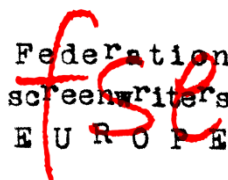


Il Mercato Unico Digitale: Principi fondamentali per il settore cinematografico e audiovisivo

18 marzo 2015



Mentre la Commissione europea definisce le sue priorità per il mercato unico digitale col fine di promuovere la crescita economica e la creazione di posti di lavoro in Europa, le organizzazioni firmatarie, rappresentanti registi, produttori, sceneggiatori, autori, personale tecnico, attori, editori, emittenti, distributori ed espositori attivi nel panorama audiovisivo e cinematografico europeo, sono pronte a contribuire ulteriormente alla realizzazione di questi obiettivi fondamentali, nel pieno rispetto della diversità delle differenti culture europee.

A tale scopo, abbiamo bisogno di un quadro politico che incoraggi la creatività, promuova gli investimenti nel settore della produzione e distribuzione di contenuti creativi in Europa e garantisca un compenso equo ed adeguato a tutti i relativi titolari di diritti e soggetti coinvolti. Dobbiamo consolidare la forza e il successo dell'attuale sistema europeo in materia di diritto d'autore, una pietra miliare dell'economia digitale europea che, per quanto riguarda i settori interessati dal diritto d'autore, produce 7 milioni di posti di lavoro e contribuisce per circa €509 miliardi al PIL dell'UE¹. Tutto ciò costituisce anche le fondamenta di un'offerta online di oltre 3.000 servizi audiovisivi in tutta Europa².

Uno dei pilastri di questo successo è la **libertà commerciale di "go local" e di scegliere tra opzioni territoriali, multi-territoriali o pan-europee** per la produzione, il finanziamento e la circolazione di film e contenuti audiovisivi in Europa. La libertà di concedere licenze per opere tramite un mix di diversi modelli di licenza e di collaborare con piattaforme di diverse dimensioni, portata e presenza geografica, a seconda dei diversi gusti e preferenze dei consumatori, attiva un circolo virtuoso di investimenti in posti di lavoro altamente specializzati e in diversità culturale. La prova dell'irrinunciabile valore di questa libertà è il successo senza precedenti di film e fiction europee in numerosi festival e concorsi in tutto il mondo. La maggior parte di questi film e contenuti audiovisivi è stata almeno in parte finanziata attraverso accordi territoriali di pre-vendita con una grande varietà di attori locali.

Tenendo presente l'obiettivo generale di promuovere l'occupazione e la crescita economica in Europa, **eventuali modifiche ai modelli di successo qui sopra descritti devono essere avvalorate da prove che tali cambiamenti accresceranno il numero di posti di lavoro e la crescita economica in Europa**, invece di sottrarne. **Imporre per legge l'accesso transfrontaliero produrrebbe solamente il contrario, trasferendo il valore dai creatori europei e i loro partner commerciali alle grandi piattaforme Internet globali.**

Elementi chiave per il Mercato Unico Digitale

- **Incentivare gli investimenti nella diversità culturale.** La tecnologia digitale evolve, ma i costi fondamentali di sviluppo, produzione, commercializzazione e distribuzione di film e contenuti audiovisivi ne sono raramente interessati. Dati gli alti rischi intrinseci sia finanziari che creativi del settore cinematografico e dell'audiovisivo – ogni produzione è fondamentalmente un prototipo –, la realizzazione di posti di lavoro e di crescita economica dipende fortemente dall'aver diritti molto chiari in relazione alle nostre opere. Nel 2014, nel Regno Unito, 222 film hanno iniziato le principali riprese fotografiche, per una spesa totale nazionale di €2.059 milioni³. In Germania e in Francia, il budget medio di produzione cinematografica è pari a €5 milioni, in Svezia a €2,6 milioni⁴. **Imporre l'accesso transfrontaliero o introdurre nuove eccezioni comprometterebbe il valore economico di tali investimenti e interferirebbe con gli**

¹ "Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union", Industry-level Analysis report, Ufficio per l'Armonizzazione del Mercato Interno – European Patent Office ([link](#)).

² Osservatorio europeo dell'audiovisivo ([link](#)).

³ Latest statistics (Feb 2015) from the British Film Institute covering, film, TV and animation ([link](#))

⁴ Commission Communication [European Film in the Digital Era](#)

ottimi sforzi di promozione e distribuzione impiegati per esportare le opere nei singoli territori. L'attuale flessibilità sta aiutando l'intero settore cinematografico e audiovisivo a investire in film e contenuti audiovisivi, sta anche portando cambiamento e soluzioni innovative affinché i cittadini possano avere accesso e vedere film e contenuti audiovisivi nella più ampia scelta di opzioni possibile.

- **Preservare la libertà commerciale.** La libertà commerciale di organizzare il finanziamento e la futura distribuzione di ogni film e contenuto audiovisivo su base territoriale è indispensabile per finanziare film e contenuti audiovisivi europei e per garantire la loro migliore promozione e distribuzione possibile in ogni singolo mercato. Lo studio di Charles River Associates, "Economic Analysis of the Territoriality of the Making Available Right in the EU", richiesto dalla Commissione europea, ha confermato che **la concessione delle licenze su base territorio-per-territorio è essenziale per raccogliere finanziamenti per le produzioni cinematografiche e audiovisive**⁵. Infatti, in molti casi, questo processo ha luogo persino prima dell'effettiva produzione-registrazione del film o del contenuto audiovisivo e assicura anche l'ottimale promozione e distribuzione dell'opera finita nei territori stranieri⁶. Nel caso di contenuti televisivi di fascia alta e di fiction, lo sviluppo e la produzione di nuovi contenuti comporta notevoli costi, sostenuti da uno o più emittenti televisive che distribuiscono i contenuti in esclusiva. Interferire con la possibilità di concedere licenze su base territoriale per i contenuti audiovisivi di fascia alta dopo la prima messa in onda, ridurrebbe in modo significativo la possibilità per produttori televisivi ed emittenti di perseguire un vero sfruttamento secondario, ridurrebbe quindi la loro capacità di investire nello sviluppo di nuovi contenuti e formati audiovisivi.
- **Agevolare la sperimentazione e la diversità.** Molti tipi diversi di modelli di distribuzione online, di contenuti e di modalità di consegna, sono allo studio da parte degli operatori del mercato, e resta da vedere quale modalità di consumo gli utenti privilegieranno in futuro (streaming, download digitali, modelli di abbonamento, modelli di accesso permanente, ecc.). Il successo della concessione di licenze online e della distribuzione di opere audiovisive dipende dall'offerta di un'ampia varietà di contenuti interessanti in una modalità che sia linguisticamente pertinente e culturalmente attraente per il pubblico locale. Produttori, distributori internazionali ed editori di film e contenuti audiovisivi mirano a garantire che le loro opere siano rese disponibili ai consumatori nel modo più reattivo alle esigenze e all'efficienza del mercato locale. Il mercato è in grado – e lo è già – di sviluppare soluzioni guidate dall'industria per soddisfare una sostenibile e dimostrabile domanda dei consumatori per servizi specifici. **È essenziale che l'Unione europea non intervenga in questo ambito e non imponga oppure favorisca alcuni**

⁵ http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/studies/1403_study1_en.pdf

⁶ Si veda anche la [presentazione realizzata da FIAPF/IFTA/IVF al WG1 di Licences for Europe](#). Nel caso del case-study sul film *A Royal Affair*, la quota di pre-vendite (nazionali e straniere) del budget di produzione è stata del 37%. Il budget del film è stato raccolto da 20 diverse fonti di finanziamento, tra cui 8 pre-vendite straniere (prima che il film fosse girato) per i paesi scandinavi, Polonia, Germania, Svizzera, Regno Unito, Spagna, Benelux e gli Stati Uniti.

modelli di business o grandi soggetti internazionali a scapito della sperimentazione e della ricca diversità delle piattaforme di distribuzione nazionali e/o regionali. I consumatori rischierebbero di perdere in termini di scelta, piuttosto che guadagnare più opzioni.

- **Focus sulle barriere reali.** L'attuale sistema del diritto d'autore non prevede alcuna barriera legale all'offerta di contenuti o servizi che coprano diversi territori. Tuttavia, molti altri elementi oltre al diritto d'autore hanno un ruolo nel grado di sviluppo dei servizi audiovisivi online e nella loro disponibilità in diversi Stati membri: rilevante penetrazione dell'hardware, infrastrutture a banda larga e velocità, tassazione, servizi di micro-pagamento e norme relative alla tutela di consumatori e minori. Il grado di disponibilità di contenuti e servizi illegali svolge anch'esso un ruolo importante nello sviluppo di un'offerta audiovisiva online forte e sostenibile.

Conclusioni

- La Commissione europea dovrebbe adottare un approccio basato sull'evidenza, tenendo in debito conto le specificità del settore cinematografico e audiovisivo, assicurandosi che vi siano significative prove della necessità di cambiare, nonché la crescita economica e l'aumento dell'occupazione derivanti da qualsiasi modifica alla legge sul diritto d'autore attualmente in esame.
- **Non vi dovrebbe essere un intervento legislativo né politico in materia di libertà commerciale del settore cinematografico e audiovisivo per quanto riguarda le disposizioni su territorialità ed esclusività.** L'industria si adatta indipendentemente - senza interventi legislativi - alle mutevoli condizioni commerciali e di mercato. Dove vi è una dimostrabile e sostenibile domanda dei consumatori, il mercato risponde in modo adeguato e positivo per tutti i soggetti coinvolti.
- **Servizi cinematografici e audiovisivi innovativi sono stati e continuano ad essere sviluppati; contenuti di alta qualità sono offerti in base a standard che il pubblico europeo ha imparato ad apprezzare e che si aspetta siano soddisfatti.** La scelta del consumatore e il suo appagamento finale rischiano seriamente di essere danneggiati se le modifiche attualmente in discussione verranno implementate. La Commissione non può ignorare questo aspetto.
- Esortiamo quindi l'Unione europea a conservare un quadro giuridico in base al quale il settore cinematografico e audiovisivo europeo può continuare ad essere un motore per l'innovazione, la crescita, l'occupazione e la diversità culturale in Europa.

Lista dei firmatari

ACT – Association of Commercial Televisions in Europe, *Ross Biggam, Director General* – rv@acte.be – *Emilie Anthonis, EU Affairs Advisor* – ea@acte.be

EUROKINEMA – *Association de Producteurs de Cinéma et de Télévision, Yvon Thiec, General Delegate* – Yvon.Thiec@eurocinema.eu

FERA - Federation of European Film Directors, *Pauline Durand-Vialle, CEO* - pdv@filmdirectors.eu

FIAD - International Federation of Film Distributors Associations, *Jelmer Hofkamp*, jelmer.hofkamp@fiad.eu

FSE - Federation of Screenwriters in Europe, *David Kavanagh, Executive Officer* - david.kavanagh@script.ie

IVF - International Video Federation – Publishers of Audiovisual Content on Digital Media and Online, *Charlotte Lund Thomsen, Legal Counsel* – clthomsen@ivf-video.org

UNI-MEI – Uni Global Union Media Entertainment and Arts, *Johannes Studinger, Head of UNI-MEI* - Johannes.Studinger@uniqlobalunion.org

CEPI - European Coordination of Independent Producers, *Elena Lai, Secretary General* - Cepi@europe-analytica.com

EUROCOPYA - European Federation of Joint Management Societies of Producers for Private Audiovisual Copying - *Idzard van der Puyl, General Secretary* - lvdp@procirep.fr

FIA - International Federation of Actors, *Dominick Luquer, Secretary General* - DLuquer@fia-actors.com

FIAPF - International Federation of Film Producers Associations, *Benoît Ginisty, Director General* – B.Ginisty@fiapf.org

IFTA - Independent Film & Television Alliance, *Jean Prewitt, CEO* – jprewitt@ifta-online.org

MPA - Motion Picture Association, *Stanford McCoy, President and Managing Director MPA EMEA*, – Stan_McCoy@mpaa.org – *Marc du Moulin, EU Affairs Director* (Marc_Dumoulin@mpaa.org)

UNIC – International Federation of Cinemas, *Jan Runge, CEO* – jrunge@unic-cinemas.org