Tecnologia

***La Commissione europea sta indagando sulla conformità di Apple, Google e Meta al nuovo regolamento sulla concorrenza digitale***

L

unedì la Commissione europea ha avviato delle indagini sulla conformità di **Apple**, **Google** e **Meta** al nuovo regolamento europeo per i «mercati equi e contendibili nel settore digitale», conosciuto comunemente come “Digital markets act” (DMA), entrato in vigore all’inizio di marzo. L’apertura di questa indagine era abbastanza attesa: è da qualche anno che l’Unione Europea sta cercando di limitare il monopolio di queste aziende sul mercato digitale e il DMA prevede proprio che dopo la sua attuazione la Commissione faccia delle verifiche di questo tipo.

In particolare, la Commissione verificherà se:

* **Google** e **Apple** stiano rispettando le regole della DMA che impongono alle aziende di consentire agli sviluppatori di app di indirizzare gli utenti verso offerte disponibili al di fuori dei loro app store
* Che i propri servizi non vengano privilegiati rispetto a quelli dei concorrenti.

Riguardo a **Meta**, la Commissione esaminerà l’opzione che propone agli utenti di pagare un canone mensile per usare Facebook o Instagram senza pubblicità, cosa che porta anche a evitare che i loro dati personali vengano utilizzati per creare degli annunci personalizzati. Secondo la Commissione questa opzione non offrirebbe però una reale alternativa per gli utenti che non vogliono pagare ma che non vogliono neanche acconsentire che i loro dati vengano utilizzati per creare degli annunci personalizzati.

Il DMA è nato dall’esigenza di provare a regolamentare meglio la posizione dominante di alcune delle più grandi aziende attive su Internet al mondo, in modo da evitare che ne possano approfittare per danneggiare la concorrenza e instaurare di fatto dei monopoli. Il regolamento ha introdotto una serie di criteri che servono a stabilire quando un’azienda del settore digitale diventa un “*gatekeeper*”, cioè una società che ha maggiori responsabilità rispetto ad altre nel garantire un accesso paritario alla concorrenza nei settori in cui è attiva. Nella definizione di *gatekeeper* rientrano per ora cinque aziende statunitensi e una cinese: Alphabet, la holding che controlla **Google**; Microsoft; **Meta**, la holding di Facebook e Instagram; **Apple**; Amazon; ByteDance, società cinese che possiede TikTok.

Secondo il DMA, ogni *gatekeeper* fornisce servizi essenziali, che sono centrali per l’esperienza online di molte persone, spesso però integrandoli gli uni con gli altri e rendendo più difficile l’utilizzo di servizi esterni. Per questo motivo i *gatekeeper* hanno dovuto “disaccoppiare” alcuni dei propri servizi, preparando nuove funzionalità e opzioni che ora verranno valutate dalle autorità europee: in un comunicato stampa, la Commissione ha detto di «sospettare» che queste misure «non rispettino effettivamente gli obblighi previsti dalla DMA».