

Getty non vende solo immagini a OpenAI. Vende fiducia

Maria Cattini | 25/07/2026 | Intelligenza Artificiale

Per anni la domanda è stata formulata male.

L'intelligenza artificiale sostituirà le agenzie fotografiche?

La domanda più utile, oggi, è un'altra:

Chi fornirà immagini verificabili dentro sistemi che generano, cercano e riassumono contenuti?

[L'accordo pluriennale tra Getty Images e OpenAI](#) va letto in questo punto preciso. Secondo la comunicazione ufficiale di Getty, le immagini con licenza dell'agenzia potranno apparire dentro ChatGPT, con attribuzione, quando l'utente cerca contenuti visivi aggiornati, attendibili e autorizzati.

Non è solo una notizia di mercato.

È un cambio di funzione.

Getty non sta semplicemente difendendo il vecchio modello del fotobanco. Sta provando a diventare una infrastruttura della fiducia visuale nell'AI.

Il punto non è "più immagini"

Internet è già pieno di immagini.

Il problema non è la scarsità.

Il problema è sapere da dove arrivano, chi le ha prodotte, se possono essere usate, se sono manipolate, se sono fuori contesto, se hanno diritti chiari e se raccontano davvero ciò che sembrano raccontare.

In un motore AI, questo problema diventa ancora più serio.

Quando una risposta testuale cita una fonte, il lettore può almeno aprire il link e controllare.

Quando una risposta visiva mostra una immagine, l'effetto di autorità è più immediato. La foto sembra prova. Sembra conferma. Sembra contesto.

Ma una immagine senza provenienza chiara può essere:

- generata;
- riciclata;

- decontestualizzata;
- modificata;
- attribuita male;
- usata senza licenza;
- collegata alla notizia sbagliata.

Ecco perché l'accordo Getty-OpenAI non riguarda soltanto la quantità di immagini disponibili.

Riguarda la qualità della catena che collega immagine, fonte, licenza e attribuzione.

Getty vende provenienza

Nel comunicato, Getty presenta l'accordo come un modo per portare contenuti visuali autorizzati dentro ChatGPT, con link e attribuzione verso il sito Getty Images.

Questo dettaglio conta.

Perché nell'economia dell'AI visuale il valore non sta più soltanto nel file.

Sta nel pacchetto:

```
immagine
+ diritto d'uso
+ metadati
+ autore
+ archivio
+ contesto editoriale
+ attribuzione
```

Una fotografia storica, una immagine di cronaca, una foto sportiva o una immagine editoriale non valgono solo perché sono belle.

Valgono perché qualcuno può dire:

```
Questa immagine viene da qui.
È stata scattata in questo contesto.
È distribuita con questi diritti.
È collegata a questo autore o a questa agenzia.
```

È una cosa diversa da chiedere a un modello di "creare una immagine simile".

Getty sta vendendo a OpenAI un bene che diventa più raro proprio mentre le immagini sintetiche diventano più abbondanti: provenienza.

La svolta è anche finanziaria

La reazione del mercato è stata immediata.

Diverse testate finanziarie hanno riportato un forte aumento del titolo Getty dopo l'annuncio, con movimenti molto ampi nelle prime contrattazioni. Alcune ricostruzioni hanno parlato di un rialzo fino a circa il 200% nel premarket.

Questo dato va letto con cautela.

Non significa che Getty abbia risolto tutti i suoi problemi industriali.

Significa che gli investitori hanno intravisto una possibilità: gli archivi visivi con diritti chiari possono diventare fornitori strategici delle piattaforme AI.

Per anni le agenzie fotografiche sono state viste come soggetti vulnerabili. Le immagini generate sembravano comprimere il valore delle foto stock. Le piattaforme AI sembravano capaci di produrre infinite alternative a basso costo.

L'accordo con OpenAI racconta una direzione diversa.

Non tutte le immagini sono intercambiabili.

Quando serve una immagine verificata, aggiornata, autorizzata e attribuibile, il vecchio archivio torna a essere una risorsa nuova.

La pace non cancella il conflitto

La parte più interessante è che Getty arriva a questo accordo dopo anni di scontro con l'AI generativa.

Nel 2022 Getty vietò il caricamento e la vendita di immagini generate dall'intelligenza artificiale sulla propria piattaforma, citando incertezze sui diritti e sul materiale usato per addestrare i modelli.

Nel 2023 Getty citò in giudizio Stability AI, accusandola di avere usato milioni di immagini Getty per addestrare Stable Diffusion senza autorizzazione.

Questa storia non è un dettaglio laterale.

È il contesto dell'accordo.

Getty non è passata da "contro l'AI" a "a favore dell'AI".

Ha spostato la posizione.

Prima il punto era:

Non potete usare i nostri contenuti senza permesso.

Ora il punto diventa:

Se volete contenuti affidabili dentro l'AI, dovete licenziarli.

È una differenza sostanziale.

Non è resa.

È negoziazione dell'infrastruttura.

Display non significa training

C'è un punto da chiarire bene.

L'accordo annunciato da Getty riguarda la possibilità di mostrare immagini con licenza dentro

ChatGPT, con attribuzione e link.

Questo non equivale automaticamente a dire che OpenAI userà quelle immagini per addestrare modelli.

La distinzione è importante perché spesso nel dibattito pubblico si mescolano tre cose diverse:

- contenuti usati per addestrare un modello;
- contenuti recuperati o mostrati in risposta a una domanda;
- contenuti generati dal modello.

Sono piani diversi.

Un accordo di display e integrazione editoriale non risolve da solo tutte le domande sul training, sul copyright o sul riutilizzo dei dati.

Però mostra una direzione: le piattaforme AI avranno sempre più bisogno di contenuti autorizzati, tracciabili e attribuiti quando la risposta deve essere non solo plausibile, ma anche pubblicabile.

Perché conta per chi produce contenuti

Il messaggio per editori, fotografi, archivi e creator non è semplice.

Non basta dire:

I contenuti di qualità saranno sempre pagati.

Non è automatico.

Serve forza contrattuale, cataloghi strutturati, diritti chiari, metadati puliti, archivi interrogabili e un valore riconoscibile per le piattaforme.

Getty può negoziare perché ha scala, brand, archivio, infrastruttura legale e contenuti editoriali difficili da sostituire.

Un piccolo editore o un singolo fotografo non ha la stessa posizione.

Ma può imparare la lezione operativa:

il contenuto senza provenienza diventa debole;
il contenuto con diritti, contesto e metadati diventa più forte.

Nel mondo AI, pubblicare non basta.

Bisogna rendere il contenuto riconoscibile, attribuibile, collegabile e difendibile.

La nuova scarsità è la fiducia

Le immagini generate abbassano il costo della produzione visiva generica.

Ma proprio per questo aumentano il valore di ciò che non è generico:

- foto di eventi reali;
- archivi storici;

- cronaca verificabile;
- immagini editoriali con contesto;
- autori identificabili;
- licenze chiare;
- metadati coerenti;
- collegamenti alla fonte originale.

La scarsità non è più solo l'immagine.

È la fiducia nella sua origine.

Quando un utente chiede a ChatGPT un contesto visivo, la piattaforma non deve soltanto mostrare qualcosa che "assomiglia" alla risposta corretta.

Deve poter mostrare qualcosa che ha una catena di responsabilità.

È qui che Getty diventa interessante.

Non perché possiede foto.

Ma perché può offrire immagini dentro un sistema di attribuzione e licenza.

Il rischio per le piattaforme AI

Per OpenAI e per gli altri operatori AI il tema è evidente.

Se vogliono diventare strumenti di ricerca, lavoro, informazione e supporto editoriale, non possono basarsi solo su output generati o fonti opache.

Devono costruire accordi, accessi, licenze e forme di attribuzione.

Questo rende l'AI meno "magica", ma più utilizzabile.

Un sistema che mostra una immagine con fonte e attribuzione è meno ambiguo di un sistema che produce una immagine senza spiegare da dove arriva il riferimento.

Per l'utente è un guadagno.

Per i titolari dei diritti è una possibile forma di negoziazione.

Per le piattaforme è un costo.

Ma è anche una protezione.

Perché ogni risposta visiva non verificabile aumenta il rischio di errore, abuso, contestazione e sfiducia.

Cosa guardare nei prossimi accordi

L'accordo Getty-OpenAI è solo un segnale.

Le domande vere sono operative.

Nei prossimi mesi bisognerà guardare:

- se l'attribuzione sarà visibile e utile;
- se gli utenti cliccheranno davvero verso la fonte;
- se gli autori avranno benefici indiretti o solo l'agenzia;

- se altri archivi seguiranno lo stesso modello;
- se gli accordi riguarderanno solo display o anche training;
- se le licenze saranno trasparenti;
- se le piattaforme distingueranno bene immagini reali e generate;
- se i media useranno queste integrazioni come fonti o solo come materiale illustrativo.

Il punto non è applaudire l'accordo.

Il punto è capirne la grammatica.

L'AI non sta eliminando il problema dei diritti.

Lo sta spostando dentro l'interfaccia.

Conclusione

Getty Images non ha trovato una formula magica per vincere l'era dell'AI.

Ha trovato una posizione.

Non competere con la foto generica generata in pochi secondi.

Diventare fornitore di immagini verificabili, autorizzate e attribuite dentro le piattaforme che stanno diventando nuovi punti di accesso all'informazione.

Per chi lavora con contenuti digitali, questa è la lezione più utile:

nel mercato dell'AI, il valore non sta solo in ciò che produci.
Sta in quanto puoi dimostrare da dove viene, chi lo possiede,
come può essere usato e perché ci si può fidare.

La prossima battaglia non sarà soltanto tra immagini vere e immagini generate.

Sarà tra immagini senza catena e immagini con responsabilità.
Per anni la domanda è stata formulata male.

L'intelligenza artificiale sostituirà le agenzie fotografiche?

La domanda più utile, oggi, è un'altra:

Chi fornirà immagini verificabili dentro sistemi che generano, cercano e riassumono contenuti?

[L'accordo pluriennale tra Getty Images e OpenAI](#) va letto in questo punto preciso. Secondo la comunicazione ufficiale di Getty, le immagini con licenza dell'agenzia potranno apparire dentro ChatGPT, con attribuzione, quando l'utente cerca contenuti visivi aggiornati, attendibili e autorizzati.

Non è solo una notizia di mercato.

È un cambio di funzione.

Getty non sta semplicemente difendendo il vecchio modello del fotobanco. Sta provando a diventare

una infrastruttura della fiducia visuale nell'AI.

Il punto non è "più immagini"

Internet è già pieno di immagini.

Il problema non è la scarsità.

Il problema è sapere da dove arrivano, chi le ha prodotte, se possono essere usate, se sono manipolate, se sono fuori contesto, se hanno diritti chiari e se raccontano davvero ciò che sembrano raccontare.

In un motore AI, questo problema diventa ancora più serio.

Quando una risposta testuale cita una fonte, il lettore può almeno aprire il link e controllare.

Quando una risposta visiva mostra una immagine, l'effetto di autorità è più immediato. La foto sembra prova. Sembra conferma. Sembra contesto.

Ma una immagine senza provenienza chiara può essere:

- generata;
- riciclata;
- decontestualizzata;
- modificata;
- attribuita male;
- usata senza licenza;
- collegata alla notizia sbagliata.

Ecco perché l'accordo Getty-OpenAI non riguarda soltanto la quantità di immagini disponibili.

Riguarda la qualità della catena che collega immagine, fonte, licenza e attribuzione.

Getty vende provenienza

Nel comunicato, Getty presenta l'accordo come un modo per portare contenuti visuali autorizzati dentro ChatGPT, con link e attribuzione verso il sito Getty Images.

Questo dettaglio conta.

Perché nell'economia dell'AI visuale il valore non sta più soltanto nel file.

Sta nel pacchetto:

immagine
+ diritto d'uso
+ metadati
+ autore
+ archivio
+ contesto editoriale
+ attribuzione

Una fotografia storica, una immagine di cronaca, una foto sportiva o una immagine editoriale non valgono solo perché sono belle.

Valgono perché qualcuno può dire:

Questa immagine viene da qui.
È stata scattata in questo contesto.
È distribuita con questi diritti.
È collegata a questo autore o a questa agenzia.

È una cosa diversa da chiedere a un modello di "creare una immagine simile".

Getty sta vendendo a OpenAI un bene che diventa più raro proprio mentre le immagini sintetiche diventano più abbondanti: provenienza.

La svolta è anche finanziaria

La reazione del mercato è stata immediata.

Diverse testate finanziarie hanno riportato un forte aumento del titolo Getty dopo l'annuncio, con movimenti molto ampi nelle prime contrattazioni. Alcune ricostruzioni hanno parlato di un rialzo fino a circa il 200% nel premarket.

Questo dato va letto con cautela.

Non significa che Getty abbia risolto tutti i suoi problemi industriali.

Significa che gli investitori hanno intravisto una possibilità: gli archivi visivi con diritti chiari possono diventare fornitori strategici delle piattaforme AI.

Per anni le agenzie fotografiche sono state viste come soggetti vulnerabili. Le immagini generate sembravano comprimere il valore delle foto stock. Le piattaforme AI sembravano capaci di produrre infinite alternative a basso costo.

L'accordo con OpenAI racconta una direzione diversa.

Non tutte le immagini sono intercambiabili.

Quando serve una immagine verificata, aggiornata, autorizzata e attribuibile, il vecchio archivio torna a essere una risorsa nuova.

La pace non cancella il conflitto

La parte più interessante è che Getty arriva a questo accordo dopo anni di scontro con l'AI generativa.

Nel 2022 Getty vietò il caricamento e la vendita di immagini generate dall'intelligenza artificiale sulla propria piattaforma, citando incertezze sui diritti e sul materiale usato per addestrare i modelli.

Nel 2023 Getty citò in giudizio Stability AI, accusandola di avere usato milioni di immagini Getty per addestrare Stable Diffusion senza autorizzazione.

Questa storia non è un dettaglio laterale.

È il contesto dell'accordo.

Getty non è passata da "contro l'AI" a "a favore dell'AI".

Ha spostato la posizione.

Prima il punto era:

Non potete usare i nostri contenuti senza permesso.

Ora il punto diventa:

Se volete contenuti affidabili dentro l'AI, dovete licenziarli.

È una differenza sostanziale.

Non è resa.

È negoziazione dell'infrastruttura.

Display non significa training

C'è un punto da chiarire bene.

L'accordo annunciato da Getty riguarda la possibilità di mostrare immagini con licenza dentro ChatGPT, con attribuzione e link.

Questo non equivale automaticamente a dire che OpenAI userà quelle immagini per addestrare modelli.

La distinzione è importante perché spesso nel dibattito pubblico si mescolano tre cose diverse:

- contenuti usati per addestrare un modello;
- contenuti recuperati o mostrati in risposta a una domanda;
- contenuti generati dal modello.

Sono piani diversi.

Un accordo di display e integrazione editoriale non risolve da solo tutte le domande sul training, sul copyright o sul riutilizzo dei dati.

Però mostra una direzione: le piattaforme AI avranno sempre più bisogno di contenuti autorizzati, tracciabili e attribuiti quando la risposta deve essere non solo plausibile, ma anche pubblicabile.

Perché conta per chi produce contenuti

Il messaggio per editori, fotografi, archivi e creator non è semplice.

Non basta dire:

I contenuti di qualità saranno sempre pagati.

Non è automatico.

Serve forza contrattuale, cataloghi strutturati, diritti chiari, metadati puliti, archivi interrogabili e un valore riconoscibile per le piattaforme.

Getty può negoziare perché ha scala, brand, archivio, infrastruttura legale e contenuti editoriali difficili da sostituire.

Un piccolo editore o un singolo fotografo non ha la stessa posizione.

Ma può imparare la lezione operativa:

il contenuto senza provenienza diventa debole;
il contenuto con diritti, contesto e metadati diventa più forte.

Nel mondo AI, pubblicare non basta.

Bisogna rendere il contenuto riconoscibile, attribuibile, collegabile e difendibile.

La nuova scarsità è la fiducia

Le immagini generate abbassano il costo della produzione visiva generica.

Ma proprio per questo aumentano il valore di ciò che non è generico:

- foto di eventi reali;
- archivi storici;
- cronaca verificabile;
- immagini editoriali con contesto;
- autori identificabili;
- licenze chiare;
- metadati coerenti;
- collegamenti alla fonte originale.

La scarsità non è più solo l'immagine.

È la fiducia nella sua origine.

Quando un utente chiede a ChatGPT un contesto visivo, la piattaforma non deve soltanto mostrare qualcosa che "assomiglia" alla risposta corretta.

Deve poter mostrare qualcosa che ha una catena di responsabilità.

È qui che Getty diventa interessante.

Non perché possiede foto.

Ma perché può offrire immagini dentro un sistema di attribuzione e licenza.

Il rischio per le piattaforme AI

Per OpenAI e per gli altri operatori AI il tema è evidente.

Se vogliono diventare strumenti di ricerca, lavoro, informazione e supporto editoriale, non possono basarsi solo su output generati o fonti opache.

Devono costruire accordi, accessi, licenze e forme di attribuzione.

Questo rende l'AI meno "magica", ma più utilizzabile.

Un sistema che mostra una immagine con fonte e attribuzione è meno ambiguo di un sistema che produce una immagine senza spiegare da dove arriva il riferimento.

Per l'utente è un guadagno.

Per i titolari dei diritti è una possibile forma di negoziazione.

Per le piattaforme è un costo.

Ma è anche una protezione.

Perché ogni risposta visiva non verificabile aumenta il rischio di errore, abuso, contestazione e sfiducia.

Cosa guardare nei prossimi accordi

L'accordo Getty-OpenAI è solo un segnale.

Le domande vere sono operative.

Nei prossimi mesi bisognerà guardare:

- se l'attribuzione sarà visibile e utile;
- se gli utenti cliccheranno davvero verso la fonte;
- se gli autori avranno benefici indiretti o solo l'agenzia;
- se altri archivi seguiranno lo stesso modello;
- se gli accordi riguarderanno solo display o anche training;
- se le licenze saranno trasparenti;
- se le piattaforme distingueranno bene immagini reali e generate;
- se i media useranno queste integrazioni come fonti o solo come materiale illustrativo.

Il punto non è applaudire l'accordo.

Il punto è capirne la grammatica.

L'AI non sta eliminando il problema dei diritti.

Lo sta spostando dentro l'interfaccia.

Conclusione

Getty Images non ha trovato una formula magica per vincere l'era dell'AI.

Ha trovato una posizione.

Non competere con la foto generica generata in pochi secondi.

Diventare fornitore di immagini verificabili, autorizzate e attribuite dentro le piattaforme che stanno diventando nuovi punti di accesso all'informazione.

Per chi lavora con contenuti digitali, questa è la lezione più utile:

nel mercato dell'AI, il valore non sta solo in ciò che produci.
Sta in quanto puoi dimostrare da dove viene, chi lo possiede,
come può essere usato e perché ci si può fidare.

La prossima battaglia non sarà soltanto tra immagini vere e immagini generate.

Sarà tra immagini senza catena e immagini con responsabilità.