli editori della Fieg il regolamento per la redistribuzione dei proventi anche in favore dei giornalisti, come previsto dal Contratto di lavoro».

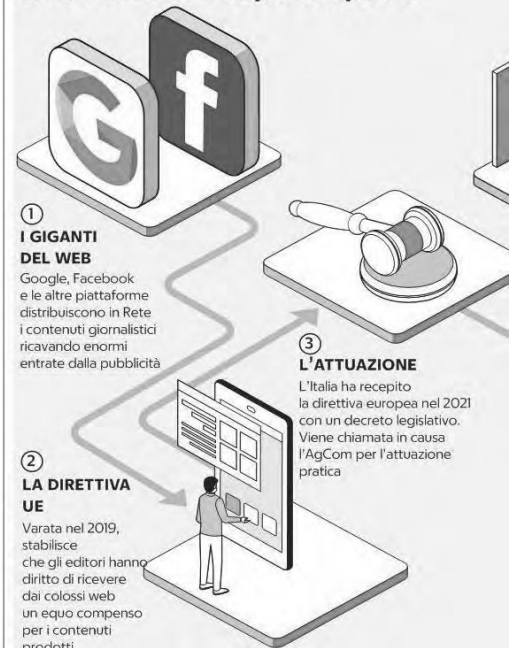
Il voto contrario

Elisa Giomi, commissaria dell'AgCom, vota contro il regolamento perché la sua rigidità - spiega - ostacolerà le trattative invece di facilitarle: «Il regolamento - aggiunge - non tutela gli editori». Che cosa accadrà, si chiede ad esempio la Giomi, se le piattaforme utilizzeranno i contenuti giornalistici senza pubblicità? Di colpo «i guadagni degli editori si azzererebbero». Le norme AgCom infine sarebbero inique per le piattaforme, «gravate da oneri sproporzionati», bersaglio «di una tassa arbitraria applicata ai ricavi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



Come funzionerà l'equo compenso



I numeri
Multa in Francia

500

L'ammenda
L'Autorità Antitrust francese ha sanzionato Google, che si è rifiutata di negoziare in buona fede con gli editori un equo compenso. La multa, a luglio del 2021, è stata bollata da Google come "ingiusta"

300

Gli accordi
A maggio 2022, Google ha indicato in 300 gli accordi in essere con editori europei, compensati per i contenuti giornalistici veicolati dalla piattaforma digitale. Oltre 220 di questi accordi sono stati raggiunti con editori tedeschi, tra cui Die Zeit, Der Spiegel e Frankfurter Allgemeine Zeitung