



COMMISSIONE EUROPEA

Bruxelles, 13.7.2011
COM(2011) 427 definitivo

LIBRO VERDE

**sulla distribuzione online di opere audiovisive nell'Unione europea - Verso un mercato
unico del digitale: opportunità e sfide**

INDICE

1.	Introduzione	3
1.1.	Le opportunità offerte dagli sviluppi tecnologici.....	3
1.2.	Obiettivo e portata del Libro verde	4
2.	Il mercato unico del digitale per i servizi di media audiovisivi	5
2.1.	Gestione dei diritti per la trasmissione online dei servizi di media audiovisivi.....	8
2.2.	Gestione dei diritti per la ritrasmissione dei servizi di media audiovisivi	9
2.3.	Gestione dei diritti per i servizi transazionali di video on demand.....	10
2.4.	Produzione e distribuzione cinematografica europea	11
3.	Approcci politici.....	13
3.1.	Domande	14
4.	Remunerazione dei titolari dei diritti per lo sfruttamento online delle opere audiovisive	16
4.1.	Remunerazione degli autori per lo sfruttamento online	17
4.2.	Remunerazione degli artisti per lo sfruttamento online	17
4.3.	Domande	18
5.	Utilizzi speciali e beneficiari.....	19
5.1.	Istituti per il patrimonio cinematografico	19
5.2.	Domande	19
5.3.	Accessibilità delle opere audiovisive nell'Unione europea	20
5.4.	Domande	20
6.	Fasi successive	20

1. INTRODUZIONE

1.1. Le opportunità offerte dagli sviluppi tecnologici

Il presente Libro verde si basa sulla strategia Europa 2020, volta a promuovere una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva a livello europeo, sull'agenda digitale europea¹ e sulla comunicazione della Commissione "Un mercato unico per i diritti di proprietà intellettuale" (la "strategia DPI")². Come indicato nella strategia DPI, internet è senza confini, ma i mercati online a livello UE sono ancora divisi da molteplici barriere, cosa che ostacola la realizzazione del mercato unico. Il presente Libro verde intende contribuire allo sviluppo di un mercato unico del digitale aprendo un dibattito specifico sulle opportunità e sulle sfide della distribuzione online di opere audiovisive.

Le industrie culturali europee, incluso il settore audiovisivo, forniscono un contributo significativo all'economia dell'UE: esse rappresentano infatti circa il 3% del PIL dell'Unione, per un valore annuo di mercato di 500 miliardi di EUR e danno lavoro a oltre 6 milioni di persone³. L'Unione europea è al secondo posto nella classifica mondiale della cifre d'ascolto televisive, produce più film di qualsiasi altra regione al mondo e accoglie oltre 500 servizi online di video su richiesta ("on demand"). Inoltre, il settore fornisce un contributo inestimabile alla diversità culturale europea, sprigionando il suo enorme potenziale creativo.

Le tradizionali reti di distribuzione per i contenuti audiovisivi hanno portata nazionale: le reti di radiodiffusione e di trasmissione via cavo sono rivolte innanzitutto al pubblico nazionale o a particolari aree linguistiche. I contenuti audiovisivi, in particolare i film, sono spesso considerati un prodotto al tempo stesso culturale ed economico, legato ai contesti nazionali e alle preferenze culturali. La politica audiovisiva europea non riconosce soltanto questo aspetto, ma anche l'importanza di preservare la diversità culturale all'interno del mercato unico.

Al tempo stesso, la tecnologia digitale e internet stanno velocemente cambiando il modo in cui questi contenuti vengono prodotti, commercializzati e distribuiti ai consumatori. Grazie a tecnologie convergenti, lo stesso contenuto può essere trasmesso attraverso reti diverse, ossia tramite radiodiffusione tradizionale (terrestre, via cavo e via satellite) o tramite internet e può essere inviato a un'ampia gamma di dispositivi: TV, PC, console di gioco e supporti mobili di comunicazione. Le reti e i dispositivi convergenti sono sempre più diffusi sul mercato, insieme alla TV e internet via cavo; inoltre, si stanno affermando televisioni abilitate all'accesso a internet. Questa tendenza sarà probabilmente accelerata da altre possibilità correlate allo sviluppo di servizi basati sul web, tra cui il "cloud computing" (risorse informatiche distribuite in remoto). I consumatori ormai desiderano poter vedere qualsiasi cosa in qualsiasi posto, in qualsiasi momento e utilizzando un qualsiasi dispositivo. Questi

¹ Un'agenda digitale europea: COM(2010) 245 del 19 maggio 2010.

² Un mercato unico per i diritti di proprietà intellettuale - Stimolare la creatività e l'innovazione a sostegno della crescita economica, di posti di lavoro di elevata qualità e di prodotti e servizi di prima classe in Europa: COM(2011) 287 definitivo, 24 maggio 2011.

³ Studio: *The Economy of Culture in Europe* (<http://www.keanet.eu/en/ecoculturepage.html>). Soltanto nel Regno Unito, il settore audiovisivo genera annualmente circa 4 miliardi di GBP di investimenti produttivi diretti e 132 000 posti di lavoro (2011 Study Creative UK, *The Audiovisual Sector & Economic Success*, pag. 7).

sviluppi stanno mettendo sotto pressione da un lato le tradizionali reti di distribuzione per i servizi di media audiovisivi e, dall'altro, le consuete sequenze di uscita dei film, dal momento che i lungometraggi potrebbero essere messi a disposizione dei consumatori anche in maniera più flessibile rispetto a quanto è accaduto finora. Le tradizionali catene del valore sono in continuo mutamento e i modelli di business si stanno evolvendo per soddisfare le aspettative della clientela, rendendo disponibili i servizi anche a livello transfrontaliero.

Internet offre al settore audiovisivo molte opportunità per sviluppare ulteriormente il suo potenziale e per raggiungere un pubblico più ampio non solo in Europa, ma anche altrove. Stimolare il mercato unico è pertanto opportuno da un punto di vista sia culturale, sia creativo: mentre i mercati nazionali potrebbero non essere sufficientemente ampi per le produzioni di nicchia, le iniziative di aggregazione potrebbero incrementare la sostenibilità commerciale del mercato globale. Inoltre, le allettanti offerte di nuovi servizi di media audiovisivi, anche a livello transfrontaliero, dovrebbero incrementare i ricavi per i titolari dei diritti e, insieme a misure adeguate intese a contrastare le infrazioni, compresi il controllo dell'attuazione e la cooperazione da parte degli intermediari, potrebbero rivelarsi utili per rimediare ai livelli elevati di pirateria riscontrati nel settore audiovisivo. Questi sviluppi dovrebbero poi stimolare la domanda di una maggiore velocità e capacità di rete, aprendo così la strada a nuovi investimenti su reti più veloci.

1.2. Obiettivo e portata del Libro verde

Il presente documento analizza l'effetto degli sviluppi tecnologici sulla distribuzione e sull'accesso alle opere audiovisive e cinematografiche, cercando di avviare un dibattito sulle opzioni politiche disponibili per sviluppare un contesto dove l'industria e i consumatori europei possano beneficiare delle economie di scala offerte dal mercato unico del digitale. Il Libro verde si basa sulla consapevolezza della necessità di un'analisi approfondita volta a individuare l'esistenza e la varietà di barriere che ostacolano lo sviluppo di un mercato unico del digitale.

Nel caso dei contenuti audiovisivi sono state citate una serie di ragioni alla base della frammentazione del mercato online, tra cui le barriere tecnologiche, la complessità dei processi di concessione delle licenze relative ai diritti d'autore, le disposizioni di legge e contrattuali relative ai periodi di distribuzione, la scarsa certezza del diritto per i fornitori di servizi, i metodi di pagamento, la fiducia dei consumatori e la diffusione di profonde differenze culturali e linguistiche.

L'Atto per il mercato unico⁴ ha già sottolineato come, nell'era di internet, la gestione collettiva deve potersi evolvere verso modelli europei che favoriscano l'estensione delle licenze a diversi territori. Inoltre, come indicato nell'agenda digitale europea, entro il 2012 la Commissione relazionerà sulla necessità di introdurre misure aggiuntive, al di là della semplificazione della gestione collettiva dei diritti, che consentano ai cittadini dell'UE, ai fornitori di contenuti online e ai titolari dei diritti di beneficiare in pieno del potenziale del mercato unico del digitale, tra cui anche misure intese a promuovere le licenze transfrontaliere e paneuropee⁵.

⁴ L'Atto per il mercato unico. Dodici leve per stimolare la crescita e rafforzare la fiducia; "Insieme per una nuova crescita", COM(2011) 206 definitivo, 13 aprile 2011.

⁵ Un'agenda digitale europea: COM(2010) 245 del 19 maggio 2010, pag. 10.

La prima parte del presente Libro verde (sezioni 2 e 3) si concentra sulla gestione dei diritti per la distribuzione online dei servizi di media audiovisivi. In questo settore è necessaria una valutazione dell'entità dei problemi, nonché della loro esatta natura. Devono essere analizzate anche le possibili opzioni a livello UE, tra cui la possibilità di modernizzare il contesto legale e normativo e in che misura, così da fornire alle imprese europee gli incentivi necessari per sviluppare nuovi modelli di business e offrire contenuti ai consumatori in tutta Europa.

La seconda parte del documento (sezione 4) tratta la questione relativa alla remunerazione dei titolari di diritti audiovisivi per l'utilizzo online delle proprie opere, chiedendo se sussiste la necessità di adottare misure aggiuntive a livello UE per garantire una remunerazione adeguata degli autori e degli artisti in relazione all'utilizzo online delle opere e delle prestazioni artistiche per cui detengono i diritti.

La terza parte (sezione 5) analizza determinati utilizzi speciali delle opere audiovisive e i beneficiari delle eccezioni. Da un lato, viene chiesto se sussiste la necessità di modifiche a livello legislativo intese ad aumentare la certezza del diritto per gli istituti per il patrimonio cinematografico e, dall'altro, vengono poste alcune domande in merito all'accesso ai materiali culturali da parte delle persone con disabilità.

Ogni sezione è seguita da un elenco non esaustivo di domande intese a guidare e indirizzare i contributi delle parti interessate.

2. IL MERCATO UNICO DEL DIGITALE PER I SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI⁶

Il mercato televisivo europeo è il secondo mercato regionale più grande del mondo, dopo quello degli Stati Uniti. Tra il 2006 e il 2010 la crescita è stata del 12%, metà della quale verificatasi tra il 2009 e il 2010, raggiungendo un fatturato annuo di 84,4 miliardi di EUR nel 2010. Nello stesso anno la quota europea del mercato globale è rimasta stabile e pari a circa il 29%⁷.

La diffusione televisiva è sempre più diversificata. Nel 2009, le trasmissioni via satellite hanno rappresentato il 31% del mercato televisivo europeo, quelle via cavo il 30%, la televisione digitale terrestre il 25% e la televisione via internet (IPTV)⁸ il 5%⁹. L'Europa occidentale è il più grande mercato IPTV del mondo: nel 2010 vantava il 40% del totale mondiale degli abbonati. La Francia guida la classifica mondiale per l'IPTV (23% del totale

⁶ Come recita la direttiva sui servizi di media audiovisivi (2010/13/UE): “un servizio, quale definito agli articoli 56 e 57 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, che è sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di media e il cui obiettivo principale è la fornitura di programmi al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico, attraverso reti di comunicazioni elettroniche ai sensi dell'articolo 2, lettera a), della direttiva 2002/21/CE. Per siffatto servizio di media audiovisivo si intende o una trasmissione televisiva come definita alla lettera e) del presente paragrafo o un servizio di media audiovisivo a richiesta come definito alla lettera g) del presente paragrafo”.

⁷ Idate News 541, 12 gennaio 2011.

⁸ L'IPTV è la trasmissione di un segnale video attraverso una sezione specifica della rete telefonica. Il segnale è separato dal flusso internet e i contenuti vengono trasmessi alla TV attraverso un decoder dedicato sia alla TV lineare, sia ai servizi on demand. Gli operatori delle telecomunicazioni che offrono questo servizio sono sempre più numerosi (Osservatorio europeo dell'audiovisivo, “Video on Demand and catch-up TV in Europe”, pag. 22).

⁹ In termini di apparecchi televisivi per famiglia; dati forniti da Screen Digest.

mondiale), seguita dalla Cina (16%) e dagli Stati Uniti (16%)¹⁰. Gli ascolti televisivi europei sono più alti rispetto alla media mondiale e nel periodo 2009-2010 hanno fatto osservare l'aumento più significativo a livello mondiale¹¹.

Con il moltiplicarsi delle opportunità offerte dagli sviluppi tecnologici, l'intera catena del valore dell'audiovisivo attraversa una fase di continuo mutamento. Con lo sviluppo dei video "over-the-top"¹², dell'IPTV e della televisione connessa¹³, lo spazio video online sarà sempre più condiviso non solo tra canali televisivi, operatori di reti via cavo e operatori di banda larga, ma anche con nuovi fornitori di servizi¹⁴. Il panorama si caratterizza inoltre per il rapido sviluppo dei siti dei social network e dei social media, che si basano sulla creazione e sul caricamento di contenuti online da parte degli utenti finali (contenuti creati dagli utenti), nonché per l'emergere dei cosiddetti servizi "cloud-based"¹⁵.

I servizi transazionali di video su richiesta includono la vendita e il noleggio online di opere audiovisive "da catalogo", tra cui principalmente lungometraggi, ma anche fiction, documentari, programmi educativi, cartoni animati, ecc. Il mercato emergente europeo dei servizi di video su richiesta è dinamico, diversificato e in rapida crescita, sebbene inferiore a quella degli USA. Nel complesso, nel 2008 erano disponibili a livello europeo oltre 500 servizi audiovisivi su richiesta in funzione di vari modelli di business¹⁶, per un fatturato dei video su richiesta pari a 544 milioni di EUR. Si prevede che il fatturato dei video su richiesta a livello europeo aumenterà significativamente nei prossimi anni, rappresentando così una porzione più importante dei mercati dell'audiovisivo¹⁷. All'interno dell'UE esiste un quadro ben definito per la trasmissione e la ricezione transfrontaliera di servizi di radiodiffusione. Da un lato, la direttiva sui servizi di media audiovisivi avalla il principio della libertà di trasmettere e ricevere programmi TV nell'UE. Dall'altro, la direttiva "satellite

¹⁰ <http://www.telegeography.com/products/commsupdate/articles/2011/03/17/iptv-subscribers-reach-45-million-as-telcos-achieve-10-penetration-rate/>

¹¹ Comunicato stampa Eurodata, 24 marzo 2011.

¹² Generalmente questa espressione si riferisce ai servizi video forniti tramite dispositivi non rientranti nella tradizionale struttura di distribuzione video, come decoder connessi a internet, tablet o console di gioco.

¹³ Descrive l'integrazione di internet negli apparecchi televisivi (TV con accesso a internet).

¹⁴ Alla fine del 2008, il 33% dei servizi di video on demand in Europa erano originariamente forniti da prestatori di servizi TV; il 17% da operatori telefonici; il 14% da "raggruppatori" di contenuti; il 9% da affiliate di case madri statunitensi. Tra gli altri fornitori di servizi di video on demand figuravano operatori via cavo e satellite, società cinematografiche, rivenditori, editori multimediali e produttori di apparecchiature. Osservatorio europeo dell'audiovisivo, "Video on demand and catch-up TV in Europe", ottobre 2009, pag. 116.

¹⁵ Il "cloud computing" si riferisce all'utilizzo di risorse informatiche multiple basate su server attraverso una rete digitale. A differenza dei sistemi tradizionali, l'utente di un servizio "cloud-based" non memorizza più i dati e le applicazioni sul proprio computer, ma sui server dell'operatore del servizio, che potrebbero essere situati in un altro paese. L'utente può accedere ai propri dati attraverso una rete (generalmente internet) e da qualsiasi luogo.

¹⁶ Osservatorio europeo dell'audiovisivo, "Video on demand and catch-up TV in Europe", ottobre 2009, pag. 113.

¹⁷ Fonte: studio KEA "Multi-territory Licensing of Audiovisual Works in the European Union", pag. 108 e 109. Nel Regno Unito, i video on demand hanno rappresentato il 3% (139 milioni di EUR) dei ricavi della cinematografia nel 2009 e l'8% del mercato al dettaglio/noleggio (commissione per la concorrenza del Regno Unito, "Movies on Pay TV Market Investigation", documento preparatorio "Pay TV and movies on pay TV"). I video on demand hanno raggiunto il 33% su base annua e rappresentano il 13% della spesa al dettaglio/noleggio per la cinematografia negli USA nel 2010 (Digital Entertainment Group, "Year End 2010 Home Entertainment Report").

e cavo”¹⁸ integra il quadro e mira a facilitare la gestione del diritto d’autore e dei diritti connessi per i servizi transfrontalieri di radiodiffusione via satellite e di ritrasmissione via cavo. Attualmente non sono disponibili strumenti giuridici specificamente rivolti alla gestione del diritto d’autore e dei diritti connessi per i servizi di media audiovisivi online transfrontalieri.

Si deve tenere presente che tutti gli accordi conclusi tra privati devono rispettare la normativa in materia di concorrenza.

Come sottolineato nell’introduzione, la maggior parte dei servizi di media audiovisivi si concentra su un pubblico nazionale o su una particolare area linguistica¹⁹. I servizi multiterritoriali di radiodiffusione sono rari e spesso le emittenti evitano di gestire i diritti su base paneuropea in quanto la domanda dei consumatori all’estero e il potenziale dei ricavi generati dalla pubblicità non giustificano attualmente i costi aggiuntivi correlati alla creazione di servizi e alle licenze dei contenuti²⁰. Ad oggi, i servizi che sono riusciti ad estendere le proprie attività all’estero sono stati i servizi tematici, incentrati su cinema, programmi per bambini, sport, viaggi, ecc. e con una forte identità del marchio.

È disponibile una serie di piattaforme con servizi transazionali on demand, che copre territori multipli²¹. La tendenza è quella di continuare a rivolgersi ai clienti “nella loro lingua”, adattando i contenuti alle preferenze locali come la lingua, la classificazione dei film, i requisiti di doppiaggio o sottotitolaggio, la pubblicità, i periodi di vacanza e le preferenze generali dei consumatori. Questo atteggiamento è in linea con l’esperienza dei produttori e dei distributori, sia di piccole che di grandi dimensioni: questi hanno indicato che, sebbene le licenze per i contenuti siano concesse su base multiterritoriale in presenza di uno specifico modello aziendale, per promuovere e vendere i film in ciascun paese non si può prescindere da investimenti mirati e locali in termini di distribuzione e commercializzazione²².

Nelle aree in cui i servizi multiterritoriali si stanno affermando, questi vengono testati innanzitutto in mercati ad alto reddito e tecnologicamente sofisticati. Di conseguenza i mercati più piccoli, o gli Stati membri con redditi medi inferiori, rischiano di trovarsi in ritardo sul piano dell’accesso alle offerte audiovisive innovative. Inoltre, il fatto che i contenuti di alta qualità siano messi a disposizione soltanto dei clienti di alcuni Stati membri è

¹⁸ Direttiva 93/83/CE del Consiglio, del 27 settembre 1993, per il coordinamento di alcune norme in materia di diritto d’autore e diritti connessi applicabili alla radiodiffusione via satellite e alla ritrasmissione via cavo.

¹⁹ Cfr. relazione sull’applicazione della direttiva “satellite e cavo” del 2002, COM(2002) 430 definitivo; a tale riguardo, cfr. anche Bernt Hugenholz, “Nouvelle lecture de la directive Satellite Câble: passé, présent et avenir”.

²⁰ In realtà, la portata geografica dei servizi delle emittenti è determinata anche da fattori quali l’ambito geografico d’interesse per gli inserzionisti (nel caso di emittenti che fanno affidamento sui finanziamenti pubblicitari) e la sostenibilità del costo dei diritti in relazione all’attività del mercato principale. Nel 2009 a livello UE gli abbonamenti televisivi hanno rappresentato il 38% dei ricavi del settore, la pubblicità il 32% e i finanziamenti pubblici il 30% (Screen Digest). In sostanza, il modello della televisione a pagamento richiede contenuti per cui il cliente è disposto a pagare.

²¹ Ad esempio, Acetrax, Chello, Headweb, iTunes, Playstation Network Live, Vodder, Xbox Live.

²² Ad esempio, le nuove uscite Paramount sono disponibili in 21 Stati membri dell’UE nella modalità video on demand, sia online, sia attraverso le reti digitali via cavo, satellite o IPTV.

difficile da spiegare ai cittadini europei che ritengono di dover avere la possibilità di accedere ai contenuti indipendentemente dallo Stato membro di residenza²³.

La questione delle pratiche di concessione di licenze territoriali è venuta recentemente alla ribalta nel caso della Premier League²⁴, relativo alla pratica di restringere territorialmente, con tecnologie di accesso condizionato, l'accessibilità delle trasmissioni sportive diffuse via satellite a vari Stati membri²⁵. La Corte di giustizia dell'Unione europea deve ancora emettere la sentenza. In alcune decisioni antecedenti, la Corte ha stabilito che la libertà di prestazione dei servizi non impedisce di imporre limiti geografici alle licenze di trasmissione²⁶.

2.1. Gestione dei diritti per la trasmissione online dei servizi di media audiovisivi

Fino a poco tempo fa le emittenti si occupavano principalmente di radiodiffusione lineare (via etere, satellite o cavo) e dovevano esclusivamente gestire i diritti di riproduzione e trasmissione/comunicazione al pubblico detenuti dagli autori, dagli artisti e dai produttori in relazione all'utilizzo delle opere audiovisive. In realtà, sempre più spesso le emittenti mettono a disposizione su richiesta almeno una parte della propria programmazione dopo l'emissione primaria (servizi di catch-up TV, download). In effetti, la maggior parte dei principali canali televisivi europei offre un servizio di catch-up TV²⁷; tra i programmi offerti figurano telegiornali, notiziari, serie e lungometraggi. Per fornire questi servizi online (on demand), le emittenti devono gestire una serie di diritti diversi da quelli richiesti per l'emissione primaria, ossia il diritto di riproduzione e il diritto di messa a disposizione²⁸.

Nei casi in cui le emittenti distribuiscano i propri servizi online oltre il territorio dell'emissione primaria, esse devono gestire i diritti per ciascun territorio aggiuntivo.

²³ A tale riguardo è necessario considerare l'articolo 20 della direttiva sui servizi (direttiva 2006/123/CE del 12 dicembre 2006 relativa ai servizi nel mercato interno), secondo cui gli Stati membri provvedono affinché ai destinatari dei servizi non vengano imposti requisiti discriminatori fondati sulla loro nazionalità o sul loro luogo di residenza.

²⁴ Cause C-403/08, Football Association Premier League Ltd/QC Leisure e C-429/08, Karen Murphy/Media Protection Services Limited.

²⁵ Un gestore di un esercizio pubblico nel Regno Unito ha mostrato partite della Premier League utilizzando una scheda di decodificazione importata dalla Grecia. L'emittente satellitare greca aveva acquistato i diritti di trasmissione esclusivamente per la Grecia e le schede di decodificazione greche erano molto più convenienti di quelle vendute dall'emittente inglese per il Regno Unito. Secondo le conclusioni dell'avvocato generale del 3 febbraio 2011, la libertà di prestazione di servizi preclude le disposizioni che proibiscono l'uso, in uno Stato membro, di dispositivi di accesso condizionato alle trasmissioni via satellite codificate qualora tali dispositivi siano già stati commercializzati in un altro Stato membro, con il consenso del titolare dei diritti. Inoltre, secondo l'avvocato generale, l'obbligo contrattuale secondo cui un'emittente deve impedire l'utilizzo delle proprie schede di decodificazione satellitare al di fuori del territorio coperto dalla licenza è incompatibile con le norme relative alla concorrenza.

²⁶ Coditel/Ciné Vog Films, CGCE, 19 marzo 1980, causa 62/79 e Coditel/Ciné Vog Films (Coditel II), CGCE, 6 ottobre 1982, causa 262/81.

²⁷ Osservatorio europeo dell'audiovisivo, "Video on demand and catch-up TV in Europe", ottobre 2009, pag. 220.

²⁸ Questi diritti sono tecnologicamente neutrali. La necessità di gestire il diritto di messa a disposizione deriva dal servizio fornito (la messa a disposizione di un'opera "on demand"), indipendentemente dalla piattaforma o dal protocollo utilizzati (ad esempio, rete via cavo, protocollo internet o altro). Questi diritti sono previsti dai trattati internazionali stipulati dall'UE e dagli Stati membri (il trattato OMPI sul diritto d'autore e il trattato OMPI sulle interpretazioni ed esecuzioni e sui fonogrammi) e contenuti nell'acquis dell'UE (direttiva 2001/29/CE del 22 maggio 2001, la "direttiva sulla società dell'informazione").

Generalmente, i diritti economici di un'opera audiovisiva vengono trasferiti dagli autori o dagli artisti al produttore in cambio di un pagamento anticipato, stabilito per legge o contrattualmente²⁹. Ciò consente al produttore di offrire in licenza gran parte delle forme di sfruttamento dell'opera audiovisiva, inclusi gli utilizzi su richiesta, su base individuale. Dall'altra, la gestione dei diritti di sfruttamento online per le opere e gli altri elementi inglobati nella registrazione audiovisiva (in particolare, in relazione alla musica di sottofondo) per gli utilizzi online e su territori multipli sembra implicare, in qualche caso e per alcuni titolari di diritti, uno sforzo amministrativo e costi di transazione significativi.

2.2. Gestione dei diritti per la ritrasmissione dei servizi di media audiovisivi

La ritrasmissione di programmi (generalmente intesa come la diffusione simultanea di una trasmissione da parte di un'entità diversa, come un cablodistributore) è, sul piano dei diritti d'autore, un atto distinto, e richiede l'autorizzazione dei titolari dei diritti.

La direttiva “satellite e cavo” prevede un duplice processo di gestione dei diritti d'autore per la ritrasmissione simultanea, via cavo, di programmi trasmessi da altri Stati membri. Da un lato, le emittenti potrebbero dare in licenza i propri diritti, nonché i diritti acquisiti per contratto e su base individuale, ai cablodistributori³⁰. Dall'altro, la direttiva dispone che tutti gli altri diritti necessari per la ritrasmissione di uno specifico programma via cavo possano essere gestiti esclusivamente da una società di gestione collettiva. Ciò si è rivelato necessario nel caso della ritrasmissione simultanea via cavo, vista la difficoltà per i cablodistributori di garantire la gestione tempestiva di tutti i diritti per i programmi trasmessi loro dalle emittenti, evitando così il rischio di black-out durante la programmazione³¹. Le disposizioni della direttiva trovano applicazione esclusivamente per la “ritrasmissione simultanea, invariata ed integrale, tramite un sistema di ridistribuzione via cavo o a frequenze molto elevate, di un'emissione primaria proveniente da un altro Stato membro”³².

Le nuove piattaforme digitali consentono di ritrasmettere i programmi simultaneamente su reti diverse. Gli operatori DSL³³, IPTV, delle reti mobili e di altre piattaforme digitali, come la televisione digitale terrestre (DDT)³⁴, offrono anche servizi di ritrasmissione dei programmi. La ritrasmissione via internet di un programma viene generalmente chiamata “simulcast”. Si pone la questione se le disposizioni tecnologiche della direttiva “satellite e cavo” debbano essere riviste per sviluppare un quadro per la ritrasmissione transfrontaliera dei servizi di media audiovisivi, tecnologicamente neutrale in relazione alla piattaforma di diffusione. Si può sostenere che, nella pratica, questo aspetto sembra già trovare parziale applicazione in quanto gli operatori a banda larga che offrono un servizio analogo (ritrasmissione “simultanea, invariata ed integrale”) sono inclusi nelle disposizioni generali per la

²⁹ Per maggiori informazioni cfr. sezione 4 sotto.

³⁰ Direttiva “satellite e cavo”, articolo 10.

³¹ Pertanto, i cablodistributori non devono ottenere le licenze da tutti i singoli titolari di diritti dei programmi, ma piuttosto negoziare la licenza con una società di gestione collettiva (per quanto concerne i diritti detenuti da terze parti) e con l'emittente in questione (per i diritti detenuti direttamente dall'emittente).

³² Direttiva “satellite e cavo”, articolo 1, paragrafo 3.

³³ La linea DSL (linea digitale di abbonato) offre la trasmissione digitale dei dati attraverso la rete telefonica.

³⁴ La DTT (televisione digitale terrestre) consiste nella diffusione delle trasmissioni in formato digitale sulle frequenze radio. Come nel caso della televisione analogica terrestre, la ricezione della DTT avviene tramite antenna.

ridistribuzione via cavo. Sono invece esclusi i servizi su richiesta e quelli via streaming sul web (generalmente denominati “webcasting”).

Inoltre, si sostiene che la gestione dei diritti, conformemente alle norme attuali per la ritrasmissione via cavo della direttiva “satellite e cavo”, possa richiedere operazioni multiple con diverse organizzazioni rappresentative dei diritti e che vi possa essere una scarsa chiarezza e certezza in merito al soggetto incaricato di dare in licenza i diritti. In questo contesto si è dibattuto anche in merito alla necessità di preservare la licenza collettiva obbligatoria per la ritrasmissione via cavo, in contrapposizione all’esigenza di dare ai titolari dei diritti la libertà di concedere le licenze su base individuale.

2.3. Gestione dei diritti per i servizi transazionali di video on demand

I mercati audiovisivi mondiali si basano su accordi esclusivi di distribuzione, dove la proiezione nelle sale rappresenta un elemento cruciale nella creazione dell’“identità di marchio” di un film in ciascuno dei paesi in cui viene distribuito. I produttori e i distributori massimizzano i propri ricavi scaglionando nel tempo le piattaforme mediatiche attraverso cui un film viene distribuito (“modalità di sfruttamento sui mezzi di diffusione”)³⁵. Queste modalità, o “cronologie”, variano da uno Stato membro all’altro, ma, ad esempio, la sequenza standard per un lungometraggio sarebbe la seguente: distribuzione nelle sale cinematografiche, video/DVD/Blu Ray, video on demand, televisione a pagamento (pay-TV) e televisione a libero accesso. In gran parte degli Stati membri, la cronologia, così come la durata di ciascun periodo di distribuzione, è una questione di natura contrattuale tra i titolari dei diritti e i distributori. In realtà, due Stati membri continuano ad applicare le norme nazionali relative ai periodi di distribuzione³⁶, mentre altri collegano la concessione di sussidi cinematografici al rispetto dei periodi pattuiti per la proiezione nelle sale³⁷.

La commercializzazione per lo sfruttamento delle versioni successive (in periodi futuri) si basa sulla proiezione iniziale nelle sale, che si ritiene rivesta un ruolo fondamentale nella determinazione del rendimento complessivo di una pellicola. I produttori e i distributori cinematografici hanno iniziato a riallineare i tradizionali periodi di distribuzione includendo le offerte di video su richiesta, ad esempio mettendo a disposizione i film attraverso servizi transazionali di video su richiesta contemporaneamente all’uscita nelle sale o in DVD³⁸. Questa tendenza è stata in parte innescata dal fatto che lo slancio di commercializzazione può andare perso qualora il periodo che intercorre tra la prima distribuzione di un’opera e il suo successivo sfruttamento attraverso altri canali sia troppo lungo. Al tempo stesso, il sistema attuale di distribuzione scaglionata su piattaforma e di distribuzione territoriale è seriamente minacciato dal crescente interesse dei consumatori nei confronti dell’accesso alle opere

³⁵ Per una descrizione della distribuzione successiva alla proiezione nelle sale delle modalità di sfruttamento sui mezzi di diffusione, cfr. studio KEA “Multi-territory Licensing of Audiovisual Works in the European Union”, pag. 56.

³⁶ Francia e Portogallo. Cfr. Media Windows in Flux di Martin Kuhr, IRIS plus, pag. 4 e 5.

³⁷ Ad esempio, Germania e Austria, *ibid.*

³⁸ Ad esempio, l’iniziativa “Day and Date” della Warner Bros, dove il video on demand viene distribuito lo stesso giorno del DVD. Le date e i titoli sono distribuiti in gran parte degli Stati membri dell’UE. Anche gli operatori europei hanno iniziato a sperimentare questi modelli alternativi di distribuzione. Curzon Artificial ha lanciato il film “Ai confini del paradiso”, di Fatih Akin. La pellicola è stata lanciata nelle sale cinematografiche agli inizi del 2008 e distribuita per un periodo limitato (14 giorni) tramite il servizio di video on demand di Sky a un prezzo maggiorato (più o meno pari al biglietto del cinema). Curzon ritiene che il video su richiesta abbia fatto incrementare le vendite ai botteghini per il film e, da allora, ha ripetuto l’esperienza con altre pellicole.

audiovisive e cinematografiche subito dopo la prima uscita, indipendentemente dal luogo di residenza. Accade sempre più spesso che le copie contraffatte di un film siano disponibili online ancora prima della distribuzione iniziale nei cinema o alla televisione, cosa che spinge ad accorciare ulteriormente i periodi di distribuzione³⁹.

I produttori cinematografici europei ritengono che la proiezione nelle sale sia particolarmente importante per i film europei, visti i budget promozionali piuttosto contenuti⁴⁰. Sembra che il fatto di togliere ai produttori e ai distributori l'opportunità di recuperare gli investimenti attraverso la distribuzione contrattuale e gli accordi di commercializzazione porterebbe a una perdita significativa di incentivi ad investire nella produzione cinematografica.

Come illustrato sopra, i diritti economici nelle opere audiovisive (incluso il diritto di messa a disposizione) vengono generalmente trasferiti dagli autori e dagli artisti al produttore (per legge o contrattualmente), consentendo così al produttore di dare direttamente in licenza gran parte dei diritti necessari per i servizi di video on demand. Tuttavia, sembra che la gestione dei diritti possa rivelarsi laboriosa e costosa per alcuni operatori di video on demand. Innanzitutto, nell'ambito degli accordi di prefinanziamento, i produttori potrebbero aver suddiviso i diritti di sfruttamento tra territori, nominando un partner di distribuzione diverso per gestire la commercializzazione e la distribuzione in ciascun territorio. In secondo luogo, la scarsa chiarezza in merito ai diritti che devono essere gestiti per le opere e agli altri aspetti ricompresi nella registrazione audiovisiva può a volte rappresentare un problema.

2.4. Produzione e distribuzione cinematografica europea

L'Unione europea è uno dei più grandi produttori cinematografici del mondo: nel 2009 sono stati prodotti nell'UE 1 168 lungometraggi (rispetto ai 677 prodotti negli Stati Uniti)⁴¹. I film europei rappresentano circa il 25% degli ingressi in sala nell'UE, mentre i film statunitensi detengono una quota di mercato del 68%⁴². Al contrario, nel 2009 i film statunitensi coprivano il 93% del mercato USA, mentre i film UE detenevano una quota di mercato del 7%. Non sono disponibili dati pubblici sulle quote di mercato online.

Questi dati rispecchiano come l'industria cinematografica europea si trovi ad affrontare alcune caratteristiche strutturali del tutto uniche, quali le peculiarità linguistiche e culturali, le preferenze dei mercati nazionali e la disponibilità limitata di risorse finanziarie. Il settore audiovisivo europeo è estremamente frammentato e composto da un vasto numero di piccole e medie imprese (PMI)⁴³. L'Europa non è stata capace di sviluppare un sistema di studios come quello creato dalle cosiddette "major" di Hollywood. Rispetto ad altri paesi, il settore europeo lamenta investimenti insufficienti⁴⁴ e il budget medio per film è solo una piccola porzione

³⁹ Osservatorio europeo dell'audiovisivo, "Video on demand and catch-up television in Europe", ottobre 2009, pag. 75.

⁴⁰ Questo aspetto è ancora più importante per le coproduzioni, dal momento che i coproduttori in altri territori (distributori del produttore) si aspettano, in cambio dell'investimento effettuato, di godere dei diritti esclusivi nel proprio territorio. Ciò trova applicazione anche per altre produzioni. L'agente di vendita concede ai distributori di altri Stati membri diritti esclusivi nel proprio territorio.

⁴¹ A fini comparativi, l'India, il Giappone e la Cina hanno prodotto rispettivamente 819, 456 e 445 film nel 2009. Osservatorio europeo dell'audiovisivo, "Focus 2010".

⁴² Incluse le pellicole prodotte in Europa con investimenti provenienti dagli Stati Uniti.

⁴³ Nel 2007 la Francia vantava oltre 600 imprese di produzione cinematografica, il Regno Unito 400 e la Germania 200.

⁴⁴ L'investimento pro capite ammonta a 41 USD negli USA, 20 USD in Giappone e 13 USD in Europa (Screen Digest, 2011).

rispetto a quello dei principali studios⁴⁵. I film europei riscuotono generalmente successo nel proprio territorio ma, come dimostrano i dati summenzionati, tendono ad avere una distribuzione e un interesse limitato al di fuori del territorio di produzione.

Considerando le sfide strutturali per il cinema europeo, lo sviluppo di questo settore non è stato lasciato esclusivamente alle forze di mercato. Il pluralismo, la diversità culturale e linguistica e la protezione dei minori sono alcuni degli obiettivi di interesse generale salvaguardati dalla legislazione UE, in particolare dalla direttiva sui servizi di media audiovisivi. Nello stesso spirito, la direttiva sui servizi di media audiovisivi e il programma MEDIA⁴⁶ promuovono la produzione e la distribuzione delle opere europee con servizi lineari e non. Il programma MEDIA mira in primo luogo ad incrementare la circolazione e la visibilità delle opere audiovisive europee all'interno e all'esterno dell'UE. La comunicazione sugli aiuti di Stato al settore cinematografico⁴⁷, attualmente in riesame, rappresenta un quadro adeguato che consente agli Stati membri di assicurare sostegno finanziario alla distribuzione e alla produzione di film mantenendo del contempo condizioni di concorrenza eque sul mercato interno.

La Commissione europea riconosce che i sistemi di finanziamento nazionali sono fondamentali per preservare gli investimenti nelle produzioni locali e gli stretti legami tra piattaforme multiple, dal momento che le emittenti tradizionali sono i principali committenti e distributori delle produzioni audiovisive e cinematografiche⁴⁸. In alcuni casi, è fatto obbligo per legge di investire una determinata percentuale del fatturato in produzioni locali.

Il programma MEDIA, nato in risposta alla natura frammentaria dei mercati culturali europei, offre un collaudato meccanismo di sostegno sia alla disponibilità multiterritoriale dei film europei, sia alle piattaforme emergenti di video on demand. Tra i 16 progetti sostenuti nel 2010, solo 4 vantano una copertura puramente nazionale⁴⁹. Gli altri 12 progetti hanno una portata internazionale e non sono necessariamente circoscritti ai confini dell'Unione europea⁵⁰.

⁴⁵ Il budget medio di una pellicola francese nel 2010 era di 5,48 milioni di EUR; CNC "La production cinématographique en 2010", pag. 10.

⁴⁶ http://ec.europa.eu/culture/media/index_en.htm

⁴⁷ Comunicazione della Commissione su taluni aspetti giuridici riguardanti le opere cinematografiche e le altre opere audiovisive, COM(2001) 534 del 26 settembre 2001.

⁴⁸ Ad esempio, nel Regno Unito i canali televisivi hanno rappresentato il 31% dei ricavi della cinematografia nel 2009 (commissione per la concorrenza del Regno Unito, "Movies on Pay TV Market Investigation", documento preparatorio "Pay TV and movies on pay TV"). In Francia, la coproduzione e la prevendita dei diritti alle emittenti, unitamente agli accordi di distribuzione, hanno finanziato circa il 55% delle pellicole prodotte con un budget superiore a 7 milioni di EUR nel 2010 (CNC "La production cinématographique en 2010", pag. 17).

⁴⁹ Queste piattaforme devono avere una "dimensione europea minima" (dovrebbero includere opere provenienti da almeno cinque paesi ammissibili che rappresentano cinque lingue ufficiali dell'UE). I criteri di assegnazione includono un bonus speciale assegnato alle piattaforme che offrono una distribuzione transfrontaliera e linguistica.

⁵⁰ Le piattaforme di video on demand, come MUBI, UNIVERSCINE ed EUROVOD, sono supportate dal programma MEDIA. Ad esempio, EUROVOD e MUBI (<http://mubi.com>) hanno acquisito notorietà e, grazie all'accordo con Sony Playstation, hanno buone prospettive di affermazione. Una parte del loro catalogo è composta da un'offerta di film su scala europea; inoltre, vengono proposti vari cataloghi a livello territoriale. MEDICI (www.Medici.TV) ha acquisito fama internazionale in un settore specifico (musica classica) e offre servizi via streaming relativi a spettacoli di musica dal vivo su internet. I

3. APPROCCI POLITICI

La Commissione europea ha espresso la volontà di contribuire a migliorare la disponibilità di servizi online per i consumatori creando un quadro europeo per la concessione online di licenze di diritti d'autore per i servizi multiterritoriali e paneuropei⁵¹. Come annunciato nella strategia DPI, all'inizio del 2012 la Commissione presenterà una proposta legislativa intesa a migliorare la gestione collettiva dei diritti d'autore, tra l'altro migliorando la trasparenza e la governance delle società di gestione collettiva, garantendo così che la gestione collettiva evolva e risponda alle esigenze delle licenze multiterritoriali. Per quanto concerne le opere audiovisive dove spesso le licenze vengono gestite direttamente attraverso un'unica interfaccia (il produttore), questo quadro volto a facilitare le licenze collettive dei diritti potrebbe rivestire un ruolo particolarmente importante per alcuni aspetti, come la gestione dei diritti per la musica integrata nelle opere audiovisive.

Sono state presentate anche altre opzioni: una è quella di estendere il principio del “paese di origine”, su cui si fonda la diffusione via satellite (come disposto nella direttiva “satellite e cavo”), alla distribuzione della programmazione online, con riferimento particolare alla diffusione di servizi disponibili su richiesta e collaterali alle attività di diffusione (ad esempio catch-up TV). In questo contesto, il diritto applicabile sarebbe quello del paese in cui ha origine la trasmissione online, ma anche le parti interessate sarebbero in grado di garantire che i diritti di licenza tengano conto di tutti gli aspetti della trasmissione, incluso il numero effettivo e il numero potenziale dei telespettatori, nonché la versione linguistica⁵². Inoltre, l'applicazione dell'approccio del “paese di origine” non influirebbe sulla libertà contrattuale delle parti: all'atto di definire i termini della licenza, i titolari dei diritti e gli utenti commerciali sarebbero capaci di definire contrattualmente l'ambito territoriale della licenza⁵³.

Rimarrebbe da capire in che modo definire il “paese di origine” con riferimento alle trasmissioni online⁵⁴. Questo aspetto è particolarmente importante per i servizi transazionali on demand, dove l'introduzione dell'approccio del “paese di origine” potrebbe implicare l'arbitraggio regolamentare per la scelta del paese di stabilimento del fornitore dei servizi. Le opere audiovisive hanno un valore specifico in termini linguistici e gran parte dei servizi di media audiovisivi si concentrano soprattutto sul pubblico nazionale o, al massimo, su gruppi linguistici comuni. È necessario valutare la portata specifica del problema e il valore aggiunto dell'estensione del principio del paese di origine. Vanno analizzate anche altre questioni relative al livello di protezione dei titolari dei diritti e alla necessità di un'ulteriore armonizzazione. È necessario considerare inoltre le ragioni per cui, a più di quindici anni di distanza dall'applicazione della direttiva, questo approccio non sembra aver portato a un'ampia affermazione di servizi paneuropei di radiodiffusione via satellite⁵⁵.

progetti mobili che beneficiano del programma MEDIA, come Shortz (www.shortz-tv.com), hanno una portata paneuropea.

⁵¹ Cfr. comunicazione della Commissione europea “Un mercato unico per i diritti di proprietà intellettuale”, COM(2011) 287, pag. 11.

⁵² Considerando 17 della direttiva 93/83/CE.

⁵³ Direttiva “satellite e cavo”, considerando 16.

⁵⁴ Con riferimento alle trasmissioni via satellite, la comunicazione si configura unicamente nello Stato membro in cui, sotto il controllo e la responsabilità dell'organismo di radiodiffusione, i segnali portatori di programmi sono inseriti in una sequenza ininterrotta di comando diretta al satellite e poi a terra. Cfr. direttiva “satellite e cavo”, articolo 1, paragrafo 2, lettera b).

⁵⁵ In molti casi, l'ambito geografico delle trasmissioni satellitari rimane limitato e sono pochi i servizi paneuropei che si sono affermati. Uno studio ha rivelato che meno della metà dei canali satellitari UE

Nella “strategia DPI”, la Commissione ha iniziato a ipotizzare un approccio più ampio che prevede la creazione di un codice europeo del diritto d’autore, globale e unitario. Questo codice potrebbe basarsi sulla codifica delle attuali direttive UE sul diritto d’autore, esaminando la necessità di andare oltre l’attuale armonizzazione.

Ciò fornirebbe anche l’opportunità di esaminare se le attuali eccezioni e restrizioni al diritto d’autore previste dalla direttiva sulla società dell’informazione⁵⁶ debbano essere aggiornate. Oltre al codice, la Commissione potrebbe esaminare la possibilità di creare un titolo di diritto d’autore unitario opzionale sulla base dell’articolo 118 del TFUE⁵⁷. Il titolo opzionale potrebbe essere messo a disposizione su base volontaria e coesistere insieme ai titoli nazionali. I futuri autori o produttori di opere audiovisive avrebbero l’opportunità di registrare le proprie opere e ottenere così un titolo unico valido in tutta l’UE. La fattibilità, l’effettiva richiesta e i vantaggi reali di un titolo di questo tipo, unitamente alle conseguenze della sua applicazione e alla protezione territoriale esistente, sono tutti elementi che devono essere attentamente esaminati.

Infine in questo settore, come in altri, sono state sollevate preoccupazioni in merito all’accuratezza delle informazioni riguardanti la proprietà dei diritti. Pertanto, la necessità di esaminare le opzioni disponibili per lo sviluppo di sistemi di gestione dei dati per la proprietà dei diritti per le opere audiovisive sembra essere tangibile⁵⁸. Inoltre, alla luce della necessità di gestire i diritti per le opere preesistenti e delle questioni relative alle opere audiovisive, sembra opportuno esplorare le possibilità di condividere tra settori le fonti di informazioni riguardanti la proprietà dei diritti.

3.1. Domande

1. Quali sono i principali ostacoli di carattere giuridico e di altro tipo (diritti d’autore o altro) che impediscono lo sviluppo del mercato unico del digitale per la distribuzione transfrontaliera delle opere audiovisive? Quali condizioni quadro andrebbero adattate o attuate per promuovere un mercato unico del digitale dinamico per i contenuti audiovisivi e per facilitare le licenze multiterritoriali? Quali dovrebbero essere le principali priorità?
2. Quali sono i problemi pratici per i fornitori di servizi di media audiovisivi nell’ambito della gestione dei diritti nelle opere audiovisive a) in un singolo territorio; e b) in territori multipli? Quali sono i diritti interessati? Per quali utilizzi?
3. I problemi di gestione del diritto d’autore possono essere risolti migliorando il quadro delle licenze? Un sistema di diritto d’autore basato sulla territorialità nell’UE è idoneo per gli ambienti online?

sono internazionali e tra questi compaiono principalmente canali d’informazione, per adulti e per minoranze linguistiche (cfr. studio KEA “Multi-territory Licensing of Audiovisual Works in the European Union”, pag. 146).

⁵⁶ Direttiva 2001/29/CE sull’armonizzazione di taluni aspetti del diritto d’autore e dei diritti connessi nella società dell’informazione, 22 maggio 2001.

⁵⁷ Cfr. comunicazione della Commissione europea “Un mercato unico per i diritti di proprietà intellettuale”, COM(2011) 287, pag. 11.

⁵⁸ I produttori audiovisivi stanno lavorando su un sistema di numerazione identificativa internazionale per le opere audiovisive (ISAN, International Standard Audiovisual Number). Fino a questo momento, l’ISAN non contiene informazioni riguardanti la proprietà dei diritti e la partecipazione è volontaria. Alcuni dei principali studios cinematografici statunitensi stanno lavorando su un sistema simile (EIDR, Entertainment Identifier Registry).

4. Quali mezzi tecnologici, ad esempio codici di accesso individuali, potrebbero essere previsti per consentire ai consumatori di accedere alle “loro” trasmissioni o altri servizi e ai “loro” contenuti, a prescindere da dove si trovino? Quale impatto potrebbero avere tali sistemi sui modelli relativi alla concessione di licenze?
5. Sarebbe fattibile e quali sarebbero i vantaggi e gli svantaggi di estendere il principio del “paese di origine”, valido per la radiodiffusione via satellite, ai servizi di media audiovisivi online? Quale sarebbe il modo più appropriato per determinare il “paese di origine” in relazione alle trasmissioni online?
6. Quali sarebbero i costi e i benefici di estendere il sistema di gestione del diritto d’autore alla ritrasmissione transfrontaliera dei servizi di media audiovisivi via cavo su una base tecnologica neutra? Questa estensione dovrebbe essere limitata agli “ambienti chiusi” come l’IPTV o dovrebbe coprire tutte le forme di ritrasmissione aperta (“simulcast”) via internet?
7. Sono necessarie misure specifiche alla luce del rapido sviluppo dei siti dei social network e dei social media, che si basano sulla creazione e sul caricamento di contenuti online da parte degli utenti finali (blog, podcast, post, wiki, mash-up, file e condivisione di video)?
8. In che modo gli sviluppi tecnologici futuri (ad esempio, il “cloud computing”) influiranno sulla distribuzione dei contenuti audiovisivi, tra cui la diffusione dei contenuti ad apparecchi multipli e la capacità dei clienti di accedere ai contenuti indipendentemente dalla propria posizione?
9. In che modo la tecnologia favorisce la gestione dei diritti? Lo sviluppo di sistemi di identificazione per le opere audiovisive e di banche dati sulla proprietà dei diritti andrebbe ad agevolare la gestione dei diritti per la distribuzione online delle opere audiovisive? Quale sarebbe il ruolo dell’Unione europea, ove previsto?
10. I modelli attuali di finanziamento e distribuzione dei film, basati su opzioni di piattaforme scaglionate e di distribuzione territoriale, sono ancora rilevanti per i servizi audiovisivi online? Qual è il modo migliore per rendere più accessibili le pellicole più vecchie che non sono più coperte da un accordo di esclusiva rilasciato per la distribuzione online nell’UE?
11. Agli Stati membri dovrebbe essere proibito di mantenere o introdurre periodi di distribuzione giuridicamente vincolanti nell’ambito dei finanziamenti pubblici per la produzione cinematografica?
12. Quali misure dovrebbero essere adottate per garantire la partecipazione e/o la visibilità delle opere europee nel catalogo di programmi offerti dai fornitori di servizi di media audiovisivi on demand?
13. Qual è la vostra opinione sui possibili vantaggi e svantaggi dell’armonizzazione del diritto d’autore nell’UE attraverso un codice globale del diritto d’autore?
14. Qual è la vostra opinione sull’introduzione di un unico titolo di diritto d’autore UE? Quali dovrebbero essere le caratteristiche di un titolo unitario, anche in relazione ai diritti nazionali?

4. REMUNERAZIONE DEI TITOLARI DEI DIRITTI PER LO SFRUTTAMENTO ONLINE DELLE OPERE AUDIOVISIVE

La Commissione europea ritiene necessario garantire una remunerazione adeguata per i titolari dei diritti. Al tempo stesso, per lo sviluppo dei servizi transfrontalieri nel mercato unico del digitale è fondamentale che la proprietà e i diritti per i servizi transfrontalieri siano trasparenti e che i costi correlati al lancio di nuovi servizi siano prevedibili. Da ultimo, agevolare i servizi transfrontalieri di successo implicherà una remunerazione maggiore per i creatori.

Sebbene i diritti economici esclusivi e i termini di protezione siano stati oggetto di un'ampia armonizzazione a livello UE⁵⁹, le norme sulla paternità del diritto d'autore e la titolarità iniziale nell'Unione sono state armonizzate solo in parte. Come sottolineato dalla Commissione nella sua relazione sulla questione della paternità di opere cinematografiche o audiovisive nella Comunità⁶⁰:

“A seguito di questa armonizzazione, tutti gli Stati membri ritengono attualmente il regista principale della pellicola come uno dei suoi autori. Peraltro la legislazione comunitaria non ha portato ad un'armonizzazione completa della nozione di paternità di opere cinematografiche e audiovisive. Sussistono tuttora differenze di dettaglio per quanto riguarda il problema di considerare chi nel gruppo di persone che partecipano alla realizzazione della pellicola vada considerato come coautore, oltre al regista principale”⁶¹.

Inoltre, le norme nazionali sui trasferimenti e sull'attribuzione dei diritti differiscono proprio come quelle sulla successione legale. La portata del trasferimento dei diritti varia anche tra Stati membri⁶². Alcuni ritengono che la moltitudine di approcci a livello UE rappresenti un problema alla concessione di licenze per le opere audiovisive all'interno dell'Unione europea, rendendo il processo lungo e complesso.

⁵⁹ Direttiva 93/83/CEE per il coordinamento di alcune norme in materia di diritto d'autore e diritti connessi applicabili alla radiodiffusione via satellite e alla ritrasmissione via cavo; direttiva 2001/29/CE sull'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione; direttiva 2006/115/CE concernente il diritto di noleggio, il diritto di prestito e taluni diritti connessi al diritto di autore in materia di proprietà intellettuale e direttiva 2006/116/CE concernente la durata di protezione del diritto d'autore e di alcuni diritti connessi.

⁶⁰ COM(2002) 691 definitivo, 6 dicembre 2002.

⁶¹ Ad esempio, il diritto francese considera autori diversi collaboratori di un'opera audiovisiva: l'autore della sceneggiatura, dell'adattamento della pellicola, dei dialoghi, delle musiche appositamente composte per il film, il regista e l'autore dell'opera che è stata adattata cinematograficamente. In Germania, chiunque fornisca un contributo creativo può essere considerato coautore; finora i tribunali tedeschi hanno considerato come autori il regista, l'operatore e il tecnico del montaggio. Nel Regno Unito, in Irlanda e in Lussemburgo, il produttore della pellicola è considerato anche coautore dell'opera audiovisiva.

⁶² Ad esempio, il diritto francese in materia di produzioni audiovisive si basa sul presupposto che tutti i diritti economici di una pellicola siano stati trasferiti al produttore, mentre in Austria o in Italia il produttore è il titolare originario di tutti i diritti di sfruttamento cinematografici. Nel Regno Unito il regista principale è considerato l'autore originale della pellicola e i diritti vengono trasferiti al produttore in base alla dottrina del “works for hire”, secondo cui il regista è assunto dal produttore. Altri Stati membri, come Belgio, Danimarca, Finlandia, Grecia, Paesi Bassi, Portogallo o Svezia, definiscono presunzioni di varia portata.

4.1. Remunerazione degli autori per lo sfruttamento online

Gran parte degli autori trasferisce al produttore i propri diritti economici esclusivi in cambio di una somma forfettaria o di una quota di “rilevazione” per il contributo fornito all’opera audiovisiva (scrittura del copione e/o regia, ecc.). Generalmente gli autori non ricevono una remunerazione per ogni singolo utilizzo iniziale della propria opera, come le proiezioni in sala o la vendita di DVD⁶³. Allo stesso modo, la maggior parte degli Stati membri non offre un sistema per gli autori audiovisivi affinché questi possano ricevere un pagamento “per singolo utilizzo” per lo sfruttamento online delle proprie opere⁶⁴.

In alcuni Stati membri (Francia, Belgio e Bulgaria), le società di gestione collettiva che rappresentano gli autori audiovisivi sono contrattualmente autorizzate a riscuotere, in funzione di ogni singolo utilizzo e per conto dei propri membri, una remunerazione per la diffusione televisiva delle proprie opere. In altri paesi (Spagna, Italia, Polonia) il distributore finale, generalmente l’emittente, è ritenuto giuridicamente responsabile per i pagamenti per ogni singolo utilizzo da effettuare all’autore. Tuttavia, al produttore vengono conferiti i diritti economici che devono essere gestiti per lo sfruttamento.

Si potrebbe affermare che gli autori non ricevono alcun beneficio economico dallo sfruttamento online delle proprie opere qualora non venga definita una remunerazione proporzionale in funzione di ogni singolo utilizzo. Una possibilità di porre rimedio a questa situazione potrebbe essere quella di introdurre un diritto irrinunciabile alla remunerazione per la gestione obbligatoria del diritto di messa a disposizione a titolo collettivo. In alternativa, si potrebbe promuovere la capacità degli autori di intraprendere negoziazioni, singolarmente o collettivamente. Questo potrebbe essere il modo migliore di massimizzare il valore dei diritti esclusivi degli autori, specialmente dal momento che il diritto di messa a disposizione potrebbe rivelarsi una delle risorse di negoziazione più preziose in futuro.

4.2. Remunerazione degli artisti per lo sfruttamento online

Come per gli autori audiovisivi, in gran parte dei paesi dell’Unione i diritti economici esclusivi degli artisti audiovisivi, incluso il diritto di messa a disposizione per l’utilizzo online interattivo, vengono di solito trasferiti in anticipo al produttore, per legge o contrattualmente, in cambio di una somma forfettaria. Sono pochi gli Stati membri, come la Spagna, che stabiliscono una remunerazione equa per gli artisti audiovisivi, in modo tale da garantire che questi ricevano una quota proporzionale dei proventi derivanti dallo sfruttamento delle proprie prestazioni artistiche.

Si potrebbe sostenere che gli artisti dovrebbero poter godere, in maniera armonizzata, di un diritto irrinunciabile alla remunerazione, di cui possano beneficiare anche dopo aver trasferito il proprio diritto esclusivo di messa a disposizione. Questo diritto potrebbe anche essere obbligatoriamente riscosso dalle società di gestione collettiva. Tuttavia, potrebbero essere analizzati altri modi per garantire che gli artisti possano, singolarmente o collettivamente, negoziare una remunerazione adeguata.

⁶³ La direttiva “noleggio e prestito” prevede per gli autori e gli artisti un diritto irrinunciabile a un’equa remunerazione, che sarebbe applicabile nel caso del noleggio di DVD. La remunerazione non è soggetta alla gestione collettiva obbligatoria.

⁶⁴ Nella maggior parte dei casi, il diritto di messa a disposizione garantito dalla direttiva sulla società dell’informazione del 2001 viene trasferito al produttore in anticipo.

Con riferimento alla remunerazione degli autori e degli artisti, si potrebbe obiettare che la creazione di un altro livello di diritti di remunerazione potrebbe aumentare le incertezze in merito a quali sono i luoghi e i soggetti che devono gestire le licenze (specialmente in assenza di norme armonizzate sulla paternità delle opere nell'UE) e potrebbe richiedere agli utenti di amministrare e conciliare diritti multipli alla remunerazione per ogni singola opera audiovisiva. Questa opzione potrebbe essere ritenuta dannosa per lo sviluppo delle piattaforme di distribuzione online per le opere audiovisive, visto l'aumento dei costi di transazione e dell'incertezza giuridica ed economica.

È importante analizzare se la creazione di nuovi diritti alla remunerazione da gestire collettivamente sia l'unico modo per garantire una remunerazione adeguata, o se possano essere creati meccanismi alternativi per garantire che la remunerazione degli autori e degli artisti rifletta adeguatamente il successo di un'opera⁶⁵.

4.3. Domande

15. L'armonizzazione del concetto di paternità dell'opera e/o il trasferimento dei diritti nelle produzioni audiovisive sono misure necessarie per facilitare il rilascio di licenze transfrontaliere delle opere audiovisive nell'UE?
16. È richiesto a livello europeo un diritto irrinunciabile alla remunerazione per gli *autori* audiovisivi, in modo tale da garantire la remunerazione proporzionale per le utilizzazioni online delle proprie opere successivamente al trasferimento del diritto di messa a disposizione? In caso affermativo, un tale diritto alla remunerazione dovrebbe essere obbligatoriamente gestito da società di gestione collettiva?
17. Quali sarebbero i costi e i benefici derivanti dall'introduzione di un diritto di questo tipo per tutti i partecipanti alla catena del valore, compresi i consumatori? Nello specifico, quali sarebbero gli effetti sul rilascio di licenze transfrontaliere delle opere audiovisive?
18. È richiesto a livello europeo un diritto irrinunciabile alla remunerazione per gli *artisti* audiovisivi, in modo tale da garantire la remunerazione proporzionale per le utilizzazioni online delle proprie prestazioni successivamente al trasferimento del diritto di messa a disposizione? In caso affermativo, un tale diritto alla remunerazione dovrebbe essere obbligatoriamente gestito da società di gestione collettiva?
19. Quali sarebbero i costi e i benefici derivanti dall'introduzione di un diritto di questo tipo per tutti i partecipanti alla catena del valore, compresi i consumatori? Nello specifico, quali sarebbero gli effetti sul rilascio di licenze transfrontaliere delle opere audiovisive?
20. Vi sono altri modi per garantire un'adeguata remunerazione degli autori e degli artisti? Se sì, quali?

⁶⁵ Ad esempio, un modo per garantire che la remunerazione degli autori e degli artisti rifletta adeguatamente il successo di un'opera potrebbe essere quello di introdurre disposizioni giuridicamente vincolanti sulla trasparenza e sulla remunerazione contrattuale.

5. UTILIZZI SPECIALI E BENEFICIARI

5.1. Istituti per il patrimonio cinematografico

Gli istituti per il patrimonio cinematografico⁶⁶ hanno un forte interesse a digitalizzare i propri archivi, mettendoli a disposizione online e proiettandoli in formato digitale nelle proprie cineteche, in linea con i propri compiti di interesse pubblico, come la conservazione, il restauro e l'accesso alle opere contenute nelle proprie collezioni. Queste istituzioni non detengono alcun diritto nelle opere audiovisive in loro possesso, ma conservano esclusivamente le opere in funzione del proprio ruolo di depositari della cultura. Queste istituzioni sono preoccupate del fatto che la gestione dei diritti per le opere in loro possesso sia lunga e costosa. Temono inoltre che l'attuale quadro UE non fornisca loro la certezza del diritto sufficiente per svolgere tutte le procedure necessarie per l'adempimento delle proprie responsabilità, tra cui la migrazione dei supporti e dei formati, la trasmissione delle opere a una o più località remote a scopi di conservazione, ecc.

Il Libro verde "Il diritto d'autore nell'economia della conoscenza"⁶⁷, seguito dall'omonima comunicazione della Commissione⁶⁸, hanno aperto il dibattito sulle eccezioni non obbligatorie dell'articolo 5, paragrafo 2, lettera c) (riproduzione per la conservazione presso le biblioteche) e dell'articolo 5, paragrafo 3, lettera n) (consultazione in loco per i ricercatori) della direttiva 2001/29/CE sul diritto d'autore nella società dell'informazione. Per garantire la certezza del diritto per lo svolgimento dei propri compiti, gli archivi cinematografici europei hanno ribadito che queste eccezioni dovrebbero assumere carattere obbligatorio ed essere applicate in maniera armonizzata tra gli Stati membri.

5.2. Domande

21. Sono necessarie modifiche legislative per aiutare gli istituti per il patrimonio cinematografico a soddisfare i compiti di interesse pubblico? Le eccezioni di cui all'articolo 5, paragrafo 2, lettera c) (riproduzione per la conservazione presso le biblioteche) e all'articolo 5, paragrafo 3, lettera n) (consultazione in loco per i ricercatori) della direttiva 2001/29/CE dovrebbero essere adattate per fornire certezza giuridica agli istituti europei per il patrimonio cinematografico nella loro prassi quotidiana?
22. Quali altre misure potrebbero essere prese in considerazione?

⁶⁶ Gli istituti per il patrimonio cinematografico o gli archivi si riferiscono a quegli enti pubblici designati dagli Stati membri per raccogliere, catalogare, conservare, restaurare e rendere accessibili, in maniera sistematica e a fini pedagogici, culturali e di ricerca o ad altri fini non commerciali, le opere cinematografiche e le opere audiovisive di altro tipo (cfr. punto 2 della raccomandazione 2005/865/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 16 novembre 2005 relativa al patrimonio cinematografico e alla competitività delle attività industriali correlate, GU L 323 del 9 dicembre 2005, pag. 57-61). La maggior parte degli Stati membri vanta un sistema di deposito legale delle opere cinematografiche, che si sostanzia attraverso il deposito legale oppure il deposito obbligatorio delle opere cinematografiche sovvenzionate da fondi pubblici.

⁶⁷ COM(2008) 466 del 16 luglio 2008.

⁶⁸ COM(2009) 532 del 19 ottobre 2009.

5.3. Accessibilità delle opere audiovisive nell'Unione europea

La strategia europea sulla disabilità 2010-2020 tratta i problemi di accessibilità cui sono confrontate le persone con disabilità. Nello specifico, sottolinea come molte emittenti televisive offrano ancora pochi sottotitoli e programmi con audiodescrizione.

La strategia propone di ottimizzare l'accessibilità in linea con l'agenda digitale e include nell'elenco di azioni per il 2010-2015 l'obiettivo di valutare sistematicamente l'accessibilità nella revisione della legislazione intrapresa nel contesto dell'agenda digitale, in seguito alla Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità (UNCRPD)⁶⁹.

5.4. Domande

23. Quali sono i problemi pratici con cui si devono scontrare le persone con disabilità per accedere, su base di uguaglianza con gli altri, ai servizi di media audiovisivi in Europa?
24. Il sistema del diritto d'autore deve essere adattato per migliorare l'accessibilità delle opere audiovisive per le persone con disabilità?
25. Quali sarebbero i benefici pratici derivanti dall'armonizzazione dei requisiti di accessibilità ai servizi di media audiovisivi online in Europa?
26. Quali altre azioni potrebbero essere analizzate per incrementare la disponibilità dei contenuti accessibili a livello europeo?

6. FASI SUCCESSIVE

Tutte le parti interessate sono invitate a inviare i propri commenti sulle idee trattate nel presente Libro verde, rispondendo anche alle domande specifiche riportate nel testo, al seguente indirizzo:

DG Mercato interno e servizi, unità D-1 "Diritto d'autore"
E-mail: markt.d1@ec.europa.eu

Indirizzo postale: Commissione europea
Direzione generale del Mercato interno, unità D-1
Rue de Spa 2
Ufficio 06/014
1049 Bruxelles
Belgio

⁶⁹ All'articolo 30 sulla partecipazione alla vita culturale e ricreativa, agli svaghi ed allo sport, la Convenzione stabilisce che gli Stati parti riconoscono il diritto delle persone con disabilità a prendere parte su base di uguaglianza con gli altri alla vita culturale e adottano tutte le misure adeguate a garantire che le persone con disabilità possano, tra le altre cose, avere accesso a programmi televisivi, film, spettacoli teatrali e altre attività culturali, in formati accessibili. Inoltre, indica che gli Stati parti devono adottare misure adeguate, in conformità al diritto internazionale, a garantire che le norme che tutelano i diritti di proprietà intellettuale non costituiscano un ostacolo irragionevole e discriminatorio all'accesso da parte delle persone con disabilità ai prodotti culturali.

Vi invitiamo a presentare le vostre osservazioni in formato elettronico entro il **18 novembre 2011**. I contributi ricevuti saranno pubblicati sul sito internet della DG Mercato interno e servizi, salvo diversamente specificato dall'autore. Per informazioni sul trattamento dei dati personali e dei contributi, vi invitiamo a leggere l'informativa specifica sul trattamento dei dati personali allegata alla presente consultazione.