

Informazione. Dopo l'accordo tra la Guardia di Finanza e la Federazione italiana giornali, ieri la prima grande operazione

Oscurati 13 siti pirata di notizie

Anselmi (Fieg): solo la protezione dei contenuti può garantire l'informazione

Andrea Biondi
MILANO

Un passaggio importante c'è stato a luglio, quando la Federazione degli editori (Fieg) e la Guardia di finanza hanno messo nero su bianco un protocollo operativo. Il punto chiave stava nel chiarimento delle modalità con cui inviare le segnalazioni racconterebbe dagli editori.

La prima segnalazione da parte della Fieg c'è stata proprio il 29 luglio. Ieri il risultato: tredici siti internet che consentivano di consultare e scaricare riviste e quotidiani sono stati messi sotto sequestro con intervento del nucleo speciale frodi tecnologiche della Guardia di finanza sulla base di provvedimenti cautelari emessi dal tribunale di Roma. Fra questi anche il link a un'app per dispositivi mobile, "Quotidiani free", raggiungibile da <https://play.google.com/store/apps/>.

Il «più profondo apprezzamento» per l'operazione "Free Magazines" è arrivato dal presidente della Fieg, Giulio Anselmi. Si tratta, ha spiegato, di «un segnale importante di sensibilità e di impegno. Solo un'efficace protezione del contenuto editoriale e l'applicazione di regole

chiare, in condizioni di effettiva concorrenza, possono garantire la sopravvivenza di una informazione libera e di qualità».

Quella di ieri è certamente un'operazione importante in un momento in cui tanto si dibatte della tutela del diritto d'autore online, anche in relazione al regolamento che Agcom sta per licenziare in via definitiva (cosa prevista a metà dicembre). Sullo stesso tema, ma su un piano diverso, va anche l'intervento annunciato e ribadito ieri dal sottosegretario con delega all'Editoria, Giovanni Legnini. «Gli impegni che il Governo ha già assunto con il Parlamento e con tutte le rappresentanze del settore editoriale fin dall'agosto scorso sono impegni che intendiamo mantenere con un'apposita iniziativa legislativa», ha dichiarato il sottosegretario riferendosi in particolar modo all'adeguamento delle norme sulla tutela del diritto d'autore online anche per gli utilizzi parziali di contenuti editoriali.

Se è vero comunque che la lotta alla pirateria online non è una novità - vanno ricordati i casi del sequestro preventivo del sito www.avaxhome.ws adottato dalla Procura di Milano a segui-

to della denuncia-querela presentata da Mondadori, oppure la battaglia del Sole 24 Ore contro www.youkioske.com - è anche vero che sta diventando sempre di più una priorità in un contesto di mercato calante per l'editoria, con investimenti pubblicitari in forte flessione (-21,5% annuo a settembre in valore). Va anche inquadrata in questo senso la dura battaglia della Fieg con le società di media monitoring per farsi riconoscere i diritti d'autore. Da qui è nata l'iniziativa Repertorio Promopress, avviata a luglio 2012 e cui hanno aderito 12 società fornitrici pronte a riconoscere un fee.

Tornando alla pura pirateria online, oggi la parte più dura sta nel dover combattere piattaforme transfrontaliere con server ubicati all'estero che incassano ingenti risorse attraverso i banner pubblicitari. Siti web, ha precisato la nota della Guardia di Finanza, «tutti allocati su server esteri» che creavano nei fatti maxi edicole digitali, dalla cui visione acquisivano illeciti ingenti guadagni sfruttando i sistemi pubblicitari cosiddetti "pay per click".

 @An_Bion

Azione strategica

13

I siti oscurati

Il risultato dell'azione della Gdf nell'operazione "Free Magazines"

-21,5%

La flessione della pubblicità

Persi nei quotidiani a settembre 162 milioni di euro su base annua



LA PAROLA
CHIAVE

Proprietà intellettuale

● È l'apparato giuridico che tutela i diritti esclusivi legati alle forme di espressione e conoscenza. Le aree principali: brevetti (proteggono le nuove idee), marchi (proteggono i simboli delle aziende), copyright (proteggono le forme artistiche)

Soffrono i due free press italiani. Per la testata Nme solidarietà al rialzo

Metro, la crisi si fa sentire

La raccolta pubblicitaria di Leggo a -41,5%



DI MARCO A. CAPISANI

Anche le ultime due testate free press italiane *Metro* e *Leggo* non stanno molto bene, dopo la chiusura di *E Polis*, *City* targata Rcs e *DNews* del gruppo Playmedia. Oggi, per esempio, *Metro* non viene distribuita dopo lo sciopero di ieri dei suoi giornalisti, contrari all'innalzamento al 50% del regime di solidarietà (ora al 16,5%), proposto dalla New media enterprise (Nme) dell'editore **Mario Farina**. Per questo motivo la redazione si riserva di utilizzare anche altri quattro giorni (già votati) per incrociare le braccia. La previsione, però, è di chiudere il 2013 con una perdita di almeno 1,3 milioni di euro (dopo che l'anno scorso è stato archiviato con un rosso di 1,5 milioni). Acque apparentemente più tranquille per *Leggo*, che dietro di sé ha

il gruppo editoriale guidato da **Francesco Gaetano Caltagirone**. Anche se, nel resoconto sui primi nove mesi del 2013, la società sottolinea che «il fatturato derivante dalla vendita di spazi risulta particolarmente penalizzato dall'andamento dei dati del quotidiano gratuito *Leggo* (-41,5%)». Secondo gli ultimi dati disponibili al 31 dicembre 2012, la *Leggo* spa ha chiuso l'esercizio con un rosso di circa 3 milioni di euro (il 2011 è stato archiviato a -3,6 mln). Durante l'anno, la controllante Caltagirone Editore spa ha concesso al giornale gratuito un finanziamento di 4 milioni di euro.

Per *Metro*, invece, le stime sulla raccolta pubblicitaria per la fine d'anno sono negative con le inserzioni nazionali che soffrono maggiormente (il calo è nell'ordine del 30%) rispetto a quelle locali, meno colpite

dalla crisi degli investimenti e giù del 7-8%. Contesto economico che mette a rischio anche il progetto di portare *Metro* nella piazza di Napoli, debutto previsto per il prossimo febbraio-marzo. Il capo-

luogo campano sarebbe la settima città dove la testata guidata da **Giam-paolo Roidi** viene distribuita (dopo Milano, Roma, Torino, Firenze, Genova e Bologna per una tiratura complessiva di 810 mila copie). Complessivamente, quindi, sia *Leggo* sia *Metro* non sembrano aver beneficiato a livello pubblicitario dell'uscita dal mercato dei loro concorrenti.

Per correre ai ripari, *Leggo* ha già razionalizzato i costi di distribuzione e si è limitata a presidiare Roma e Milano. In parallelo, però, il quotidiano passato nel settembre 2012 sotto la direzione di **Alvaro Moretti** (proveniente da *Tuttosport*) ha investito sul web col nuovo sito www.leggo.it. Alla fine dell'anno scorso è stata la volta anche della nascita della web tv con l'intenzione, secondo Moretti, di «rafforzare il legame coi lettori instaurando un rapporto uno a uno con ognuno di loro. Da social press diventiamo anche social tv».

Di recente, per continuare a sostenere il giornale, Farina ha lanciato invece *Metro* nel mondo delle applicazioni con l'app della testata per smartphone e tablet, sia per dispositivi Apple sia per quelli Android. I download registrati sono stati 6,7 mila e si punta a toccare quota 20 mila nel giro di un mese.

Secondo gli ultimi dati Audipress sul lettorato, *Metro* si consolida dell'1,8% con 1,2 mln di lettori mentre *Leggo* è a -2,3% con un milione di lettori.

—© Riproduzione riservata—

Scorretta la mancata consegna Giornali, paletti alla distribuzione

DI CINZIA DE STEFANIS

È pratica commerciale scorretta la mancata consegna dei giornali da parte del distributore locale alla titolare di una tabaccheria in possesso della licenza per la vendita di quotidiani e periodici. L'ingiustificata mancata fornitura o la fornitura ingiustificata per eccesso o per difetto, rispetto alla domanda del distributore, costituiscono casi di pratica commerciale sleale (regolati dall'articolo 39 comma d - quater, del decreto legge 24 gennaio 2012 n. 1 convertito nella legge 24 marzo 2012 n. 27). Questo è il principio espresso dal ministero dello sviluppo economico con una risoluzione (la n. 1635559) che risponde di fatto alla richiesta di chiarimenti della propieta-



ria di una tabaccheria a cui il distributore aveva detto di non essere obbligato alla consegna dei giornali da alcuna legge.

Nella risoluzione si ricorda come spetti all'Autorità garante della concorrenza e del mercato il potere di inibire le

pratiche commerciali scorrette, eliminandone gli effetti sia d'ufficio che su istanza del soggetto che ne abbia interesse. L'autorità può disporre la sospensione delle pratiche commerciali scorrette, dove sussista particolare urgenza

e in caso di inottemperanza senza giustificato motivo potrà applicare una sanzione che va da 2 mila euro a 20 mila euro. Qualora le informazioni o la documentazione fornite non siano veritiere, la sanzione va da 4 mila a 40 mila euro.

—© Riproduzione riservata—

