



SSM, Birmensdorferstrasse 65, 8004 Zurigo
Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM)
rtvg@bakom.admin.ch

Zurigo, 16.02.2026

Parere del Sindacato svizzero dei Media presentato nell'ambito della consultazione relativa alla nuova Legge federale sulle piattaforme di comunicazione e i motori di ricerca (AP-LPCom)

Egregi signori e gentili signore,

il Sindacato svizzero dei Media (SSM) ringrazia per l'opportunità di esprimere il proprio parere sull'avamprogetto della legge sulle piattaforme di comunicazione e i motori di ricerca (AP-LPCom). In qualità di sindacato delle professioniste e dei professionisti dei media elettronici in Svizzera, l'SSM rappresenta gli interessi delle collaboratrici e dei collaboratori della SSR SRG, delle emittenti radiotelevisive private o non commerciali, nonché di numerosi freelance attivi nel settore dei media.

L'SSM sostiene il progetto del Consiglio federale volto a creare un quadro normativo per le piattaforme globali e i motori di ricerca. In un momento in cui il dibattito pubblico si è in larga misura spostato nello spazio digitale, promuovere la trasparenza e rafforzare i diritti degli utenti costituisce un passo fondamentale per garantire un processo democratico di formazione dell'opinione. Al contempo, le decisioni adottate dalle piattaforme esercitano un impatto diretto e crescente anche sui media stessi. Sia i contenuti editoriali che i contributi delle professioniste e dei professionisti dei media vengono «gestiti» dalle piattaforme, che svolgono una funzione di moderazione applicando sistemi di filtraggio basati su algoritmi di raccomandazione. Inoltre, in questi spazi, i media e le professioniste e i professionisti del settore sono regolarmente esposti ad attacchi massicci. Per questo motivo, la definizione di chiari obblighi di diligenza in materia di moderazione dei contenuti è anche nell'interesse dei media. Allo stesso modo, una maggiore trasparenza in merito agli algoritmi utilizzati consente di comprendere meglio quali contenuti, provenienti da quali fornitori, vengano diffusi a quali utenti. Valutiamo pertanto in modo particolarmente positivo i seguenti aspetti dell'avamprogetto:

- **Proteggere dalla violenza digitale**

L'avamprogetto fornisce un importante contributo all'attuazione della misura 7 del Piano d'azione nazionale per la sicurezza dei professionisti dei media (PAN). Le professioniste e i professionisti dei media, che sono spesso oggetto di discorsi di odio e atti di ostilità,

ricevono il necessario supporto attraverso procedure di segnalazione facilmente accessibili.

- **Rafforzare la trasparenza**

La trasparenza in merito al funzionamento degli algoritmi e dei sistemi pubblicitari costituisce una condizione essenziale per garantire un'informazione adeguata del pubblico, promuovendo la visibilità di contenuti di qualità senza incidere sulla libertà di espressione.

- **Evitare penalizzazioni**

La regolamentazione evita che la popolazione svizzera e le professioniste e i professionisti dei media continuino a trovarsi in una posizione di svantaggio giuridico rispetto allo spazio europeo.

Proposte di adattamento

Al fine di conseguire in modo ancora più efficace l'obiettivo di un ambiente online sicuro e affidabile, in linea con altri attori del settore dei media, l'SSM propone le seguenti integrazioni e modifiche:

Valutazione dei rischi e mitigazione attiva dei rischi (art. 20):

L'SSM accoglie con favore l'obbligo previsto di effettuare una valutazione annuale dei rischi. Affinché tali analisi possano esplicitare pienamente i loro effetti, dovrebbe essere introdotto – in analogia con lo standard europeo – un obbligo esplicito di adottare misure adeguate di mitigazione dei rischi. Ciò è particolarmente rilevante per contrastare attacchi coordinati contro le professioniste e i professionisti dei media (narrativo della «stampa bugiarda»), che possono compromettere la loro integrità personale e professionale. L'SSM propone pertanto che la diffusione di disinformazione consapevole e su ampia scala sia esplicitamente qualificata come rischio sistemico (art. 20), in quanto idonea a compromettere il processo democratico di formazione della volontà.

1. **Considerazione dei contenuti mediatici professionali (art. 18 standard EMFA):**

I contenuti giornalistici sono già oggi soggetti a elevati standard professionali e a un sistema consolidato di autoregolamentazione, in particolare attraverso il Consiglio della stampa. Si propone di riprendere la procedura prevista all'articolo 18 della legge europea sulla libertà dei media (EMFA): prima che la visibilità di contributi giornalistici venga limitata da una piattaforma, al fornitore del servizio mediatico dovrebbe essere concessa la possibilità di prendere posizione. Ciò tutela la libertà editoriale rispetto a decisioni di moderazione automatizzate e potenzialmente erranee.

2. **Neutralità tecnologica e campo di applicazione (art. 2):**

Alla luce della rapida evoluzione del settore dell'intelligenza artificiale, è essenziale garantire che anche i motori di ricerca basati su IA e le applicazioni generative di IA utilizzate come strumenti di ricerca possano rientrare nel campo di applicazione della legge in modo flessibile, ad esempio mediante ordinanza.

3. Contenuti illeciti (art. 4)

Il catalogo previsto nell'AP-LPCom, che definisce le categorie di contenuti per le quali le piattaforme devono istituire un sistema di segnalazione, dovrebbe essere esteso ad ulteriori fattispecie di reato. L'elenco attuale è incompleto e non consente un adeguamento sufficientemente flessibile ai nuovi sviluppi (ad es. contenuti di abuso sessuale su minori generati mediante IA).

4. Pluralità dei sistemi di raccomandazione (art. 18):

Accogliamo con favore le disposizioni relative ai sistemi di raccomandazione algoritmica. In via complementare, dovrebbe essere garantita agli utenti la possibilità di modulare diversamente i parametri di tali sistemi oppure di scegliere sistemi di raccomandazione alternativi. L'esempio di Bluesky dimostra che esistono soluzioni tecniche che consentono di abbonarsi a sistemi di raccomandazione di offerenti terzi – i media, ad esempio, possono offrire algoritmi di raccomandazione propri, orientati alla varietà editoriale. I sistemi di raccomandazione basati sulla profilazione non dovrebbero essere attivati per impostazione predefinita (principio dell'opt-in anziché dell'opt-out). In tal modo, gli utenti delle piattaforme assumono maggiore responsabilità per i contenuti che vengono loro proposti.

5. Pubblicità trasparente e personalizzata (art. 15, 16):

Al fine di rafforzare la trasparenza, sosteniamo l'obbligo di rendere pubbliche le informazioni relative ai committenti e ai finanziatori della pubblicità. Per consentire la formazione di un'opinione informata, deve essere chiaramente identificabile chi ha commissionato e chi finanzia la pubblicità – tali informazioni dovrebbero essere reperibili anche nell'archivio web. Le disposizioni di protezione previste dall'art. 26 (3) LPD e dall'art. 28 LPD, secondo cui la profilazione a fini pubblicitari è vietata se basata su dati personali particolarmente sensibili ed è in ogni caso vietata nei confronti dei minori, dovrebbero essere riprese esplicitamente nell'AP-LPCom.

6. Accesso ai dati (art. 26)

È corretto e opportuno che le piattaforme siano tenute a garantire l'accesso ai dati a fini di ricerca. Tale accesso ai dati per ricercatori dovrebbe tuttavia essere esteso anche alle organizzazioni della società civile (ONG), che contribuiscono alla comprensione dei rischi sistemici.

Ulteriore necessità di intervento

L'SSM ribadisce che il presente avamprogetto AP-LPCom costituisce una base necessaria per definire regole del gioco eque nello spazio digitale. Tuttavia, a nostro avviso, l'avamprogetto rappresenta soltanto un primo passo nella regolamentazione delle piattaforme. Ulteriori ambiti richiedono interventi mirati:

- **Regolamentazione del potere di mercato (protezione economica)**
La posizione dominante di pochi gatekeeper globali nel mercato pubblicitario e dell'attenzione pubblica distorce la competizione a scapito delle imprese mediatiche locali. Per questo motivo, l'SSM propone una modernizzazione della legge sui cartelli e l'introduzione di una regolamentazione ex ante sul modello del «Digital Markets Act» (DMA) europeo. Solo così facendo si potrà impedire che tali piattaforme sfruttino la loro posizione dominante a danno dei media, di altre imprese e degli utenti.
- **Responsabilità in materia di potere d'opinione (valori democratici)**
Attraverso i loro algoritmi, le piattaforme e i sistemi di IA influenzano in misura determinante quali informazioni raggiungono la popolazione. Finora tale selezione è stata orientata principalmente a una logica commerciale di massimizzazione dell'attenzione. I fornitori dovrebbero essere tenuti per legge a integrare valori sociali e democratici (quali pluralismo e rilevanza) nella progettazione dei loro sistemi. Parallelamente, il servizio pubblico mediatico dovrebbe essere rafforzato quale punto di riferimento affidabile e infrastruttura alternativa, al fine di garantire uno spazio pubblico libero da manipolazione.
- **Regolamentazione integrata dell'IA (standard deontologici)**
Accogliamo con favore l'intenzione del Consiglio federale di ratificare la Convenzione del Consiglio d'Europa sull'IA e i diritti umani, la democrazia e lo Stato di diritto. Un approccio fondato sui diritti umani dovrebbe essere prioritario anche per quanto concerne l'impiego dell'IA nei settori dei media, della comunicazione e dell'opinione pubblica. In particolare, i fornitori di applicazioni di IA generativa che non rientrano direttamente nel campo di applicazione dell'AP-LPCom dovrebbero essere chiamati ad assumersi le proprie responsabilità.
- **«Zero-Click-Internet» (questione esistenziale)**
I chatbot e i motori di ricerca basati su IA forniscono riassunti di contenuti giornalistici che riducono la necessità per gli utenti di visitare le pagine originali dei media. Ciò priva la produzione editoriale della loro base economica e rappresenta una minaccia concreta per il settore, poiché mette a rischio la finanziabilità dei contenuti giornalistici sul mercato. È pertanto necessario introdurre nuovi modelli di remunerazione. Chi utilizza prestazioni giornalistiche per l'addestramento o per l'output di sistemi di IA deve indennizzare le autrici e gli autori, le professioniste e i professionisti dei media, versando loro un adeguato compenso.

Risposta alle domande aggiuntive relative alla consultazione

1. **In linea di principio, l'obbligo di predisporre una procedura di segnalazione è approvato?**

Sì. L'SSM sostiene espressamente l'introduzione di una procedura di segnalazione prevista dalla legge. Essa offre alle professioniste e ai professionisti dei media, spesso oggetto di discorsi d'odio e attacchi digitali per via della loro funzione pubblica, uno strumento necessario e facilmente accessibile per difendersi dai contenuti illeciti.

2. **La procedura di segnalazione deve essere limitata alle fattispecie di reato elencate nell'avamprogetto, deve essere ridotta o abolita, oppure al contrario, deve essere estesa a tutti i contenuti illeciti o a determinati contenuti illeciti?**

L'SSM è favorevole a **un'estensione a tutti i contenuti illeciti** e sostiene il principio secondo cui tutto ciò che è illecito offline deve esserlo anche online e deve quindi poter essere segnalato. Una limitazione al catalogo ristretto di cui all'art. 4 non è idonea a conseguire l'obiettivo, poiché già oggi mancano fattispecie rilevanti. La legge deve essere sufficientemente flessibile per proteggere in particolare le professioniste e i professionisti dei media dall'intera gamma di attacchi illeciti. Come gli altri operatori economici, anche le piattaforme devono assumersi la responsabilità per le offerte che mettono a disposizione, anche quando i contenuti sono stati forniti da terzi.

3. **In linea di massima, siete favorevoli all'obbligo di adottare misure adeguate e proporzionate relativi a servizi regolamentati per garantire un elevato livello di privacy, sicurezza e protezione dei minori?**

Sì. L'SSM accoglie con favore tale obbligo quale contributo essenziale alla tutela dei gruppi vulnerabili. Un ambiente online sicuro per i minori promuove un uso responsabile delle informazioni e protegge le giovani generazioni da pratiche manipolative e fenomeni di radicalizzazione algoritmica.

4. **Se siete favorevoli a un tale obbligo, quali delle seguenti misure dovrebbero essere prioritarie?**

L'SSM sostiene il divieto di pubblicità basato sulla profilazione ai sensi dell'art. 5 (f) LPD, qualora vi sia sufficiente certezza che l'utente sia minorenne.

Inoltre, le ripercussioni negative sui minori dovrebbero essere qualificate come rischio sistemico e mitigate mediante misure attive. Per garantire una reale libertà di scelta nei sistemi di raccomandazione, dovrebbero essere offerte per impostazione predefinita opzioni che non si fondino sulla massimizzazione dell'interazione commerciale.

Conclusione

Nel complesso, l'SSM sostiene espressamente l'avamprogetto di legge e lo considera un passo importante per la tutela dei diritti fondamentali di comunicazione in Svizzera. Al contempo, proponiamo adeguamenti mirati affinché gli utenti in Svizzera dispongano di diritti comparabili e di un livello di protezione equivalente a quello garantito nell'Unione europea. Con le integrazioni suggerite, la LPCom può diventare uno strumento ancora più incisivo per promuovere un ambiente digitale sicuro e una comunicazione online democraticamente sostenibile.

Distinti saluti

Per il Sindacato svizzero dei media

Silvia Dell'Aquila
Segretaria centrale

Margarita Lajqi
Segretaria settoriale Politica dei media