

LE SFIDE DELL'ERA DIGITALE

Copyright, nuovi diritti alle industrie culturali

di Fabio Del Giudice

Il dibattito europeo sulle nuove regole che dovranno disciplinare nei prossimi anni l'utilizzo dei contenuti digitali protetti dal diritto d'autore sta entrando nel vivo e il recente intervento di Marzia Minozzi - Confindustria Digitale (sul Sole 24 Ore del 3 luglio) - offre interessanti spunti di riflessione: stiamo parlando del futuro di libri, giornali, film, canzoni, fotografie, videogiochi... un settore che una recente indagine E&Y stima valere in Italia 48 miliardi di euro di fatturato e circa un milione di addetti.

La collaborazione e il dialogo tra mondo dei supporti, servizi e infrastrutture digitali e mondo dei contenuti digitali, rappresenta un traguardo di straordinaria importanza, raggiunto dopo anni di contrapposizioni prima, gelo e diffidenza poi, e che ha consentito grandi passi avanti nella condivisione di buone pratiche e nello sviluppo di modelli di business. Ha permesso di porsi di fronte al regolatore, nazionale o europeo, con atteggiamento costruttivo, consapevoli entrambi di quanto il mercato digitale dei contenuti costituisca un'eccezionale opportunità sia per chi li produce, sia per chi li distribuisce nell'universo digitale o li utilizza per rendere più appetibili i propri supporti.

L'innovazione consente di sfruttare le potenzialità offerte dalla tecnologia per definire e negoziare i diritti. Ciò permette di superare l'idea che ai problemi posti dal digitale si possa rispondere solo con una riduzione della tutela dei diritti d'autore, invece che attraverso l'innovazione tecnologica e di business.

L'incremento dell'offerta legale, favorita dai nuovi modelli di business, da sistemi più efficaci di contrasto alla pirateria e al contempo di valorizzazione dei diritti d'autore è sotto gli occhi di tutti: interi cataloghi musicali o editoriali, amplissime selezioni di prodotti audiovisivi sono oggi disponibili online, fruibili su una pluralità di supporti scelti dagli utenti e in forme diverse, dallo streaming al download, a tempo o a titolo definitivo, e a prezzi diversi in rapporto alle esigenze degli utenti.

È bene tuttavia rifuggire i dogmi: la sola offerta legale non basta. Le partite di calcio, per esempio, sono a disposizione di tutti da anni, ma la diffusione pirata dei match continua ad arrecare danni enormi ad aziende che investono centinaia di milioni di euro per acquisirne i diritti di trasmissione.

Per creare i presupposti per sfruttare in modo completo le potenzialità dell'economia digitale, con piena soddisfazione degli utenti, ma anche dei lavoratori del settore e delle imprese che producono ricchezza, abbiamo bisogno di compiere ancora qualche passo avanti.

In primo luogo c'è bisogno che il contrasto alla pirateria diventi più efficace: affinché questo avvenga c'è bisogno di una rinnovata collaborazione tra industrie creative e mondo dei provider e soprattutto dell'introduzione della figura dei "provider attivi", che svolgono una funzione più simile a quella degli editori o dei broadcaster e sempre più lontana da un *mere conduit*, e che quindi devono avere - come gli editori e i broadcaster - la responsabilità di eventuali violazioni che avvengono sulle loro piattaforme, inducendoli a svolgere una azione di contrasto e provvedendo alla rimozione dei contenuti illegali.

Inoltre è necessario cominciare a dare maggior consapevolezza agli utenti delle azioni consentite su internet e di quelle vietate: senza voler introdurre nessun sistema Hadopi (Haute Autorité pour la diffusion des oeuvres et la protection des droits sur l'Internet) surrettizio o esplicito, e nel pieno rispetto della privacy degli internauti, sarebbe utile informare chi scarica materiale illegale che il download di tali prodotti danneggia gli autori e le imprese che vi investono, e con esse il milione dei lavoratori di cui si diceva.

Infine, occorre riequilibrare il rapporto di forze, in meri termini di capacità negoziale, tra i colossi del web e le industrie culturali, anche introducendo nuovi diritti a favore di queste ultime: la fruizione dei prodotti culturali legali sul web genera proventi importanti che in parte sostituiscono quelli derivanti da altri tipi di fruizione. È essenziale che il valore generato remunererà equamente chi ha investito per produrre quei contenuti e che oggi invece deve accontentarsi delle briciole concesse da chi detiene posizioni di monopolio o quasi monopolio nella distribuzione digitale.

L'autore è direttore di Confindustria Cultura Italia

© RIPRODUZIONE RISERVATA