27 agosto 2009 0:00

# ITALIA: L'Antitrust indaga, su denuncia degli editori, sul possibile abuso di posizione dominante di Google

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella riunione del 26 agosto 2009, ha deciso di avviare un'istruttoria nei confronti di Google Italy per verificare se i comportamenti della società, in considerazione della sua indiscussa predominanza nella fornitura di servizi di ricerca on line, siano idonei ad incidere indebitamente sulla concorrenza nel mercato della raccolta pubblicitaria on line e a consolidare la sua posizione nella intermediazione di spazi pubblicitari.
Il procedimento, notificato oggi alla società nel corso di un'ispezione condotta in collaborazione con le Unità Speciali della Guardia di Finanza, è stato avviato alla luce di una segnalazione della Fieg, Federazione Italiana Editori Giornali, relativa al servizio Google News Italia, con il quale Google aggrega, indicizza e visualizza parzialmente notizie pubblicate da molti editori italiani attivi online. Secondo gli editori Google News Italia, utilizzando parzialmente il prodotto dei singoli editori on line, avrebbe un impatto negativo sulla capacità degli editori online di attrarre utenti ed investimenti pubblicitari sulle proprie home page. Gli editori italiani, che non ottengono alcuna forma di remunerazione diretta per l'utilizzo dei propri contenuti su Google News, non avrebbero inoltre la possibilità di scegliere se includere o meno le notizie pubblicate sui propri siti internet sul portale stesso: Google renderebbe infatti possibile ad un editore di non apparire su Google News, ma ciò comporterebbe l'esclusione dei contenuti dell'editore dal motore di ricerca della stessa Google. Si tratta di una condizione estremamente penalizzante: la presenza sul motore di ricerca di Google è determinante per la capacità di un sito internet di attrarre visitatori e dunque ottenere ricavi dalla raccolta pubblicitaria, vista l'elevatissima diffusione di tale motore tra gli utenti.
L'istruttoria dell'Antitrust dovrà dunque verificare se i comportamenti di Google, resi possibili dalla sua indiscussa predominanza nella fornitura di servizi di ricerca online, siano idonei ad incidere indebitamente sulla concorrenza nel mercato della raccolta pubblicitaria online, con l'ulteriore effetto di consolidare la sua posizione nell'intermediazione pubblicitaria online.
*(Comunicato stampa Antitrust)*