

LA STRATEGIA DEI GIGANTI DEL WEB E L'INFLUENZA SULLA COMMISSIONE EUROPEA

Meno tasse e soldi ai lobbisti Big Tech va alla guerra in Ue

Le risorse stanziare per esercitare pressione sui decisori sono aumentate di un terzo dal 2020. L'obiettivo è fermare provvedimenti sgraditi come il Digital Markets Act. Forti dell'alleanza con Trump

MILA FIORDALISI

Il pressing delle big tech americane sulla Commissione europea si sta facendo sempre più aggressivo. Apple nei giorni scorsi ha chiesto addirittura l'abrogazione del Digital Markets Act, il regolamento sui mercati digitali entrato in vigore oltre un anno fa per arginare lo strapotere dei colossi del digitale e sottoposto a nuova consultazione per un eventuale upgrade da sottoporre a Parlamento e Consiglio Ue entro maggio 2026. E si è prontamente accordata Google, secondo cui è necessario un "reset", facendo intendere che in caso contrario saranno inevitabili gli aumenti di prezzo a carico di consumatori e aziende europee: nel citare uno studio sull'impatto economico del Dma si stima in 114 miliardi di euro la perdita di fatturato per l'economia continentale.

Il dossier fa il paio con il Digital Services Act (Dsa), il regolamento Ue sui servizi digitali, in vigore da febbraio del 2024, che pone regole stringenti alle piattaforme online a tutela della sicurezza e della protezione dei diritti dei cittadini europei. Lo scorso 21 agosto, ossia nel giorno in cui veniva firmato il patto Ue-Usa sui dazi, l'Antitrust d'oltreoceano (la Federal Trade Commission) inviava una lettera a 13 aziende, fra cui Apple, Google, Microsoft, Meta e Amazon, richiamandole al rispetto delle leggi americane e invitandole a non applicare il Dsa se in contrasto con le stesse.

Dati e tasse

Le questioni sollevate dalle big tech sono molte e la situazione si sta facendo incandescente. Nei giorni scorsi la Commissio-

ne Ue ha inviato una richiesta di informazioni a Microsoft, Google, Apple e all'europea Booking per capire se e come vengano applicate garanzie per evitare che i servizi siano utilizzati in modo improprio dai truffatori ad esempio per entrare in possesso di dati bancari ma anche per manipolare i risultati delle ricerche o offrire annunci fittizi. Una partita, quella delle truffe online, che secondo l'Europa genera perdite per oltre 4 miliardi di euro l'anno. Per non parlare del fronte fiscale: in Italia — per citare uno dei casi di cronaca recente — Meta, X e LinkedIn non ne vogliono sapere dell'Iva sui servizi digitali gratuiti che secondo l'Agenzia delle entrate deve essere versata a fronte della cessione dei dati personali degli utenti in cambio dell'accesso seppur gratuito ai servizi. Stando ai primi calcoli le tre compagnie, che annunciano battaglia legale, avrebbero evaso oltre 1 miliardo di euro di Iva nel periodo 2015-2022.

«I giganti tech americani stanno facendo forte leva collettiva sul potere di coercizione dell'amministrazione Trump per scardinare e nullificare regole che hanno sempre ovviamente detestato. Ma se prima facevano resistenza "di basso livello" — ritardi, argomenti speciosi, esercizio estremo del diritto di difesa — stiamo ora assistendo a un movimento di resistenza coordinato in cui accelera la pressione sulla Commissione europea per eliminare del tutto la regolamentazione, sotto la protezione dell'amministrazione Trump che ha reso esplicito il proprio supporto», commenta l'economista esperta di Antitrust Cristina Caffarra alla guida fra l'altro di EuroStack, il collettivo indipendente nato per spingere la sovranità tecnologica euro-

pea in particolare sul fronte del cloud su cui la dipendenza dell'Europa dai giganti americani è ai massimi livelli.

La squadra di lobbisti

Peraltro, secondo le rilevazioni del Corporate Europe Observatory e del LobbyControl, la spesa per attività di lobbying in Europa per influenzare i decisori politici e regolatori è aumentata di un terzo dal 2020: le 162 aziende e associazioni di categoria (che dichiarano una spesa annua di oltre 1 milione di euro per attività di lobbying nell'Ue) spendono collettivamente almeno 343 milioni di euro all'anno e 67 milioni, la cifra più alta, fanno capo alle big tech.

La debolezza dell'Europa è un'amara realtà. «L'esempio più eclatante del collasso dell'antitrust è stata la decisione sul dossier Google Adtech (le tecnologie pubblicitarie, ndr) — continua l'economista Caffarra — Un'investigazione durata oltre cinque anni anche se era chiaro da tempo che Google è colpevole di abuso di posizione dominante, come confermato anche dalla decisione del tribunale americano in Virginia. E cosa fa l'Europa? Un "papocchio": una multa (da meno di 3 miliardi di euro, ndr) che è equivalente a un giorno di entrate per Google. E vengono concessi all'azienda 60 giorni per decidere come riparare la violazione. In pratica, un nulla di fatto in cui si passa la palla alla difesa per trovare il "rimedio". Inaudito».

La realtà, secondo l'economista, è che "l'enforcement is over" e che sulla sovranità si fanno solo chiacchiere: «In Europa abbiamo problemi di produttività che dipendono dal ritardo sul digitale, di dipendenza bieca dalle tecnologie americane, di difesa e di incapacità

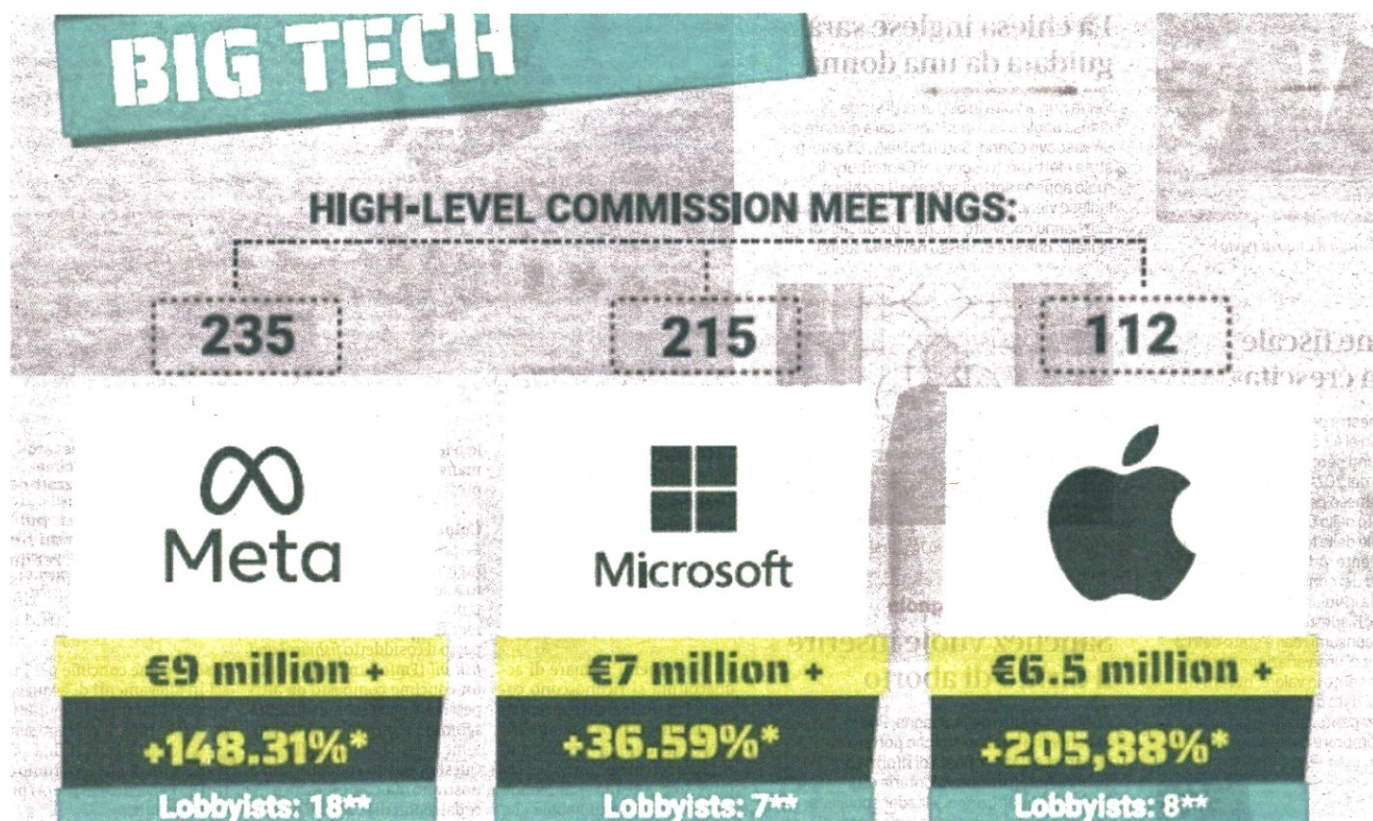


di costruire un'infrastruttura digitale per ridurre una dipendenza che crea vulnerabilità ma soprattutto impoverisce la nostra capacità industriale. Progetti come EuroStack sono l'unica risposta possibile e coerente», evidenzia Caffarra. Anche per l'Agcom, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni a cui in Italia è stato attribuito il ruolo di Coordinatore nazionale dei servizi digitali, lo scenario che si va prefigurando non è dei migliori: «La messa in discussione, da parte di grandi colossi digitali, di un regolamento come il Digital Markets Act — fino al punto di richiederne l'abrogazione — rappresenta una posizione piuttosto forte, ma è solo l'ultima di una serie di criticità che i regolatori europei stanno

fronteggiando», evidenzia il Commissario Massimiliano Capitanio. «Alcuni prestatori di servizi online, ad esempio, hanno mal digerito l'innovazione introdotta da Piracy Shield per contrastare la pirateria: rifiutando l'iscrizione alla piattaforma, non hanno accettato di conformarsi a una legge italiana che tutela diritti sanciti anche dalla direttiva Copyright. E analoga è stata la reazione di fronte alla qualificazione delle Content Delivery Network (per la distribuzione dei contenuti via Internet, ndr) nell'alveo della definizione di rete di comunicazione elettronica ai sensi dell'articolo 2 del Codice delle comunicazioni: il provvedimento è stato definito dai destinatari un vero e proprio passo falso dell'Ita-

lia». Secondo il Commissario, anche quanto sta accadendo in Francia con i colossi della pornografia si colloca «in una vera e propria resistenza alla regolazione. Pur di non adottare sistemi per tutelare i minori — regole previste da norme nazionali e rintracciabili anche nell'articolo 28 del Digital Services Act — i gestori di siti destinati a un pubblico adulto hanno preferito interrompere i propri servizi». Citando quanto dichiarato dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella, «tutto ciò rivela una concezione del rispetto delle regole ancora difficile da consolidare che rischia di tradursi in una forma di egemonia esercitata da pochi colossi del digitale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La spesa per lobbying e il numero di lobbisti ingaggiati dalle aziende big tech
GRAFICHE DI CORPORATE EUROPE OBSERVATORY & LOBBYCONTROL