



L'Ue dichiara guerra ai gatekeeper digitali

di Gloria Valdonio

Il Digital Service Act e il Digital Markets Act, in attesa di approvazione, promuovono l'innovazione, la crescita e la competitività in campo digitale. E sono una spina nel fianco di colossi tech come Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft

Una tempesta si sta abbattendo su Big Tech e l'epicentro è la Vecchia Europa, che ha deciso di mettere un freno ai gatekeeper, i "padroni dell'accesso" digitale, riequilibrare il rapporto molto sbilanciato tra aziende tech e utenti (a favore dei primi) e tamponare la crisi di fiducia nel settore. La pressione di clienti e investitori sulle imprese per incorporare i diritti digitali nei loro processi è molto forte ed è in costante crescita, ma la legislazione in arrivo è uno strumento più potente, forse l'unico, per giungere a un cambiamento di paradigma. Dopo la Gdpr del 2018 (una delle prime leggi finalizzate ad aumentare il controllo e i diritti degli utenti sui loro dati personali) due proposte legislative europee in attesa di approvazione al Parlamento europeo - il Digital Services Act (Dsa) e il Digital Markets Act (Dma) - causeranno uno sconvolgimento ancora maggiore per le piattaforme di social media e le aziende Big Tech. Le due proposte infatti mirano, rispettivamente, a esplicitare le responsabilità delle grandi piattaforme in tema di controllo e a limitarne i poteri sul mercato.

In particolare, il Dma avrà un forte impatto sui **Gafam** (Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft) in quanto ha lo scopo di limitare le pratiche di mercato sleali e a frenare lo strapotere di Big tech. «Il Digital Markets Act e il Digital Services Act insieme compongono un quadro normativo che consentirà alle autorità di intervenire in modo rapido e preventivo, per proteggere i cittadini dai comportamenti abusivi online, emettere sanzioni

efficaci nell'Eurozona e riequilibrare i rapporti di forza con Big Tech», è il commento positivo di **Antonio De Negri**, ceo e founder di **Cirdan Capital**. «Le due norme», aggiunge **Carlo De Luca**, responsabile asset management di **Gamma Capital Markets**, «vanno ad aggiungersi alla struttura giuridica esistente in materia di regolamentazione della concorrenza, ma agiscono in maniera ex ante: impongono infatti obblighi a carico delle società indipendentemente dalla valutazione della loro posizione dominante e dall'oggetto o effetto delle loro condotte, prima di causare danni al mercato».

Dma e Dsa

Nel dettaglio, il Digital Markets Act garantisce mercati digitali equi e aperti limitando il potere delle big tech che spesso fungono appunto da "gatekeeper" del mercato, ossia ne controllano l'accesso. Le imprese oggetto della normativa sono le società digitali che hanno una forte posizione economica e di intermediazione in più paesi dell'Unione europea, e quindi vi rientrano certamente i cosiddetti **Gafam**. «Infatti, i gatekeeper spesso creano tra loro e molti utenti commerciali una forte dipendenza che può sfociare in comportamenti sleali nei confronti di tali utenti», spiega De Negri. Quanto al Digital Services Act, grazie a una serie di normative europee già in essere, renderà maggiormente accessibile l'offerta di servizi digitali oltrefrontiera, mantenendo un elevatissimo livello di tutela per gli utenti digitali, indipendentemente dal luogo in cui risiedono in Europa. Come spiegano gli strategist, si può riscontrare una forte sinergia tra il Dma e il Dsa nel promuovere l'innovazione, la crescita e la competitività, facilitando l'espansione delle piattaforme più piccole, delle Pmi e delle start-up. «Reputiamo che il Dma e il Dsa pongono un traguardo senza precedenti nell'ambito del digitale europeo. In particolare, sotto il profilo aziendale, crediamo che il Dma sia di

INVESTIRE SPECIALIST

gran supporto per le imprese innovative e le start-up tecnologiche, che avranno nuove opportunità per competere e innovare nell'ambiente delle piattaforme online senza dover rispettare condizioni inique che ne limitino lo sviluppo», è il commento di De Negri.

Gli osservatori più attenti sottolineano che alla base di questo pensiero economico e giuridico c'è l'interesse di sostenere non solo gli utenti digitali, ma la sovranità tecnologica europea, a discapito di quella statunitense e non solo. Infatti, tra i requisiti per la classificazione come gatekeeper ricadono la capitalizzazione di mercato (innalzata da 65 a 100 miliardi di euro), il fatturato annuo (pari a 6,5 miliardi di euro) e il numero degli utenti. «Ciò significa che sono escluse aziende come l'olandese **Booking.com** o la tedesca **Zalando**, ma che vi rientrano in pieno i principali player del mercato come **Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft**», afferma De Luca. Dma e Dsa sembrerebbero rappresentare quindi una seria minaccia per le big tech americane. «E non a caso tali società hanno posto in essere delle azioni di lobbying per rendere più efficiente la comunicazione con il parlamento europeo», spiega uno strategist.

Effetto Borsa

Ma quali saranno le ricadute sui titoli interessati dalle nuove regole? «Nonostante il Dma e il Dsa possano sembrare a molti un danno incombente, stimiamo che non rappresentino un rischio significativo per le Gafam, poiché reputiamo che i cinque colossi continueranno ad avere una posizione prevalente nel mercato digitale europeo», afferma De Negro. Che aggiunge: «Certamente le Gafam saranno maggiormente regolamentate e saranno sottoposte a maggiori vincoli in Europa, ma tali società continueranno a beneficiare abbondantemente dell'economia europea». A supporto di tale tesi, il fatto che il mercato azionario non ha penalizzato i titoli di Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft attorno al 15 dicembre 2020, data di annuncio del-

Nelle foto in basso.
A sinistra Carlo De Luca, responsabile asset management di Gamma Capital Markets.
A destra Piermattia Menon dell'Ufficio Studi di Consultique Scf

le due leggi. È opinione quindi di molti analisti che la Commissione europea sia nel complesso più incline a una maggiore tutela delle Pmi e delle start-up, che non a limitare significativamente le attività delle Gafam e di Big Tech in generale.

La redditività

Va detto che Dma in particolare metterà al bando alcuni comportamenti aggressivi ora ampiamente utilizzati ed è quindi difficile credere che il cambiamento sia a saldo zero. Per esempio è pratica comune di Google e Apple favorire i propri servizi (anche a pagamento) rispetto a quelli di terzi, o utilizzare algoritmi pubblicitari iper-targettizzati tramite l'aggregazione di moltissime informazioni sensibili sugli utenti. Tuttavia secondo **Piermattia Menon** dell'Ufficio studi di **Consultique Scf**, è difficile stimare se tali limitazioni possono avere impatti significativi sulla redditività dei business. «Le piattaforme infatti hanno assunto un ruolo così dominante che sarà difficile scalfirlo solamente con interventi di questo tipo, tanto che negli Usa hanno seriamente valutato l'opportunità di obbligare i grandi colossi a separare parte dei business», commenta Menon. Di parere diverso De Luca. **La sua tesi è che i due provvedimenti incidono sulla "self-preferencing", o auto preferenza, che potrebbe impattare negativamente sui conti delle aziende: per fare un esempio, secondo l'articolo 6 del Dma, se un consumatore cercasse su Amazon "assistente vocale", Amazon non dovrà più preferire tra i risultati della ricerca il prodotto Alexa a discapito, per esempio, di Google Home o di un altro concorrente. E ancora: sempre secondo l'articolo 6 sarà preclusa la possibilità per Apple di impedire la disinstallazione del proprio App Store e di utilizzare App Store di terze parti per effettuare gli acquisti di app, comportando così una riduzione delle entrate annuali da App Store, che attualmente è di circa 4 miliardi solo in Europa. Google invece potrebbe dover condividere i dati con i rivali (come Microsoft Bing e Yahoo) e interrompere la promozione preferenziale dei propri servizi come mappe, hotel e voli. «Come primo effetto, gli inserzionisti potrebbero rivolgersi ai competitor di Google, magari ottenendo prezzi più favorevoli in un regime più concorrenziale, causando una redistribuzione del 10-20% degli investimenti», conclude De Luca.**

Le nuove regole non scalfiranno il potere delle cinque big tech che continueranno ad avere una posizione prevalente nel mercato digitale Ue

