

IL Digital Markets Act

Internet per tutti, giro di vite Ue sui colossi del web

POLITICA

08_09_2023



**Ruben
Razzante**



Si è parlato per anni di giungla del web, intendendo con questa espressione la mancanza di norme su internet e la tendenza dei colossi della Rete a fare il bello e il cattivo tempo, assumendo posizioni dominanti. Da tempo, però, l'Unione europea

sembra voler invertire la rotta. A quanto pare, a Bruxelles fanno sul serio già da diversi anni nell'emanazione di normative e nell'assunzione di decisioni volte a ridimensionare lo strapotere delle grandi piattaforme e a introdurre regole di mercato in grado di garantire lo sviluppo dell'economia digitale salvaguardando i diritti di tutti i cittadini-utenti e di tutte le imprese. Quanto meno stanno tentando di porre un argine allo strapotere dei giganti del digitale. I principi guida che sembrano ispirare la strategia Ue sono la libera concorrenza sul mercato dei servizi digitali e le azioni di contrasto dei reati online.

La Commissione europea, per meglio controllare lo sviluppo di Internet, ha pubblicato nelle scorse ore la lista delle piattaforme che dovranno rispettare alcune nuove regole per garantire il libero mercato nell'ambito del *Digital Markets Act* (DMA). Le sei aziende finite nel mirino di Bruxelles sono: Alphabet (Google), Amazon, Apple, ByteDance (TikTok), Meta (Facebook) e Microsoft. I gruppi operano in otto settori: le reti social (TikTok, Facebook, Instagram e LinkedIn), la condivisione di video (YouTube), il mondo pubblicitario (Google, Amazon, Meta) i servizi di intermediazione (Google Maps, Google Play, Google Shopping, Amazon Marketplace, App Store, Meta Marketplace), la comunicazione (WhatsApp e Messenger), i sistemi operativi (Google Android, iOS, Windows PC OS), i programmi di navigazione (Chrome e Safari) ed i motori di ricerca (Google Search).

Questi colossi, di cui ben cinque sono americani, sono stati individuati come gatekeeper seguendo due criteri: presentano una capitalizzazione di mercato di almeno 75 miliardi di euro ed un parco utenti a livello mensile di almeno 45 milioni di persone. Le aziende avranno sei mesi per adeguarsi alle nuove norme e, per esempio, non potranno più privilegiare i propri servizi ai danni di quelli offerti dalla concorrenza. Nel caso di non rispetto delle nuove regole, Bruxelles comminerà multe pari fino al 10% del giro d'affari annuo dei colossi.

L'Unione europea diventa quindi la prima giurisdizione al mondo ad intervenire in modo così ampio nella regolamentazione dello sviluppo di Internet. Il DMA, definito dalla presidenza francese del Consiglio Europeo «un testo innovativo per garantire una concorrenza leale nei mercati digitali», è stato approvato dal Parlamento europeo il 5 luglio 2022.

Riavvolgiamo il nastro per ricordare la genesi e le ragioni ispiratrici di questa importante novità legislativa. La prima bozza di questo regolamento risale al 2020, quando da alcune valutazioni della Commissione europea emergeva come le posizioni occupate da poche grandi piattaforme causino non solo una debole contendibilità dei

mercati delle piattaforme, ma anche pratiche commerciali sleali, che minano i principi della libera concorrenza ed arrecano danno agli utenti. Venne allora redatto il regolamento, con l'obiettivo di: porre un freno agli abusi di mercato delle grandi piattaforme digitali, creando uno spazio economico più equo per le imprese europee; stimolare la concorrenza e l'innovazione all'interno dei mercati digitali; garantire l'assenza di barriere di ingresso di tutti i servizi online; avviare presupposti competitivi ed equi per chi opera nei settori informatico e tecnologico; offrire maggiore possibilità di scelta ai cittadini europei.

Il DMA colma un vuoto normativo, configurandosi come uno strumento che regola condotte e obblighi per le imprese prima che l'abuso avvenga. In questo modo si passa da un controllo *ex post* del rispetto delle regole antitrust ad un approccio *ex ante*, più in linea con i ritmi dello sviluppo del mercato digitale. In caso di violazione delle norme, il DMA prevede sanzioni fino al 10% del fatturato dell'azienda e al 20% in caso di recidiva.

Tra i vantaggi più importanti previsti con l'entrata in vigore del DMA figurano una maggiore trasparenza sul funzionamento del mercato digitale e delle piattaforme, una radicale riduzione dei tempi di intervento delle autorità, una più equa gestione delle pubblicità, una maggiore libertà di scelta e costi più concorrenziali per gli utenti. In questi giorni la Commissione europea ha fatto un passo in più, inserendo alcune nuove regole per le piattaforme online, con lo scopo di mettere in discussione «il potere economico dei colossi del settore, offrendo più scelta ai consumatori e creando opportunità per le piccole società innovative».

Tuttavia, il DMA non è l'unico strumento che sta modificando il web. Il regolamento, infatti, rientra nel *Digital Services Package*, un accordo storico «in termini sia di rapidità che di sostanza» che comprende anche il *Digital Services Act* (DSA).

Mentre il DMA tratta il tema della libera concorrenza, il DSA, che da qualche giorno è vincolante per le big tech e dal prossimo febbraio lo sarà per tutti, vuole regolamentare i contenuti che circolano in rete. Nello specifico, ha l'obiettivo di: istituire un quadro normativo chiaro, efficace e di immediata applicazione nell'ambito della trasparenza e della responsabilità delle piattaforme online; favorire una migliore vigilanza sulle piattaforme; contrastare la diffusione di contenuti illegali, la manipolazione delle informazioni e soprattutto la disinformazione online; proteggere i diritti dei consumatori, garantendo loro maggiore sicurezza.

L'obiettivo a lungo termine è quindi quello di creare un ambiente digitale sicuro e affidabile, che tuteli in modo concreto i diritti dei consumatori e allo stesso tempo aiuti

l'innovazione e la competitività.

Sono dunque tempi duri per le piattaforme, che stanno vivendo un assottigliamento dei margini di profitto e dei livelli occupazionali e si sentono un po' braccate dai legislatori di tutto il mondo. Sembra scoccata l'ora di un salutare riequilibrio della filiera di produzione e distribuzione dei contenuti e potrebbe aprirsi una nuova era per l'economia digitale, contrassegnata da una maggiore responsabilizzazione delle multinazionali del web e da una reale centralità di cittadini e imprese nei processi di trasformazione tecnologica.