

“Gli editori investono nel digitale ma il gigante sfugge al confronto

Costa (Fnsi): è poco trasparente, rispetti il **diritto d'autore**

Intervista

TORINO

Google si nasconde dietro una foglia di fico sostenendo di non fare ricavi con Google News: c'è un uso commerciale evidente di contenuti altrui»: **Maurizio Costa**, presidente della Fieg, la federazione degli editori italiani, non usa giri di parole nel commentare la vicenda spagnola. E allarga il campo a una gamma di altri problemi su cui chiede un confronto alla società. «A Google si dicono “dispiaciuti” di chiudere il servizio in Spagna, ribadiscono di voler solo “aiutare” l'editoria: ma gli editori non vogliono essere aiutati, chiedono il rispetto di un principio basilare». **Qual è il principio?**

«Il **diritto d'autore** è un diritto che gli editori esigono venga riconosciuto in tutti i paesi. Lasciamo perdere la forma che possono prendere le iniziative. La sostanza è che gli editori investono risorse per produrre contenuti e questi vanno riconosciuti e tutelati».

Così non vi esponete all'accusa di comportarvi in modo conservatore rispetto ai nuovi scenari digitali?

«No, è vero il contrario. Gli editori sono convinti che il digitale è il futuro, stanno investendo in questo campo. Stiamo lavorando alla modernizzazione del sistema, ma chiediamo che questo avvenga seguendo le regole e con trasparenza».

Google non è trasparente?

«Internet è il territorio della trasparenza. Ma Google in questo ambito si muove con grande opacità. Non dichiara come funziona l'algoritmo. Suscita interrogativi sulla privacy. Non riconosce il **diritto d'autore**. Sulla raccolta pubblicitaria non si sa quanto fattura: in Italia stime mai smentite parlano di un miliardo di euro. In Europa hanno una quota di mercato del 90% sui motori di ricerca che ha appena spinto anche il Parlamento Europeo a chiedere di separare il motore di ricerca dai servizi commerciali».

L'indice puntato su Google non fa perdere di vista la crescita, anche sul fronte della ricerca, di realtà come Amazon o Facebook?

«Il discorso vale per tutti gli “over the top”. Ci sono altri player, ma non di queste dimensioni. E la ricerca è usata a fini commerciali, quindi va regolamentata. È fondamentale una posizione comune europea».

Per ora si va molto in ordine sparso. Quale soluzione auspicate per l'Italia: la spagnola, la tedesca o altro?

«Sicuramente non quella francese. La forma si può discutere, se è chiara la sostanza. Come **Fieg** siamo pronti al confronto. Governo e Parlamento sono sensibili e auspichiamo si avvii un “Digital Act”. Chi sfugge al confronto finora è Google».

Se ci saranno interventi legislativi che portino soldi di Google nelle casse italiane, come dovrebbero essere usati?

«Non chiediamo un euro per gli editori. Vogliamo che i fondi siano destinati alla modernizzazione delle infrastrutture digitali, al wi-fi. Poi noi ce la giocheremo sul mercato». [M.BAR.]



Manager
Maurizio Costa, ex ad Mondadori, è presidente della Federazione degli editori dal primo luglio del 2014

