

Nuovo fronte tra editori e colossi del web

Si rischia una concentrazione delle informazioni a vantaggio dei browser

di **Andrea Biondi**

«**F**iducia, riservatezza e informazione: la necessità di riconsiderare le proposte sull'ePrivacy». Si intitola così la lettera aperta che ha come mittenti i principali editori europei e come destinatari Parlamento e Consiglio Europeo. Alla base c'è la richiesta di intervenire, modificandola, la proposta di regolamento sulla protezione dei dati personali nelle comunicazioni elettroniche. Presentata dalla Commissione europea lo scorso 10 gennaio, dovrebbe sostituire la direttiva 2002/85/CE. Il tutto con l'intento di rafforzare la tutela dei dati personali nello spazio giuridico europeo.

Stando ai programmi dovrebbe entrare in vigore nel 2018 questo regolamento sull'ePrivacy, ma che alla fine, secondo i firmatari della lettera, metterebbe gli editori in una posizione di debolezza proprio nei confronti dei colossi del web, vale a dire quei soggetti contro cui si concentrano spesso le critiche più aspre

quando si parla di questi temi.

Sembra un paradosso, eppure è così, con un diavolo che si nasconde nei dettagli, almeno a giudicare dalla posizione di editori fra i quali Financial Times, Group Le Monde, Group Figaro, Frankfurter Allgemeine, Gruppo 24 Ore, Gedi (ex Gruppo Espresso) e molti altri.

In estrema sintesi il nodo della questione che ha spinto all'allarme i firmatari di questa lettera aperta sta nell'articolo 10 della direttiva, con le proposte riguardanti la disciplina del consenso al tracciamento dei dati. Qui si stabilisce che l'utente non sarà più tenuto a dare il proprio consenso per ogni sito che visiterà (come accade oggi) ma potrà rilasciarlo preventivamente, e in modo "globale", al momento dell'installazione del web browser utilizzato. «Tenuto conto - si legge nella comunicazione degli editori alla Ue - che in Europa il 90 per cento dell'accesso a Internet è nelle mani di quattro aziende appena (Google, Apple, Microsoft e Mozilla), l'attenzione riposta sull'ottenimento del permesso degli utenti tra-

mite l'interfaccia browser in teoria potrebbe esasperare l'asimmetria di potere fra i singoli editori e questi portali digitali globali».

Insomma questa previsione avvantaggerebbe fortemente le piattaforme dotate di un sistema di login con conseguente rilascio del consenso al tracciamento dei dati, in quanto permetterebbe loro di superare più facilmente l'eventuale blocco impostato dall'utente in fase di settaggio del browser. In questo quadro le piattaforme, secondo le valutazioni degli editori, potranno così continuare a fruire (e anzi incrementeranno la possibilità di disporre) di informazioni dettagliate su abitudini e scelte di chi naviga in Internet, a discapito delle imprese editoriali, che non avranno più modo di accedere a tali informazioni, di grande valore commerciale.

«Le organizzazioni del mondo dell'informazione utilizzano anche le informazioni prodotte dai lettori per migliorare i loro prodotti e i loro servizi con l'offerta ai lettori di un giornalismo che sia di loro interesse e in-

serendo inserzioni pubblicitarie tabellari digitali che siano importanti per i lettori», si legge nella lettera alla Ue. In cui si aggiunge: «Mentre il memorandum esplicativo che accompagna le proposte sull'ePrivacy non vieta espressamente agli editori di comunicare con i lettori al fine di ottenere il loro consenso per l'uso di cookie di parti terze, in pratica gli editori temono che sarà assai difficile riuscire a persuadere i lettori a modificare le impostazioni dei loro browser per autorizzare i cookie di parti terze». Insomma, «le attuali proposte relative all'ePrivacy porteranno alla concentrazione delle informazioni personali sugli utenti europei del digitale nelle mani di un numero ristretto di società globali, e in conseguenza di ciò i cittadini digitali diventeranno meno tutelati».

Insomma ci sarebbero «maggiori complessità per i singoli editori», ma anche «una presa maggiore sulle informazioni personali degli utenti europei» offerta «a poche società globali».