Google consentirà ai siti web di escludersi dai risultati di ricerca AI Overviews e AI Mode

Google permetterà ai siti web di escludersi dai risultati generati dall'intelligenza artificiale in **Search**. La novità riguarda **AI Overviews e AI Mode**, le funzioni che sintetizzano contenuti e rispondono alle *query* degli utenti usando sistemi generativi.

La società lo ha annunciato in un post sul suo blog ieri. L'avvio dei test, ha spiegato, consentirà ai proprietari dei siti di decidere se le proprie pagine potranno apparire nelle risposte AI e contribuire a fondarle. Il test partirà inizialmente con un piccolo gruppo di proprietari di domini nel Regno Unito, prima di un'estensione globale.

"Siti che scelgono l'opt-out non riceveranno traffico o impression dalle nostre funzionalità di AI generativa", ha spiegato Google. La società ha precisato anche che questa scelta "*non sarà usata come segnale di ranking per i risultati di ricerca al di fuori di queste funzionalità generative di Google Search".*

Il nodo del traffico agli editori

La novità di Google annunciata ieri arriva dopo le pressioni e le preoccupazioni dell'editoria internazionale. Secondo un'inchiesta del Wall Street Journal, le funzionalità AI di Google, come AI Overviews e gli strumenti conversazionali basati sull'intelligenza artificiale, stanno incidendo in modo significativo sul traffico dei siti di notizie.

Secondo i dati Similarweb citati dal Journal, per il New York Times la quota di traffico da ricerca organica verso i siti desktop e mobile è scesa al 36,5% nell'aprile 2025, rispetto al 44% di tre anni prima.

Google sostiene invece che AI Overviews abbia aumentato il traffico complessivo sulla piattaforma, ma per molti editori il punto resta la distribuzione di quel traffico e il rischio che i contenuti giornalistici vengano usati per generare risposte senza produrre visite equivalenti ai siti originali.

Pressione dei regolatori britannici

Anche le autorità britanniche hanno fatto pressioni a Google. La Competition and Markets Authority, CMA, ha imposto all'azienda una nuova regola legata al suo potere di mercato, dopo averla qualificata come società con *"strategic market status".*

Secondo la CMA, il nuovo controllo darà agli editori, incluse le organizzazioni giornalistiche, una posizione più forte nella negoziazione degli accordi sui contenuti con Google.

Già a gennaio il governo britannico aveva annunciato l'intenzione di obbligare Google a introdurre un meccanismo di opt-out per offrire *"un accordo più equo"* agli editori, in particolare alle testate giornalistiche. A marzo Google aveva risposto spiegando di voler sviluppare aggiornamenti per consentire ai siti di escludersi in modo specifico dalle funzioni generative nella ricerca.

In Italia si è mossa anche l'Agcom

In Italia il tema è già arrivato sul tavolo dell'Agcom. Dopo una segnalazione della FIEG, l'Autorità ha deciso di trasmettere alla Commissione europea una richiesta di valutazione sui servizi AI Overviews e AI Mode di Google

Ireland, alla luce degli articoli 27, 34 e 35 del Digital Services Act.

Secondo gli editori, l’introduzione dei riepiloghi AI rischia di ridurre visibilità e reperibilità dei contenuti giornalistici, con effetti sulla sostenibilità economica delle testate, soprattutto più piccole e indipendenti, e sul pluralismo dell’informazione. Agcom ha inoltre deciso di istituire un tavolo permanente tra Google, piattaforme interessate ed editori sui temi di copyright, intelligenza artificiale ed equo compenso.

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui



Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/google-consentira-ai-siti-web-di-escludersi-dai-risultati-di-ricerca-ai-overviews-e-ai-mode/574148/