

EMMA ed ENPA sostengono la legittimità dei modelli binari “Consent or Pay” da parte della stampa

La sostenibilità finanziaria dei media professionali europei, condizione indispensabile per il loro ruolo democratico, è sempre più sotto pressione. Ciò è ancora più preoccupante se si considera l'attuale periodo di tensioni geopolitiche e di manipolazione dell'informazione. Il settore della stampa è minacciato su più fronti, tra cui il controllo dei canali di distribuzione digitale e dei mercati pubblicitari da parte di pochi gatekeeper digitali, il calo delle vendite della stampa cartacea e lo sfruttamento e la concorrenza sleale da parte delle aziende di IA.

In questo contesto, tutte le entrate diventano cruciali per il successo della transizione della stampa verso modelli di business in gran parte o interamente digitali. A questo proposito, le entrate digitali provenienti sia dagli abbonamenti che dalla pubblicità sono indispensabili, e lo sviluppo di modelli "Consent or Pay" conformi al GDPR, in cui i lettori possono scegliere se contribuire al finanziamento dei contenuti editoriali con il loro consenso alla pubblicità personalizzata o attraverso un pagamento, acquista sempre più valore in tutta l'UE.

EMMA ed ENPA esprimono preoccupazione per la consultazione pubblica del Garante Privacy su "Consent or Pay". In primo luogo, la consultazione sembra basarsi su un pregiudizio negativo verso tale modello - il che è incomprensibile, considerando che i modelli "Consent or Pay" sono stati confermati conformi al GDPR in molti Stati Membri dalle rispettive Autorità per la protezione dei dati e dai tribunali, nonché dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea.

In altre parole, qualsiasi divieto o restrizione in Italia sarebbe in contrasto con la decisione della Corte di Giustizia nella causa C 252/21 e con la valutazione giuridica di altri Stati membri che hanno confermato la legittimità del "Consent or Pay" ai sensi del GDPR se determinate condizioni sono soddisfatte. Una decisione contraria a questo modello potrebbe costituire un pericoloso precedente nel mettere in discussione le conclusioni della Corte di Giustizia, anche alla luce della riflessione in corso a livello europeo. Se gli editori che hanno implementato con successo i modelli "Consent or Pay", confermati conformi al GDPR, si trovasse improvvisamente di fronte a un divieto nonostante la sentenza della Corte di Giustizia, ciò sarebbe problematico e creerebbe una significativa incertezza giuridica ed economica. Inoltre, vietare tali modelli in Italia distorcerebbe la concorrenza, dal momento che i modelli "Consent or Pay" binari sono permessi in altri Stati Membri, con conseguente mancanza di armonizzazione e discrepanze legali.

In particolare, un divieto di questo modello in Italia potrebbe portare le testate giornalistiche italiane ad avere meno vie di finanziamento legittime rispetto alle loro controparti in altri Stati Membri, o a spingerle a offrire i loro prodotti ai lettori italiani solo a pagamento. Concretamente, un lettore in Italia dovrebbe pagare per accedere agli stessi contenuti che un lettore in Spagna o Germania può leggere gratuitamente. Questi problemi di finanziamento e di concorrenza non si limiterebbero alle pubblicazioni giornalistiche: poiché questo modello è utilizzato da una serie di servizi online in vari campi, tra cui previsioni meteo, comunicazioni via e-mail, social media, eccetera, i consumatori italiani potrebbero essere costretti a pagare un corrispettivo per servizi a

cui i consumatori di altri Stati membri possono accedere senza costi monetari grazie ai modelli "Consent or Pay".

Infatti, questo modello consente ai lettori di accedere all'informazione professionale a prescindere dalla loro situazione economica, rimanendo allo stesso tempo sostenibile per le aziende del settore. I media professionali hanno costi di produzione elevati, quindi non è possibile offrire contenuti gratuitamente o sotto il valore di mercato. Giornali e riviste sono aziende economiche, quindi chiedere agli utenti di pagare per i contenuti, sia tramite un abbonamento o il loro consenso, è una vendita legittima, proprio come nel mondo offline, dove i lettori non possono prendere un giornale da un'edicola senza pagare. Pertanto, qualsiasi restrizione ai modelli "Consent or Pay", compreso il loro divieto o l'imposizione di una "terza alternativa" senza pagamenti né pubblicità personalizzata, potrebbe costringere gli editori a spostare i loro contenuti dietro un paywall, rischiando di precludere l'accesso all'informazione professionale. Con "Consent or Pay" questo rischio non sussiste, in quanto i cittadini possono accedere ai contenuti senza alcun costo monetario attraverso l'opzione "Consent" e possono spostarsi su un altro media se non desiderano acconsentire. La libera scelta dei lettori è resa possibile dal pluralismo del mercato dei media, piuttosto che dall'imposizione di una "terza alternativa".

L'imposizione di una "terza alternativa" causerebbe danni incalcolabili alla libera stampa e alla libertà di informazione dei cittadini. In particolare, la pubblicità contestuale da sola solitamente non è sostenibile per gli editori, come dimostrano esempi di pubblicazioni che hanno cercato di affidarsi esclusivamente a questo modello e sono dovute tornare alla pubblicità personalizzata per motivi economici. Un divieto o delle restrizioni danneggerebbero anche le pubblicazioni che si basano già principalmente sugli abbonamenti digitali. Infatti, la maggior parte di esse ha una sezione accessibile tramite "Consent or Pay", essenziale per attirare gli abbonati consentendo loro di testare prima il prodotto.

Infine, non è opportuno utilizzare la sanzione della Commissione per il modello "Consent or Pay" di Meta come argomento contro tali modelli in generale. Infatti, la multa si basa sul Digital Markets Act (DMA) e non sul GDPR. Meta deve rispettare ulteriori obblighi DMA a causa del suo status di piattaforma gatekeeper, che non si applica a nessun giornale o gruppo editoriale. A livello europeo si sta addirittura valutando di introdurre una valutazione degli effetti delle politiche di protezione dati e consumatori sui media, alla luce di situazioni in cui iniziative orizzontali minaccerebbero la sostenibilità di un settore essenziale per la democrazia.

Infatti, nella decisione di sanzionare il modello "Consent or Pay" di Meta, la Commissione riconosce la differenza tra piattaforme che fungono da intermediari per contenuti ottenuti organicamente, e servizi che forniscono accesso a contenuti prodotti internamente e protetti da proprietà intellettuale come quelli della stampa, per cui gli utenti sono più propensi a riconoscere il valore in quanto sono abituati a pagare un prezzo per quel servizio nel mondo reale. Pertanto, la sanzione al modello "Consent or Pay" di Meta non va intesa come un precedente generalizzato bensì limitato alle piattaforme gatekeeper che ricadono nello scopo di DMA.

In conclusione, EMMA ed ENPA sostengono la legittimità e l'uso dei modelli "Consent or Pay" binari e raccomandano di considerare le esigenze finanziarie dei media privati, le questioni di concorrenza, e il danno alla società se l'informazione professionale fosse disponibile solo a pagamento o se il suo pluralismo diminuisse a causa della mancanza di vie di finanziamento praticabili. In questo contesto, qualsiasi decisione sui modelli "Consent or Pay" in Italia non solo sarebbe superflua alla luce della causa C 252/21, ma costituirebbe anche un danno irreparabile alla stampa italiana e un precedente pericoloso per l'intero settore europeo della stampa.