



Editori francesi contro Google, ma Big G vince la battaglia del copyright

Descrizione

Inizia l'effetto boomerang della direttiva europea sul copyright approvata nella primavera scorsa dal Parlamento europeo con un accordo trasversale e il plauso di buona parte dell'editoria italiana.

Il [provvedimento](#) europeo, infatti, contiene l'articolo 15 che consente ai produttori di contenuti di negoziare un compenso da parte delle piattaforme digitali che acquisiscono i link dei contenuti stessi: insomma, una tassa sul link.

Una direttiva, quella della UE, che ogni Paese deve adottare nella sua legislazione. E da piÃ¹ parti in Italia si Ã¨ giÃ chiesto al Parlamento di avviare la discussione.

Peccato che la prima doccia fredda arrivi dalla Francia. Il 29 ottobre, sul blog di Google.fr, Ã¨ apparsa una nota. Tra la promozione di un controllore vocale e le iniziative a sostegno delle testate: ecco la notizia.

The Big G Oltralpe [ricorda](#) agli utenti che quando appaiono i risultati delle nostre ricerche, Google offre i link, alcune frasi chiave dei contenuti giornalistici e la foto che caratterizza l'articolo. Una volta che la legge francese entrerÃ in vigore, dice Google, se gli editori chiederanno un corrispettivo per far apparire i loro link, Google, essendo contraria al provvedimento Made in France (in linea con la decisione UE), oscurerÃ i contenuti di quegli editori.

Una scelta che la societÃ giustifica, ricordando il loro modello di business, insomma, sottolineando che Google non richiede soldi agli editori per ospitare i loro contenuti, anzi, attraverso il motore di ricerca si garantisce un traffico enorme alle testate informative. Senza contare che molti editori, inoltre, beneficiano dei bandi che Google mette a disposizione per premiare i progetti innovativi rivolti al giornalismo digitale.

Insomma, un aspetto ampiamente sottolineato nel dibattito precedente all'approvazione della direttiva UE, si Ã¨ puntualmente verificato e non tarderÃ a ripetersi. Le piattaforme digitali non avrebbero mai accettato la compartecipazione dei ricavi con i produttori di contenuti.

D'altra parte, giÃ in Spagna tra il 2014 e il 2015 il braccio di ferro tra Google e gli editori spagnoli

era andato a favore del colosso di Mountain View, che aveva minacciato di rinunciare al servizio di Google News pur di non cedere alla richiesta del contributo sui link. Idem in Germania, l'editore Alex Springer aveva fatto marcia indietro sull'idea di non concedere ai motori di ricerca l'accesso ai suoi link.

È proprio il meccanismo che non sta in piedi. Se il modello di business si basa sulla diffusione non si può rinunciare al primo (o secondo) flusso di traffico. È come se il Signore che governa un territorio dicesse: «Lo so che nella mia Contea ci sono dei ladri», ma poi chiedesse loro una percentuale sulla refurtiva per rimpinguare le proprie casse.

CATEGORY

1. Innovazioni
2. test

Categoria

1. Innovazioni
2. test

Data di creazione

13/11/2019

Autore

cappai

default watermark