

Accordi più stabili tra editori e colossi web

di Marco Mele

«**O**ccorrono accordi contrattuali, non solo occasionali, tra editori e colossi del Web, che definiscano i reciproci rapporti. Lo Stato deve intervenire se questo tipo di contratto non si riesce a realizzare». Giovanni Pitruzzella, presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, nel suo intervento al convegno «L'editoria nell'era digitale», sottolinea i limiti degli accordi intervenuti in Francia e in Germania tra editori e Google: «Sono interventi una tantum ma non sono una soluzione strutturale».

Il dibattito, introdotto dal giornalista Emilio Carelli, «oggi i diritti sono a rischio: occorre una nuova alleanza tra editori e giornalisti e un nuovo patto tra giornalisti e società», è stato aperto da un intervento di Maurizio Costa, presidente della Fieg. L'occasione è stata la presentazione del libro di Ruben Razzante, *Informazione: istruzioni per l'uso. Notizie, Rete e tutela della persona*. «Vi sono diversi segnali positivi rispetto ad un anno fa - sottolinea Razzante: penso al congresso della Fnsi di Chianciano, con la sintonia tra editori e giornalisti sulla tutela del diritto d'autore del prodotto giornalistico, sfruttato commercialmente da soggetti terzi».

Antonello Soro, presidente dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali, sottolinea come «la pubblicità non sia più il rubinetto del mercato, che si gioca ormai sul valore dei dati, con dei nuovi attori, i monopolisti della Rete. La loro attività principale è la profilazione, con milioni di dati che convergono verso grandi server. Da questi profili si ricava una pubblicità personalizzata, vicina ai desideri individuali. Vi sono sempre meno intermediari tra produzione e consumo: è un altro mondo, dove vi sono pochi "padroni" dei dati». Non si condizionano così solo i consumi, secondo Soro, ma tutte le scelte e quindi la stessa democrazia. «L'Europa sta reagendo, in ritardo, ad esempio con la ri-

soluzione del Parlamento europeo che chiede di separare il motore di ricerca dalle altre attività di Google. Mentre il resto del mondo è distratto, ma, attenzione: a breve potrebbero arrivare dei colossi dall'Oriente alla conquista dei nostri dati personali, in una nuova competizione» aggiunge il presidente della privacy.

L'Italia deve però accelerare sulla strada dell'innovazione: «Diciotto milioni di italiani - sottolinea Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente dell'Upa (Utenti Pubblicità Associati) - non si collegano a Internet, anche se il 40% ha uno smartphone. La penetrazione del Web è al 58% contro l'83% della Francia e l'84% della Germania. E solo il 4% delle piccole e medie imprese vende online contro una media europea

ACCESSI DEBOLI E LEGGI

Pitruzzella (Antitrust): «Trovare un punto di equilibrio tra interessi e diritti». Sassoli de Bianchi (Upa): «L'Italia poco connessa, un Medioevo digitale»

del 15 per cento. E i cittadini italiani che acquistano sul Web sono il 17% contro una media europea del 45 per cento. Siamo al Medioevo digitale».

Il presidente dell'Upa propone di inserire nella Carta Costituzionale «un articolo 21-bis sul diritto di accesso alla banda larga», citando Razzante. L'autore precisa che tale diritto può, più semplicemente, essere sancito con una legge ordinaria. Si tratta, in altre parole, di trovare quel «punto di equilibrio tra interessi e diritti» auspicato da Pitruzzella, per il quale un esempio sono «le piattaforme di intermediazione commerciale, come quelle sulla prenotazione degli alberghi, basate su un potere di mercato differente tra l'albergatore e la piattaforma. È quest'ultima - continua il presidente dell'Antitrust - che detta le condizioni contrattuali».