



Ministro
per l'Innovazione
e le Tecnologie



Ministero per i Beni
e le Attività Culturali



Ministero
delle Comunicazioni



[I CONTENUTI DIGITALI NELL'ERA DI INTERNET]

Commissione Interministeriale
sui contenuti digitali
nell'era di Internet

Altri Ministeri partecipanti:

Ministero degli Affari Esteri - Ministero delle Attività Produttive - Ministero della Giustizia
Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca - Ministro per le Politiche Comunitarie

I CONTENUTI DIGITALI NELL'ERA DI INTERNET

Commissione Interministeriale sui contenuti digitali nell'era di Internet

(DM 23.7.2004 del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie
di concerto con i Ministri per i Beni e le Attività Culturali e delle Comunicazioni)

Presidente della Commissione:

Ing. Paolo Vigevano Capo della Segreteria Tecnica del Ministro
per l'Innovazione e le tecnologie

Composizione della Commissione:

Ing. Mario Pelosi Capo del Dipartimento per l'Innovazione
e le Tecnologie

Avv. Enrico De Giovanni Capo dell'Ufficio Legislativo del Ministro
per l'Innovazione e le Tecnologie

Dr.ssa Giuseppina Veccia Funzionaria dell'Ufficio Legislativo del Ministro
per i Beni e le Attività Culturali

Dr. Roberto Lo Surdo Funzionario dell'Ufficio Legislativo del Ministro
per i Beni e le Attività Culturali

Dr. Antonio Parente Funzionario del Segretariato Generale del Ministero
per i Beni e le Attività Culturali

Avv. Francesca Quadri Capo dell'Ufficio Legislativo del Ministero
delle Comunicazioni

Ing. Roberto De Carlo Designato dal Ministro delle Comunicazioni

Cons. Federico Bona Galvagno Capo del Settore Legislativo del Ministro
per Politiche Comunitarie

Dr. Paolo Di Marzio Magistrato addetto all'Ufficio Legislativo
del Ministro della Giustizia

Dr.ssa Maria Ludovica Agrò Direttore dell'Ufficio italiano Brevetti e Marchi
del Ministero delle Attività Produttive

Dr. Vittorio Ragonesi Magistrato consulente del Ministro
degli Affari Esteri

Dr.ssa Letizia Melina Dirigente del Ministero dell'Istruzione,
dell'Università e della Ricerca

Segreteria Tecnica della Commissione:

Dr.ssa Daniela Battisti Coordinatore del Centro Studi del Ministro
per l'Innovazione e le Tecnologie

Dr.ssa Luisa Calindro Funzionaria dell'Ufficio Legislativo del Ministro
per l'Innovazione e le Tecnologie

Ing. Marco Marrazza Funzionario del Centro Studi del Ministro
per l'Innovazione e le Tecnologie

Documento realizzato dal **Centro Studi**
del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie
sulle risultanze della **Commissione Interministeriale**
sui contenuti digitali nell'era di Internet.

In collaborazione con Innovazione Italia
e con il supporto tecnico di Roland Berger Strategy Consultants e ISIMM



**Ministro
per l'Innovazione
e le Tecnologie**



**Ministero per i Beni
e le Attività Culturali**



**Ministero
delle Comunicazioni**

[I CONTENUTI DIGITALI NELL'ERA DI INTERNET]

Commissione Interministeriale sui contenuti digitali nell'era di Internet

Marzo 2005

[**INDICE**]**PARTE PRIMA**

Executive Summary	pag. 4
Premessa	pag. 7
Introduzione	
Il dilemma digitale: come trovare il giusto equilibrio tra diffusione dei contenuti e tutela della proprietà intellettuale nell'era di Internet	pag. 10
Capitolo 1.	
Il ruolo della Rete e del Peer-to-Peer	pag. 12
1.1 La Rete: dalla collaborazione al business	pag. 12
1.2 Il Peer-to-Peer: "Opportunità" e "Rischi"	pag. 13
Capitolo 2.	
Il diritto d'autore, i diritti connessi e la sfida dell'innovazione tecnologica	pag. 17
2.1 Le principali problematiche relative alla tutela del diritto d'autore e dei diritti connessi	pag. 17
2.2 Soluzioni tecnologiche per tutelare i titolari dei diritti d'autore	pag. 19
2.3 Diffusione dei contenuti digitali senza sfruttamento economico	pag. 22

PARTE SECONDA

Capitolo 3.	
Temi di riferimento del mercato dei contenuti digitali emersi nel corso delle audizioni	pag. 25
3.1 Mercato dei contenuti digitali	pag. 25
3.2 Posizioni sulla normativa e possibili sviluppi	pag. 30
3.3 Procedure di intervento sul traffico in rete	pag. 36
Capitolo 4.	
Aspetti rilevanti per lo sviluppo del mercato emersi nel corso delle audizioni	pag. 40
4.1 Le finestre temporali: elemento critico per gli attori di settore nuovi e tradizionali	pag. 40
4.2 Il must offer (obbligo di offerta): un elemento critico ..	pag. 41
4.3 Prezzi competitivi e sistemi di pagamento	pag. 42
4.4 Modelli di redistribuzione dei ricavi (revenue sharing)	pag. 44
4.5 Il ruolo delle società di gestione dei diritti (collecting society)	pag. 45
Capitolo 5.	
Conclusioni	pag. 46

ALLEGATI

Allegato 1	
Elenco degli auditi e dei soggetti che hanno inviato contributi scritti	pag. 49
Allegato 2	
Normativa comunitaria e nazionale	pag. 50
Allegato 3	
Tavole sinottiche delle evidenze emerse dalle audizioni	pag. 51
Allegato 4	
Linee guida per l'adozione di codici di condotta ed azioni per la diffusione dei contenuti digitali nell'era di Internet	pag. 62
Appendice	pag. 65
Indagine di mercato sulla relazione di musicisti ed autori con Internet: Pew Internet & American Life Project	pag. 65
Orientamenti emergenti nella gestione del diritto d'autore: Copyright Issues in Digital Media (Congress of the United States Congressional Budget Office, agosto 2004)	pag. 65
Perseus: esempio di biblioteca digitale	pag. 68
Bibliografia	pag. 69

[EXECUTIVE SUMMARY]

■ L'affermazione mondiale del protocollo di trasmissione Internet, la possibilità di un'integrale trasformazione in forma digitale di ogni tipologia di contenuti, la rapida diffusione delle reti di comunicazione elettronica e della larga banda rappresentano le innovazioni tecnologiche alla base del cosiddetto "dilemma digitale".

Un'espressione apparentemente complessa che può essere così semplificata: un libro può essere consultato nello stesso momento da una o forse due persone, che però devono essere nello stesso luogo in cui il libro si trova. Se lo stesso testo è reso disponibile in forma digitale, non esiste più nessun limite al numero di persone che possono consultarlo simultaneamente da qualsiasi parte del pianeta, dovunque sia disponibile una connessione ad Internet. Questo è vero per un libro, ma può valere anche per un brano musicale, un film e qualsiasi altro contenuto che può essere trasformato in formato digitale.

Dunque per i produttori di contenuti e per gli autori, che in prospettiva potranno accedere a mercati molto più ampi di quelli odierni, oggi si aprono scenari non del tutto rassicuranti. Quante copie ancora potrebbero essere vendute se la rete rendesse possibile un accesso incondizionato ai contenuti protetti da diritto d'autore? Potenzialmente una sola! E allora quanti libri, brani musicali, ecc. potrebbero essere ancora prodotti e pubblicati se l'intero mercato può esaurirsi con la prima copia elettronica?

La rivoluzione digitale rappresenta, tuttavia, per i consumatori e per la società tutta, una straordinaria opportunità di informazione, condivisione della conoscenza, crescita culturale, intrattenimento. Versioni elettroniche di qualsiasi tipo di contenuto possono essere disponibili in tutto il mondo, per tutto l'anno, 24 ore al giorno, con un semplice click. Questa potenzialità della rete di essere motore per la diffusione della conoscenza va preservata, in quanto alla base della crescita culturale di ogni paese.

Il dilemma digitale consiste dunque nella necessità di ricercare il giusto equilibrio tra diffusione dei contenuti e tutela della proprietà intellettuale nell'era della digitalizzazione*.

In considerazione della complessità e dell'intrinseca interdipendenza dei singoli elementi che compongono il "dilemma digitale", si è ritenuto opportuno istituire la Commissione Interministeriale sui contenuti digitali nell'era di Internet, con decreto del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, di concerto con il Ministro per i Beni e le Attività Culturali e il Ministro delle Comunicazioni, in data 23 luglio 2004.

Le audizioni di alcuni dei principali attori del settore (più di 50, per circa 100 ore di colloqui), che hanno consentito una panoramica completa delle problematiche relative al tema in oggetto, sono state il principale strumento di indagine della Commissione. Il Rapporto conclusivo riassume i principali temi emersi durante le audizioni ed i lavori della Commissione stessa.

■ *L'innovazione tecnologica ha prodotto dei radicali mutamenti nella capacità di riprodurre, distribuire, controllare e pubblicare le informazioni.*

Il processo di digitalizzazione ha permesso di ridurre i testi, le immagini ed il suono in un codice binario di "0" e di "1" raggruppati in bits e bytes che possono viaggiare sulla rete. I contenuti in forma digitale hanno radicalmente cambiato la modalità di riproduzione ed i costi relativi, molto più bassi sia per i titolari dei diritti d'autore sia per coloro che ne fanno un uso illecito. La rapida ed ampia diffusione della rete ha poi offerto una straordinaria opportunità di distribuzione, permettendo di raggiungere – con costi di distribuzione trascurabili o nulli – un numero elevatissimo di persone, e, in questo caso come nel precedente, tale opportunità può essere sfruttata sia dai legittimi titolari dei diritti, sia da chi se ne appropria indebitamente.

La rete ha anche radicalmente cambiato l'economia ed il carattere della pubblicazione. La riproduzione e la distribuzione mettono le informazioni a disposizione di quanti vogliono accedervi sapendo dove tali informazioni risiedono. Il www funziona come un vero e proprio strumento di pubblicazione fornendo all'utente i meccanismi di riproduzione e di distribuzione con un impatto potenzialmente significativo sul diritto d'autore.

L'entusiasmo suscitato dalla **disponibilità di un così ampio numero di informazioni facilmente accessibili attraverso la navigazione**, ha in parte **alimentato l'a-**

spettativa generalizzata che anche i contenuti protetti da diritti potessero essere disponibili gratuitamente ed in modo incontrollato.

La principale sfida è da un lato **l'affermazione di un modello legale di fruizione a pagamento dei contenuti** e dall'altro **la conseguente modifica della percezione da parte degli utenti della gratuità, legalità e legittimità di consumo di tutto ciò che risulta in rete.**

La rivoluzione tecnologica ha inoltre profondamente modificato le modalità di protezione dei diritti d'autore. Se in origine l'opera dell'autore coincideva con il supporto/oggetto e, quindi, il diritto d'autore e i diritti connessi erano garantiti dalla vendita o dalla cessione volontaria dell'oggetto stesso, oggi, ciò che si tende a commercializzare non è più la copia dell'opera, bensì il diritto d'accesso all'opera stessa ed eventualmente di riproduzione e diffusione.

In questo contesto il mercato ha elaborato dei **modelli di business di successo**, i quali **hanno unito alla definizione di un'offerta legale a pagamento sistemi di protezione dei contenuti** (i cosiddetti Digital Rights Management). Tuttavia va sottolineato che l'applicazione dei sistemi di protezione tecnologica dei contenuti deve continuare a garantire i diritti dei consumatori sanciti dalla stessa legge sul diritto d'autore, nel rispetto del principio della trasparenza dell'informazione, comunicando con evidenza al consumatore le limitazioni alle quali il prodotto è soggetto.

Soluzioni di questo genere sono la risposta propositiva del mercato alla diffusione illegale di contenuti digitali attraverso reti telematiche e, al contempo, hanno la potenzialità di divenire uno strumento fondamentale per lo sviluppo del mercato stesso.

Internet è divenuto un mezzo di comunicazione di successo, in quanto si basa sul principio di collaborazione. Dallo stesso principio derivano le tecnologie Peer-to-Peer: strutture decentralizzate, non gerarchiche, che consentono di trasferire file direttamente tra utenti. **La ricerca scientifica è l'ambito in cui attualmente il Peer-to-Peer sviluppa i maggiori effetti:** basti citare a proposito la reazione della comunità scientifica all'improvvisa e veloce diffusione dell'epidemia della SARS, combattuta dagli scienziati attraverso l'utilizzo di database aperti e modelli di sviluppo collaborativi che hanno consentito di trovare in breve tempo il vaccino.

Per contro, **l'anonimato e l'impossibilità di controllo dei contenuti scambiati in Peer-to-Peer con architettura decentralizzata hanno portato, in alcuni casi, a comportamenti illeciti, tra i quali anche la diffusione non autorizzata di contenuti protetti, in violazione del diritto d'autore.** Tuttavia, è opinione condivisa che il **Peer-to-Peer non può essere criminalizzato di per**

sé, ma deve essere opportunamente gestito, poiché non bisogna trasformare lo strumento nella causa del comportamento illecito.

D'altra parte, **la rete non può essere un "territorio senza legge", ma piuttosto tutte le iniziative e anche le misure legislative devono essere "a prova della rete"**, tenendo conto delle peculiari caratteristiche tecnologiche e della necessità di far crescere la competitività del mercato.

I lavori della Commissione hanno cercato di affrontare il problema nella sua piena complessità, tenendo conto anche della molteplicità di interessi in gioco, spesso contrastanti. Tale complessità rappresenta una sfida per i tradizionali sistemi di formulazione e applicazione delle regole. In tal senso, la Commissione si è posta l'obiettivo di dare adeguate risposte a queste nuove esigenze attraverso un sistema unitario e articolato in più interventi di carattere non solo normativo, ma che riesca a contemperare e garantire i valori e gli interessi di tutti gli attori coinvolti.

Si tratta di definire ed attuare una strategia di intervento tale da intersecare in maniera trasversale molteplici settori, coinvolgere i soggetti pubblici e privati interessati e le competenze istituzionali. Per la realizzazione di tale strategia di intervento sono auspicabili **forme di regolamentazione flessibili**, già di successo in altri Paesi.

Un contributo alla soluzione al problema della diffusione illegale di contenuti digitali può essere offerto anche dal mercato, attraverso un impegno proattivo di tutti gli attori coinvolti. È, inoltre, chiaro che le tematiche affrontate necessitano di ulteriori approfondimenti e riflessioni e che **le azioni da sviluppare devono essere adeguate al continuo evolvere della tecnologia e del mercato.**

In tal senso è opportuno **creare le condizioni per la nascita di iniziative e di soluzioni che traggano origine e siano promosse dagli attori del settore.**

In base a questi principi la Commissione ha individuato quattro ambiti di intervento.

Un'efficace strategia da perseguire, largamente condivisa, è quella di **incentivare ed incoraggiare il raggiungimento di specifici accordi tra le parti interessate**, che favoriscano la collaborazione tra gli operatori del settore e gli utenti e nei quali le Istituzioni svolgano un ruolo di garante. Inoltre complemento essenziale dei suddetti accordi è la costituzione di tavoli di lavoro, che devono rappresentare un'opportunità sistematica di supporto all'attività del legislatore anche nella definizione di un nuovo scenario normativo. Una possibile soluzione, individuata dalla Commissione e segnalata ai Ministri competenti, è la defini-

* cfr *The Digital Dilemma: Intellectual Property and the Information Age*, National Research Council, USA 2003, pagg 1-21.

zione di linee guida per l'avvio di pratiche di autoregolamentazione.

Tali linee guida sono volte a promuovere la diffusione in rete delle opere d'ingegno, anche attraverso la libera disponibilità di quelle già di pubblico dominio, a sviluppare campagne di comunicazione per coltivare la coscienza etico sociale dei consumatori ed informarli su un uso della rete rispettoso della normativa sul diritto d'autore e sui rischi derivanti dalla sua violazione, a dare trasparenza ai nuovi modelli di fruizione della cultura, a favorire la nascita di modelli di business sostenibili, a incoraggiare l'adozione di sistemi di protezione aperti ed interoperabili.

La Commissione ha ipotizzato inoltre la **messa a punto di possibili interventi normativi con l'obiettivo di "non criminalizzare" il Peer-to-Peer** e la diffusione legale dei contenuti, in virtù di due principi. Il primo per il quale **Internet non può essere una zona "franca"** (ciò che è proibito nel mondo reale deve esserlo anche in quello virtuale); il secondo per cui la **norma deve essere sufficientemente flessibile da non rappresentare un freno allo sviluppo della tecnologia e del mercato.**

L'indirizzo seguito nelle soluzioni prospettate è risultato simile a proposte di modifiche legislative in discussione al Parlamento. In tali soluzioni, oltre a mantenere la sanzione penale grave (reclusione e multa) solo per chi immette in rete "a fine di lucro" contenuti digitali senza essere titolare dei diritti, si prevede anche la possibilità di estinguere il reato attraverso il pagamento di una somma di denaro (oblazione) nei casi in cui chi pone in essere la medesima condotta, ossia l'immissione in rete di contenuti protetti dal diritto d'autore, agisca in assenza del dolo specifico, rappresentato dal fine di lucro. Pertanto gli utenti della rete che, sfruttando la condivisione dei file, scambiano contenuti digitali, possono estinguere il reato mediante il pagamento di sanzioni pecuniarie.

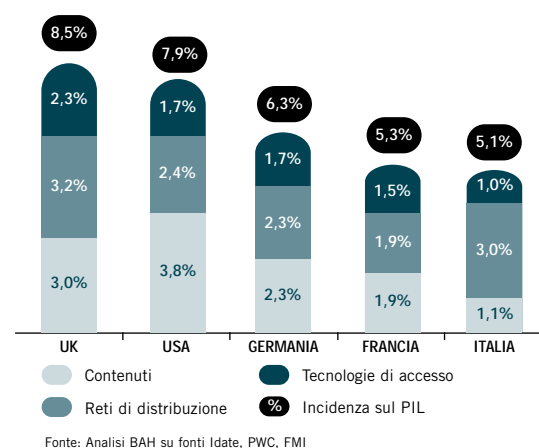
È stato inoltre riconosciuto che la **comunicazione e la sensibilizzazione rappresentano una leva fondamentale per lo sviluppo della coscienza etico-sociale e per la diffusione dell'informazione sulla normativa vigente**, elementi essenziali per contrastare i comportamenti illeciti. L'attività di comunicazione è da articolarsi su tre livelli al fine di focalizzare il messaggio su tre *target*: comunicazione istituzionale per i cittadini, azioni mirate per le imprese o la Pubblica Amministrazione ed azioni educative per i giovani.

Oltre alle suddette iniziative dovrebbero essere sviluppate delle attività informative ed educative realizzate dagli operatori di settore.

Infine, la Commissione ha raggiunto il convincimento che **le Istituzioni debbano farsi promotrici di iniziati-**

ve di ampia portata per lo sviluppo del mercato dei contenuti digitali, in modo che l'Italia possa ridurre la distanza rispetto agli altri paesi. Il settore delle CMT (Communication, Media e Technology) è strategico per le nazioni: da un punto di vista economico esso incide sul PIL per percentuali che vanno dall'8% al 5%, con valori differenti a seconda dei diversi paesi. In Italia è molto sviluppato il segmento dei servizi di telecomunicazione, con un'incidenza seconda solo al Regno Unito, mentre sono evidenti i ritardi nella produzione di contenuti digitali veri e propri.

Incidenza mercato CMT sul PIL - 2002



Da questi dati emerge che in Italia vi è uno sbilanciamento sui "mezzi" – reti di distribuzione e tecnologie di accesso – mentre permane una fragilità sul lato dei "contenuti".

L'obiettivo dunque è quello di **"popolare la rete"** e promuovere lo sviluppo del mercato dei contenuti digitali. Affinché questa non rimanga solo una dichiarazione d'intenti, è necessario l'impegno di tutti gli attori coinvolti: in primo luogo occorre **l'impegno del settore pubblico ad immettere in rete contenuti digitali per la diffusione del sapere e della cultura in modalità di pubblico dominio**, contenuti quindi liberamente fruibili; in secondo luogo è necessario l'impegno degli operatori privati ad immettere in rete, in tempi brevi, una rilevante quantità di contenuti ed a favorire la nascita di ambienti telematici per l'offerta legale di contenuti.

■ **La Commissione Interministeriale sui contenuti digitali nell'era di Internet ritiene pertanto che gli interventi sopra descritti potranno essere il primo passo per sciogliere il "dilemma digitale" alla ricerca del giusto equilibrio fra la diffusione di contenuti e tecnologia e la tutela della proprietà intellettuale.**

[PREMESSA]

■ La rapida diffusione delle reti di comunicazione elettronica e la loro accresciuta capacità di trasporto (larga banda), l'affermazione mondiale del protocollo di trasmissione Internet e la possibilità di un'integrale trasformazione in forma digitale di ogni tipologia di contenuti in forma scritta, audio e video: sono questi i principali fattori tecnologici alla base dei profondi cambiamenti in atto, a livello sociale, nei comportamenti individuali e collettivi, così come, a livello economico, nelle modalità di business e dello stesso perimetro di mercato della tradizionale industria editoriale e dell'audiovisivo.

Si tratta di un'evoluzione inarrestabile, destinata a premiare - in termini di diffusa familiarizzazione nell'uso delle nuove tecnologie, di accresciuta possibilità di condividere il sapere e di incremento della ricchezza economica - quei Paesi e quelle comunità che, con maggiore tempestività, sapranno adeguare i loro processi formativi e sviluppare nuovi modelli di business.

Nell'ambito di questa evoluzione un punto di particolare criticità è rappresentato dalla tutela della proprietà intellettuale. La tutela della proprietà intellettuale dipende da un sistema di norme creato ed applicato a lungo in un contesto tecnico e di mercato diverso da quello attuale nel quale le nuove tecnologie rendono facile e non onerosa la replicabilità all'infinito di opere dell'ingegno, ma non agevole l'individuazione dei soggetti coinvolti nelle diverse forme di scambio.

In questo quadro, con decreto del Ministro per l'innovazione e le tecnologie, di concerto con i Ministri per i beni e le attività culturali e delle comunicazioni, in data 23 luglio 2004, nasce la Commissione Interministeriale sui contenuti digitali nell'era di Internet (di seguito Commissione). Tale Commissione, istituita presso il Gabinetto del Ministro per l'innovazione e le tecnologie e presieduta dall'Ing. Paolo Vigevano, Capo della Segreteria Tecnica del Ministro per l'innovazione e le tecnologie, è così composta: Ing. Mario Pelosi, capo del Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie, Avv. Enrico De Giovanni, Capo dell'Ufficio legislativo del Ministro per l'innovazione e le tecnologie; dr.ssa Giuseppina Veccia, funzionaria

dell'Ufficio legislativo del Ministro per i beni e le attività culturali, dr. Roberto Lo Surdo, funzionario dell'Ufficio legislativo del Ministro per i beni e le attività culturali, dr. Antonio Parente, funzionario del Segretariato Generale del Ministero per i beni e le attività culturali; Avv. Francesca Quadri, Capo dell'Ufficio legislativo del Ministero delle comunicazioni e dall'Ing. Roberto De Carlo designato dal Ministro delle comunicazioni; Cons. Federico Bona Galvagno, Capo del Settore legislativo del Ministro per le politiche comunitarie; dr. Paolo Di Marzio, Magistrato addetto all'Ufficio legislativo del Ministro della giustizia; dr.ssa Maria Ludovica Agrò, Direttore dell'Ufficio italiano Brevetti e Marchi del Ministero delle attività produttive; dr. Vittorio Ragonesi, Magistrato consulente del Ministro degli affari esteri, dr.ssa Letizia Melina, Dirigente del Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca.

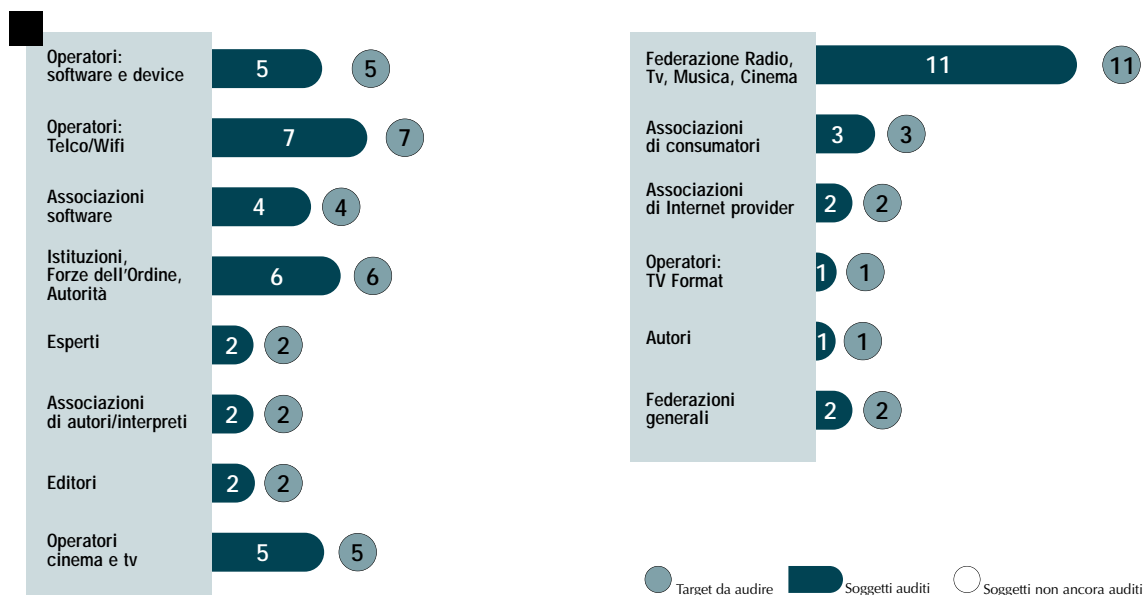
I lavori della Commissione sono stati seguiti e supportati dalla Segreteria Tecnica, istituita presso il Gabinetto del Ministro per l'innovazione e le tecnologie. Sono stati assegnati a tali compiti la dr.ssa Daniela Battisti, Coordinatore del Centro Studi del Ministro per l'innovazione e le tecnologie, la dr.ssa Luisa Calindro, funzionaria dell'Ufficio legislativo del Ministro per l'innovazione e le tecnologie e l'Ing. Marco Marrazza, funzionario del Centro Studi del Ministro per l'innovazione e le tecnologie.

La Commissione si è posta come principali obiettivi quelli di:

- condurre un'approfondita analisi del mercato dei contenuti digitali tenendo conto, in particolare, delle evoluzioni tecnologiche e del contesto internazionale;
- elaborare proposte, anche di natura normativa e in considerazione degli orientamenti comunitari, finalizzate ad incentivare le forme di offerta e consumo di contenuti digitali, garantendo allo stesso tempo l'efficacia della tutela della proprietà intellettuale.

Per svolgere tali compiti, prorogati con decreto del Ministro per l'innovazione e le tecnologie di concerto con i Ministri per i beni e le attività culturali e delle comunicazioni, in data 23 novem-

Figura 1: Dettaglio delle audizioni



bre 2004, la Commissione ha effettuato 56 audizioni, di cui 3 realizzate in forma scritta – per un corrispondente numero di ore pari a circa 100 - dei soggetti più rappresentativi del settore, tra i quali: esperti, operatori di software e di apparecchi, operatori di telecomunicazioni, editori, produttori di contenuti e autori, operatori cinema/TV/Format, Federazioni e Associazioni dei imprese operanti nei settori citati, Associazioni di Consumatori, Guardia di Finanza e Forze di Polizia, Autorità amministrative indipendenti ed altre Istituzioni (Figura 1).

Il dibattito della Commissione, data una tematica così in divenire, è stato ampio ed articolato ed ha toccato i seguenti temi principali:

- lo sviluppo del mercato dei contenuti digitali rappresenta un fattore rilevante per la crescita quantitativa e qualitativa dell'economia del Paese;
- l'ampia disponibilità in Rete di contenuti digitali sollecita la diffusione della digitalizzazione nel Paese;
- gli indirizzi politici e normativi espressi a livello nazionale devono essere coerenti con le linee guida europee: infatti per i contenuti digitali, fruibili in ogni luogo ed in ogni momento, l'Unione europea rappresenta l'area minima necessaria per costruire una politica rilevante a livello mondiale;
- la valorizzazione dei contenuti digitali e delle nuove forme di fruizione cui questi si prestano dipende strettamente dalla capacità di realizzare, anche a livello tecnico, nuove modalità di

tutela delle opere dell'ingegno, inquadrare in una normativa sufficientemente flessibile così da rimanere attuale anche di fronte alla rapida evoluzione tecnologica in corso;

- i comportamenti individuali e collettivi e, prima ancora, la coscienza etica su cui essi si fondano devono adeguarsi ad un contesto in rapida evoluzione, che tuttavia non annulla il valore economico dello scambio e l'esigenza di remunerare le diverse fasi della produzione e dello sfruttamento delle opere dell'ingegno.

Il rapporto della Commissione si articola in due parti distinte.

Nella prima parte (introduzione, capitolo 1 e capitolo 2) vengono illustrate le fasi della rivoluzione digitale avviata dalle Information and Communication Technology e le implicazioni che queste hanno generato rispetto alla problematica in esame. La trattazione si basa prevalentemente sulla principale letteratura scientifica di riferimento (vedi bibliografia).

La seconda parte (capitolo 3, capitolo 4 e capitolo 5) affronta i temi emersi durante le audizioni e le principali conclusioni raggiunte.

Inoltre, per assicurare la maggiore correttezza possibile nel riportare le posizioni di quanti hanno offerto un loro contributo durante le audizioni e per agevolare la lettura, il rapporto è corredato da una tavola sinottica che evidenzia puntualmente le differenti posizioni di ciascun intervenuto rispetto ai temi rilevanti emersi.

Una parte del dibattito si è concentrata sul tema della proprietà intellettuale. Per migliorare la comprensione dei termini della discussione, si fornisce qui di seguito una sintesi del quadro giuridico di riferimento.

Definizioni della proprietà intellettuale

Il **sistema di proprietà intellettuale** è costituito da un insieme di norme che attribuiscono specifici diritti e tutela alle opere dell'ingegno umano generalmente individuate dall'espressione "**beni immateriali**", concetto che racchiude una realtà molto eterogenea che va da un'opera letteraria, uno spettacolo teatrale, una trasmissione televisiva, alle invenzioni, ai modelli industriali, al design, alle nuove varietà vegetali, le topografie di prodotti a semiconduttori, ai marchi, alle denominazioni d'origine, le indicazioni geografiche. Diritti e tutela hanno limiti territoriali e temporali e vengono riconosciuti all'ideatore dei beni immateriali in cambio dell'accesso contestuale a tali beni per la collettività anche se non sfruttabili senza il consenso del proprietario. L'acquisizione ed il relativo sfruttamento dell'opera o dell'invenzione diventano liberi allo scadere dei diritti. Storicamente, infatti, la protezione della proprietà intellettuale nasce come un equo scambio tra diritti di esclusiva riconosciuti al titolare dell'innovazione e maggiore conoscenza per la collettività. È quindi l'accesso alla nuova conoscenza, considerato bene comune, la finalità primaria del sistema di proprietà intellettuale. Ed è la sola possibilità di remunerazione dell'attività creativo-innovativa senza la quale si determinerebbe un fallimento del mercato se chi crea e innova non può appropriarsi del suo lavoro, dei suoi investimenti.

I **diritti di proprietà intellettuale** hanno sia **natura personale** (diritto di essere riconosciuto autore o ideatore del bene ed ha le caratteristiche dei diritti della personalità, come il nome, l'immagine, la riservatezza; esso è pertanto inalienabile, intrasmissibile, imprescrittibile, irrinunciabile, di durata illimitata) sia **natura patrimoniale** (diritto di sfruttare economicamente il risultato della propria attività di creazione o di invenzione: i diritti patrimoniali sono limitati nel tempo, trasmissibili, cedibili, possono essere soggetti a decadenza e sono rinunciabili).

In genere ciò che appartiene alla letteratura, alle arti plastiche e visive costituisce oggetto di proprietà intellettuale ed il relativo complesso di norme regolatrici va sotto il nome di diritto d'autore o copyright.

Le invenzioni ed i modelli industriali, le nuove varietà vegetali, le topografie di prodotti a semiconduttori, i marchi, le denominazioni d'origine, le indicazioni geografiche, costituiscono oggetti di proprietà industriale ed il relativo complesso di norme regolatrici viene indicato come diritto brevettuale.

Esiste una profonda differenza tra le due categorie di diritti. Mentre per il **diritto d'autore la nascita è direttamente connessa all'atto della creazione** e non ha bisogno di particolari

formalità per essere riconosciuta, nel caso del **diritto brevettuale** essa si riconnette in ogni caso ad una manifestazione di volontà dello Stato, che concede, su domanda, una privativa (un brevetto) su un trovato, e quindi, il complesso dei diritti **nasce, su istanza di parte, con una concessione del potere pubblico, previa verifica di alcune condizioni** (brevetto, registrazioni) ¹.

La **proprietà intellettuale deve difendere un bene dinamico** il cui scopo primario è generare valore competitivo (diretto o indiretto), e la cui forza risiede non nello stare immobile ma **nella capacità di circolare nel mercato e nelle strategie di scambio commerciale internazionale**.

Per completezza di informazione si ritiene utile illustrare le principali caratteristiche dei due diversi rami della proprietà intellettuale.

La **proprietà industriale** si occupa di disciplinare gli aspetti patrimoniali dei risultati di investimenti innovativi (R&S), investimenti di comunicazione e di marketing, di risorse caratterizzanti prodotti e/o luoghi di produzione. La finalità generalmente è quella di attribuire una forma di protezione ai contenuti di determinate caratteristiche del tipo di bene immateriale invocato (protezione assoluta). L'effetto è quello di conferire **protezione non solo a ipotesi di identiche riproduzioni non autorizzate, ma anche a tutto ciò che ne rappresenti un equivalente tecnico o un elemento confondibile**.

Il **diritto d'autore** si occupa invece di proteggere la personalità dell'autore, espressa nel suo contributo creativo. Il profilo morale quindi assume un significato molto rilevante e il profilo patrimoniale ne rappresenta una conseguenza diretta. La finalità è quella di riconoscere la paternità e il diritto esclusivo del creatore su una espressione indipendente di creatività anche se afferente a idee e contenuti comuni ad altri soggetti (protezione relativa). **L'effetto è quello di conferire protezione solo contro riproduzioni identiche che non siano frutto di espressione autonoma e indipendente**. In tal caso, quindi, la protezione non si estende a ipotesi di equivalenza sostanziale².

I **diritti connessi** sono diritti che, pur avendo ciascuno una diversa natura giuridica ed un diverso contenuto, presentano una connessione diretta o indiretta con l'esercizio o l'oggetto del diritto d'autore, sia perché legati ad attività funzionali e connesse alla creazione, alla riproduzione e alla divulgazione dell'opera d'ingegno; sia perché sorgono da un'attività che non può dirsi giuridicamente creativa ma che contiene comunque un grado di espressione e di interpretazione personale che legittima la nascita di un diritto di esclusiva sui frutti dell'attività medesima. Essi pertanto possono sorgere tanto in capo al creatore di opere "minori", tanto in capo a chi presta il proprio contributo, che può essere anche finanziario e non creativo, nell'ambito di opere tutelate dal diritto d'autore.

¹Elaborazioni UIBM su proprie pubblicazioni

²Cfr. *Politiche e strumenti per la promozione della cultura e dell'utilizzo della proprietà industriale tra le PMI*, a cura della Direzione politiche e progetti di intervento del Dipartimento per la Net-Economy dell'IPI, pagg. 8-9, Collana Studi, luglio 2004.

[PRIMA PARTE]

Introduzione.**Il dilemma digitale: come trovare il giusto equilibrio tra diffusione dei contenuti e tutela della proprietà intellettuale nell'era di internet**

■ Quando, negli anni '90, il *world wide web* (*www*) si è diffuso come fenomeno di rilevanza mondiale, si è assistito ad una profonda trasformazione di Internet da complessa infrastruttura tecnologica di accesso a network diffuso, che ha consentito alle comunità di tutto il mondo di connettersi e scambiare informazioni. Mentre Internet, infatti, consentiva lo scambio di informazioni all'interno di una comunità chiusa con diretta ed esclusiva conoscenza delle fonti, il *www* ha rappresentato l'architettura logica che in modo semplice ha reso accessibile l'informazione ad una vasta ed aperta comunità costituita da tutti gli utenti della rete. Internet e il *www* sono diventati gli strumenti attraverso cui milioni di persone in tutto il mondo condividono e si scambiano idee, informazioni, beni e servizi; quello che era nato come uno strumento di ricerca e un'infrastruttura militare è divenuto in breve tempo il motore della cosiddetta "era digitale", in cui lo scambio e la creazione di informazioni in tempi rapidi è elemento centrale.

L'informazione digitale ha cambiato radicalmente l'economia e il carattere della **riproduzione** dei contenuti. Le reti di PC hanno radicalmente cambiato l'economia e il carattere della **distribuzione**. E infine il *www* ha radicalmente cambiato l'economia e il carattere della **pubblicazione**. La riproduzione e la distribuzione mettono le informazioni a disposizione di quanti vogliono accedervi sapendo dove tali informazioni risiedono. Tuttavia è la pubblicazione che rende disponibile la conoscenza, agevolandone la ricerca e la fruizione. Il *www* in quanto risorsa accessibile a tutti, funziona proprio come un vero e proprio strumento di pubblicazione fornendo all'utente anche meccanismi di riproduzione e di distribuzione senza un impatto significativo sulla tutela dei diritti d'autore.

Il processo di digitalizzazione ha permesso di ridurre i testi, le immagini ed il suono in un codice binario di "0" e di "1" raggruppati in bits e bytes che possono viaggiare sulle reti. Ovviamente questa trasformazione non svincola il contenuto dal diritto d'autore ad esso correlato, che deve essere gestito anche in questo nuovo contesto. La natura del diritto d'autore sui contenuti digitali scambiati in rete non cambia; cambia, invece, la modalità di gestione dei diritti che è costantemente condizionata dagli sviluppi della tecnologia.

Questa necessità di adattamento non è nuova, ma si presenta ogni volta che si impone alla storia un'innovazione tecnologica. Ad esempio l'invenzione della stampa, dei fonogrammi, della radio e della televisione, della trasmissione via cavo e via satellite, le VHS, i registratori, i CD, i DVD e non solo la rete, hanno, di fatto, influenzato la forma e la sostanza dei diritti di proprietà intellettuale. La gestione della proprietà intellettuale sulla rete è solo l'ultimo passaggio di questo lungo processo.

Il dibattito sulla proprietà intellettuale in Internet ha acquisito sempre maggiore importanza in quanto la rapida digitalizzazione dei contenuti in corso e l'ampia diffusione della rete stanno cambiando il mercato dei contenuti poiché, da una lato, offrono una straordinaria opportunità permettendo di raggiungere – con costi di distribuzione trascurabili o nulli – un numero elevatissimo di clienti ma, dall'altro, hanno un impatto potenzialmente negativo per i titolari dei diritti d'autore. Infatti, sebbene una parte dell'informazione sul *www* sia in effetti liberamente disponibile per l'uso, la copia e la trasmissione/condivisione, si sta assistendo ad una sempre maggiore diffusione di contenuti digitali protetti da diritto d'autore senza che però questi diritti vengano riconosciuti.

L'entusiasmo suscitato dalla disponibilità di un così ampio numero di informazioni facilmente accessibili attraverso la navigazione, ha in parte alimentato l'aspettativa generalizzata che anche i contenuti protetti da diritti potessero essere disponibili gratuitamente e in modo incontrollato. Date le capacità e le caratteristiche della rete, è essenziale che la normativa sia definita e applicata in modo da assicurare che l'uso improprio delle tecnologie non vada a minare i principi base del diritto d'autore e i diritti connessi. Anche le tecnologie antecedenti alla rete, come ad esempio i registratori, permettevano la copia da parte dei consumatori, tuttavia le copie erano disponibili in quantità limitate e la

loro qualità era comunque inferiore rispetto all'originale. Inoltre la diffusione delle copie era limitata dal fatto che fossero fisicamente localizzate nello stesso luogo del duplicatore. Con Internet, invece, è possibile realizzare un numero illimitato di copie, in un tempo molto ridotto, con la stessa qualità dell'originale, e queste copie possono essere trasmesse in tutto il mondo con un semplice click. In risposta a questo rischio, i settori maggiormente danneggiati hanno cercato di reagire, con l'obiettivo di assicurare la tutela dei diritti d'autore e dei diritti connessi anche sui contenuti digitali. La principale sfida in questo senso è, da un lato, l'affermazione di un modello legale di consumo dei contenuti e, dall'altro, la conseguente modifica delle aspettative degli utenti, ancora troppo abituati all'idea che tutto ciò che transita sulla rete deve essere gratuito. È dunque fondamentale adoperarsi per creare una coscienza collettiva, una sorta di codice di comportamento che, anche attraverso il valore deterrente della norma, contribuisca ad orientare i comportamenti sociali in rete.

Per vincere la sfida sarà, inoltre, necessario usare modelli competitivi di business legati alle nuove tecnologie che rappresentano un'opportunità di sviluppo per il mercato. Internet e le nuove tecnologie, grazie alla capacità di mettere a disposizione una quantità illimitata di contenuti ad un numero illimitato di fruitori, hanno consentito e consentiranno lo sviluppo di modelli di business del tutto nuovi, sia per contenuto che per modalità di distribuzione. Solo oggi l'industria incomincia a trovare forme remunerative per la distribuzione in rete di prodotti musicali e video. Di recente, ed esclusivamente in alcuni settori, si incomincia a sfruttare a pieno il vero fattore chiave del successo: la differenziazione della propria offerta sfruttando le potenzialità del nuovo canale. L'imperativo dell'era digitale è, quindi, quello di promuovere l'innovazione ma, al contempo, proteggere i diritti d'autore utilizzando in modo flessibile gli strumenti che il mercato e la tecnologia mettono a disposizione.

I diritti legati alla proprietà intellettuale assolvono anche alla funzione di incoraggiare l'innovazione e promuovere la crescita economica, culturale e sociale del paese. L'era digitale ha messo in difficoltà l'equilibrio che si era generato in riferimento alla tutela della proprietà intellettuale, in quanto l'innovazione tecnologica ed i nuovi canali distributivi hanno fortemente ridotto i costi di duplicazione e di distribuzione dei contenuti digitali. Attraverso strumenti facilmente disponibili, chiunque può copiare e trasferire materiale altrui protetto dal diritto d'autore, diventando un "pubblicatore" di informazioni senza esserne l'autore e senza averne diritto. Ma, d'altro canto, non bisogna dimenticare che Internet offre enormi possibilità anche ai privati di diffondere a costi molto accessibili i propri contenuti, trasformandosi in altrettanti editori e pubblicatori di informazioni.

L'uso diffuso dei network e il successo mondiale del *www* hanno infatti determinato una straordinaria abbondanza di contenuti in forma digitale offrendo una facilità di accesso fino ad ora sconosciuta. Creare, pubblicare, distribuire, usare e riusare informazioni, è divenuto nell'ultimo decennio, sempre più facile e sempre più veloce. L'aspetto positivo di questo fenomeno è l'arricchimento che questa crescita esplosiva di conoscenza e informazione porta alla società nella sua interezza. L'aspetto negativo è dato dal fatto che questo arricchimento può essere realizzato a scapito dei legittimi titolari dei diritti. La rete è una risorsa di informazione di grandezza e profondità mai viste prima, ma è, al contempo, strumento di riproduzione e di diffusione di informazioni di straordinaria capacità e capillarità. In questa duplicità sta l'opportunità e il rischio che la rete rappresenta, ben sintetizzata dal National Research Council USA: "il *www* è una delle più grandi biblioteche al mondo ma anche la più grande fotocopiatrice mai esistita"³.

Sicuramente il diritto d'autore, nato nell'Ottocento, sopravviverà, seppur opportunamente trasformato, anche alle sfide della rivoluzione digitale. I principi fondamentali espressi dalle norme sul diritto d'autore devono continuare ad essere pienamente riconosciuti anche all'interno del mondo digitale.

L'infrastruttura di rete ha in sé la promessa di rendere l'accesso alle informazioni sempre più ampio e diffuso. Tuttavia la società tutta deve condividere la responsabilità di arrivare a quelle soluzioni che permettano al Paese di beneficiare delle opportunità offerte dalla rete.

Ed è per questo un mezzo che consentirà la creazione e la crescita di nuovi mercati solo se parallelamente potrà essere garantita la tutela dei diritti di proprietà intellettuale. In realtà non esiste una necessità di rifondare il sistema di tutela previsto attualmente dal nostro ordinamento, dato che risulta essere delineato in modo sufficientemente astratto per poter essere applicato anche in presenza delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Ciò che veramente manca è una prassi consolidata dell'applicazione delle norme al nuovo contesto di mercato. Occorrerebbe coinvolgere maggiormente nel dibattito pubblico le amministrazioni della giustizia che, ad esempio, con riferimento alla proprietà industriale (brevetti, marchi, disegni e modelli), già sono d'accordo nell'intraprendere azioni comuni di formazione dei magistrati sia in materia civile che in materia penale e che sentono l'esigenza di sostenere l'affermazione di una prevalenza interpretativa che valuti come una priorità la tutela dei diritti di proprietà industriale⁴.

³ cfr. *The Digital Dilemma: Intellectual Property and the Information Age*, National Research Council, USA 2003, pagg. 22-81.

⁴ Questa posizione è emersa nel corso della riunione dell'8 novembre 2004 del Comitato italo-francese anticounterfeiting.

Capitolo 1. Il ruolo della Rete e del Peer-to-Peer

1.1 La Rete: dalla collaborazione al business

■ **La rivoluzione digitale in atto, rendendo disponibili i contenuti sempre e ovunque indipendentemente da dove essi risiedono, consente di superare i limiti di luogo, tempo e spazio, che ne vincolano la distribuzione e la successiva fruizione**

Ogni tecnologia di comunicazione ha avuto sino ad ora delle limitazioni legate alle modalità fisiche di trasmissione nonché a valutazioni di redditività economica. La rete consente di superare i vincoli di spazio, di tempo e di luogo derivanti dalla fisicità dei contenuti, rendendone possibile la fruizione ovunque.

Il mondo fisico è, infatti, un limite sia ai canali di distribuzione sia alla quantità di contenuti. Lo spettro radio può trasportare solo una certa quantità di stazioni ed il cavo solo una certa quantità di canali TV, e naturalmente ci sono solo 24 ore di programmazione. Inoltre, nei negozi c'è spazio limitato sugli scaffali per i CD, VHS, DVD, giochi; non ci sono abbastanza sale cinematografiche per proiettare tutti i film disponibili, non abbastanza onde radio per riprodurre tutta la musica.

Dal punto di vista della redditività economica, il vincolo alla diffusione dei contenuti deriva dalla necessità di trovare un bacino, fino ad ora fisico, di utenza interessata a quei contenuti. Si pensi al caso dei film: perché un film venga proiettato nelle sale, il numero degli spettatori deve essere di almeno 1.500 persone in due settimane; tale indicatore porta alla scelta di non proiettare i film in lingua originale in paesi di lingua diversa. Ogni anno, ad esempio, l'industria cinematografica indiana produce più di 800 film. In USA ci sono più di 1 milione e 700 mila indiani ma distribuiti nel territorio e di conseguenza non esiste un bacino d'utenza fisico e localizzato in grado di giustificare la distribuzione nelle sale; infatti, secondo i dati di Amazon il film "best seller" in lingua originale indiana "Lagaan: once upon a time in India" è stato proiettato in due sole sale cinematografiche in America ed è stato uno dei pochissimi film indiani che sono entrati nella distribuzione americana.

Ad oggi e sempre di più nel futuro, dunque, grazie ad Internet, non sono più necessarie valutazioni re-

lative al bacino di utenza fisico perché un contenuto sia realizzato e distribuito in modo economicamente redditizio.

■ **Grazie alla distribuzione dei contenuti in qualunque luogo, tempo e spazio, Internet è divenuto un mezzo di comunicazione di successo, fondando le sue radici sul principio di collaborazione**

La collaborazione è stata il principio ispiratore di Internet. L'obiettivo primario del progetto ARPA⁵, quello da cui Internet si è originato, era di facilitare l'accesso ai computer da parte di diversi centri di ricerca, ed era dettato principalmente dalla necessità di razionalizzare le scarse risorse disponibili; alla fine degli anni '60, i computer erano ancora enormi e costosissimi mainframe che, tra l'altro, utilizzavano sistemi operativi tra loro incompatibili. L'interesse nacque da una necessità di condivisione delle risorse: si volevano collegare i computer di circa trenta università in tutto il Paese dove si studiava informatica.

Tutti i ricercatori coinvolti costituirono un gruppo comune che fu battezzato *Network Working Group* (NWG). Le riunioni del NWG assunsero subito un tono assai informale e cooperativo; ogni idea, risorsa e strumento che veniva elaborato da questi primi utenti-creatori diventava immediatamente una risorsa comune. Fu proprio per restare fedele a questo spirito comunitario che il gruppo decise di indicare i documenti ufficiali con la locuzione *Request for Comment*, quasi a ribadire la possibilità per chiunque di proporre revisioni o modifiche.

Internet, già dagli albori, si presentava come un sistema non gerarchico, distribuito, e che mal si prestava ad essere controllato. Veniva utilizzato dai ricercatori universitari per condividere risorse, collaborare e discutere. Era e sarebbe poi diventato un mezzo di comunicazione molto potente.

Sebbene il successo di Arpanet nella comunità scientifica avesse ampiamente dimostrato i vantaggi apportati all'attività di ricerca dalle reti di comunicazione telematica, alla fine degli anni '70 soltanto 15 dipartimenti di informatica possedevano un nodo sulla rete. Così, nel 1979, tre studenti della Duke University e dell'università della North Carolina, entrambe escluse dal gruppo che aveva accesso ad Arpanet, decisero di realizzare, al di fuori del circuito ufficiale, un sistema con le stesse funzionalità che presto divenne lo strumento per la conversazione e lo scambio di idee. Ma l'elemen-

⁵ARPA = Advanced Research Projects Agency, nata con un chiaro obiettivo di ricerca come reazione USA al lancio di Sputnik dall'Unione Sovietica nel 1957, rivolta non solo al mondo militare.

to differenziante rispetto all'esperienza di Arpanet fu che questa prassi si affermò anche per merito di un accordo con l'AT&T, operatore telefonico al tempo monopolista. Secondo questo accordo, l'AT&T, nei cui laboratori era stato scritto il sistema operativo UNIX, concedeva UNIX gratuitamente alle università a patto che ogni arricchimento apportato al nucleo originale fosse reso disponibile a tutti gli altri utenti.

■ **Data la costante interazione tra l'introduzione di nuove tecnologie e la possibilità di sfruttarne economicamente l'uso, le nuove tecnologie hanno contribuito a generare nuovi modelli di business e di distribuzione**

Internet e le nuove tecnologie, nate in un contesto di ricerca, in realtà hanno dato e daranno sempre di più un contributo sostanziale alla nascita di nuovi modelli di business, poiché si caratterizzano anche come un nuovo canale distributivo e produttivo che ha già consentito lo sviluppo di nuovi mercati e la crescita di nuovi servizi.

L'industria, in alcuni settori, data la portata epocale della rivoluzione in atto, non è ancora riuscita a sfruttare a pieno e proficuamente le potenzialità del nuovo canale e delle nuove forme di distribuzione, riuscendo, solo di recente, a sviluppare modelli di business basati sulla differenziazione della propria offerta.

Nell'offerta di musica si è compreso come il giusto mix fra prezzo e differenziazione del prodotto possono rendere un servizio attrattivo per il cliente finale, come ha dimostrato un recente caso commerciale di successo. I fattori distintivi di questo nuovo modello di business sono stati: ampiezza della gamma di prodotti offerti (500.000 canzoni), interfaccia semplice, menu *a la carte* senza tariffe di sottoscrizione (paghi quello che compri) e costo del singolo brano pari a 0,99 €; le canzoni possono essere scaricate e messe su un CD per farne un uso personale e possono essere trasferite su un limitato numero di personal computer. Nel primo anno sono state vendute 70 milioni di canzoni in USA (equivalenti per numero di brani musicali a circa 6 milioni di CD), un risultato strabiliante se confrontato con i sistemi di download a pagamento di musica legale preesistenti che nello stesso periodo, hanno venduto 1 milione di canzoni.

Il mercato potenziale a disposizione per questo e analoghi sistemi di vendita legali è quindi ancora enorme e tutto da esplorare⁶.

⁶ È il caso di iTunes Music Store (iTMS) di Apple.

1.2 Il Peer-to-Peer: "Opportunità" e "Rischi"

Il Peer-to-Peer come "opportunità di sviluppo"

■ **Il Peer-to-Peer: una struttura decentralizzata, non gerarchica, che consente di trasferire file direttamente tra utenti e dunque di aumentare la capacità di servizio delle reti, ma con un impatto sulla tutela del diritto d'autore**

Sebbene il Peer-to-Peer file sharing⁷ sia un fenomeno relativamente nuovo, sta diventando uno dei fattori più importanti nella distribuzione dei contenuti digitali. Insieme alle nuove tecnologie di compressione, e al sempre più diffuso accesso a banda larga, questa tecnologia ha profonde implicazioni tecniche sulle reti di comunicazione attuali e su quelle di nuova generazione. Essa sta influenzando profondamente anche il modo in cui le industrie tradizionali dell'intrattenimento operano.

Il Peer-to-Peer è una struttura di comunicazione in cui gli utenti interagiscono tra di loro senza passare attraverso un sistema centralizzato o gerarchico, trasferendo i file direttamente e senza la necessità che un server centrale gestisca il traffico delle informazioni scambiate.

Attraverso il Peer-to-Peer si possono scambiare informazioni, contribuire a progetti condivisi o trasferire file; esempi di Peer-to-Peer includono il trasferimento dei file, caching di dati, creazione di database, messa a disposizione di capacità di elaborazione, ecc.⁸ Grazie al Peer-to-Peer i contenuti risiedono diretta-

⁷ Il Peer-to-Peer è un modello di comunicazione nel quale ciascuna delle parti ha le stesse funzionalità e ognuna delle parti può iniziare la sessione di comunicazione. Nel linguaggio corrente il termine Peer-to-Peer viene usato per descrivere le applicazioni con le quali gli utenti possono, attraverso Internet, scambiarsi direttamente file con gli altri utenti. In particolare, per quanto riguarda Internet, Peer-to-Peer è un network che permette, ad un gruppo di persone con lo stesso programma, di connettersi e accedere direttamente alle risorse condivise. Napster, Gnutella, Kazaa sono esempi di tali software.

⁸ In realtà Internet è nato come un Peer-to-Peer. I singoli individui si connettevano reciprocamente per condividere informazioni e qualsiasi coppia di nodi poteva scambiarsi pacchetti di dati. Man mano che la popolarità di Internet cresceva, si avvertiva la mancanza di indirizzi IP e aumentavano le esigenze di sicurezza. Conseguentemente emergevano applicazioni e servizi basati su Internet che mediavano la comunicazione e le transazioni sulla rete, ovvero gli individui dovevano "recarsi" su un sito web per localizzare e scaricare i file piuttosto che utilizzare tecniche Peer-to-Peer. Cfr *Information Technology Outlook*, OECD 2002, pgg. 232-234.

mente sui PC degli utenti, consentendo dunque una crescente capacità di archiviazione (storage) dei dati e di elaborazione; se dunque prima la memoria a disposizione era data da quella di "n" server, attraverso questa modalità la capacità di elaborazione e distribuzione aumenta in maniera esponenziale⁹.

Tuttavia, per le specifiche caratteristiche evidenziate soprattutto a causa della struttura decentralizzata che non prevede dei server centrali, e per il sostanziale anonimato degli utenti, tale tecnologia ha un profondo impatto sui diritti di proprietà intellettuale, sulla sicurezza, ecc. La riproduzione e condivisione di file musicali protetti da diritto d'autore su Napster¹⁰, per esempio, ha creato una serie di problemi dal punto di vista dell'applicazione della legge, dovuti alla difficoltà di misurare e controllare i flussi di prodotti con valore commerciale.

■ Le "opportunità" del Peer-to-Peer: favorire la collaborazione attraverso la messa a disposizione di contenuti per consentire la condivisione della conoscenza

La ricerca scientifica è l'ambito in cui attualmente il file sharing sviluppa maggiori effetti. All'interno del mercato dei contenuti, il settore scientifico, tecnico e medico ha dimensioni molto rilevanti (nel 2002 ammontava a 7 miliardi di dollari) con un'incidenza pari al 56% (quasi 4 miliardi di USD), di cui 2/3 relativi a pubblicazioni tecniche e scientifiche e 1/3 mediche. Di questo materiale il 54% è disponibile in forma elettronica¹¹ non solo a fini di conservazione ma anche e soprattutto a fini di condivisione necessaria per il continuo e progressivo miglioramento degli sviluppi della scienza e della ricerca. Per citare solo un caso esemplare di cooperazione, basta ricordare gli esiti positivi della improvvisa e veloce diffusione dell'epidemia della SARS, quando gli scienziati usarono database aperti e modelli di sviluppo collaborativi per trovare in breve tempo il vaccino. La facilità di accesso e di condivisione in tempo reale del sapere garantisce non solo ulteriori sviluppi nella conoscenza ma anche solu-

⁹ *Information Technology Outlook*, OECD 2004, pgg. 187-195.

¹⁰ In base al Digital Millennium Copyright Act, nel 1999 la RIAA (Record Industry Association of America) ha avviato negli Stati Uniti una causa contro Napster per violazione del copyright. Nel 2001 a Napster è stato ordinato dal tribunale di bloccare i file protetti da copyright abusivamente scambiati attraverso i suoi server; dal momento che Napster non poteva aderire a questa richiesta, il servizio è stato sospeso.

¹¹ *Digital Broadband Content: Scientific Publishing*, DSTI/ICCP/IE (2004)11, OECD.

zioni in tempi brevissimi e inimmaginabili ancora fino a qualche decennio fa.

Di seguito si cita un esempio di eccellenza, in cui la condivisione è il fattore critico di successo per lo sviluppo della conoscenza: l'Internet Archive¹².

■ Internet Archive: il Peer-to-Peer perché la conoscenza non scompare

Nata, senza fini di lucro, nel 1996 negli Stati Uniti e co-fondata da un imprenditore di San Francisco, Brewster Kahle, Internet Archive è una biblioteca di contenuti digitali basata su un sistema di distribuzione di contenuti in modalità Peer-to-Peer. L'obiettivo è di offrire un accesso permanente ai contenuti digitali di natura pedagogico didattica, universitaria, culturale. L'accesso alla biblioteca digitale, che ad oggi conta più di 76.000 utilizzatori, è libero; gli utenti non sono solo ricercatori ma anche studenti.

Alla base dell'archivio ci sono 5 diversi sistemi di Peer-to-Peer che permettono la distribuzione di file audio e video senza incorrere in problemi legati alla capacità di banda, una capacità che solo una grande azienda potrebbe garantire.

Inoltre, attraverso la rete ed il Peer-to-Peer è possibile sfruttare le risorse disponibili per sviluppare studi, analisi ed elaborazioni.

Una prima applicazione all'interno del mondo della ricerca è il programma SETI@home.

■ Programma SETI@home per l'analisi dei dati raccolti dal radio telescopio Arecibo di Porto Rico

Questo programma, sviluppato dall'università di Berkeley, è uno screen saver che si attiva quando il computer è inutilizzato e permette a SETI di sfruttare la capacità di processori privati; fino ad oggi ha attratto oltre 2,6 milioni di utenti, che hanno finora "donato" oltre cinquecentomila anni di tempo di elaborazione per la caccia all'intelligenza extraterrestre. Pur nella sua particolarità, rappresenta un buon esempio di come, grazie all'adozione di software per il Peer-to-Peer, la potenza combinata di capacità di elaborazione, non utilizzate, possa sorpassare quella normalmente disponibile con un sistema aziendale.

Sulla base del principio di condivisione di risorse stanno nascendo delle applicazioni commerciali di software Peer-to-Peer tese a sfruttare la dislocazione dell'archiviazione dei contenuti su diversi PC-server all'interno della rete. Una volta a regime tale sistema genererà un circolo virtuoso per cui al crescere del network crescerà anche la potenza del sistema nel suo complesso.

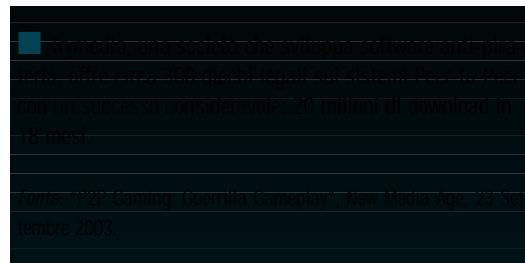
¹² "In Praise of P2P", *The Economist Technology Quarterly*, 4 dicembre 2004.

■ Kontiki: il Peer-to-Peer per risolvere il problema delle risorse scarse

Kontiki deposita frammenti di file molto pesanti sui PC che fanno parte del network con l'obiettivo di incrementare le performance complessive della rete in termini di storage e di scambio di file, senza la necessità di un potente server centrale. Le efficienze che si stima possano essere conseguite con questa tipologia di software consistono nella riduzione dei costi relativi a server e network dal 70% al 90%.

Di recente questo tipo di tecnologia è stata utilizzata anche da BBC. A fine settembre 2004 sono stati avviati i test di "Flexible TV" grazie al quale gli utenti potranno accedere alla programmazione dell'emittente britannica in differita. Il sistema si basa su una tecnica tipica del Peer-to-Peer; BBC utilizza i propri telespettatori - dotati di BBC Internet Media Player e del Dirac (un programma di codifica e decodifica open source sviluppato da BBC) - come veicolo di trasmissione via Internet. Ogni programma distribuito attraverso "Flexible TV" viene segmentato in tanti spezzoni e ogni computer, su cui gira BBC Internet Media Player insieme al Dirac, è in grado di condividere gli spezzoni con altri telespettatori. In questo modo non vi è alcun bisogno di appoggiarsi ai server di BBC (con eventuali problemi di sovraccarico) visto che i programmi saranno disponibili direttamente attraverso il network di "pari" (peers). L'obiettivo è di instaurare, quindi, un circolo virtuoso che tende a crescere con il crescere del network: più spettatori saranno attivi nel network attraverso i loro Internet media players, più rapida sarà la risposta del sistema nel suo complesso, sia nella ricerca che nel recupero dei programmi richiesti.

Un altro esempio in cui il Peer-to-Peer trova un'applicazione commerciale di successo è quella dell'industria dei giochi¹³.



¹³ *Digital Broadband Content: the Online Computer and Videogame Industry*, DSTI/ICCP/IE(2004)13, OECD.

■ Anche il mondo della musica ha introdotto di recente alcune interessanti sperimentazioni di software Peer-to-Peer: Tre tra le più importanti major a livello mondiale - Universal Music, Sony BMG e Warner Music Group - hanno deciso di lanciare un proprio servizio di file sharing, che offrirà il download legale di brani dalla rete attraverso uno spazio sicuro in cui vendere e condividere musica, video e altri contenuti digitali, assicurando agli artisti e ai detentori del copyright un adeguato compenso per ogni singolo file scambiato in rete. Shawn Fanning, fondatore di Napster nel 1999 ha lanciato un nuovo servizio che mira a trasformare in opportunità, per case discografiche e artisti, il Peer-to-Peer introducendo un sistema di riconoscimento e di gestione dei diritti digitali (Digital Rights Management*) che permette di diffondere dei brani a pagamento sulle stesse reti Peer-to-Peer. La società di Fanning propone alle case discografiche e ai produttori dei software Peer-to-Peer una tecnologia di identificazione dei brani di musica che, associata ad un sistema di gestione digitale dei diritti, permette di riconoscere e di filtrare i contenuti coperti da copyright che circolano sulle reti. Le case discografiche e gli artisti possono gestire la distribuzione online attraverso il sistema del sito, che consente di stabilire regole di fruizione per ogni traccia sonora.*

In entrambi i casi l'intenzione non è quella di ignorare il fenomeno di scambio di file in Peer-to-Peer, troppo popolare e diffuso per essere semplicemente criminalizzato, ma di studiare soluzioni che ne valorizzino le potenzialità rendendolo un'attività legale.

Fonte: http://www.repubblica.it/online/lf_new_economy/927/927/927.html, http://www.pcself.com/primopiano/flash/news_item.asp?NewsID=285.

* Software lato server con strumenti lato client sviluppato per assicurare una distribuzione sicura - e per disincentivare le distribuzioni illegali - di lavori protetti da diritti d'autore. La tecnologia DRM viene sviluppata come mezzo di protezione contro la pirateria informatica e lo scambio di materiale illegale. Per la discussione di dettaglio si veda la trattazione al capitolo 2.2 che segue.

Alla luce di quanto sopra esposto, preme evidenziare che sebbene il punto di forza del Peer to Peer sia la condivisione di sapere e risorse, non si può dimenticare che la conoscenza esiste solo se coloro che ne sono autori hanno la possibilità di tutelare la loro creazione.

■ Il Peer-to-Peer come fattore di "rischio" per i detentori dei diritti: la fruizione illegale di contenuti protetti da diritto e le possibili minacce alla privacy

Il Peer-to-Peer si basa su un sistema in grado di far comunicare direttamente tutti gli utilizzatori con un minimo coordinamento centrale e in maniera semplice. Gli utenti all'interno di una comunità possono condividere i dati con libertà e flessibilità.

Tuttavia, l'architettura decentralizzata e l'impossibilità di controllo sui contenuti scambiati hanno favorito la diffusione di comportamenti che implicano la **violazione del diritto d'autore e dei diritti connessi**.

Uno dei problemi legati all'uso dei diversi sistemi di file-sharing è che spesso **lo scambio e la diffusione dei contenuti avviene senza la necessaria autorizzazione dei titolari dei diritti d'autore**. Inoltre, le particolari caratteristiche dell'architettura di sistema – di cui si è già detto sopra – rendono difficile l'individuazione dei responsabili di condotte illecite sanzionabili con provvedimenti giudiziari. Al riguardo, infatti, si evidenzia che l'immissione in rete e la condivisione di materiale protetto da diritto d'autore ledono il diritto esclusivo di "comunicazione al pubblico" riconosciuto all'autore dell'opera dell'ingegno dall'art. 16 della legge n. 633/41, come previsto dal Dlgs. n. 68/2003.

■ Effetti "perversi" del file sharing di opere tutelate

Non esistono ancora stime attendibili sulla dimensione effettiva della pirateria on line attraverso il file sharing (così come confermato in tutte le audizioni).

Esistono, invece, dati quantitativi complessivi sulla pirateria audiovisiva off line dai quali viene estrapolata anche una stima indiretta di quanto avviene per i contenuti in rete. Secondo la FAPAV (Federazione Anti Pirateria Audio Video), il danno complessivamente stimato per la pirateria di contenuti audiovisivi, esclusa la musica, i videogiochi ed i programmi per elaboratore, ammonta a 800 milioni di euro all'anno. Il downloading abusivo costituisce una percentuale non facilmente determinabile di questa cifra. Altrettanto difficile è distinguere fra chi scarica dalla rete per uso personale e chi invece lo fa per duplicare e distribuire illegalmente su CD o sulla rete stessa i contenuti scaricati.

In taluni casi, i film vengono scaricati per essere poi riprodotti e moltiplicati in copie e distribuiti al pubblico attraverso canali fisici (legati alla criminalità organizzata) e telematici, dopo essere stati doppiati con la colonna sonora in lingua italiana. Di recente sono stati individuati siti Internet da cui è possibile ottenere, senza costi, i sottotitoli in lingua italiana dei film di maggiore successo del momento. Questo consente di porre in commercio i lungometraggi riprodotti su supporti pirata in lingua originale, rendendoli intelligibili al grande pubblico con sottotitoli nella nostra lingua.

Sulla base di stime effettuate secondo i criteri sopra indicati, comunicati dalla FAPAV, i film scaricati giornalmente da Internet ammontano a circa 400.000-600.000. Di questi, secondo i dati elaborati sulla base della ricerca OTX_MPA¹⁴,

il 32,4% dei files scaricati giornalmente è dato da opere cinematografiche, mentre il numero delle persone che effettuano il download di file illegali in Italia è di 3,7 milioni. Di queste il 48% è consapevole che questa sia un'azione illegale. Alla luce di quanto detto è evidente che lo scaricamento di film da Internet incide pesantemente sull'intera filiera. Un film scaricato da Internet e visto, ad esempio, da una famiglia di 4 persone, ammesso che ciò sostituisca altrettanti atti di acquisto di biglietti cinematografici, di noleggio o di acquisto di abbonamenti pay-tv, sottrae ricavi alla vendita di biglietti nei cinema e alla vendita o noleggio nell'home video, alla pay-tv e, indirettamente, al mercato televisivo in chiaro, in quanto ne riduce l'audience e abbassa il valore degli spazi pubblicitari.

Fonte: audizione FAPAV.

■ La tutela della privacy

Le applicazioni Peer-to-Peer sono utilizzate da utenti spesso non consapevoli che le funzioni di condivisione insite nei programmi Peer-to-Peer possono consentire anche l'accesso da parte di terzi alle informazioni personali presenti su un PC.

Anche se mancano dati affidabili su questo fenomeno, appare evidente che il produttore di software garantisca la sicurezza e avverta chiaramente gli utenti sui rischi connessi allo sharing mentre attualmente non vengono adeguatamente informati. D'altro canto, i produttori di software Peer-to-Peer¹⁵ sono poco motivati ad introdurre dei sistemi di protezione che potrebbero allarmare e disincentivare l'utente; l'attrattività del network, infatti, è strettamente legata alla quantità e disponibilità dei contenuti stessi¹⁶.

¹⁵ Centre for Democracy & Technology, *CDT Comments: FTC December 2004 Peer-to-Peer File-Sharing Workshop*, 15 Novembre 2004.

¹⁶ Oltre alla possibile violazione della privacy, chi utilizza i servizi di file sharing è anche soggetto agli attacchi di sistemi di spyware che, installati sui PC ad insaputa dell'utente, ad esempio nascosti in alcuni programmi shareware come Kazaa o Morpheus, raccolgono informazioni su una persona senza che questa ne sia a conoscenza. Un altro caso sono gli adware, software gratuiti in cui sono inserite delle pubblicità, di solito banner che rallentano la navigazione. Infatti uno dei modelli di sfruttamento economico più diffuso è l'inserimento di pubblicità nei computer degli utenti attraverso accordi tra il produttore del software e le agenzie pubblicitarie.

¹⁴ Motion Picture Association of America

Capitolo 2. Il diritto d'autore, i diritti connessi e la sfida dell'innovazione tecnologica

2.1 Le principali problematiche relative alla tutela del diritto d'autore e dei diritti connessi

■ **La rivoluzione tecnologica in atto rende sempre più complesso l'equilibrio fra la tutela del diritto d'autore e dei diritti connessi, e quella del diritto alla conoscenza**

Le ragioni della tutela della proprietà intellettuale sono ben sintetizzate nel primo paragrafo dell'art. 27 dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, dove si afferma che "ogni individuo ha diritto di prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità, di godere delle arti e di partecipare al progresso scientifico e ai suoi benefici", e che "ogni individuo ha diritto alla protezione degli interessi morali e materiali derivanti da ogni produzione scientifica, letteraria e artistica di cui egli è l'autore." Ad armonizzare la tutela di questi due interessi devono operare il diritto d'autore e i diritti connessi.

Il diritto d'autore riconosce, dunque, al creatore dell'opera un diritto esclusivo. Alla scadenza di tale diritto, il lavoro diviene di dominio pubblico e può essere liberamente utilizzato. La legge sul diritto d'autore è dunque tesa al bilanciamento degli interessi del singolo autore con quelli generali della collettività. Se infatti deve essere salvaguardato il diritto allo sfruttamento economico dell'opera dell'ingegno, deve essere altresì tutelato il beneficio che viene, alla società nella sua interezza, dalla fruizione dei contenuti creati.

L'effettivo esercizio di tale diritto, che si realizza attraverso la regolazione ed il controllo delle copie che vengono tratte da un originale, è stato messo in crisi dalla digitalizzazione dei contenuti e dalla produzione di contenuti originali in forma digitale. Nel primo caso, da un originale possono essere tratte infinite copie perfettamente identiche tra di loro e difficilmente distinguibili, nel secondo caso addirittura cade la possibilità di distinguere l'originale dalla copia. Il diritto d'autore dovrà perciò trovare nuovi strumenti di attuazione. Si tratta di un obiettivo difficile da raggiungere per molteplici ragioni, tra le quali si evidenziano le seguenti:

- il rapido diffondersi delle tecnologie digitali consente modalità nuove di utilizzo dei contenuti e la conseguente nascita di conflitti tra detentori del diritto d'autore e consumatori;
- la difficoltà di adattare i sistemi di protezione e tutela del diritto d'autore tradizionali ai contenuti digitali immateriali, scambiati tra soggetti "che non hanno contatti fisici" e spesso restano, anche tra di loro, anonimi;
- il progresso tecnologico amplia il raggio di diffusione dei contenuti digitali in modo esponenziale rendendo evidenti le possibili differenze fra la tutela dei diritti d'autore e dei diritti connessi a livello nazionale ed internazionale;
- il progresso tecnologico ha inoltre interessato una sempre più ampia varietà di contenuti, nuovi o fruibili in modalità differenti;
- le nuove tecnologie hanno introdotto nuovi elementi nella catena del valore; di conseguenza gli interessi in gioco, in riferimento alla tutela dei diritti d'autore e dei diritti connessi, si sono sempre di più ampliati; non riguardano solo autori, editori, distributori tradizionali e consumatori ma anche, ad esempio, fornitori di hardware e software, fornitori di connettività, integratori tecnologici, ecc.

■ **Le tecnologie digitali hanno cambiato il modo di fruizione della copia privata da parte dei consumatori**

La legislazione sul diritto d'autore disciplina l'uso che viene fatto della copia privata, cioè della copia di cui dispone chi fruisce legittimamente dei contenuti.

Le tecnologie digitali, riducendo drasticamente i costi di produzione e di distribuzione, hanno posto le condizioni per la diffusione e la proliferazione di copie derivate da quelle originali perfettamente identiche ed in numero illimitato.

La normativa vigente, condivisa peraltro a livello comunitario e internazionale, è basata sul principio che la riproduzione delle copie è, di fatto, limitata ad un certo numero e consentita per il solo uso personale, non potendo tali copie essere messe in circolazione su larga scala, né raggiungere il pubblico nel suo insieme in alcun modo.

Certamente la normativa non poteva prevedere che lo sviluppo delle tecnologie digitali avrebbe permesso la diffusione e la proliferazione delle copie derivate dagli originali, garantendo allo stesso tempo la qualità e l'assoluta similarità della copia con l'originale.

La diffusione delle nuove tecnologie ha sbilanciato il rapporto fra il consumatore, al quale la tecnologia oggi offre una straordinaria possibilità di utilizzo e di legittima copia privata del prodotto acqui-

stato legalmente, ed il titolare dei diritti connessi, che sempre meno, ha la possibilità di gestire la distribuzione del contenuto attraverso il controllo del supporto fisico.

I detentori dei diritti connessi, proprio attraverso il controllo del supporto fisico, hanno sempre avuto un modo diretto, anche se non infallibile, di ostacolare la distribuzione illegale del contenuto. Inoltre, prima della rivoluzione digitale, le copie lecite o illecite erano di qualità inferiore rispetto a quelle acquistate legalmente, rendendo quindi la copia illecita meno attrattiva.

Alla luce sia della facilità di riproduzione che della qualità e della quantità delle riproduzioni possibili, la tutela dei diritti esclusivi degli autori e dei diritti connessi di produttori e distributori e la contemporanea necessità di tutelare il diritto alla copia privata in ambito digitale costituiscono uno degli aspetti più complessi ed economicamente rilevanti dell'industria dei contenuti. Le possibilità che ad oggi si hanno nell'utilizzo delle tecnologie sono considerevoli ed in continua evoluzione. La sempre crescente capacità dei computer di processare dati, archiviare informazioni, il rapido diffondersi del file sharing e la condivisione di contenuti, attraverso network basati su tecnologie Peer-to-Peer, facilita sia il commercio legale sia l'utilizzo, non autorizzato, di contenuti protetti da copyright e da diritti connessi. Supporti digitali come lettori di MP3¹⁷ offrono al consumatore nuove alternative per archiviare e ascoltare copie degli album acquistati. TiVo¹⁸ e i relativi supporti di registrazione permettono negli USA di personalizzare il modo di vedere la televisione, scegliendo quando e cosa vedere, liberando gli utenti dalle costrizioni del palinsesto televisivo e dalle pubblicità. Altre funzionalità si stanno diffondendo sul mercato dei DVD, permettendo editing e registrazione di film ed altro ancora¹⁹.

Mentre, dunque, la digitalizzazione delle opere ha allargato enormemente le opzioni di consumo, gli autori, i produttori, i distributori e gli altri titolari dei diritti connessi hanno cominciato a sperimentare soluzioni tecnologiche per sviluppare un controllo su tali opzioni (sistemi di Digital Rights Management di cui si parlerà in seguito nel paragrafo 2.2 di

¹⁷ Acronimo per MPEG-1 Audio Layer III: tecnologia per la compressione/decompressione dei file audio che consente di mantenere un'accettabile qualità, sviluppato dal Motion Picture Experts Group nel 1998.

¹⁸ Apparecchio che permette di registrare su un hard disk integrato trasmissioni televisive e via cavo.

¹⁹ Confronta a questo proposito: *Coming Soon: The Smut-Free DVD*, BBC News, April 8, 2004, disponibile su <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/3611969.stm>, e Katie Dean, *Much Ado About Smut-Free DVD's*, Wired News 3 Giugno 2003.

questo capitolo). Da ciò deriva che attività ormai acquisite da parte del consumatore come, ad esempio, la duplicazione di musica/film/contenuti televisivi ad uso privato, potrebbero, nel futuro, dover essere autorizzate dal titolare dei diritti attraverso il pagamento di un compenso addizionale (con la contemporanea scomparsa del prelievo dei relativi diritti SIAE) o attraverso modelli di acquisto dei diritti limitati a precisi utilizzi che salvaguardino in ogni caso il diritto alla copia privata.

■ I titolari del diritto d'autore e dei diritti connessi e i legislatori si devono misurare con un rilevante ostacolo alla tutela dei diritti: la transnazionalità di Internet

La facilità di replica e ridistribuzione dei contenuti digitali, agevolando l'istantaneità della distribuzione a livello internazionale o globale dei contenuti stessi, rende difficili le attività di controllo e di repressione di possibili violazioni del diritto d'autore e dei diritti connessi, attività che, se valide all'interno del limite territoriale di una nazione, perdono di efficacia nello spazio transnazionale di Internet, caratterizzato dalla frammentazione e disomogeneità delle leggi e dalla mancanza di un coordinamento a livello mondiale.

Ne consegue la necessità di uno sforzo coordinato a livello internazionale per l'armonizzazione delle leggi sulla tutela del diritto d'autore nei vari paesi.

■ La normativa sul diritto d'autore ha impatto diretto sui produttori di contenuti ("core copyright") e indiretto sull'indotto ("copyright related").

Oggi, più che nel passato, revisioni delle leggi sul diritto d'autore possono creare effetti velocemente trasferibili in industrie e settori non direttamente coinvolti nella tutela del diritto d'autore. Il dibattito sulla normativa relativa al diritto d'autore e sui diritti connessi deve necessariamente vedere la partecipazione e il coinvolgimento di tutte le parti interessate.

In particolare due sono le tipologie di settori sui quali le norme sul diritto d'autore hanno impatto: "core copyright" e "copyright related"²⁰.

I "core copyright" basano i loro ricavi direttamente sulla produzione o diffusione di contenuti protetti da diritto d'autore. Tradizionalmente si tratta dei settori dei media e dell'intrattenimento (entertainment): giornalismo, letteratura, discografia, cinema,

²⁰ Questa suddivisione trae origine da Stephen Siwek, *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2002 Report*, http://www.iipa.com/copyright_us_economy.html.

radio, televisione e televisione via cavo. Più recentemente vi rientra anche la produzione di software. La corretta introduzione di decisioni riguardanti il diritto d'autore non può prescindere, tuttavia, dalle insite diversità anche all'interno del mercato di riferimento. Per esempio, la produzione e la distribuzione di lavori di giornalismo differisce nei metodi utilizzati per musica o film, ma anche tra tv e cinema possono coesistere esigenze contrapposte – uno fra tutti il tema delle finestre temporali (di seguito approfondito all'interno del capitolo 4.1).

I settori "copyright related" producono beni o servizi utilizzati congiuntamente ai contenuti protetti da diritto d'autore ovvero i produttori di hardware e software, gli ISP, i gestori di piattaforme di comunicazione mobile, ecc., un settore che dà all'economia un apporto rilevante non solo in termini di occupazione e di produttività ma anche di innovazione. Questi operatori, ciascuno con la peculiarità del proprio business, beneficiano dell'immissione di contenuti all'interno delle loro reti e della possibilità di trasferirli sui loro riproduttori (device); ne consegue che le loro posizioni sul tema del diritto d'autore siano a volte in contrasto con quelle dei titolari dei diritti d'autore.

In questo contesto, il legislatore deve individuare i confini del diritto, alla luce della necessità di esplorare le relazioni e gli impatti indiretti della legislazione anche nei mercati correlati, complementari o comunque vicini. D'altra parte, il beneficio economico non può prescindere dalla legittimità; gli interessi economici non possono infatti calpestare il diritto di altri soggetti al riconoscimento dei compensi ad essi spettanti per le loro creazioni intellettuali.

■ Una normativa solo repressiva non è idonea di per sé ad arrestare il fenomeno della pirateria, in ragione anche della impossibilità di perseguire tutte le violazioni, specie se non facilita l'emergere di un mercato legale nell'ambito delle nuove tecnologie

A tale proposito va ricordato che il continuo sviluppo delle tecnologie se, da un lato, rende sempre più sicuri i sistemi di protezione, dall'altro determina lo sviluppo sempre più aggiornato dei sistemi per eludere dette misure.

Per meglio comprendere gli effetti che una normativa restrittiva può indurre sul mercato dei contenuti digitali, lato domanda e lato offerta, è necessario un excursus sul già citato caso Napster.

Napster è un esempio emblematico di come il mercato abbia dimostrato la capacità di reagire in tempi brevissimi ad ogni restrizione imposta.

La sentenza che dichiarò l'illegalità di Napster, e che di fatto sancì il passaggio dall'offerta di contenuti gratuiti all'offerta di contenuti a pagamento, si basava sulla considerazione che il "sistema" Napster prevedeva l'erogazione dei contenuti digitali da parte di un server centrale che fungeva da banca dati. Questo server è stato identificato legalmente come soggetto dedito alla diffusione di contenuti illegali e per questo bloccato.

Dopo l'esperienza Napster e, in realtà, già prima della sentenza, sono andati diffondendosi altri network di file sharing basati su tecnologie più avanzate che, pur non comportando il passaggio da un server centrale e non gestendo il flusso di dati, prevedono la condivisione ed il trasferimento di dati tra utenti senza conoscere il contenuto delle informazioni trasferite né, in molti casi, l'identità degli utenti stessi.

In questo modo si sono generati due effetti: il fenomeno del trasferimento illegale di contenuti digitali non si è arginato, anzi è aumentato; si sono inoltre venute a creare condizioni che riducono ulteriormente lo spazio di repressione del fenomeno criminioso, poiché le nuove tecnologie Peer-to-Peer non consentono l'identificazione degli utenti²¹.

L'obiettivo primario di una eventuale rivisitazione della normativa sul diritto d'autore non potrà comunque essere la sola repressione della violazione ma dovrà soprattutto essere l'individuazione di misure che favoriscano l'affermazione di condizioni "legali" di mercato.

2.2 Soluzioni tecnologiche per tutelare i titolari dei diritti d'autore

■ I DRM sono fondamentali per lo sviluppo legale del mercato dei contenuti digitali. Tuttavia la condizione necessaria perché l'effetto dei DRM sia positivo è che essi si basino su standard aperti, interoperabili che consentano la facilità di fruizione al consumatore e livelli tecnici di sicurezza che li rendano concretamente efficaci²²

Nato intorno alla metà degli anni Novanta, il DRM è una tecnologia che consente e garantisce il controllo della distribuzione di contenuti. L'obiettivo di

²¹ *The Economics of Peer to Peer*, A. de Fontenay - L. Pupillo, mimeo, Columbia Institute for Tele-Information, ottobre 2004.

²² High Level Group on Digital Rights Managements, *Final Report*, marzo-giugno 2004; confronta anche Commission Staff Working Paper, *Digital Rights*, SEC (2002 197).

tali sistemi è quello di rispondere alla necessità di dover affrontare il problema e l'opportunità della distribuzione digitale in termini radicalmente differenti rispetto al passato: non più e non solo sistemi antiduplicazione, ma sistemi che inibiscono l'uso illegittimo del contenuto lungo tutta la catena distributiva, dalla produzione dei contenuti al cliente finale.

Ad oggi, la maggior parte degli studi su questo argomento è stata svolta considerando le prospettive specifiche dei singoli soggetti (ad esempio policy maker, produttori di contenuti, operatori ICT, organi che si occupano della definizione degli standard o enti di ricerca), anche se è mancata in parte una visione a 360° della problematica e delle possibili soluzioni.

■ Le iniziative europee sul tema DRM

Negli ultimi dieci anni, la Commissione europea ha lanciato numerose iniziative rivolte allo sviluppo di sistemi DRM per consentire la gestione dei diritti d'autore relativi ai contenuti digitali.

Il 19 luglio 1995 viene pubblicato il Libro Verde sul Diritto d'autore ed i diritti connessi nella Società dell'Informazione in cui si sottolinea la necessità di adattare le norme che disciplinano la diffusione dei nuovi prodotti e servizi digitali.

In seguito alle consultazioni successive con i soggetti interessati, il 20 novembre 1996, la Commissione Europea presenta un documento integrativo al Libro Verde dove, pur ribadendo il tradizionale ruolo dell'Europa nella difesa del diritto d'autore, si sostiene che la digitalizzazione non genera solo rischi per i titolari dei diritti, ma, allo stesso tempo, offre modalità di controllo delle violazioni attraverso gli strumenti di accesso controllati, l'identificazione degli utilizzatori e degli apparecchi contro la copia e altri sistemi di protezione.

Il 28 gennaio 1998 viene presentata una proposta al Parlamento Europeo e al Consiglio Direttivo sull'armonizzazione di certi aspetti legati al diritto d'autore nella Società dell'Informazione. Il 20 maggio 2001 il Parlamento Europeo ed il Consiglio adottano la direttiva sul Copyright, che definisce il quadro normativo in cui il DRM deve essere regolamentato e sviluppato. La Direttiva invita gli Stati Membri a promuovere l'uso di misure di protezione volontarie dei diritti d'autore, incoraggiando l'interoperabilità e la compatibilità di tutti i sistemi.

Sulla base della Direttiva sul Copyright sono stati organizzati una serie di workshop, con l'obiettivo di riunire intorno ad un tavolo i rappresentanti di tutti gli attori coinvolti: le industrie che sviluppano nuove tecnologie, i titolari dei diritti d'autore, i consumatori e le altre parti interessate (ad esempio le collecting society).

INDICARE (Informed Dialogue about Consumer Acceptability of DRM Solutions in Europe), *Digital Rights Management and Consumer Acceptability*, Rapporto della Commissione Europea, dicembre 2004.

In Europa si fa riferimento alla Direttiva sul Copyright (2001/29. artt. 6 e 7) ed in particolare all'art. 6 comma 3 dove vengono definite le "misure tecnologiche":

"Ai fini della presente direttiva, per "misure tecnologiche" si intendono tutte le tecnologie, i dispositivi o componenti che, nel normale corso del loro funzionamento, sono destinati a impedire o limitare atti, su opere o altri materiali protetti, non autorizzati dal titolare del diritto d'autore o del diritto connesso al diritto d'autore, così come previsto dalla legge o dal diritto sui generis previsto al capitolo III della direttiva 96/9/CE. Le misure tecnologiche sono considerate "efficaci" nel caso in cui l'uso dell'opera o di altro materiale protetto sia controllato dai titolari tramite l'applicazione di un controllo di accesso o di un procedimento di protezione, quale la cifratura, la distorsione o qualsiasi altra trasformazione dell'opera o di altro materiale protetto, o di un meccanismo di controllo delle copie, che realizza l'obiettivo di protezione".

La rivoluzione tecnologica ha profondamente modificato le modalità di protezione dei diritti d'autore e dei diritti connessi: se in origine infatti l'opera coincideva con il supporto/oggetto e, quindi, il diritto d'autore e i diritti connessi erano garantiti dalla vendita o dalla cessione volontaria dell'oggetto, oggi invece ciò che si tende a commercializzare non è più la copia dell'opera, bensì il diritto d'accesso e le modalità di utilizzo dell'opera stessa.

Con le tecnologie digitali, il paradigma è cambiato radicalmente: dalla necessità di vietare la duplicazione del contenuto si è passati a regolarne tecnologicamente l'accesso, indipendentemente dalle modalità di riproduzione.

In questo contesto, il DRM ha tre principali funzioni:

- abilita alla fruizione dei contenuti digitali indicando quali sono i diritti dei titolari;
- protegge tecnicamente contro un utilizzo non consentito dei contenuti, impedendo le attività non previste;
- abilita al pagamento prevedendo diversi modelli di fruizione.

Tra le funzionalità dei sistemi DRM sono comprese la cifratura dei contenuti e la distribuzione, a pagamento, delle chiavi di apertura e la tracciatura dei contenuti che viaggiano in rete attraverso un sistema di marcatura (watermark) che identifica le copie.

■ I diversi modelli di fruizione consentiti dal DRM

- Pay per download: viene previsto un pagamento per ogni download di file musicali o film; al file vengono associati alcuni diritti, ad esempio il diritto di riproduzione per un numero limitato di volte o su un numero limitato di supporti
- Pay per use: il pagamento avviene per ogni utilizzo, non si fa più riferimento al download ma al semplice streaming
- Sottoscrizione: il pagamento avviene per una licenza d'uso per un periodo di tempo definito, se la sottoscrizione non è rinnovata la licenza scade automaticamente;
- Noleggio: il contenuto è noleggiato e può essere utilizzato per un determinato periodo di tempo dopo il primo utilizzo, tale modalità corrisponde alla cosiddetta fruizione "on demand" utilizzata in particolare nella TV on line e nei modelli di business legati ai giochi (game on demand)
- Bundling o bouquet: il pagamento è riferito all'acquisto di una serie di contenuti
- Superdistribution: è un modello che consente al consumatore di trasferire il contenuto anche ad altri utenti, attraverso una gestione separata del contenuto e dei diritti dei titolari.
- Preview: il contenuto può essere utilizzato per promuoverne l'acquisto anche in rete (ad esempio il consumatore può ascoltare un brano una volta o più e poi decidere di comprarlo)

Esiste infine un altro modello di applicazione di DRM per il quale il contenuto viene tracciato quando viaggia in rete attraverso un sistema di watermark.

INDICARE (Informed Dialogue about Consumer Acceptability of DRM Solutions in Europe), *Digital Rights Management and Consumer Acceptability*, Rapporto della Commissione Europea, dicembre 2004.

Il DRM porterà ad una innovazione dei rapporti tra produttori/distributori di contenuti e consumatori i quali avranno la possibilità di assumere un ruolo più attivo ed una maggiore forza negoziale. Gli aspetti critici nel definire la nuova relazione produttore-consumatore di contenuti riguarderanno:

- 1) le modalità di accesso e la fruibilità del contenuto: i DRM devono garantire i diritti attribuiti al consumatore dalla legge sul diritto d'autore: il diritto alla copia privata (ad esempio di fare delle copie per back up), la trasferibilità del contenuto su apparecchi differenti, il prestito, la citazione o l'estrazione di alcune parti e la rivendita del contenuto stesso;
- 2) la tutela della privacy: i DRM hanno la potenzialità di individuare, trasmettere e conservare ampie quantità di dati riguardanti l'utilizzo personale del contenuto; rappresentano in questo modo un sistema di monitoraggio dell'uso e con-

- 3) la trasparenza: l'utilizzo dei DRM dovrebbe essere comunicato con evidenza al consumatore ed in particolare dovrebbero essere comunicate chiaramente le limitazioni alle quali il prodotto è soggetto (ad esempio nel caso dei CD: l'impossibilità di farne una copia privata o di essere letto da più apparecchi). Su questo punto la posizione dell'High Level Group è molto chiara in quanto viene fortemente auspicata l'introduzione di sistemi "facili da usare" per i consumatori;
- 4) l'interoperabilità: è un requisito fondamentale. I sistemi DRM devono consentire l'utilizzo su diverse piattaforme e apparecchi; inoltre va sempre salvaguardata la concorrenza evitando la possibile dipendenza da un unico fornitore. Anche l'High Level Group (2004) si esprime chiaramente a supporto di soluzioni interoperabili;
- 5) la flessibilità nei modelli di fruizione: i DRM consentono diversi modelli di utilizzo dei contenuti a prezzi diversi, ad esempio l'offerta "a la carte", la sottoscrizione, il prestito, la preview, la possibilità di cederlo a terzi.

Inoltre, sulla base del principio di diffusione e utilizzo a condizioni non discriminanti delle tecnologie, non possono essere trascurate **le speciali esigenze dei consumatori diversamente abili**. Né può essere tralasciato **il ruolo delle biblioteche**, che nel loro compito di conservazione e diffusione della conoscenza, devono consentire il più ampio accesso possibile dei cittadini al sapere. Da ultimo, debbono essere valutate con attenzione le esigenze della **scuola e delle comunità scientifiche, per le quali la diffusione e la condivisione della conoscenza sono elementi fondamentali**.

I DRM sono sistemi che hanno già trovato applicazione nel mercato. Un esempio di eccellenza, già precedentemente citato, è il sistema di gestione dei diritti digitali sviluppato da Apple iTunes che consente una serie di azioni subordinate a delle limitazioni come dalla figura che segue (Figura 2).

Le posizioni emerse nel corso delle audizioni della Commissione e confermate anche dagli studi internazionali di settore, riconoscono che il DRM è un fattore di stimolo del mercato in quanto **tutela i diritti della proprietà intellettuale, abilita a diversi modelli di pagamento, consente di stabilire diversi livelli di prezzo per differenti tipologie di consumo**.

In particolare i DRM devono soddisfare dei requisiti di base:

- devono essere aperti ed interoperabili così da non costituire una barriera per la circolazione delle merci su diverse reti e devices

Figura 2: - ITMS e la gestione dei diritti digitali (DRM) – fonte Apple

Copiare/spedire i brani su un altro computer	È fisicamente possibile, ma i brani non possono essere ascoltati. Il solo modo di ascoltare i brani, codificati in formato AAC protetto, è quello di autorizzare il computer a riprodurre i brani acquistati da quel determinato utente. Un utente può autorizzare alla riproduzione dei propri brani un massimo di 5 computer.
Masterizzare su un CD i brani per ascoltarli su un qualunque lettore CD	È possibile, ma solo per un massimo di 7 volte. iTunes non permette di masterizzare una playlist di brani per più di 7 volte, se tale lista include anche un solo brano acquistato su iTunes.
Condivisione dell'ascolto dei brani su computer collegati in rete locale	È possibile, ma solo su un massimo di 5 computer per volta. Ogni computer deve essere autorizzato tramite un codice identificativo dell'acquirente.
Conversione dei brani in un diverso formato digitale	Impossibile. iTunes non consente la conversione dei brani acquistati su iTunes in un formato che consenta l'elusione dei meccanismi di controllo (DRM).

- devono rispondere al principio di neutralità tecnologica, intesa come non discriminazione fra particolari tecnologie
- non devono costituire restrizioni del mercato a protezione di particolari interessi
- devono consentire la fruibilità del contenuto in modo semplice, considerando le esigenze del consumatore
- per essere efficaci, devono essere studiati e definiti spontaneamente dagli attori economici (i.e. nascere dal mercato) e non imposti per legge.

È inoltre stato evidenziato che un serio incentivo all'introduzione diffusa del DRM può essere rappresentato dalla progressiva riduzione dell'equo compenso²³ per copia privata conseguente alla progressiva applicazione di DRM ai contenuti. Da ultimo, sarà opportuno prevedere azioni di stimolo e promozione per favorire la nascita di DRM e la definizione di standard di identificazione e catalogazione, anche in funzione del costo di sviluppo di tali sistemi, che ad oggi non è compensato da un ritorno sugli investimenti realizzati.

2.3 Diffusione dei contenuti digitali senza sfruttamento economico

■ Lawrence Lessig ed i "Creative Commons"

I titolari dei diritti possono anche decidere di non avvalersi, in tutto o in parte, del loro diritto di sfrut-

²³ La normativa sulla copia privata, già presente da molti anni nelle legislazioni di diversi paesi, è stata introdotta in Italia dalla L. 5/2/1992, n. 93 e modificata con adattamento agli standard mediterranei in Europa, con il D.lgs n.68/2003, di trasposizione della Direttiva UE 2001/29/CE.

tamento dell'opera, consentendo che la stessa circoli più o meno liberamente.

L'approccio dello studioso americano Lawrence Lessig²⁴ si propone l'obiettivo di cogliere al massimo grado le potenzialità di crescita della conoscenza offerta dalla diffusione dei contenuti digitali. Le nuove modalità e regole nella fruizione dei contenuti sono pertanto finalizzate a questo obiettivo primario. In tale prospettiva Lessig introduce "la protezione del diritto di trasformazione", ampliando, come conseguenza della rivoluzione digitale, il concetto di proprietà intellettuale da diritto individuale a diritto "dell'industria culturale".

In tale contesto è nata l'organizzazione "Creative Commons", il cui primo progetto risale a dicembre 2002 e il cui obiettivo è riutilizzare i diritti dei privati per creare dei contenuti pubblici, fruibili dal maggior numero di soggetti possibile. Una licenza tipo "Creative Commons" di fatto non significa rinunciare al diritto d'autore, ma vuol dire invece offrire alcuni dei propri diritti a chiunque li richieda sotto determinate condizioni.

L'iniziativa "Creative Commons" si basa sulla definizione di quattro diverse possibilità di utilizzo di contenuti esistenti:

- "attribution": viene consentita la copia, la distribuzione e la diffusione dei propri contenuti con il solo vincolo di citarne la fonte (credits);
- "non commercial": viene consentita la copia, la distribuzione e la diffusione dei propri contenuti per tutti gli usi che non siano commerciali;
- "no derivative works": viene autorizzato l'utilizzo di contenuti derivati rispetto all'originale dietro il rilascio di un permesso specifico;
- "share like": viene offerta la possibilità di con-

²⁴ Lawrence Lessig, *Free Culture*, New York, 2004.

dividere e utilizzare contenuti alle stesse condizioni già accordate (combinazione di una delle tre precedenti opzioni – attribution, non commercial, no derivative works e share like). Lessig ha, fra i primi, utilizzato questo tipo di protezione per la tutela del suo testo "Free culture" realizzato nel 2004 ed ha inoltre fondato un sito Internet al quale qualsiasi autore può mandare un libro, che sarà poi distribuito gratuitamente sotto queste forme di tutela.

■ Il progetto del CNR per l'applicazione dei Creative Commons

Il progetto sviluppato dal Dipartimento di Scienze giuridiche di Torino e dall'Istituto di Elettronica e di Ingegneria dell'Informazione del CNR (Ieii) garantisce all'utente che naviga in rete di essere informato sul corretto utilizzo di un file musicale, un'immagine, un video o una pagina web, senza il rischio di incorrere nella violazione dei diritti d'autore. Le nuove licenze previste sono di sei tipologie diverse:

- la prima prevede l'obbligatorietà di citare sempre il nome dell'autore dell'opera;
- la seconda sancisce il divieto di fare un uso a fini di lucro del lavoro;
- la terza aggiunge il divieto di modificare l'originale;
- la quarta consente la commercializzazione dell'opera presa da Internet e la produzione di opere derivate;
- la quinta e la sesta garantiscono la possibilità di apportare eventuali modifiche ma stabiliscono che la circolazione dell'opera avvenga con la stessa tipologia di licenza dell'originale; la sesta prevede anche il divieto di utilizzare il prodotto a fini commerciali.

Fonte: http://www.repubblica.it/2004/1/sezioni/scienza_e_tecnologia/creative/creative/creative.html.

■ Una modalità di fruizione in "pubblico dominio": uno strumento per favorire la diffusione della cultura e la digitalizzazione, ma anche una possibile leva per il successivo sviluppo di contenuti a pagamento

La digitalizzazione e l'accesso a contenuti, i cui diritti si siano estinti o siano resi disponibili liberamente per precisa volontà del titolare, potrebbe rappresentare una leva del tutto nuova per la crescita culturale del Paese. L'immissione in rete di contenuti culturalmente rilevanti e in pubblico dominio potrebbe contribuire ulteriormente al processo di digitalizzazione in atto nel nostro Paese nonché attivare indirettamente il mercato dei contenuti digitali attraverso l'utilizzo della domanda pubblica.

■ Google mette in rete milioni di libri

Google, il più famoso motore di ricerca mondiale, ha stipulato un accordo con cinque delle principali biblioteche americane per digitalizzare e mettere a disposizione online milioni di volumi, alcuni dei quali definiti di particolare pregio e rarità. Il progetto coinvolge le biblioteche universitarie di Harvard (metterà a disposizione 40.000 volumi), Oxford e Stanford (metterà a disposizione 2 milioni di testi), quella dell'università del Michigan (fornirà 7 milioni di testi) e la New York Public Library. Per la trasformazione dei testi dall'originale formato cartaceo a quello digitale Google utilizzerà tecnologia di sua proprietà. Dei contenuti protetti da copyright, il motore di ricerca fornirà soltanto l'indice, la bibliografia e alcuni estratti. Il processo potrebbe richiedere anni, ma è chiaro lo straordinario contributo che l'accesso ad una tale quantità di materiale avrà per la comunità accademica.

Fonte: <http://punto-informatico.it/p.asp?i=50840>.

■ BBC Creative Archive: archivio per l'accesso ai contenuti di BBC in ottica di apprendimento, intrattenimento e cultura

L'attuale archivio di programmi BBC è di proprietà pubblica ma è rimasto a lungo inaccessibile al pubblico in assenza di un canale distributivo a basso costo. Tramite tecnologia digitale, BBC potrà rendere disponibili i suoi programmi anche in partnership con musei, librerie o produttori commerciali. La messa a disposizione dei file dovrà in ogni modo garantire la protezione dei diritti d'autore. Al momento del passaggio di contenuti in archivio su supporti digitali, dovranno essere associati una serie di dati relativi ai diritti di proprietà che andranno poi a determinare le modalità di accesso e non saranno consentiti gli usi commerciali. Sarà tuttavia possibile l'archiviazione sul proprio PC, l'elaborazione e la condivisione, in modo da rendere i contenuti accessibili ad un gran numero di utenti. L'Archivio sarà basato sul modello dei Creative Commons già sviluppato in negli Stati Uniti. Attraverso una tale gestione di diritti si avvia un circolo virtuoso i cui risultati mirano all'ampliamento del mercato.

Fonte: BBC, http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2004/05_may/26/creative_archive.shtml

■ La gestione dei diritti digitali all'interno delle Università americane: un compromesso fra la diffusione della cultura e la liceità di utilizzo

La normativa statunitense ha affrontato le problematiche connesse all'educazione a distanza e alla

distribuzione in rete di materiale protetto da diritto d'autore con il "Technology, Education and Copyright Harmonization Act" (il TEACH Act) approvato nel novembre 2002.

■ A lungo anticipato da insegnanti e dal mondo dell'editoria, il TEACH Act ridefinisce termini e condizioni secondo i quali alcuni istituti universitari, o comunque enti di formazione, possono utilizzare materiale protetto da diritto d'autore per la formazione a distanza attraverso siti web o altri strumenti di diffusione digitale, senza il permesso del titolare dei diritti e senza dover pagare i diritti.

Gli obiettivi che la riforma del TEACH ACT si propone sono duplici:

- chiarire le norme inerenti all'utilizzo di materiale protetto da copyright nell'insegnamento a distanza e consentire ai docenti di utilizzare i materiali protetti;
- trovare un equilibrio tra la tutela degli interessi dei titolari dei diritti e quelli dei docenti ad utilizzare materiali protetti nell'insegnamento a distanza.

Rispetto alla normativa precedente, la normativa del 2002 prevede alcuni sviluppi:

- permesso di "Display and Perform" (visualizzazione e riproduzione) che viene esteso ad una maggiore selezione di opere
- maggior numero di "postazioni riceventi" (receiving locations) – la norma precedente infatti limitava l'uso dei materiali all'aula scolastica o ad ambienti simili mentre la nuova legge non pone restrizioni di alcun tipo
- conservazione (storage) del contenuto trasmesso: possibilità di salvare copie dei materiali – inclusi quelli protetti – utilizzati per l'insegnamento a distanza. In particolare la legge prevede la possibilità di conservare il materiale e di renderlo accessibile e consultabile dagli studenti per brevi periodi; a tal fine permette la copiatura o la conservazione del materiale protetto
- digitalizzazione di opere analogiche: per agevolare le trasmissioni digitali, ma solo nel caso in cui non esista già un formato digitale della stessa opera.

La forza e l'innovazione del TEACH Act non è stata solo quella di definire dei nuovi modelli e limiti all'utilizzo, ma anche quella di individuare dei compiti precisi per chi deve conservare e consentire l'utilizzo dei materiali, integrando quindi la normativa all'interno della vita reale dell'istituto.

Di seguito, a titolo di esempio, riportiamo il dettaglio dei compiti dei funzionari addetti all'informazione:

- limitare l'accesso ai materiali protetti, esclusivamente agli studenti iscritti nei limiti della tecnologia a disposizione, ad es. attraverso la creazione di un sistema che attui controlli tecnologici di accesso legati alle iscrizioni;
- effettuare controlli tecnologici sulla conservazione e sulla diffusione dei materiali protetti, attraverso l'adozione di misure tecnologiche che impediscano sia di salvare i ma-

teriali per una durata temporale superiore alla sessione, sia di diffondere quelli protetti.

A tal fine l'istituto deve monitorare i metodi di consegna, l'accessibilità e l'effettiva possibilità per gli studenti di scaricare e condividere i materiali;

- evitare interferenze con le misure tecnologiche dei titolari di copyright, in modo da garantire la fruibilità dei contenuti;
- definire un limite temporale per la conservazione a lungo termine. A riguardo la Sezione 112(f) permette agli istituti di conservare copie delle trasmissioni digitali, purché non vengano fatte altre copie all'infuori di quelle ammesse dalla Sezione 110(2) e che tali copie vengano utilizzate esclusivamente per trasmissioni conformi alla stessa Sezione.

Analisi Centro Studi MIT,

http://www.innovazione.gov.it/ita/news/centro_studi/cultura_digitale/formazione/allegati/USA_Teach.ppt.

[SECONDA PARTE]

Capitolo 3. Temi di riferimento del mercato dei contenuti digitali emersi nel corso delle audizioni

3.1 Mercato dei contenuti digitali

■ *Il mercato dei contenuti digitali è un mercato in continua trasformazione, ma tutti concordano sulla grande potenzialità del settore*

La principale difficoltà che si incontra nel delineare l'evoluzione del mercato dei contenuti digitali e nel valutarne le dimensioni consiste nel definire con pre-

cisione il perimetro di riferimento e gli attori principali, soprattutto a causa della continua innovazione sia di prodotti e servizi offerti, che dei modelli di business sviluppati. Inoltre, la struttura stessa del mercato non è di semplice definizione: essa si articola in molteplici filiere, differenziate per tipologia di contenuto e per piattaforma tecnologica/strumento di accesso.

Emerge quindi la necessità di un'approssimazione, per la quale il mercato dei contenuti digitali è inteso, in senso lato, come l'intera catena del valore che parte dai contenuti fino all'individuazione delle tecnologie di accesso (Comunicazione, Media e Technology).

All'interno di questo mercato i due attori principali sono:

- i produttori di contenuti, le cui attività si suddividono in produzione vera e propria e confezionamento degli stessi;
- i fornitori di mezzi, che si suddividono in reti di distribuzione e tecnologie di accesso.

Il valore del mercato nel 2002 a livello mondiale è stato di 2.500 mld di € (Figura 3).

Figura 3: Analisi del mercato Comunicazione, Media e Technology (CMT) per dimensione e player

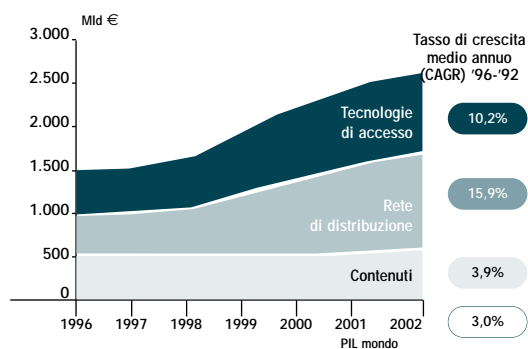
	CONTENUTI		MEZZI			
	Produzione	Packaging	Rete di Distribuzione	Tecnologie di Accesso		
Player						
Valore Mercato Anno 2002 - Mld €	970	38%	875	35%	695	27%

Fonte: Analisi BAH su fonti Idate, PWC, FMI

Il contributo allo sviluppo del mercato è differente a seconda dell'area di business analizzata, in particolare:

- l'area contenuti pesa per il 38% sul totale, tuttavia ha avuto un tasso di crescita costante fra il '96 ed il '02 in linea con la crescita del PIL (3,9%);
- l'area delle reti di distribuzione ha contribuito per il 35% al valore complessivo del mercato, con il tasso di crescita più importante fra le tre aree individuate, pari a quasi il 16%;
- l'area delle tecnologie di accesso è quella che ha il peso minore (27%) con, tuttavia, un tasso di crescita importante, pari al 10,2% (Figura 4).

Figura 4: Crescita del settore Comunicazione, Media e Technology (CMT)



Fonte: Analisi BAH su fonti Idate, PWC, FMI

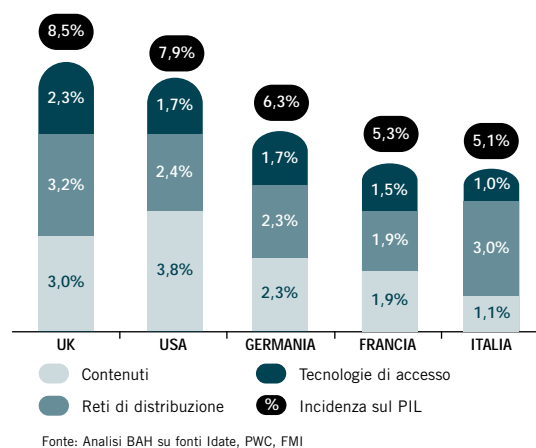
Il settore delle CMT (Comunicazione, Media e Technology) è strategico per le nazioni, dato che, da un punto di vista economico, incide sul PIL per percentuali che vanno dall'8% al 5%, con dei valori differenti a seconda dei diversi paesi. In Italia è molto sviluppato il segmento dei servizi di telecomunicazione, con un'incidenza seconda solo a quella del Regno Unito, mentre sono evidenti i ritardi nel segmento della produzione di contenuti digitali veri e propri (Figura 5).

Da questi dati è evidente che in Italia vi è uno sbilanciamento sui "mezzi" – reti di distribuzione e tecnologie di accesso - mentre permane una fragilità sul lato dei "contenuti", con un possibile conseguente indebolimento della posizione dei puri editori, il cui modello di business potrebbe essere sempre più imposto dai grandi provider.

Anche a livello europeo è stata posta molta enfasi sullo sviluppo del mercato dell'e-Content, tanto da rappresentare una delle 10 azioni suggerite dal nuovo piano di rilancio dell'ICT a livello europeo espresso nel documento *Rethinking European ICT Agenda*, per favorire l'aumento della competitività dei paesi europei.

La strategia e-content europea può riassumersi nello slogan "any content, anytime, anywhere, any platform" e ha l'obiettivo di rendere disponibile qualsiasi

Figura 5: Incidenza mercato CMT sul PIL – 2002



tipo di contenuto su qualsiasi piattaforma, eliminando qualsiasi barriera sia geografica sia temporale ed enfatizzando il concetto di convergenza fra le piattaforme. Tuttavia nel contesto internazionale, tutti i principali attori di settore concordano nel definire il mercato dei contenuti digitali come un mercato dai tassi di crescita importanti e dalle grandi potenzialità di sviluppo. Le linee evolutive possibili sono molteplici e le previsioni di crescita sono molto ottimistiche: il *Global Entertainment and Media Outlook: 2004-2008*, ad esempio, stima una crescita annua del 6,3% per i prossimi anni.

■ Esistono diverse modalità per la diffusione dei contenuti digitali e l'evoluzione è continua

Esistono diverse modalità di trasferimento e diffusione dei contenuti digitali in via telematica, fra queste citiamo: il narrowband/broadband PC, la televisione digitale ed il telefono cellulare.

In particolare, considerando il narrowband/broadband PC, esistono diversi strumenti per la diffusione ed il trasferimento di contenuti:

- i siti web, che possono essere definiti come portali generalisti o siti tematici. In questo caso il ruolo del provider è, dal lato *servizio*, di fornire ospitalità al sito (hosting o housing) e di garantire l'accesso al sito dall'esterno; dal lato *client*, di fornire accesso alla rete, sviluppando quindi un tipo di comunicazione punto-multipunto (client-server). Il consumatore deve solo avere accesso ad una connessione Internet. I siti si prestano per loro natura allo sviluppo di attività e-commerce e allo scambio di idee, pensieri e opinioni attraverso strumenti che facilitino la comunicazione come le chat, i forum o i blog²⁵;

²⁵ Contrazione per web log; per blog si intende un sito o una sezione di esso dove gli utenti possono pubblicare i loro pensieri e le loro riflessioni e tenerle aggiornate.

- i sistemi Peer-to-Peer in cui i contenuti vengono immessi in rete, scambiati, generati, sviluppati e fruiti indipendentemente dalla loro localizzazione. Il ruolo del provider è di fornitore di accesso. Nel Peer-to-Peer l'utente deve essere munito di un software di file sharing. L'opportunità di un sistema Peer-to-Peer è lo sviluppo di network collaborativi e la diffusione di contenuti non protetti da diritto d'autore anche in modalità di dominio pubblico, in particolare a fini di ricerca scientifica. Come precedentemente descritto il tentativo dell'industria oggi è di sviluppare l'attività e-commerce anche sfruttando tali sistemi;
- la posta elettronica che consente una comunicazione diretta fra il mittente ed il ricevente;
- i sistemi di Instant Messenger, per dialogare in modo rapido on line e scambiare anche documenti.

Inoltre, nel nostro Paese, si stanno sviluppando, con successo, altre applicazioni per lo scambio di contenuti attraverso gli operatori di telecomunicazioni: gli MMS, gli SMS per trasferire suonerie e loghi. Il mercato dei servizi a valore aggiunto (VAS) su mobile sta crescendo; secondo l'ultima ricerca dell'Osservatorio Permanente sul Mobile promosso dall'Osservatorio del Politecnico di Milano, il mercato dei servizi/contenuti veicolati tramite mobile ammontava, in Italia, a circa 400 milioni di Euro nel 2003, con una crescita del 61% rispetto al 2002.

Pertanto è da sottolineare lo sviluppo della televisione digitale come un altro importante canale per la distribuzione di contenuti digitali, ad oggi in forte crescita, in cui l'Italia sta sperimentando nuovi modelli di fruizione e di business.

L'evoluzione del Peer-to-Peer è stata fortemente condizionata dagli interventi normativi e giudiziari, attraverso i quali di volta in volta si è tentato di arginare la fruizione gratuita di contenuti protetti dal diritto d'autore. L'esempio per antonomasia è il già citato caso Napster.

■ Peer-to-Peer di prima generazione

Napster è nato come sito per la distribuzione gratuita di brani musicali, caratterizzato da una struttura client-server, con il server che mantiene la lista dei file disponibili sui singoli nodi. Ogni volta che un utente si connette o disconnette la lista è aggiornata. Ogni utente è registrato. L'utente fa una richiesta sul server centrale per trovare un file, riceve una lista di file disponibili e la loro localizzazione nel network Peer-to-Peer e fa il download direttamente dal computer di un altro utente.

Il server centrale consente di mettere in comunicazione diretta tutti gli utilizzatori connessi alla rete;

indicizzare l'integralità delle risorse condivise; utilizzare un'unica porta d'accesso; definire un "profilo" per ciascun utente in base alla tipologia dell'utilizzo che esso ne faceva.

L'architettura basata su di un server centrale è, dunque, efficiente per le ricerche; tuttavia la chiusura del server implica la chiusura della rete, il percorso dei dati è tracciabile e l'utente è identificabile.

Nell'anno 2000, la sentenza Napster ha posto fuori legge, negli Stati Uniti, i sistemi "centralizzati" tramite i quali gli utilizzatori delle rete Internet potevano scaricare dal proprio computer i file di opere tutelate da diritto d'autore. Una volta che Napster è stato chiuso, sono state studiate altre soluzioni per consentire lo scambio di contenuti digitali senza la necessità di passare da un server centrale (Figura 6).

■ Peer-to-Peer di seconda generazione

L'evoluzione successiva al modello Napster è stata quella di: Gnutella (Morpheus, Audiogalaxy), KaZaA, BitTorrent, eDonkey. In questi sistemi si prevede la connessione diretta: le ricerche si propagano tra gli utenti senza passare per nessun server o punto nodale. In questo caso vengono usate relazioni tra più utenti contemporaneamente e che vengono stabilite dai singoli nodi attraverso particolari protocolli. Le risorse disponibili su ciascun nodo vengono condivise in modo automatico verso gli altri nodi. La ricerca avviene in modo sequenziale su ogni computer connesso in Peer-to-Peer. Le risposte alle richieste vengono inviate da ciascun computer al richiedente, che localizza e scarica i file.

L'architettura, non esistendo un sistema centrale, è intrinsecamente più robusta, la rete sopravvive anche se si elimina un nodo e se questo si comporta in modo anomalo. Il percorso dei dati rimane ancora tracciabile, gli utenti sono identificabili con operazioni civetta ed intercettazioni.

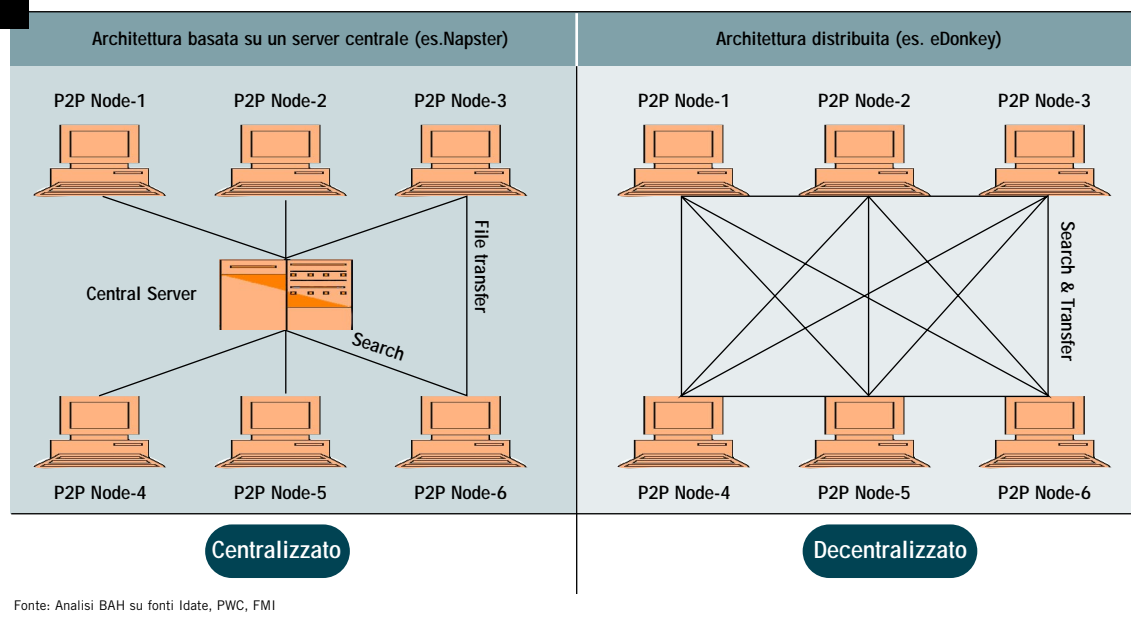
Il sistema ha avuto un successo considerevole, ad esempio sulla rete Peer-to-Peer KaZaA sono condivisi 5.000 terabyte di informazione, per un totale di 600 milioni di file, con un valore medio di utenti collegati simultaneamente pari a circa 3 milioni di persone²⁶ (Figura 6).

■ Peer-to-Peer di terza generazione

Per evitare le intercettazioni attraverso utenti "civetta" si sono sviluppati software Peer-to-Peer di terza generazione come Mute, che vedono il loro punto di forza nella progressiva impossibilità di identificare gli utenti.

²⁶ Peter Lyman and Hal R. Varian, *How much information*, 2003. www.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info-2003

Figura 6: Esempi di architettura centrale e architettura distribuita



Fonte: Analisi BAH su fonti Idate, PWC, FMI

In questa architettura, le ricerche si propagano tra gli utenti collegati senza passare per nessun server centrale o nodo preferenziale, le comunicazioni vengono cifrate con algoritmi crittografici militari; la comunicazione non è diretta (richiedente/fornitore) ma i dati transitano su più nodi scelti casualmente. Inoltre, l'identificazione dell'utente è di fatto resa molto più complessa in quanto l'IP reale è sostituito da un indirizzo virtuale generato casualmente.

I punti di forza del nuovo sistema sono evidenti: comunicazioni cifrate, utenti anonimi, percorsi casuali su più nodi. Un utente "civetta" può veicolare i dati che transitano sul suo PC ma non può identificare le parti coinvolte nello scambio. Insomma è chiara la garanzia di anonimato (Figura 6).

I dati sul Peer-to-Peer ad oggi disponibili evidenziano come gli Stati Uniti siano il traino del fenomeno, che si sta propagando con le stesse modalità di Internet. L'incidenza di utenti Peer-to-Peer simultanei americani sul totale degli utenti dei paesi OCSE è, infatti, oggi pari al 55,4%, l'Italia si posiziona al sesto posto con un tasso di incidenza pari all'1,7%. Per contro l'incidenza degli utilizzatori simultanei di Peer-to-Peer sul totale della popolazione è in Italia pari a 0,1%, al 17° posto nella graduatoria OCSE²⁷ (Tabella 1).

²⁷ Cfr. OECD *Information Technology Outlook*, 2004. I dati sono basati sulla rilevazione BigChampagne e considera gli utilizzatori che sono collegati in un preciso istante (da questo l'aggettivo "simultanei").

Tabella 1: Distribuzione degli utenti Peer-to-Peer simultanei nei paesi OCSE, 2003

Percentuale sugli utilizzatori		Utenti P2P sul totale popolazione Sett.-Ott. 2003	
1. Stati Uniti	55.4	1. Canada	1.2
2. Germania	10.2	2. Stati Uniti	0.9
3. Canada	8.0	3. Francia	0.6
4. Francia	7.8	4. Germania	0.6
5. Regno Unito	5.4	5. Lussemburgo	0.4
6. Italia	1.7	6. Regno Unito	0.4
7. Spagna	1.1	7. Svezia	0.4
8. Olanda	1	8. Belgio	0.4
9. Australia	0.91	9. Svizzera	0.4
10. Belgio	0.8	10. Austria	0.3
11. Svezia	0.7	11. Olanda	0.3
12. Giappone	0.7	12. Norvegia	0.3
13. Svizzera	0.6	13. Australia	0.2
14. Austria	0.5	14. Finlandia	0.2
15. Messico	0.3	15. Danimarca	0.2
16. Norvegia	0.3	16. Nuova Zelanda	0.2
17. Korea	0.2	17. Italia	0.1
18. Portogallo	0.2	18. Spagna	0.1
19. Polonia	0.2	19. Islanda	0.1
20. Finlandia	0.2	20. Portogallo	0.1
21. Danimarca	0.2	21. Irlanda	0.1
22. Nuova Zelanda	0.1	22. Giappone	0.1
23. Irlanda	0.1	23. Ungheria	0.02
24. Ungheria	0.1	24. Polonia	0.02
25. Grecia	0.1	25. Grecia	0.02
26. Lussemburgo	0.04	26. Korea	0.02
27. Repubblica Ceca	0.04	27. Repubblica Ceca	0.01
28. Turchia	0.03	28. Messico	0.01
29. Rep. Slovacca	0.01	29. Rep. Slovacca	0.01
30. Islanda	0.01	30. Turchia	0.00
Paesi OCSE	96.9	Media OCSE	0.24

■ **Come in tutti i mercati in fase di sviluppo e profondamente innovativi, si è originata una evidente criticità: la pirateria, ovvero sia il commercio abusivo di copie contraffatte di materiali protetti sia la diffusione telematica non autorizzata di copie illegalmente realizzate**

Il mercato dei contenuti digitali si trova, oggi, in una fase di forte sviluppo non ancora completamente regolamentato, e come tutte le iniziative in fase iniziale rischia di crescere in modo non organico, privilegiando gli interessi di alcuni fra gli attori e non quelli dei consumatori o delle imprese nel loro complesso. Gli operatori richiedono supporto nella promozione dello sviluppo del mercato con la creazione di un quadro regolamentare adeguato. Una criticità che potrebbe impedirne la crescita è la pirateria, che tutti gli operatori concordano nel combattere, senza tuttavia penalizzare la diffusione della rete e con l'obiettivo di raggiungere un giusto bilanciamento fra il controllo e la libera diffusione.

■ **Prima di elencare le diverse tipologie di pirateria è bene evidenziare una sostanziale differenza tra la pirateria realizzata attraverso la rete (telematica) e quella off line.**
La pirateria attraverso la rete, infatti, non sempre viene sviluppata a fine di lucro in senso stretto, non vengono generati direttamente ricavi monetari derivanti dai contenuti scambiati. La motivazione economica alla sua origine è limitata all'intento di accedere gratuitamente ai contenuti, anche se talvolta (in molti casi) a scapito della qualità.

Di seguito vengono analizzate le principali forme nelle quali si manifesta la pirateria, prendendo come esempio il caso dell'audiovisivo e considerando la fase di post produzione e di distribuzione, sia di natura non telematica sia telematica.

Fase di post produzione:

- copie realizzate attraverso la complicità di persone compiacenti, che operano nelle sale di doppiaggio, negli stabilimenti di post-produzione, nelle sale cinematografiche, tramite l'uso di apparati di riproduzione. Tali copie vengono poi vendute, distribuite, messe a disposizione.

Fase di distribuzione - pirateria non telematica:

- pirateria back to back: duplicazione abusiva di supporti da destinare al noleggio;
- pirateria su scala commerciale: riproduzione e smercio di supporti copiati posti in commercio attraverso un canale distributivo illegale costitui-

to, ad esempio, dai venditori ambulanti extra-comunitari. La contraffazione di videocassette e di DVD avviene spesso in centri specializzati che sono forniti di tecnologie costose e apparati in serie;

- pirateria televisiva: trasmissione illecita di opere cinematografiche senza acquisirne i diritti;
- pirateria satellitare: ricezione parassitaria di emittenti televisive a pagamento attraverso la ricezione abusiva e la ritrasmissione dei segnali o realizzando smart card;
- public performance illecita: ritrasmissione di film da parte di soggetti non autorizzati.

Distribuzione - diffusione telematica non autorizzata di copie abusivamente realizzate;

- messa a disposizione illecita di contenuti protetti da diritto d'autore senza previa acquisizione dei diritti o senza diritto alla distribuzione/diffusione attraverso la pubblicazione su siti web o la messa a disposizione all'interno di reti Peer-to-Peer.

Secondo operatori e organizzazioni di categoria dei titolari dei diritti, i dati sulla pirateria posizionano l'Italia al di sopra della media europea.

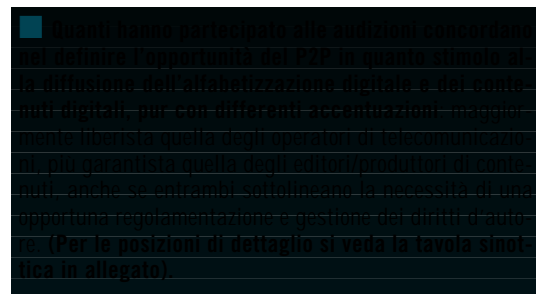
Uno studio recente promosso dall'American Chamber of Commerce in Italy e realizzato da KPMG in collaborazione con associazioni di categoria dei settori dell'audiovideo, della musica, del software, della moda e di altri prodotti di largo consumo, ha quantificato il danno economico patito dall'industria ed il mancato introito fiscale per lo Stato causati dalla pirateria e dalla contraffazione in valori estremamente significativi. Nel solo 2001 il valore complessivo del mercato del falso ammontava a 4,2 mld € mentre l'evasione dell'IVA era pari a 1,5 Mld €.

Di seguito vengono riportati alcuni dati specifici di settore:

- in Italia il 25% del mercato della musica è nelle mani della distribuzione che fa capo ad organizzazioni criminali; in questo senso l'Italia è, insieme a Grecia e Spagna, tra gli Stati con un livello di contraffazione superiore alla media europea (sotto il 10%);
- in Europa la contraffazione del software è elevatissima; l'Italia viene subito dopo la Grecia per il livello di pirateria (49%, ossia un software su 2), mentre la media europea è del 36% e negli USA il valore è pari al 22% - inoltre il tasso di pirateria sul software è in aumento (dal 47% oggi è al 49%);
- la pirateria danneggia profondamente anche il mondo del cinema: in Italia il giro di affari legato alla produzione e vendita di DVD pirata ammonta a 20 milioni di pezzi l'anno.

A fronte di questi dati, in ogni caso, l'attività delle forze di polizia è particolarmente significativa: nel

2003 sono stati sequestrati complessivamente 1.579 masterizzatori ad alta velocità (+69% rispetto al 2002), oltre 1 milione e 200 mila cd musicali falsi ed arrestate oltre 900 persone. Nei primi sei mesi del 2004 sono stati già sequestrati oltre 750 impianti e più di 900 mila CD falsi.



Come precedentemente evidenziato²⁸, l'incidenza del settore delle CMT sul PIL ha un impatto rilevante sulle economie nazionali: in Italia essa è pari al 5,1%, in UK all'8,5% mentre in USA pesa per il 7,9%. La crescita del file sharing, che già oggi rappresenta oltre il 70% del traffico totale delle rete, oltre ad avere un effetto trainante alla diffusione delle nuove tecnologie, potrebbe influenzare significativamente l'intero settore delle CMT.

La digitalizzazione consentirà sempre di più ai produttori di contenuti di affiancare a ricavi provenienti da canali tradizionali quelli provenienti dal mondo digitale; la possibilità di fruire di contenuti digitali in modo gratuito, infatti, aumenta il desiderio di poter disporre di alcuni prodotti (ad esempio quelli del cinema). Ciò che oggi rappresenta un rischio potrebbe diventare domani un'opportunità.

Tuttavia per cogliere a pieno gli effetti benefici del file sharing è necessario che questo sia in qualche misura gestito con l'obiettivo di definire corretti modelli competitivi di fruizione, anche attraverso il Peer-to-Peer, che consentano la corretta gestione dei diritti.

3.2 Posizioni sulla normativa e possibili sviluppi

L'insieme di norme che regolano il diritto d'autore è relativamente recente.

Una prima forma di tutela viene a svilupparsi in seguito all'invenzione della stampa nella tarda metà del quindicesimo secolo a Venezia, sotto la forma di

privilegio di stampa, concesso in una prima fase solo ad editori e stampatori, e successivamente anche all'autore, riconoscendo in questo modo l'importanza del lavoro creativo e dello studio che portano alla realizzazione di un'opera. Il diritto sopracitato consisteva nella facoltà di prestare il proprio consenso alla pubblicazione della propria opera.

Il sistema dei privilegi, in seguito debitamente ampliato, durò fino al diciottesimo secolo, periodo in cui si giunse all'emanazione di leggi più organiche. La più antica è lo Statuto della Regina Anna (1709) che introdusse in Inghilterra il diritto alla copia, seguita dalla legge federale degli Stati Uniti (1790) e dalle leggi francesi rivoluzionarie del 1791 e del 1793, in cui si riconobbe l'esistenza di una proprietà artistica e letteraria.

In Italia un primo decreto in materia fu emanato dal governo rivoluzionario piemontese nel 1799, seguito da una legge più completa, promulgata nel 1801 nella repubblica Cisalpina.

Successivamente il fervore legislativo sull'argomento continuò all'interno dei singoli stati della penisola; tuttavia fu proprio tale frammentazione a rendere le leggi quasi inutili per il loro limitato ambito di applicazione.

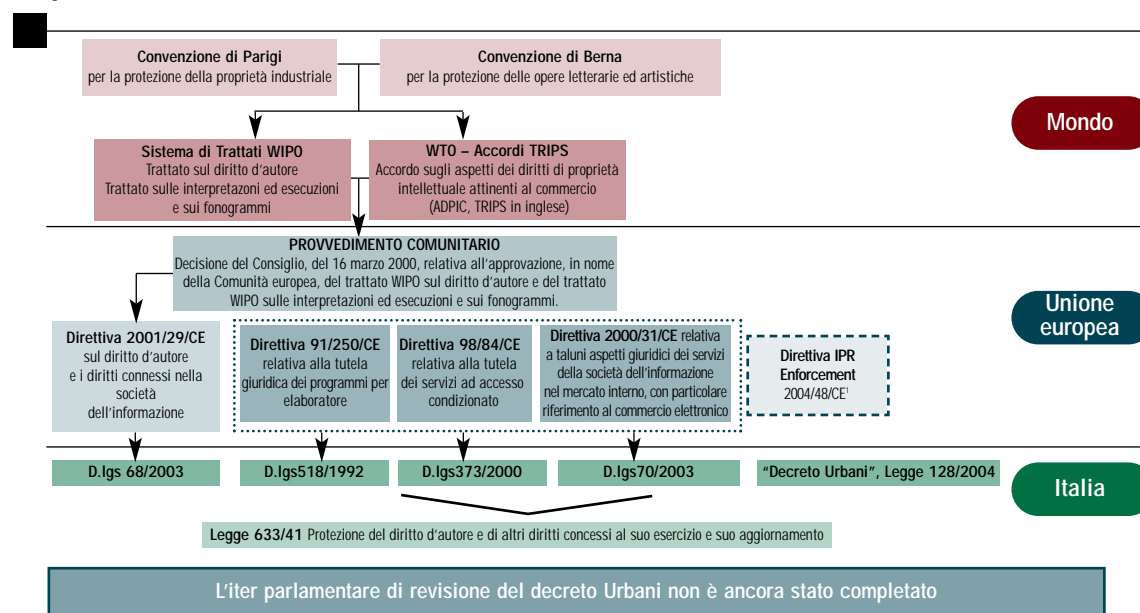
Per ovviare, almeno in parte, a tale inconveniente, la Toscana, lo Stato Sardo e l'Austria nel 1840 stipularono una convenzione per la protezione comune del diritto d'autore.

La prima legge italiana risale al 1865, subito dopo l'unificazione della penisola, e poi, tradotta nel testo unico 19 settembre 1881 n. 1012, rimase in vigore fino al 1925 quando venne sostituita da una nuova normativa.

Attualmente il corpus normativo di riferimento è rappresentato dalla Legge 22 aprile 1941 n. 633 e successive modifiche ed integrazioni (da ultimo il decreto legge 22 marzo 2004, n. 72, convertito in legge 21 maggio 2004, n. 128), recante Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio. Tale Legge, con il relativo regolamento del 18 giugno 1942 n.1369, garantisce protezione sia agli autori dell'opera che ai legittimi "utilizzatori" di essa.

La Legge tutela le opere dell'ingegno di carattere creativo che appartengono alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, all'architettura, al teatro ed alla cinematografia, qualunque ne sia il modo o la forma di espressione. Inoltre, sono protetti i programmi per elaboratore in virtù della Convenzione di Berna, nonché le banche di dati che – per la scelta o la disposizione del materiale – costituiscono una creazione intellettuale dell'autore. La normativa italiana in tema di proprietà intellettuale riconosce all'autore i diritti patrimoniali ed i diritti morali sull'opera realizzata.

Figura 7: Quadro normativo sul diritto d'autore



¹ Non ancora recepita nell'ordinamento italiano
Fonte: Relazione Informativa, DIT

Inoltre, disposizioni sul diritto d'autore si trovano nel nostro Codice Civile del 1942 agli articoli 2575-2583.

La normativa sopracitata ha subito nel tempo successive integrazioni e modifiche, di cui alcune ancora in corso, a seguito della trasposizione di numerose direttive UE. **È infatti operante, presso il Ministero per i beni e le attività culturali, ai sensi degli articoli 190 e 193 della legge n. 633 del 1941, il Comitato Consultivo permanente per il diritto d'autore, al cui interno è stata istituita in data 5 marzo 2004 una Commissione speciale per elaborare proposte ai fini della revisione e l'aggiornamento della legge sul diritto d'autore.**

La Commissione Interministeriale sui contenuti digitali nell'era di Internet e il suddetto Comitato Consultivo Permanente hanno congiuntamente espresso il desiderio di condividere le evidenze di interesse comune e di coordinarsi nello svolgimento dei lavori.

Attualmente il quadro normativo sul diritto d'autore risulta essere particolarmente complesso; le opere dell'ingegno di qualunque categoria, infatti, hanno la naturale tendenza alla diffusione che spesso supera i confini nazionali; si intrecciano pertanto scenari internazionali con normative nazionali differenti. Nello schema riportato alla figura 7 vengono indicati i principali provvedimenti adottati in materia di diritto d'autore sia a livello internazionale che nazionale (**Figura 7**).

Come è noto, infatti, la protezione della proprietà intellettuale è assicurata da numerose convenzioni internazionali. L'Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale (OMPI) e più recentemente l'Organizzazione mondiale del commercio (OMC) sono responsabili dell'attuazione di numerosi trattati e convenzioni a livello internazionale. La prima convenzione, la Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale, risale al 1883 e da allora sono stati firmati svariati trattati ed atti convenzionali che coprono parecchi aspetti della protezione della proprietà intellettuale quali la protezione delle opere letterarie ed artistiche (Convenzione di Berna) e la protezione degli artisti interpreti o esecutori, dei produttori di fonogrammi e degli organismi di radiodiffusione (Convenzione di Roma). La stipula dell'accordo sugli aspetti della proprietà intellettuale che riguarda il commercio (l'accordo ADPIC) da parte dei membri dell'OMC nel 1996 in occasione della conclusione del ciclo Uruguay, sottolinea l'importanza della protezione della proprietà intellettuale nel commercio.

In materia di diritti d'autore e di diritti connessi, la prima direttiva adottata (dicembre 1986) riguardava la tutela giuridica delle topografie dei prodotti a semiconduttori. Successivamente la Commissione ha esaminato, in un Libro verde del 1988 avente per tema il diritto di autore e le sfide tecnologiche, i problemi più urgenti che richiedevano un'azione immediata sul piano comunitario per affrontare l'emergenza delle nuove tecnologie. Nel dicembre

²⁸ Vedi figura 5, capitolo 3.

1990, la Commissione Europea adottava una comunicazione sul seguito da dare al Libro verde del 1988 nella quale figurava anche il suo programma di lavoro in materia. Negli anni successivi la Comunità Europea ha adottato una normativa armonizzata che ha privilegiato i casi in cui la disomogeneità normativa tra gli Stati membri nella protezione dei diritti d'autore o l'incertezza normativa dissuadevano dall'utilizzazione economica di questi diritti in alcuni territori. Lo sforzo legislativo della Commissione si è concentrato in particolare sulla tutela giuridica dei programmi per elaboratore e delle banche dati, sulla radiodiffusione via satellite e la ritrasmissione via cavo, sui diritti di noleggio e di prestito, su alcuni diritti connessi e sulla durata della protezione d'autore. Quest'opera d'armonizzazione, che ha garantito un livello rilevato e comparabile di tutela del diritto d'autore in tutti gli Stati membri, ha creato un contesto favorevole per le innovazioni e la creatività, pur facilitando l'utilizzazione commerciale di questi diritti in tutto il territorio comunitario. Nel 1996, la Commissione ha presentato una proposta di direttiva tesa ad armonizzare i sistemi nazionali in materia di diritto di seguito di un'opera d'arte originale; la proposta è stata modificata nel marzo 1998. Nel novembre 1996, la Commissione ha approvato una comunicazione sul seguito di un secondo Libro verde sui diritti d'autore e i diritti connessi nella società dell'informazione. La comunicazione presenta i risultati della consultazione svolta presso gli ambienti interessati e propone, in particolare, una serie di iniziative legislative necessarie per instaurare regole del gioco eque che disciplinino la protezione del diritto d'autore nel mercato unico. Una prima iniziativa è stata l'adozione, ad opera della Commissione, di una direttiva sui diritti d'autore e i diritti connessi nella società dell'informazione la quale mira ad adeguare la legislazione sui diritti d'autore e i diritti connessi all'evoluzione tecnologica e, più particolarmente alla società dell'informazione; una seconda iniziativa è stata il recepimento a livello comunitario dei nuovi Trattati internazionali adottati in materia ("Trattato sul diritto d'autore", "Trattato sulle interpretazioni di esecuzioni e sui fonogrammi") nel dicembre 1996 dall'Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale (OMPI/WIPO). Nel frattempo la contraffazione e la pirateria sono divenute un fenomeno internazionale con considerevoli conseguenze sul piano economico e sociale. Al fine di affrontare tale fenomeno, la Commissione ha presentato nell'ottobre del 1998 un Libro verde sulla lotta alla contraffazione e la pirateria nel mercato interno, al fine di avviare un dibattito su tale tema con gli ambienti interessati. Tale consultazione ha consentito di confermare le disparità esistenti

tra i regimi nazionali sui diritti di proprietà intellettuale, aventi effetti pregiudizievoli sul buon funzionamento del mercato interno. In esito a tale consultazione la Commissione ha presentato, nel novembre del 2000, una comunicazione sugli sviluppi del Libro verde, proponendo un piano d'azione volto a migliorare e a potenziare la lotta contro la contraffazione e la pirateria. È in tale quadro che si colloca la direttiva relativa alle misure e alle procedure miranti a garantire il rispetto dei diritti della proprietà intellettuale, adottata nell'aprile del 2004, con la quale si intendono determinare condizioni di parità per l'applicazione dei diritti di proprietà intellettuale nei vari Stati membri, proponendo misure di esecuzione in tutta l'Unione (per maggiore dettaglio si veda l'allegato 2).

Il nostro Paese si è fatto osservatore sempre più attento delle problematiche legate al mondo della proprietà intellettuale. Si registra, infatti, una crescente sensibilità al fenomeno della contraffazione e di altre forme di pirateria da parte degli addetti ai lavori, sia per la necessità di adeguarsi alle direttive comunitarie che regolamentano in maniera completa e globale il settore della comunicazione e dei media, sia perché gli interessi economici legati a questi ultimi hanno ormai acquistato un peso sempre più importante all'interno di ciascuno stato dell'UE.

Dal punto di vista legislativo sono stati compiuti numerosi sforzi, a partire dalla Legge 18 agosto 2000, n. 248 (che prevede apposite misure di contrasto alla violazione del diritto d'autore e dei diritti connessi) fino all'approvazione, in data 9 aprile 2003, di due decreti legislativi di recepimento di altrettante Direttive Europee.

In particolare, il decreto legislativo n. 68/2003 ha recepito la Direttiva Copyright (29/2001); in esso viene riconosciuto espressamente agli autori un diritto esclusivo ad autorizzare o vietare qualsiasi comunicazione al pubblico delle opere originali o delle copie; inoltre, vengono armonizzate le norme in tema di distribuzione delle opere ed inserito il principio del riconoscimento di un equo indennizzo all'autore in caso di copia dell'opera, nonché viene rafforzata la tutela dei diritti di riproduzione, del diritto di comunicazione al pubblico e quello di distribuzione. Il decreto legislativo n. 70/2003, invece, ha recepito la Direttiva sul commercio elettronico n. 31/2000, dando attuazione alle disposizioni comunitarie per l'adozione di regole uniformi per il commercio elettronico nel mercato interno, per sua natura senza frontiere, al fine di assicurare la libera prestazione dei servizi on line. In tal modo, si fornisce una base comune di regole a tutte le transazioni in cui la negoziazione degli accordi avviene senza la presenza fisica dei contraenti, pre-

vedendo procedure trasparenti che consentono anche costi di produzione minori e accrescono la fiducia dei consumatori nei contratti telematici.

Non è stata invece ancora recepita (la delega è contenuta nel disegno di legge comunitaria 2004, attualmente all'esame del Senato della Repubblica) la Direttiva sull'applicazione del diritto di proprietà intellettuale e industriale (cd. Direttiva "enforcement") secondo la quale gli Stati europei dovranno individuare un insieme di misure e procedure per "dissuadere" dall'attuazione di tali illecite condotte, nonché altri rimedi proporzionati (ai danni subiti dalla controparte), chi compie operazioni di contraffazione o di violazione dei diritti di proprietà intellettuale.

Nel contesto italiano, il decreto legge 22 marzo 2004, n. 72, convertito dall'art. 1 della legge 21 maggio 2004, n. 128 (c.d. legge Urbani), ha avuto il merito di sottoporre all'attualità politica il tema della necessità di contrastare la diffusione telematica abusiva di materiale audiovisivo e ha ribadito il principio secondo il quale Internet non può essere una zona franca aperta alle violazioni del diritto d'autore.

In sintesi, il decreto legge 22 marzo 2004, n. 72 prevede all'articolo 1, come sostituito dalla relativa legge di conversione, quanto segue:

- l'obbligo, da parte di coloro che mettono a disposizione sul web (la norma parla di "immissione in un sistema di reti telematiche") opere dell'ingegno (di qualsiasi natura), di comunicare all'utente, con **idoneo avviso** di adeguata visibilità di aver assolto gli obblighi di legge in materia di protezione di diritto d'autore, unitamente all'indicazione delle violazioni specifiche e delle relative sanzioni previste dalla normativa. Il legislatore si è così adeguato ai principi di ispirazione comunitaria che favoriscono una diffusione legale, controllata e consapevole delle opere dell'ingegno tramite rete;
- una modifica dell'art. 171 ter della legge sul diritto d'autore, mediante la sostituzione della locuzione "a scopo di lucro" con quella per "trarne profitto". Siffatta modifica terminologica aveva già interessato la formulazione dell'art. 171 bis inerente la fattispecie della duplicazione illegale di software. L'espressione "per trarne profitto" dota la norma incriminatrice di una più ampia definizione della condotta penalmente rilevante, che non gravita più attorno al concetto meramente lucrativo (arricchimento del reo), ma ora può ben attestarsi sotto una qualsiasi forma di vantaggio, anche non patrimoniale;
- l'inserimento nell'articolo 171 ter della legge sul diritto d'autore di una fattispecie penalmente rilevante, costituita dalla lettera a bis) che prevede

la punibilità di coloro che, per trarne profitto, comunicano al pubblico l'immissione di un'opera dell'ingegno o parte di essa in un sistema di reti telematiche (si rischiano fino a 3 anni di reclusione e una multa fino a 15.493 euro).

Rispetto alla suddetta normativa nel corso delle audizioni sono emerse posizioni che riflettono gli interessi dei diversi soggetti auditi.

■ Si sono detti favorevoli all'attuale normativa sul diritto d'autore:

- **Editore, produttori di contenuti e associazioni relative**, che hanno definito l'impianto complessivo della normativa soddisfacente, sottolineando come l'Italia possieda una delle migliori legislazioni in materia di tutela di diritto d'autore.
- **Operatori di cinema e TV**, che hanno espresso un giudizio tendenzialmente positivo.
- **Istituzioni** (Polizia Postale e Guardia di Finanza), che hanno ribadito come l'Italia possa contare su leggi contro la pirateria più avanzate d'Europa.
- **Federazioni radio, TV, musica**, che hanno evidenziato come dall'approvazione della normativa si è riscontrata una drastica riduzione del P2P illegale.







■ Si sono invece espressi contrari all'attuale normativa:

- **Esperti di settore**, per i quali la legislazione italiana è fortemente restrittiva e favorisce i produttori di contenuti, nonostante lo scarso peso dei contenuti digitali da tutelare, la penetrazione della larga banda ancora poco diffusa ed il livello di digital divide del nostro Paese rispetto agli altri Paesi UE ed USA.
- **Operatori di telecomunicazioni**, che hanno evidenziato la necessità di una rivisitazione della normativa sulla tutela del diritto d'autore anche in ottica europea.
- **Operatori e associazioni software**, per i quali le modalità con cui la normativa a tutela del diritto d'autore è stata adottata sono poco favorevoli allo sviluppo del mercato digitale.

Esiste una sostanziale convergenza dei soggetti che hanno partecipato alle audizioni sulla necessità di abrogare il cosiddetto "bollino virtuale" pur ribadendo la necessità di introdurre una qualche forma di avviso che distingua transazioni lecite da quelle illecite (vedi tavola sinottica in allegato).

Al "bollino virtuale" è stata comunque riconosciuta la validità dell'intento di assicurare una funzione informativa, in quanto esso può, in qualche modo, garantire l'utente finale sulla liceità dei contenuti pubblicati su un sito.

Figura 8: Legislazioni antipirateria nei diversi paesi





Paese	Specifiche
 USA ("Anti Piracy Bill")	<ul style="list-style-type: none"> La Legge punisce chiunque "intenzionalmente aiuta, incoraggia, induce o procura" una violazione dei diritti di proprietà intellettuale Sanzioni amministrative (\$150,000 per brano scaricato) e penali (ad es. sono previste pene fino a 3 anni di reclusione per il primo reato)
 Italia (L.128/2004)	<ul style="list-style-type: none"> Vieta la diffusione di materiale protetto da copyright "per trarne profitto" Sulla base di questa legge sono previste multe per chi scarica file protetti (da 154 € a 1.032 €) e sanzioni penali per chi mette a disposizione di altri tali file (es. attraverso sistemi di Peer to Peer)
 Germania (Revisione legge su diritto d'autore)	<ul style="list-style-type: none"> A differenza delle Direttive Europee, la Germania considera come reato il download di file anche se non ha finalità di lucro (sanzioni amministrative) Sono previste sanzioni penali fino a 3 anni per chi mette a disposizione file a terzi – nel caso questo avvenga con finalità di lucro si prevedono sanzioni penali fino a 5 anni di reclusione
 UE ("Enforcement of IP")	<ul style="list-style-type: none"> Atti commessi "in buona fede" dai consumatori – come scaricare musica da Internet per uso personale – non saranno perseguibili Misure severe invece contro i pirati di professione (es. attraverso congelamento c/c)
 Francia	<ul style="list-style-type: none"> A Luglio 2004 è stato firmato un accordo tra gli ISP e il Governo: gli ISP identificano i file scaricati illegalmente e provvedono alla segnalazione del pirata presso gli organi competenti Contro gli "scaricatori" si procede con una lettera di avvertimento nella fase iniziale, seguito da blocco dell'accesso web, fino ad arrivare in un processo penale con pene dai 15 mila € di multa a 2 anni di carcere
 UK	<ul style="list-style-type: none"> Legislazione allineata con le Direttive Europee Sono previsti risarcimenti amministrativi e procedure penali in caso di violazione dei diritti di proprietà (sono in corso 45 cause contro pirati on line con finalità di lucro, ma nessuna di queste si è ancora conclusa)

Fonte: analisi Booz Allen & Hamilton

Per contro si è, tuttavia, evidenziato come il "bollino virtuale" potrebbe rappresentare una "barriera" alla diffusione dei contenuti digitali in quanto risulta essere un fattore discriminante dei produttori italiani verso quelli esteri che non sarebbero soggetti a tale obbligo. Inoltre, data l'architettura della rete e dei siti web il "bollino" è di difficile gestione e in quanto semplice avviso, non è un fattore di freno alla pirateria. Dall'analisi della normativa nel contesto internazionale appare evidente come, ad oggi, USA, Italia e Germania siano le nazioni con le norme contro la pirateria più rigide, mentre Francia e UK siano allineate con le direttive UE meno stringenti (Figura 8).

A siffatti dettami normativi, sono poi conseguite puntuali azioni contro gli utenti Peer-to-Peer, in particolare negli Stati Uniti le case discografiche hanno aperto la "caccia" ai grossi uploader di file MP3 sui sistemi Peer-to-Peer. Di seguito vengono riportati alcuni risultati conseguiti (Figura 9). Inoltre di recente sono stati resi noti alcuni "casi" attraverso i quali si è voluto sottolineare la perseguibilità degli utenti che diffondono illegalmente materiali audiovisivi protetti in rete, anche attraverso collegamenti di tipo Peer-to-Peer, con l'obiettivo di costituire un deterrente all'utilizzo illecito della rete.

Figura 9: Alcuni esempi di iniziative intraprese contro gli utenti Peer-to-Peer

Paese	Specifiche
 USA	<ul style="list-style-type: none"> 2.947 utenti sono stati denunciati dall'industria discografica a Settembre 2003 (504 utenti hanno già raggiunto un accordo economico per il risarcimento danni) Ad Agosto 2004, la RIAA (Record Industry Association of America) ha fatto causa ad altri 744 utenti di software peer to peer (es. eDonkey) Nella maggior parte dei casi gli ISP collaborano e forniscono gli estremi dei maggiori utenti P2P*
 Italia	<ul style="list-style-type: none"> 2003: Azioni legali contro 75 peer-to-peer uploaders e operatori di server 2004: 30 individui penalmente perseguiti per violazione della legge sul diritto d'autore a seguito delle nuove norme contro la pirateria
 Germania	<ul style="list-style-type: none"> Un utente di 23 anni ha accettato di pagare un indennizzo di 8.000 € Nella sua cartella sono stati trovati 6.000 file mp3 illegali Un utente di 57 anni denunciato per violazione della legge sul diritto d'autore è costretto ad un risarcimento Altri casi segnalati sono sotto osservazione del Pubblico Ministero
 Francia	<ul style="list-style-type: none"> L'Alpa (Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle) ha imposto la chiusura del sito eDonkey con l'accusa di uploading Il gestore del sito ha subito una multa di € 150.000 più 2 anni di reclusione Attualmente sono in corso 95 cause giudiziarie contro i gestori dei siti di file sharing

* In base alla decisione della Corte Suprema degli USA del Dic 2003, gli ISP americani non possono essere obbligati a fornire i dati di pirati sospetti ai copyright owners
 Fonte: analisi Booz Allen & Hamilton

Esempio di azioni contro gli utenti Peer-to-Peer

È, ad esempio, il caso della Francia, ove una sentenza del tribunale di Grande Instance di Pontoise del 5 febbraio 2005 ha condannato a tremila euro di multa oltre al risarcimento dei danni un utente che era stato trovato in possesso di un ragguardevole numero di brani musicali in formato MP3 scaricati dalla rete (circa 30 gigabyte di file musicali).

Tuttavia le azioni attuate contro gli utenti del web possono determinare delle violazioni della privacy degli utenti stessi nella fase di acquisizione delle prove. Su questo tema la giurisprudenza ha assunto delle posizioni contrapposte.

Esempi di diverse posizioni assunte in riferimento alla tutela della privacy dell'utente Internet

Altrettanto controversa è la posizione in riferimento alla tutela della privacy dell'utente Internet. In particolare in Inghilterra l'Alta Corte inglese ha deciso che gli ISP sono obbligati a collaborare con la giustizia, senza addurre motivi di privacy o altre motivazioni facenti riferimento a clausole contrattuali, e dovranno consegnare alla parte ricorrente (nel caso specifico la British Phonographic Industry) le generalità dei loro clienti dei quali è stata accertata la consuetudine a condividere on line migliaia di file musicali in violazione del diritto d'autore. Con l'ordinanza sulla "collaborazione dovuta", il sistema giudiziario britannico trasforma istantaneamente in azioni legali intentabili contro singoli utenti quelle che, finora, erano solo una lunga sequenza di denunce contro ignoti. L'obiettivo è, senza dubbio, quello di generare un deterrente psicologico sulla comunità degli eredi di Napster. Inoltre, è parere comune che solo una minima parte delle cause potenziali approderà realmente alle aule di giustizia, la maggioranza dei contenziosi sarà risolta con accordi extragiudiziali. Anche in questo caso l'approccio non è però univoco. A Monaco la Corte ha deciso di non obbligare i provider a diffondere i dati relativi agli utenti sospettati di P2P illegale. In giugno BMG, un'etichetta musicale, aveva richiesto di poter disporre dei dati relativi agli utenti che utilizzavano il P2P in modo illegale, tuttavia, in procedura d'appello, tale richiesta non è stata accolta. A Vienna, l'industria della musica ha intentato un'azione analoga nei confronti di un provider, richiedendo i dati personali di utenti che utilizzavano un indirizzo IP dinamico. Secondo l'industria musicale, la legge austriaca sul diritto d'autore obbliga i provider a fornire informazioni in riferimento all'identità di utenti che infrangano le disposizioni previste all'interno della stessa legge all'articolo 87b, sub 3. La Corte di Vienna non ha supportato tale tesi, anzi ha affermato che tali informazioni possono essere rese pubbliche solo in caso di un reato grave da punirsi con la prigione per un periodo superiore a 6 mesi (e la pena prevista dall'ordinamento austriaco per chi fa upload di file senza fine di lucro è di 6 mesi).

Diritto e Giustizia, 19 ottobre 2004; EDRI-gram, 30 dicembre 2004.

Attualmente è in corso in Parlamento la discussione di una possibile modifica normativa. Al termine di tale iter si potrà valutare il regime effettivamente introdotto ed eventualmente elaborare le conseguenti proposte di modifica. La Commissione, infine, nel corso dei suoi lavori ha ipotizzato i possibili seguenti interventi normativi:

- sostituzione della dizione "per trarne profitto" con "fine di lucro";
- abrogazione del "idoneo avviso circa l'avvenuto assolvimento degli obblighi derivanti dalla normativa sul diritto d'autore e sui diritti connessi";

Inoltre, sulla base delle indicazioni emerse nel corso delle numerose audizioni svolte e sulla base dell'esperienza maturata in altri paesi, come la Francia (vedi dettaglio che segue sull'accordo francese sulla musica), ed in armonia con gli orientamenti comunitari la Commissione concorda sulla necessità di promuovere forme di regolamentazione flessibili, adatte a rispondere alle esigenze del mercato; in particolare si ritiene che dalla stipula di accordi di collaborazione possano derivare effetti benefici per lo sviluppo del mercato dei contenuti digitali e per la diminuzione della diffusione illegale di materiali audiovisivi protetti in rete.

Accordo francese sulla musica

Un simile accordo è stato raggiunto in Francia nel 2004, con la stesura e la sottoscrizione di un manifesto da parte di soggetti pubblici e privati: Istituzioni (Min. Economia, Finanze, Industria; Min. della cultura e delle comunicazioni; Min. dell'industria); Associazione dei fonografi; Soc. per la gestione collettiva dei diritti (SACEM), Associazione di Editori di musica, Federazione di autori e compositori, Associazione autori e compositori, Associazione di commercianti specializzati in dischi, Federazioni di imprese per la vendita a distanza; ISP (Associazione degli internet service provider, Wanadoo, Tiscali, SFR-Cegetel, Noos, Free, Telecom programmi, AOL, Numericalbe, UPC); Associazione per la protezione dei programmi. Tra i punti fondamentali ricordiamo:

- gli impegni dei fornitori di connettività: avviare una campagna informativa sulla natura illegale dello scambio non autorizzato on line di materiale protetto da diritto d'autore; avvisare i nuovi abbonati dei pericoli connessi all'utilizzo illegale delle reti; non lanciare campagne pubblicitarie che, direttamente o indirettamente, facciano riferimento alla condivisione illegale di brani musicali; attivare, in collaborazione con gli aventi diritto una procedura automatica che preveda l'invio di un messaggio personalizzato a tutti gli abbonati che offrono illegalmente in rete materiale non autorizzato; annoverare tra le clausole di scioglimento e/o sospensione del contratto la violazione del diritto d'autore; dare seguito immediatamente alle richieste della magistratura in particolare in materia di identificazione degli abbonati e/o di scioglimento o di sospensione del contratto;

- gli impegni degli aventi diritto: intentare cause civili contro i pirati dando a queste azioni ampia visibilità; incrementare l'offerta di musica on line per le piattaforme di distribuzione, in particolare per quelle create dai fornitori di connettività, in maniera trasparente e non discriminatoria, nel rispetto delle regole commerciali della concorrenza e della sicurezza informatica;
- gli impegni dei produttori e per le piattaforme di distribuzione rappresentati dai firmatari dell'accordo: contribuire all'incremento dei cataloghi di brani musicali disponibili legalmente su Internet, precisando che l'obiettivo per tutte le parti coinvolte è quello di passare dagli attuali 300.000 brani a disposizione on line a 600.000; proporre prezzi chiari e competitivi nel rispetto della concorrenza; menzionare in maniera evidente nelle campagne pubblicitarie per la promozione degli artisti, l'eventuale disponibilità su Internet dei brani musicali che si stanno promuovendo;
- tutte le parti in causa insieme alle Istituzioni si impegnano a: creare strumenti di misurazione contro la contraffazione; continuare le azioni per chiedere l'abbassamento dell'IVA sui dischi e sulle tariffe d'accesso ad Internet; studiare con le piattaforme di distribuzione di musica on line, le modalità di distribuzione del servizio agli abbonati, in particolare in materia di fatturazione e pagamento; adottare sistemi di DRM; studiare e promuovere azioni di prevenzione e sensibilizzazione per le imprese in materia di lotta alla pirateria.

In questo contesto le Istituzioni pubbliche si faranno garanti della corretta applicazione dell'accordo e inviteranno gli altri soggetti coinvolti a parteciparvi.

Analisi Centro Studi MIT, http://www.innovazione.gov.it/ita/news/centro_studi/copyright_digitale/econtent/allegati/accordo%20_musica%20e%20cinema_Francia.pdf.

■ Accordo francese anche sul cinema

Il downloading legale dei film diventa l'arma contro la pirateria. Gli operatori francesi, nell'ambito della riunione del Centro Nazionale della Cinematografia (CNC), hanno firmato un importante documento che raccoglie cinque proposte per l'offerta legale di film in rete. Il corpo del programma è basato su alcune idee fondamentali: sviluppo di video on demand solamente su reti sicure; pagamento all'atto invece che forfettario; remunerazione agli aventi diritto per ogni download. Il video on demand sarà disponibile in ogni caso nove mesi dopo l'uscita nelle sale per i film che hanno fatto meno di 1 milione di ingressi e 12 mesi per quelli che ne hanno fatto più di un milione. Fra i sottoscrittori si annoverano: il Ministro della Cultura, l'ARP (Autori, realizzatori e produttori), la SACD (Società degli autori e compositori drammatici), la FNCF (Federazione nazionale del cinema francese), il SEV (Sindacato degli editori video), gli operatori del mercato cinematografico e televisivo, tra gli ISP Free.

Fonte: Centro Studi MIT, http://www.innovazione.gov.it/ita/news/centro_studi/copyright_digitale/econtent/allegati/accordo%20_musica%20e%20cinema_Francia.pdf.

3.3 Procedure di intervento sul traffico in rete

Nel corso delle audizioni e sulla base di normative e prassi nazionali ed internazionali, è stata portata all'attenzione della Commissione la necessità di individuare regole, procedure o in alcuni casi norme che garantiscano il contrasto alle violazioni dei diritti d'autore e dei diritti connessi commesse in rete. La più citata e commentata è stata la procedura di "Notice & Take Down" in vigore negli Stati Uniti.

■ La procedura di Notice & Take Down è stata introdotta dal Digital Millennium Copyright Act (di seguito DMCA) nella normativa americana

Il Notice & Take Down è una procedura che permette ai titolari dei diritti d'autore di far valere i loro diritti attraverso la notifica all'ISP di condotte contrarie alla legge, richiedendo la rimozione del contenuto al service provider. Il contesto di riferimento è il Digital Millennium Copyright Act (DMCA) americano, di cui di seguito si dà una descrizione.

■ Il DMCA sul Notice & Take Down inizia la sua gestazione nel 1996 e diventa definitivo nel 1998; è quindi una normativa che ancora non aveva visto nascere e svilupparsi le nuove forme di trasferimento dei contenuti digitali all'interno della rete. Il processo di applicazione del Notice & Take Down segue, nel modello americano, alcune fasi specifiche:

- il presunto titolare dei diritti d'autore notifica all'ISP la presunta violazione indicando: i suoi riferimenti (indirizzo, n° di telefono, e-mail); identificando le informazioni su cui vengono rivendicati i diritti; dichiarando che il materiale è utilizzato illegalmente; dichiarando di essere a conoscenza delle responsabilità penali derivanti da falsa testimonianza; apponendo firma tradizionale o digitale alla dichiarazione (notifica);
 - l'ISP rimuove il contenuto o ne rende impossibile l'accesso e avvisa della presunta violazione il responsabile della presunta azione illegale (notifica e take down);
 - il responsabile della presunta azione illegale può, qualora lo ritenga opportuno, effettuare una contronotifica comprensiva di: firma tradizionale/digitale; identificazione del materiale e sua precedente collocazione; dichiarazione di conoscenza delle responsabilità penali derivanti da falsa dichiarazione; nome, cognome, indirizzo e foro competente (contro notifica);
 - in questo caso l'ISP manda un avviso al presunto titolare dei diritti, indicando che sarà ripristinato l'accesso al materiale incriminato entro 14 giorni lavorativi, ma non prima di 10 giorni lavorativi, periodo in cui chi ha fatto richiesta può rivolgersi al tribunale.
- Il DMCA indica le azioni che devono essere intraprese dagli ISP qualora vi sia una segnalazione di presunta violazione del di-

ritto d'autore; all'interno della norma vengono infatti descritte dettagliatamente le procedure di notifica e rimozione e viene altresì esclusa la responsabilità degli ISP per la violazione delle norme sul copyright, introducendo di fatto una "safe harbour provision" – zona franca per l'ISP - nei casi in cui:

- gli ISP non hanno effettiva conoscenza dell'illegalità del materiale o di un suo uso illecito;
- in mancanza di tale conoscenza, se gli ISP non sono al corrente di fatti o circostanze dalle quali risulta apparente la violazione del diritto d'autore;
- gli ISP rimuovono le informazioni oggetto di reclamo non appena al corrente del presunto illecito.

In seguito alla rimozione gli ISP non sono, dunque, in alcun modo responsabili per l'oscuramento del materiale, anche nel caso in cui il materiale incriminato non violava alcun diritto d'autore.

Analisi Centro Studi MIT, www.innovazione.gov.it, http://www.innovazione.gov.it/ita/news/centro_studi/copyright_digitale/copyright/allegati/copy_050209.pdf

Una procedura di tale genere ha determinato negli Stati Uniti un gran numero di oscuramenti dei siti Internet, a cui tuttavia non sono seguite altrettante contronotifiche. Questo risultato può avere due ordini di interpretazioni di natura opposta: secondo chi sostiene la validità della procedura, l'effetto sarebbe assolutamente positivo; per contro, chi vi si oppone tende a darne una lettura differente che sottolinea le asimmetrie di potere fra gli utenti colpiti (ad esempio i proprietari dei siti) ed i produttori di contenuti (ad esempio grossi colossi dell'editoria e del software), i secondi in una chiara posizione di forza rispetto ai primi. Il Notice & Take Down secondo il DMCA lascia aperti dei pro e dei contro.

I vantaggi del Notice & Take down americano sono:

- la rapidità ed efficacia dell'intervento e la conseguente riduzione del danno subito dal titolare dei diritti;
- lo sgravio di attività per l'autorità giudiziaria.

Gli svantaggi invece sono:

- l'esclusione dell'autorità giudiziaria, che viene tenuta fuori dalla decisione di procedere contro una asserita violazione dei diritti
- le segnalazioni possono essere basate su informazioni ottenute con mezzi illeciti e invadendo le prerogative dell'organo di polizia.
- la "responsabilità dell'ISP" etica e sociale quale guardiano del diritto ad un equo trattamento e ad un giusto processo;
- le possibili quantità elevate di segnalazioni false, che quindi possono recare ingiusto danno al service provider in caso di oscuramento dei contenuti;
- la differenza sostanziale fra conoscenza di reato e conoscenza di presunzione di reato: l'ISP è costretto dalla legge americana ad agire anche in questo secondo caso.

L'ultimo tema non risolto è il problema del trattamento dei dati in possesso dell'ISP, che potrebbero dare adito a violazioni della privacy: negli Stati Uniti, la sentenza della Corte Suprema su Verizon lascia aperto il problema della riservatezza dei dati in possesso dell'ISP, in quanto la Corte ha bloccato il "fast track process" che obbligava l'ISP a fornire delle informazioni sui violatori presunti dei diritti d'autore.

■ Il contesto europeo lascia spazio alla regolamentazione specifica dei singoli paesi

Le direttive Europee non prevedono alcuna regolamentazione specifica per le procedure di notifica e rimozione: esse sono lasciate alla discrezionalità dei singoli stati membri, aprendo così la strada a forme di cooperazione fra le parti.

Sono presenti solo alcune indicazioni nella Direttiva 2001/29/CE sul Copyright (art. 8 par 3) e nella Direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico (artt. 12,13,14): i detentori dei diritti sulle opere possono richiedere all'autorità giudiziaria un provvedimento cautelativo (in particolare l'oscuramento del sito stesso) sulla base di una presunzione di lesione del diritto d'autore o dei diritti connessi.

Gli ISP sono tenuti a comunicare all'autorità giudiziaria le notizie anche presuntive di reato di cui vengano effettivamente a conoscenza.

Nonostante la normativa europea non sembri tutelare maggiormente, rispetto alla normativa statunitense, i diritti delle parti e degli operatori, un esperimento condotto dall'Oxford Centre for Socio-Legal Studies sui siti europei (in particolare quelli del Regno Unito) ha dimostrato che far rimuovere del materiale dai siti statunitensi è molto più difficile che in Europa (esperimento "Liberty", novembre 2003). D'altro canto anche in Europa l'applicazione di procedure di rimozione di contenuti illegali non è senza problemi, come si evince dall'esempio che segue.

■ Uno studio sull'applicazione del Notice & Take Down in Europa

La EDRI (European Digital Rights – associazione civica per la protezione dei diritti civili nella Società dell'Informazione) ha pubblicato sui siti internet di 10 ISP Access Provider un testo del 1871 del famoso autore olandese Mulla - pseudonimo dell'autore olandese Eduard Douwes Dekker -, i cui diritti di autore erano scaduti nel 1957 (70 anni dalla morte dell'autore). Il testo stesso dichiarava esplicitamente di essere di pubblico dominio.

La EDRI ha dapprima creato un cliente fittizio, 'Johan de Ruyter', e quindi una società immaginaria detentrica dei diritti di copyright, la E.D. Dekkers, con un rappresentante legale: Johan Droogleever. A qualche settimana dalla pubblicazione del testo online, Droogleever ha inviato dei reclami ai Provider dal suo indirizzo Hotmail di posta elettronica, in cui dichiarava che la società E.D. Dekkers deteneva i diritti d'autore di tutti i materiali pubblicati dalla stessa e che - ora che il Provider era stato notificato - pretendeva che il testo fosse rimosso tempestivamente.

I risultati: 5 Provider su 10 hanno rimosso il testo dopo la prima/seconda email e un ISP addirittura entro 3 ore dalla prima email. 3 Provider hanno risposto tramite un questionario cartaceo, in cui il ricorrente era invitato a specificare la natura esatta del reclamo. Avendo Droogleever semplicemente riesposto lo stesso argomento, in 2 casi i Provider hanno rimosso la pagina web senza neanche controllarla o aver verificato l'esistenza della società E.D. Dekkers.

2 Provider non hanno rimosso il testo: un Provider ha risposto con una breve email a Droogleever spiegando che, in qualità di rappresentante legale, avrebbe dovuto sapere che i diritti di copyright erano da tempo scaduti. In un altro caso, il Provider ha dichiarato che un indirizzo di posta elettronica presso Hotmail non era credibile. Inoltre, lo stesso Provider specificava che il reclamo sarebbe stato accettato solo se fossero state addotte prove scritte sull'esistenza della società e la sua capacità di rappresentanza. Infine, un terzo Provider che non ha rimosso il testo, lo ha fatto in quanto non ha risposto a nessuna delle 4 email inviate da Droogleever.

Analisi Centro Studi MIT,

http://www.innovazione.gov.it/ita/news/centro_studi/copyright_digitale/copyright/allegati/The_Multatuli_Project.pdf.

Fonte: European Digital Rights, www.edri.org, riferimento <http://bof.nl/docs/researchpaperSANE.pdf>

■ **Il decreto legislativo 70/2003: l'Italia, ad oggi, ha recepito la normativa europea prevedendo che l'ISP possa agire solo su comunicazione dell'autorità giudiziaria e debba comunicare all'autorità la violazione, una volta venutone a conoscenza**

Ad oggi il quadro normativo italiano prevede, all'interno del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 "attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico" che:

- l'ISP non appena a conoscenza dei fatti, su comunicazione delle autorità competenti, agisca immediatamente per rimuovere le informazioni o disabilitarne l'accesso (art. 16 co 1 lettera b);
- l'ISP non è soggetto ad alcun obbligo di sorveglianza, tuttavia deve:

a) "informare senza indugio l'autorità giudiziaria o quel-

la amministrativa avente funzioni di vigilanza, qualora sia a conoscenza di presunte attività o informazioni illecite riguardanti un suo destinatario del servizio della società dell'informazione";

b) "fornire senza indugio, su richiesta delle autorità competenti, le informazioni in suo possesso che consentano l'identificazione del destinatario dei suoi servizi con cui ha accordi di memorizzazione dei dati, al fine di individuare e prevenire attività illecite" (art 17 commi 1 e 2);

- l'ISP è inoltre civilmente responsabile del contenuto di tali servizi nel caso in cui, richiesto dall'autorità giudiziaria o amministrativa avente funzioni di vigilanza, non ha agito prontamente per impedire l'accesso a detto contenuto, ovvero se, avendo avuto conoscenza del carattere illecito o pregiudizievole, per un terzo, del contenuto di un servizio al quale assicura l'accesso, non ha provveduto ad informarne l'autorità competente.

Una siffatta applicazione della normativa evidenzia dei punti di forza e di debolezza.

Punti di forza sono: la avvenuta non responsabilità degli ISP per quanto a loro insaputa avviene sulla rete; l'azione dell'ISP attuata in risposta ad una violazione reale del diritto d'autore, in quanto così accertata dall'autorità giudiziaria; la tutela dell'ISP da azioni a tappeto sui propri clienti, che potrebbero essere in parte non motivate, deteriorando i rapporti ISP-cliente.

Gli argomenti contrari sono: i tempi d'azione e reazione molto lunghi, i possibili danni economici ingenti per i titolari dei diritti ed il sovraccarico di lavoro per le autorità giudiziarie. Inoltre, la procedura di Notice & Take Down è facilmente applicabile ai contenuti presenti sui siti web ospitati dall'ISP, tale procedura nel concreto implica la rimozione del contenuto (se l'ISP fa anche da ASP, quindi ospita i contenuti sui suoi server) o l'oscuramento del sito.

Più difficile risulta essere la applicazione del Take Down a sistemi Peer-to-Peer: tale procedura richiederebbe tempestività dell'intervento, in quanto il Peer-to-Peer è un fenomeno temporaneo; inoltre, il Take Down significherebbe la sospensione del collegamento Internet, rischiando di isolare l'utente e la sua famiglia, creando disagi particolari per alcuni tipi di connessioni, ad esempio quelle in triple play come Fastweb (telefono, Internet e TV).

■ Le posizioni degli attori del mercato, emerse nel corso delle audizioni (vedi allegato tavole sinottiche) sono evidentemente contrapposte:

- gli operatori Telco si oppongono al Notice & Take Down americano dicendo che nel quadro della normativa vigente gli ISP non possono farsi carico della "guardia della rete" e ribadendo i principi di tutela degli operatori iscritti nel Dlgs. 70/2003 e quelli derivanti dalla normativa sulla privacy;
- i titolari dei diritti d'autore e dei diritti connessi e le associazioni ribadiscono la necessità di introdurre tale procedura nella modalità USA per ottenere una tutela immediata dei loro diritti.

■ **Allo stato, una inversione di tendenza rispetto alla normativa vigente, nel senso di fare dell'ISP un esecutore delle notifiche e contronotifiche, in maniera automatica, richiederebbe ulteriori approfondimenti e studi per valutare adeguatamente le conseguenze che una simile disciplina comporterebbe, in considerazione delle peculiarità del nostro ordinamento**

Un processo di questo genere garantirebbe la velocità d'azione, ma priverebbe il procedimento di garanzie contro false segnalazioni con il rischio di generare un notevole contenzioso in relazione alla concreta applicazione della procedura.

■ **Potrebbe, peraltro, verificarsi la possibilità anche normativa, a legislazione vigente, di un accordo fra le parti in cui l'ISP gira una notifica a colui che avrebbe violato i diritti, accompagnata da un'informativa sulla normativa vigente (notice & notice)**

Il titolare dei diritti notifica all'ISP la presunta violazione, l'ISP notifica a sua volta al presunto violatore dei diritti la presunta violazione, chiedendo di rimuovere il contenuto, se effettivamente abusivo, e allegando una informazione circa il quadro legislativo vigente; il presunto violatore dei diritti rimuove il contenuto, qualora esso sia stato illegittimamente distribuito.

Una definizione di tale genere di fatto dovrebbe essere il frutto di un accordo fra le parti. Inoltre, in questa ipotesi, non ci dovrebbe essere alcuna responsabilità dell'ISP né alcun obbligo di rimozione.

Lo sviluppo di tale procedura prevederebbe la definizione di un tavolo di lavoro ad hoc.

■ **Come ulteriore ipotesi, mantenendo in capo alla sola autorità competente il potere di chiedere la rimozione, secondo quanto previsto dal decreto legislativo n. 70, si potrebbe prevedere l'istituzione di un'unità dedicata presso un'autorità (ad esempio presso la Polizia Postale oppure l'AGCOM) che abbia il compito di verifica delle segnalazioni**

Il processo potrebbe essere il seguente: l'autorità competente riceve la segnalazione, effettua delle verifiche sulla sua natura e sul soggetto segnalante, rigira la segnalazione all'ISP. In questo modo l'ISP agisce solo su indicazione dell'autorità competente, tuttavia tale autorità deve essere dotata di una struttura dedicata, richiedendo degli stanziamenti ad hoc.

In questo modo i vantaggi sono molteplici: l'ISP agisce in caso di avvenuta verifica, da parte dell'autorità amministrativa competente, sulla natura della segnalazione, non diventa né arbitro né giudice; non vengono rimossi contenuti legali creando disagi (mancati ricavi) ai legittimi titolari; la privacy dei clienti dell'ISP è protetta in quanto l'ISP agisce solo su segnalazione dell'autorità amministrativa competente; una struttura dedicata dell'autorità designata garantisce rapidità d'azione. Per contro dovrebbero essere stanziati delle risorse per far fronte ai costi di set up e mantenimento dell'unità organizzativa ad hoc.

■ Negli Stati Uniti è stato presentato un progetto di legge che prevede la costituzione di un'unità ad hoc presso il Ministero di Giustizia per la verifica delle segnalazioni: art 203 della legge 2931 degli Stati Uniti denominata Cooperative Research and Technology Enhancement.

In particolare il Ministro della Giustizia verrebbe ad essere autorizzato ad istituire un programma in base al quale il Ministero, nei casi in cui gli abbonati degli ISP siano ritenuti violatori della normativa sul copyright durante l'uso di servizi Internet, potrebbe inviare agli utenti lettere di avvertimento indicanti le sanzioni previste per tali violazioni. Gli ISP potrebbero a loro volta inoltrare le lettere di avviso agli abbonati.

Analisi Centro Studi del MIT, www.innovazione.gov.it.

http://www.innovazione.gov.it/ita/news/centro_studi/copyright_digitale/copyright/allegati/copy_050209.pdf

■ Sul tema del Notice & Take Down sopra descritto le posizioni dei soggetti auditi sono diverse (per il dettaglio si veda le tavole sinottiche in allegato).

I titolari dei diritti ritengono opportuna l'introduzione della suddetta procedura, sottolineando gli effetti positivi che essa può portare, ed in particolare auspicando la segnalazione di associazioni di aventi diritto ed esprimendo, in alcuni casi, la disponibilità alla partecipazione ai costi sostenuti dall'ISP stesso.

Per contro gli operatori di telecomunicazioni, gli ISP e le associazioni relative si oppongono alla procedura adducendo alcuni principali ordini di motivi: non possono assolvere a funzioni di vigilanza sulla rete, espressamente vietate loro dalla normativa, e non possono essere tenuti responsabili per ciò che transita sulla rete; ritengono che la procedura del take down possa danneggiare i loro rapporti, in particolare in caso di una segnalazione non accertata; temono di essere esposti ad azioni di danni derivanti dall'attuazione della procedura di Notice & take down; inoltre, ritengono che tali attività comporterebbero costi, non rimborsabili, di risorse umane e di strumenti hardware e software.

Capitolo 4.

Aspetti rilevanti per lo sviluppo del mercato emersi nel corso delle audizioni

■ Nel capitolo che segue vengono indicate le possibili politiche per lo sviluppo del mercato, che prendono spunto dalle evidenze emerse nel corso dei lavori della Commissione e dall'analisi della letteratura di riferimento.

Perché il mercato dei contenuti digitali possa svilupparsi in modo organico e per contrastare la diffusione della pirateria, oltre agli aspetti già citati, sono stati portati all'attenzione della Commissione i seguenti temi:

- la revisione delle finestre temporali che considerino anche il nuovo canale on line e le diverse modalità di fruizione dei contenuti;
- delle riflessioni sull'obbligo di offerta (must offer) come potenziale leva per dare ampio accesso ai contenuti sulle diverse piattaforme;
- la leva prezzo e lo sviluppo di sistemi di pagamento che consentano la crescita dell'offerta legale;
- l'analisi di possibili modelli di ripartizione dei ricavi (revenue sharing) che garantisca lo sviluppo di tutti gli anelli della catena del valore;
- le riflessioni sul ruolo delle Collecting Society nel nuovo contesto digitale.

4.1 Le finestre temporali: elemento critico per gli attori di settore nuovi e tradizionali

Il processo, il canale ed i tempi attraverso i quali un film può essere distribuito, precedentemente regolamentati dalla legge, sono oggi oggetto di accordi fra le parti.

Le modalità attraverso le quali un film viene distribuito sono diverse ed in continua evoluzione grazie all'introduzione di nuovi canali collegati allo sviluppo della tecnologia: dalla prima proiezione in sala, alla distri-

buzione in home video (noleggio VHS, CD e DVD), al Video on Demand/Pay per view (es. Fastweb), alla pay TV (es. Sky), alle TV commerciali (es Rai) (Figura 10). I tempi di messa a disposizione di un film variano a seconda degli accordi, tuttavia alcuni dati forniti dagli operatori di settore (Fastweb, Mediaset, AGIS/ANEC) consentono di individuare delle finestre: ad oggi l'home video segue in linea di massima di sei mesi la proiezione in sala, il video on demand segue di 3-6 mesi l'home video, le Tv commerciali seguono di 15 mesi la sala.

L'evoluzione dei canali distributivi in atto ha fatto da l'avvio ad alcuni trend che stanno iniziando a consolidarsi anche a livello internazionale:

- i film sono lanciati contemporaneamente in tutto il mondo per fare maggiore leva su attività di marketing e ridurre il rischio di pirateria;
- si sta progressivamente eliminando la finestra temporale tra noleggio e vendita;
- la distribuzione dei film su nuovi media sta sempre di più seguendo le stesse tempistiche di quella in home video.

Una possibile riduzione delle finestre temporali porterebbe con sé alcuni vantaggi: verrebbe garantita la rapida disponibilità e diffusione legale dei prodotti di qualità su ampio raggio di media, sfruttando i vantaggi della convergenza e sviluppando un effetto deterrente sulle pratiche di diffusione illegale; si favorirebbe la diffusione dei contenuti; si fornirebbe uno stimolo alla digitalizzazione, offrendo contenuti da distribuire sulla rete Internet. Inoltre, la diffusione di uno stesso oggetto attraverso media differenti consente di sviluppare delle politiche di cross promotion, intese come lo sfruttamento delle sinergie fra media differenti e diversi canali sui quali viene proposto un contenuto²⁹.

²⁹ Un esempio di dinamiche di promozione integrata (cross promotion) è il caso di Harry Potter. Alla produzione del film si è aggiunta la produzione dei libri (nelle diverse edizioni), i movie trailers, l'Instant messenger, i siti; sulla TV tradizionale e via cavo è nato il mito del personaggio cui si sono associate i 90 secondi di preview; nel mondo dell'editoria oltre alle successive versioni del libro sono nate le edizioni settimanali; nel mondo della musica sono nate le colonne sonore. Economist.com, 12 ottobre 2001; MSNBC.com, 14 novembre 2001; Business Wire, 18 marzo 2003; Montreal Gazette, 16 novembre 2002; analisi IBM S&C.

In riferimento al tema delle finestre temporali sono di seguito riportate le posizioni dei soggetti auditi nel corso dei lavori della Commissione (per il dettaglio delle posizioni si vedano le tavole sinottiche in allegato).

■ A favore della riduzione delle finestre temporali, in quanto possibile motore per lo sviluppo del mercato, si sono espressi: tutti gli ISP, che sono anche distributori di contenuti digitali attraverso i loro portali; gli operatori di telecomunicazione, che hanno iniziato ad attivare un servizio legato alla diffusione di contenuti video; gli operatori del settore radio-televisivo (broadcaster). Questi ultimi sono preoccupati però del fatto che l'ingresso in campo delle società di telecomunicazioni nella distribuzione rischi di moltiplicare le finestre e allungare i tempi di proiezione da parte del broadcaster.

■ Per contro, le preoccupazioni che giungono dal cinema sono quelle di vedersi ridotta l'attrattività del proprio canale distributivo. Una possibile soluzione a tale problema è l'individuazione di un tavolo di lavoro specifico di settore con tutti i soggetti coinvolti.

4.2 Il must offer (obbligo di offerta): un elemento critico

Alcuni operatori di telecomunicazioni, in particolare mobili, hanno evidenziato che, in base agli artt. 78ter e 79 della legge sul diritto d'autore, le emittenti tv, anche in qualità di produttori dello spettacolo, utilizzano in via esclusiva del tutto discrezionale le fissazioni delle proprie emissioni; esse, infatti, ritengono di avere pieno diritto alla ritrasmissione del segnale contenente le fissazioni delle proprie emissioni su qualsiasi piattaforma distributiva, influenzando sulla possibilità di sviluppo degli altri mercati: gli stessi contenuti potrebbero essere offerti su diversi canali (telefonia mobile e Internet). Tuttavia va a tale proposito osservato che gli articoli citati costituiscono attuazione di un obbligo internazionale derivante dall'art 13 della Convenzione di Roma.

■ Basandosi su questo presupposto, le problematiche evidenziate dagli operatori di telecomunicazioni sono di seguito di tre tipi:

- al momento i gestori mobili hanno grande difficoltà ad accedere al mercato dei contenuti;
- la disponibilità di clienti mobili a larga banda è un grande richiamo che il Paese deve valorizzare, ma la consapevolezza della potenzialità attuale e futura dell'UMTS non è ancora diffusa;
- gli operatori mobili si trovano spesso di fronte a diritti non acquisibili.

■ Per contro, è evidente la posizione degli operatori radiotelevisivi (broadcaster), i quali sono assolutamente contrari alla pratica dell'obbligo di offerta (must offer), sulla base di due ordini di motivazioni:

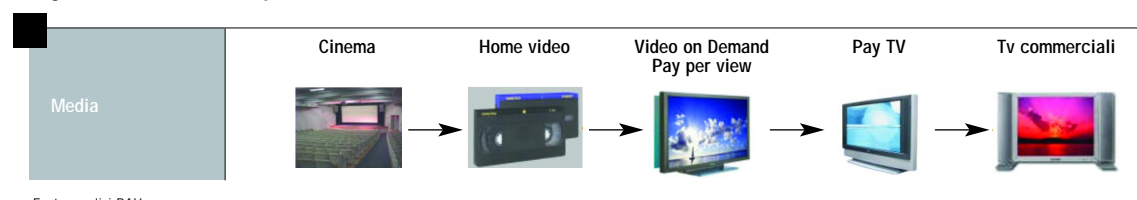
- la prima, applicare l'obbligo di offerta (must offer) ai contenuti sarebbe "come costringere Ferrari a vendere i propri motori" a chiunque ne facesse richiesta, quindi privare il produttore di un suo diritto;
- la seconda, il dare "tutto a tutti" di fatto porterebbe a una progressiva erosione dei modelli di business sui quali si basano oggi le emittenti televisive; gli introiti pubblicitari sono infatti parametrati ai dati di ascolto Auditel ed una frammentazione della distribuzione dei contenuti significherebbe una possibile erosione dell'audience.

Una delle possibili soluzioni, che tenga conto della fase di start up nella quale il mercato dei contenuti digitali ad oggi si trova, potrebbe essere la definizione di incentivi o supporti alla produzione di contenuti digitali che, però, siano subordinati al rispetto di alcune caratteristiche discriminanti del contenuto stesso; in particolare, i contenuti potrebbero essere studiati per essere fruiti su larga banda, dovrebbero rispettare determinati standard e raggiungere un certo livello di interattività; inoltre, ci potrebbero essere degli incentivi subordinati alla fruizione di un contenuto su specifiche piattaforme, per esempio quelle UMTS.

Inoltre le possibili indicazioni al mercato potrebbero essere di raccomandare la più ampia diffusione dei contenuti su tutte le tipologie di piattaforme che sono disposte a diffonderli e nel contempo raccomandare il divieto di pratiche anticoncorrenziali riferite per esempio al divieto di hold back rights. È chiaro che tale raccomandazione non potrà allo stato della normativa, essere tradotta in un obbligo, tenuto conto di quanto a riguardo stabilito dalla Legge 3 maggio 2004, n.112, art. 5, comma 1, lettera f):

i fornitori di contenuti, in caso di cessione dei diritti di sfruttamento degli stessi, sono tenuti a farlo senza pratiche discriminatorie tra le diverse piattaforme distributive, alle condizioni di mercato, fermi restando il rispetto dei diritti di esclusiva, le norme in tema di diritto d'autore e la libera negoziazione tra le parti.

Figura 10: Finestre temporali



Fonte: analisi BAH

4.3 Prezzi competitivi e sistemi di pagamento

■ **Per favorire la crescita del mercato le politiche di prezzi competitivi e lo sviluppo di sistemi di pagamento diffusi sono strumenti essenziali**

Negli ultimi anni si è assistito allo sviluppo e all'evoluzione dell'offerta legale di musica sulla rete. I primi modelli di offerta legale hanno avuto difficoltà a decollare, si pensi ad esempio a Pressplay, la joint venture Sony e Universal, basato sulla sottoscrizione e su un rigido sistema di DRM che consentiva una sola copia personale. Questo modello era caratterizzato dalla scarsità dei titoli a disposizione, anche per la difficoltà di acquisire i diritti digitali sui contenuti, da prezzi ancora molto elevati e da un'offerta poco flessibile,

basata sull'acquisto di un abbonamento e non di un singolo brano. A corollario di queste limitazioni, i mezzi di pagamento in Rete erano ancora poco diffusi. Dopo 3 anni di attività il sito contava appena 50.000 sottoscrittori.

Tale scenario ha contribuito a favorire la nascita di sistemi di scaricamento illegale di file attraverso sistemi tipo Peer-to-Peer (es. KazaA). Ad oggi il panorama competitivo si è largamente ampliato, sono nati molti portali e siti a pagamento promossi dalle major, ma anche da produttori di elettronica, retailer, ISP (Figura 11; Figura 12).

I modelli di business sono diventati maggiormente flessibili, consentendo l'acquisto di singoli titoli, album, sottoscrizione, streaming; i DRM si stanno adattando sempre di più ai bisogni dei consumatori, sono ammesse diverse copie per uso personale su diversi device; l'offerta è diventata molto più ampia, anche fino a 900.000 titoli; i prezzi stanno di-

venendo più convenienti, anche con modalità "a la carte" senza necessità di sottoscrizione; si sono diffusi diversi mezzi di pagamento.

I risultati non sono tardati, si pensi ad esempio al caso di successo di iTunes, con più di 70 milioni di canzoni vendute nel 2004, al numero crescente di utenti che scaricano file legali dalla rete e all'effetto traino anche sul mercato dei video (ad esempio con Movielink o Cinema Now).

La strada da seguire è dunque chiara.

■ Durante le audizioni, gli stessi operatori di telecomunicazioni, insieme alle associazioni di categoria e agli operatori di software e di device hanno sottolineato come lo sviluppo di un'offerta legale (nuovi portali con gamma ampia) sia il mezzo più efficace per combattere la pirateria. (Per le posizioni di dettaglio si veda negli allegati la tavola sinottica)

È prevedibile che il mercato dovrà tendere verso una soluzione che preveda la riduzione dei prezzi attraverso la promozione di nuovi modelli evoluti di fruizione, ad esempio a consumo o a canone.

Il prezzo basso e competitivo, a detta degli operatori di settore, può essere un deterrente alla pirateria, in quanto favorisce il consumo e la diffusione dei contenuti ma deve essere legato a contenuti di qualità.

A fronte di una definizione competitiva dell'offerta negli ultimi tempi si è notato un aumento della propensione a pagare degli utenti Internet: il 3,6% della popolazione italiana è disposta ad usare dei siti a pagamento, percentuale che sale al 17% se si considerano gli utenti che scaricano musica dalla rete. Inoltre, in funzione della riduzione dei prezzi, si è notato come siano evidenti dei margini di manovra per la riduzione dell'IVA, che, ad esempio, sui CD nelle edicole è del 4%.

Le politiche di prezzo devono essere contenute e diversificate, identificando modelli di transazioni che permettano di remunerare nuove forme di download e fruizione, ad esempio a consumo, quali il pay per click, pay per view, pay per stream, pay per byte o a canone, con una semplificazione del pagamento.

Nel settore della musica, ed in particolare in riferimento al mondo dei giovani, i modelli di fruizione a "noleggio" potrebbero avere particolare successo, soprattutto se riferiti a brani che esauriscono il loro ciclo di vita in tempi molto brevi.

■ Le associazioni dei consumatori hanno rilevato inoltre la difficoltà che, oggi, ha il consumatore a comprendere e comparare le offerte relative ai canoni di connessione. È emersa la necessità di maggior chiarezza soprattutto in riferimento ai limiti di servizio minimi garantiti e alla banda necessaria per fruire di determinati servizi e contenuti così da consentire al cliente finale la rescissione del contratto per mancato assolvimento alle prestazioni nonché di rendere le offerte dei diversi ISP maggiormente comparabili.

■ **Da ultimo, l'altro fattore critico di successo individuato per lo sviluppo del mercato è la promozione di sistemi di pagamento ad ampia diffusione**

Ad oggi i pagamenti sulla rete sono consentiti attraverso alcuni strumenti di base: carta di credito, bonifico C/C, bolletta telefonica, carta prepagata (Figura 13).

Oltre a tali sistemi tradizionali stanno emergendo delle soluzioni alternative dettate dal desiderio di soddisfare le esigenze dei consumatori ed in particolare la sicurezza.

Figura 11: Esempi di servizi commerciali di musica online nel mondo





Settore	Servizio e operatore	Offerta, modalità d'acquisto	Modalità di pagamento
Mayor	 Sony Connect (Sony) Lanciato nel 2003	<ul style="list-style-type: none"> Più di 500.000 canzoni Costo canzone \$ 0.99 o album a partire da \$ 9.99 	<ul style="list-style-type: none"> Pagamento attraverso carta di credito Carte di credito speciali (es.: Mileage Plus)
Produttori di Elettronica	 iTunes (Apple) Lanciato nel 2003	<ul style="list-style-type: none"> Ca. 700.000 canzoni disponibili, con più di 450 case discografiche Costo canzone è di \$ 0.99 	<ul style="list-style-type: none"> Pagamento tramite apposita Prepaid card (credito illimitato)
Retailer	 MusicNow (Circuit City) Fondato nel 1999	<ul style="list-style-type: none"> Ca. 400.000 canzoni Costo canzone è di \$ 0.99 Costo album da \$ 6.93 	<ul style="list-style-type: none"> Pagamento tramite apposita Prepaid card "Music Download Card" da \$ 10 e \$ 20
Portali/ISP	 DotMusic (BT/Yahoo) Lanciato nel 2004	<ul style="list-style-type: none"> Costo canzone è di £ 0.99-1.49 Sottoscrizione mensile £ 4.99 per 500 di credito CD da 10.99 £ a 12.99 £ 	<ul style="list-style-type: none"> Pagamento tramite apposita Prepaid Card (credito limitato)

Figura 12: Esempi di servizi commerciali di musica online in Italia

Servizio e operatore	Offerta, modalità d'acquisto	Modalità di pagamento
 Operatore: Tiscali Lanciato nel 2003	<ul style="list-style-type: none"> Canzoni disponibili 350.000 Costo Canzone € 0.83 Costo Album da € 12.49 a € 15.49 	<ul style="list-style-type: none"> Acquisto tramite carta di credito di pacchetti Tiscali da € 2, 10, 20 fino a € 50 per scaricare i brani offerti
 Operatore: Buongiorno Vitaminc Lanciato nel 1999	<ul style="list-style-type: none"> Canzoni disponibili oltre 400.000 Costo Canzone € 0.46 Abbonamento annuale o pagamento per brano 	<ul style="list-style-type: none"> Pagamento attraverso carta di credito e apposita "prepaid card" virtuale
 Operatore: TIM Lanciato nel 2003	<ul style="list-style-type: none"> Canzoni disponibili: n.d. Costo Canzone da € 0.75 a € 1.39 Costo Album da € 8.9949 a € 12.49 Abbonamento o pagamento per brano 	<ul style="list-style-type: none"> Addebito del costo sulla bolletta telefonica per gli abbonamenti Telecom Pagamento attraverso carta di credito

Fonte: portali, analisi BAH

Figura 13: Sistemi di pagamento

Carta di credito	<ul style="list-style-type: none"> Utilizzata per tutte le tipologie di contenuti erogati tramite Internet Utilizzata sia per l'acquisto singolo in modalità spot (ad esempio l'acquisto di un brano musicale), sia per l'acquisizione di un credito che viene scalato ogni volta che l'utente usufruisce del servizio (ad esempio un credito che dà diritto di acquistare on line un certo numero di brani musicali)
Bonifico C/C	<ul style="list-style-type: none"> Utilizzato in alcuni casi come alternativa tradizionale alla carta di credito
Bolletta telefonica	<ul style="list-style-type: none"> Utilizzato per i contenuti erogati tramite telefono cellulare o tramite Internet (ad esempio video on demand erogato sia da Fastweb che da RossoAlice di Telecom) È necessaria l'esistenza di rapporti commerciali con l'operatore
Carta pre-pagata a scalare	<ul style="list-style-type: none"> Usata da alcuni portali e dagli operatori di telefonia mobile per l'acquisto on line di loghi e suonerie per cellulare, o da operatori Tv Digitale Terrestre per il video on demand Modalità ancora poco diffusa ma su cui gli operatori sembra si orienteranno in futuro

Apple, ad esempio, ha brevettato un sistema per cui il numero della carta di credito è richiesto una volta soltanto; viene poi conservato ed associato ad una “domanda” e alla relativa “risposta” che, indicate dal titolare, vengono richieste ad ogni transazione al posto della carta di credito.

ABI ha studiato un sistema innovativo, Bankpass web, che di fatto opera come un borsellino elettronico, ma che consente di depositare il conto corrente, il numero di carta di credito o bancomat una sola volta e poi utilizzare il borsellino ad ogni transazione con una user ID ed una password.

In conclusione, lavorare sulle tre leve sopra descritte – sviluppo di offerta legale, prezzi competitivi, sistemi di pagamento – sono condizioni necessarie per lo sviluppo del mercato. Per realizzare delle soluzioni vantaggiose per tutti gli attori, sono necessari tavoli di lavoro, cui partecipino operatori pubblici e privati, che fissino non solo gli indirizzi guida ma anche le applicazioni e le soluzioni pratiche di realizzazione.

4.4 Modelli di redistribuzione dei ricavi (revenue sharing)

■ Per favorire lo sviluppo del mercato dal lato operatori e la riduzione dei prezzi potrebbero essere studiati dei modelli di redistribuzione dei ricavi fra gli attori, nella tutela di tutti gli attori

Ad oggi il mercato dei contenuti digitali vede di fatto la presenza di tre tipologie di player:

- i “content originator” ovvero quanti creano e disegnano il contenuto. Necessitano di capacità di sviluppo e produzione di contenuti e di altre forme di creatività (film, giochi, musica, foto,...); le competenze richieste sono prevalentemente di natura creativa e tecnologica e vi sono dei forti investimenti in capitale intellettuale;
- gli integratori ovvero quanti svolgono le attività di conversione del contenuto e packaging in funzione delle piattaforme di distribuzione. Debbono avere la capacità di integrare asset distinti e diversi fra loro, tale da richiedere un mix di competenze articolato (gestione tecnologica, database management, program management, investimenti in beni materiali ed immateriali);
- i distributori ovvero quanti svolgono attività di marketing dei contenuti (detenendo le informazioni sui clienti) e di distribuzione dei contenuti stessi. Debbono avere capacità di distribuzione di servizi voce e dati e di gestione della clientela (Customer Relationship Management). Le competenze richieste in questo caso sono di gestione delle reti dati e tecnologiche, di sistemi di pagamento e di assistenza cliente (Figura 14).

Una catena del valore molto integrata a valle rischia di generare uno sbilanciamento della forza contrattuale per cui *content originator* ed integratori hanno difficoltà a definire dei modelli di business sostenibili, che nello stesso tempo riescano a garantire la qualità dei contenuti realizzati.

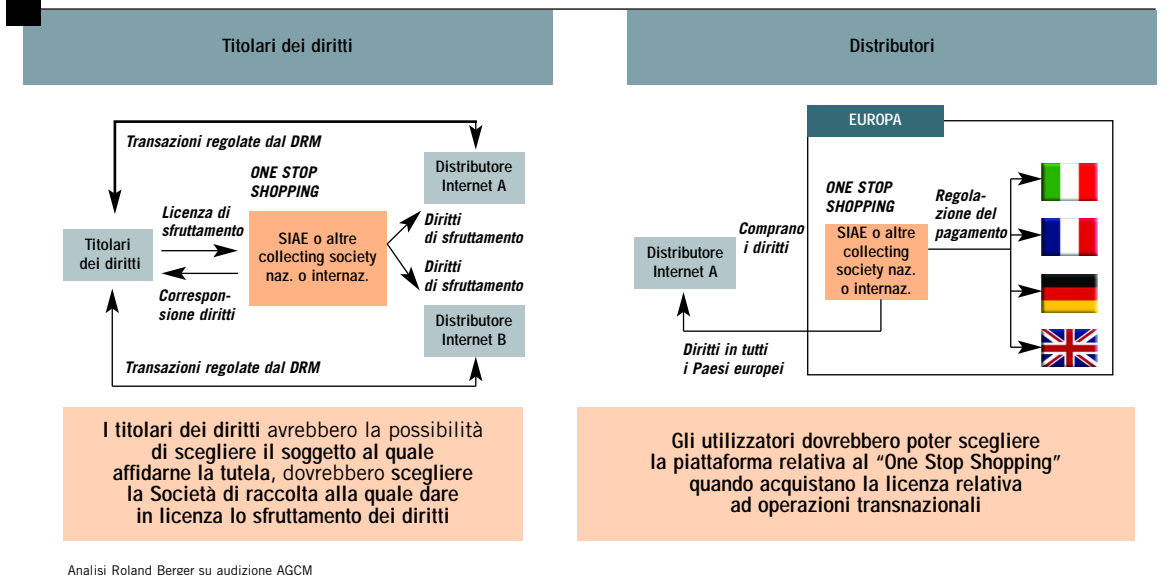
Da questa osservazione la nascita della necessità di istituire un tavolo di lavoro, che coinvolga tutti gli operatori sopra identificati per definire un modello di redistribuzione dei ricavi (revenue sharing), che

Figura 14: Modello di redistribuzione dei ricavi (revenue sharing) nel mercato dei contenuti digitali

	Content originator		Integratori			Distributori	
	Digital content creation	Content design	Content conversion & packaging	Content Managem. (inc. R&D)	Content storage/ Publishing	Content marketing	Content distribution
Mestiere	• Capacità di sviluppo e produzione di contenuti e altre forme di creatività (film, giochi, musica, foto...)		• Capacità di “integrare” assets distinti e diversi tra loro tale da richiede un mix di competenze articolato			• Capacità di gestire network per la distribuzione di servizi voce e dati e di gestione di customer base (CRM)	
Competenze	• Competenze prevalentemente di natura creativa e tecnologica • Forti investimenti in capitale intellettuale		• Competenze differenziate di gestione tecnologica (incluso R&D) • Competenze di Database Management • Competenze di Program Management • Significativi investimenti in beni materiali e immateriali			• Competenze di marketing di gestione di reti dati e tecnologiche e di sistemi di billing e customer care • Investimenti molto significativi realizzati dalle Telco	
Marginalità	● ● ● ●		● ●			● ● ● ● ● ●	

* In base alla decisione della Corte Suprema degli USA del Dic 2003, gli ISP americani non possono essere obbligati a fornire i dati di pirati sospetti ai copyright owners
Fonte: analisi Booz Allen & Hamilton

Figura 15: Modello one stop shopping



Analisi Roland Berger su audizione AGCM

in qualche modo consenta lo sviluppo del mercato nella direzione di garantire l’offerta di prodotti di qualità a prezzi competitivi, rispettando gli interessi di tutti gli attori, non ultimi i consumatori.

4.5 Il ruolo delle società di gestione dei diritti (collecting society)

In ambito europeo è in corso una riflessione politica sui modelli di società di gestione dei diritti (di seguito collecting society) e molte sono le soluzioni che si contendono il campo. Un tema sul quale riflettere per favorire lo sviluppo del mercato è quello di garantire un accesso non restrittivo ai contenuti, salvaguardando il diritto d’autore ed i diritti connessi, in uno scenario nel quale la protezione dei diritti d’autore deve contemperarsi con lo sviluppo delle nuove tecnologie. In quest’ottica assume particolare importanza la protezione territoriale ed il rilascio di licenze per lo sfruttamento dei diritti.

La Commissione Europea ha aperto una consultazione relativa alle collecting society che gestiscono i diritti relativi alla musica venduta in rete ma non è ancora pervenuta ad univoche conclusioni ed il dibattito è aperto (IP/04/586).

Il diritto d’autore come tutti i diritti di proprietà intellettuale ha una tutela limitata al territorio nazionale. Tuttavia questa dimensione territoriale condurrebbe ad esiti negativi nella misura in cui concorre alla compartimentazione dei mercati

all’interno dell’Unione Europea, soprattutto nell’era digitale, poiché si contrasterebbe lo spirito e gli obiettivi della normativa, volta ad eliminare i comportamenti destinati a distorcere le dinamiche concorrenziali da parte degli operatori.

Nella Decisione IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) dell’8 ottobre 2002 sono stati evidenziati i nuovi requisiti e le possibilità offerte da Internet. Il documento ridisegna le modalità di gestione collettiva dei diritti da parte della Federazione stessa per l’attività di trasmissione in simultanea (simulcasting) attraverso Internet, indicando anche la costituzione di un meccanismo di tipo “sportello unico” (di seguito “one stop shopping”) di dimensione europea, basato su uno schema di accordi reciproci tra le società di raccolta che amministrano i diritti. La Decisione delinea le principali soluzioni per superare le restrizioni implicite in un sistema di gestione dei diritti collettivi tradizionalmente basato su un ambito territoriale nazionale, tenendo conto del fatto che con le nuove tecnologie tali restrizioni sono da considerarsi in generale non più accettabili e dovrebbero essere quindi riesaminate.

La Decisione individua chiaramente le efficienze relative al one stop shopping attraverso accordi reciproci tra società di gestione dei diritti collettivi. Per la vendita di musica via Internet l’orientamento comunitario è favorevole ad accordi del tipo “sportello unico”, purché si tratti di accordi che comportino l’emissione di licenze di dimensione europea in concorrenza fra loro, in modo

da evitare l'emergere di super monopoli, invece dei 25 già esistenti a livello territoriale nazionale. Per assicurare che si inneschino processi di sviluppo della concorrenza, occorrerebbe che i titolari di diritti avessero la possibilità di scegliere il soggetto al quale affidare la tutela, in altre parole sarebbe opportuno poter scegliere la società di raccolta dei diritti alla quale dare in licenza lo sfruttamento. Dall'altro lato gli utilizzatori dovrebbero avere la possibilità di scegliere le piattaforme distributive al one stop shopping quando acquisiscono le licenze riguardanti operazioni transnazionali (Figura 15).

Il tutto tenendo presente le particolari caratteristiche che assume la concorrenza in detto settore. La società, infatti, in una accezione pura della concorrenza, dovrebbero allo stesso tempo, garantire ai titolari dei diritti la massima remunerazione possibile delle loro opere, dall'altro, offrire il repertorio agli utilizzatori al costo minore possibile.

Le *collecting society*, che già oggi, in forza di accordi transnazionali di reciproca rappresentanza, svolgono ruolo di sportello unico e di semplificazione contrattuale in grado di offrire ad autori, artisti interpreti, editori e produttori uno strumento adatto ad identificare la paternità delle diverse opere ed a raggruppare l'insieme delle attività necessarie per la gestione dei diritti, devono ancor più accentuare e perfezionare queste caratteristiche. Inoltre, con attenzione particolare alla diffusione di Internet, è inequivocabile l'esigenza di definire delle licenze collettive sulle opere che comprendano i diritti, alle volte di diversa natura, di tutte le parti componenti l'opera (testi, musiche, filmati, immagini). In questo contesto tariffe forfetarie e modalità tipo abbonamento per l'utilizzo di contenuti potrebbero rappresentare una valida alternativa a farraginosi meccanismi di conteggio che, appesantendo l'organizzazione aziendale, penalizzano gli operatori del settore multimediale (per un maggior dettaglio delle posizioni emerse nel corso delle audizioni si vedano le tavole sinottiche in allegato).

Capitolo 5. Conclusioni

■ È chiaro, come emerge dall'analisi esposta nelle precedenti pagine, che le tematiche affrontate necessitano di ulteriori approfondimenti e riflessioni e che le azioni da sviluppare devono essere adeguate al continuo evolvere della tecnologia e del mercato.

In tal senso è opportuno creare le condizioni per la nascita di iniziative e di soluzioni che traggano origine e siano promosse dagli attori del settore. D'altra parte, il contributo che lo sviluppo del mercato dei contenuti digitali può dare non solo alla crescita economica ma anche a quella culturale del nostro Paese richiede dei precisi impegni anche da parte delle Istituzioni.

Sarà opportuno, a questo proposito, ricordare l'art 27 della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, all'interno del quale si affermano due principi:

- il diritto di ciascuno di prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità, di godere delle arti e di partecipare al progresso scientifico ed ai suoi benefici;
- il diritto in capo all'autore alla protezione degli interessi morali e materiali derivanti da ogni produzione scientifica, letteraria e artistica.

In sintesi il livello di sofisticazione raggiunto dalle tecnologie e l'accesso a vaste risorse di informazione, punti di forza della rete, non possono indurre a giustificare comportamenti illeciti che si sono pure diffusi. Non si può, dunque, considerare Internet "una zona franca" in cui le norme vigenti non debbano o possano essere applicate e rispettate. La natura globale della rete e la difficoltà di controllo, sia a livello nazionale che soprattutto a livello internazionale, non possono spingere gli Stati ad abdicare ad una precisa responsabilità, che è quella di proteggere dall'uso illegale e dannoso dei nuovi media. È ormai chiara e diffusa la consapevolezza che il perdurare dell'attuale situazione di incertezza giuridica non solo facilita la commistione di illeciti e abusi sulla rete e attraverso le reti, ma opera anche come disincentivo economico, ostacolando e ritardando lo sviluppo del settore delle tecnologie e dei servizi, che è di assoluta rilevanza per la crescita del Paese. In altri termini, tentare di regolamentare la rete con l'introduzione di specifiche misure legislative può, a volte, rivelarsi non solo impossibile ma anche controproducente. **Questo tuttavia non significa che la rete debba essere un "territorio senza legge", ma piuttosto che tutte le iniziative e anche le misure legislative siano "a prova della rete", tengano cioè**

conto delle sue peculiari caratteristiche tecnologiche e della necessità di far crescere la competitività del mercato. In quest'ottica, anche a seguito delle audizioni, si è registrata a tutti i livelli una convergenza di vedute in ordine alla necessità di introdurre sistemi di autoregolamentazione, per la realizzazione dei quali è indispensabile una fattiva collaborazione da parte degli operatori del settore e degli stessi utenti e consumatori, attraverso i propri organismi rappresentativi, finalizzata anche alla definizione di codici di condotta, all'interno dei quali le Istituzioni abbiano un ruolo di garante.

Alla conclusione delle numerose audizioni, che hanno consentito una panoramica completa degli aspetti rilevanti per gli scopi della Commissione stessa, la Commissione ha raggiunto il convincimento che un'efficace strategia da perseguire sia quella di incentivare ed incoraggiare il raggiungimento di specifici accordi tra le parti interessate alle problematiche emerse, seguendo il modello già sperimentato con successo altrove. Complemento essenziale ai suddetti accordi è la costituzione di tavoli di lavoro che devono rappresentare un'opportunità sistematica di supporto all'attività del legislatore anche nella definizione di un nuovo scenario normativo.

La Commissione ha ipotizzato come soluzione possibile la definizione di linee guida per l'avvio di pratiche di autoregolamentazione, con l'obiettivo di creare un contesto in cui tutti gli attori coinvolti vedano in qualche modo garantiti i propri interessi attraverso non delle semplici iniziative sporadiche ma un sistema di interventi organico, mediante il quale promuovere il mercato dei contenuti digitali.

A tale scopo occorre appunto definire linee guida per l'adozione di codici di condotta ed azioni per la diffusione dei contenuti digitali nell'era di Internet, volte a promuovere la diffusione in rete delle opere d'ingegno, anche attraverso la libera disponibilità di quelle già di pubblico dominio, a sviluppare campagne di comunicazione per coltivare la coscienza etico sociale dei consumatori ed informarli su un uso della rete rispettoso della normativa sul diritto d'autore e sui rischi derivanti dalla sua violazione. Sarà inoltre necessario dare trasparenza ai nuovi modelli di fruizione della cultura, favorire le iniziative volte alla produzione di nuovi contenuti digitali che consentano il pieno sfruttamento delle diverse piattaforme, promuovere la nascita di modelli di business sostenibili, incoraggiare l'adozione di sistemi di protezione aperti ed interoperabili e creare un osservatorio permanente per il monitoraggio dell'andamento del mercato, della diffusione di contenuti digitali e del fe-

nomeno della diffusione abusiva di materiale audiovisivo.

La Commissione ha inoltre ipotizzato un'ulteriore serie di possibili interventi normativi mediante i quali procedere alla revisione di alcuni aspetti delle disposizioni contenute nelle leggi n. 633/41 e n. 128/2004, in adesione ad espresse richieste emerse dalle audizioni stesse e condivise dai Componenti della Commissione.

Tali soluzioni si ispirano all'applicazione di due principi: il primo, per il quale Internet non può essere una zona franca (ciò che è proibito nel mondo reale deve essere vietato anche nel mondo virtuale); il secondo, per cui la norma deve essere sufficientemente flessibile in modo da non costituire un freno per lo sviluppo delle nuove tecnologie. L'indirizzo seguito nelle soluzioni è risultato di tenore analogo a proposte di modifiche legislative in discussione al Parlamento. In tali soluzioni, oltre a mantenere la sanzione penale grave (reclusione e multa) solo per chi immette in rete a "fine di lucro" contenuti digitali senza averne i diritti, si prevede anche la possibilità di estinguere il reato attraverso il pagamento di una somma di denaro (oblazione) nei casi in cui chi pone in essere la medesima condotta, ossia l'immissione in rete di contenuti protetti dal diritto d'autore, agisca in assenza del dolo specifico, rappresentato dal fine di lucro. Per tanto gli utenti della rete che, sfruttando la condivisione dei file, utilizzano contenuti digitali possono estinguere il reato mediante il pagamento di sanzioni pecuniarie.

Sarà inoltre auspicabile una collaborazione reciproca, secondo le rispettive competenze e secondo gli accordi già avviati, tra la Commissione Interministeriale sui contenuti digitali nell'era di Internet e la Commissione speciale per la revisione e l'aggiornamento della legge 633/1941 sul diritto d'autore con l'obiettivo di fornire un quadro normativo aggiornato e adeguato anche in funzione della continua innovazione ed in vista del recepimento della Direttiva 2004/48/CE del 29 aprile 2004 sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale.

La comunicazione e la sensibilizzazione rappresentano, inoltre, la leva fondamentale per lo sviluppo di una coscienza etico-sociale diffusa, essenziale per contrastare i comportamenti illeciti. La coscienza etico sociale degli italiani sul tema di pirateria è negli ultimi tre anni aumentata: in particolare oggi il 37,4% degli italiani ritiene che non ci sia nulla di male ad acquistare un CD piratato, mentre nel 2002 tale percentuale ammontava al 51,2%. Il dato è confortante se considerato come trend di sviluppo della coscienza sociale del Paese.

se. In altri Stati d'Europa la sensibilità dei singoli soggetti è significativamente superiore³⁰.

In Italia sta crescendo la percezione dell'illegalità degli scambi di contenuti non leciti attraverso il Peer-to-Peer: ad aprile 2004, il 55,4% di coloro che scaricano illegalmente file dalla rete si dicono consapevoli di compiere una pratica illegale, dato in crescita se riferito al 2003 in cui tale valore ammontava al 48%³¹.

Inoltre, sta diminuendo la propensione al download illegale di file: il 56% di coloro che abitualmente scaricano file dalla rete in futuro continueranno a farlo, nel 2003 i "recidivi" ammontavano al 67,5%. Con la diminuzione del download illegale di file, si sta diffondendo la conoscenza di azioni legali in corso contro chi scarica illegalmente file dalla rete, ad oggi pari – secondo la Federazione dell'Industria Musicale Italiana – al 24,2% degli italiani (circa 12 milioni)³². Pertanto è necessario avviare un'azione coordinata e di impatto mediatico significativo per sensibilizzare il nostro Paese.

Il fattore critico di successo per combattere la pirateria è lo sviluppo di campagne di comunicazione e di sensibilizzazione all'interno delle quali si rafforzano la coscienza etico sociale dei consumatori e si diffonda l'informazione sulla normativa vigente, sui danni che la pirateria può portare al sistema produttivo e sui benefici effetti che un sistema basato sullo scambio legale può generare sia per i consumatori che per le imprese.

Queste attività di comunicazione dovrebbero muoversi secondo le seguenti modalità di attuazione:

- comunicazione istituzionale (che persegue obiettivi di ampia diffusione), rafforzata da azioni mirate (ad esempio mediante l'istituzione della giornata contro la pirateria on line con l'intento di sviluppare coscienza sociale utilizzando dei mezzi di comunicazione molto vicini al one to one);
- campagne focalizzate su target specifici per rafforzare lo spirito etico in riferimento alle tematiche relative alla pirateria, ad esempio, imprese e/o PA;
- campagne di comunicazione e azioni di sensibilizzazione per lo sviluppo della coscienza etico-sociale a partire dalle scuole, introducendo ad esempio dei punti specifici nei programmi di educazione civica e/o organizzando degli eventi mirati, ad esempio con testimonial all'interno delle scuole.

Così strutturata la comunicazione porterebbe dei benefici su target differenti: i cittadini, le imprese e le pubbliche amministrazioni, i giovani.

Inoltre, dovrebbe esserci l'impegno, anche degli operatori di settore, a fornire una chiara comunicazione al fianco di quella sopra descritta di tipo istituzionale. I fornitori di connettività potrebbero sviluppare

una campagna di comunicazione preventiva, informativa ed educativa rivolta alla sensibilizzazione degli attuali abbonati e dei nuovi clienti; i titolari dei diritti potrebbero sviluppare azioni per la promozione del mercato legale on line attraverso l'applicazione di due principi: la trasparenza della comunicazione e l'orientamento al cliente, per soddisfarne le relative esigenze e lo studio, e la realizzazione di campagne pubblicitarie informative ed educative.

La Commissione, infine, ha raggiunto il convincimento che le Istituzioni debbano farsi promotrici di iniziative di ampia portata per lo sviluppo dei mercati dei contenuti digitali, che come precedentemente dimostrato (vedi figura 5, capitolo 3.1), pone l'Italia in una posizione più arretrata rispetto ad altri paesi nel contesto europeo e mondiale.

Una strada per "popolare la rete" e promuovere lo sviluppo del mercato dei contenuti digitali potrebbe essere quella della messa a disposizione di contenuti di pubblico dominio secondo due indirizzi:

- lo studio di modelli di partnership con università, enti di ricerca, operatori privati per la digitalizzazione di contenuti esistenti;
- la realizzazione di contenuti digitali ad elevata interattività individuati all'interno di una specifica branca del sapere, resi disponibili attraverso portali tematici³³, anche tenendo conto della possibilità di sfruttamento delle molteplicità di piattaforme esistenti.

Perché quindi la rete si "popoli" di contenuti è fondamentale:

- l'impegno degli operatori privati a immettere in rete, entro la fine dell'anno 2005, una rilevante quantità di contenuti e a favorire la nascita di ambienti telematici per l'offerta legale dei contenuti;
- l'impegno del settore pubblico ad immettere in rete contenuti digitali per la diffusione del sapere, in collaborazione con Università, enti di ricerca, scuole, biblioteche pubbliche e private, attraverso la digitalizzazione di opere già esistenti – di pubblico dominio o fruibili con licenza – oppure lo sviluppo di nuovi contenuti di interesse pubblico generale, anche identificando una possibile modalità di messa a disposizione a pagamento.

La Commissione ritiene, pertanto, che gli interventi sopra descritti potranno essere il punto di partenza per sciogliere il dilemma digitale concentrato sulla ricerca di un giusto equilibrio tra diffusione dei contenuti e tutela della proprietà intellettuale. L'obiettivo è quello di valorizzare gli effetti positivi della rivoluzione digitale in atto e, allo stesso tempo, di combattere gli abusi commessi in rete.

³³ Cfr. caso *Perseus* in appendice.



[ALLEGATI]

Allegato 1.

Elenco degli auditi e dei soggetti che hanno inviato dei contributi scritti

Soggetti auditi:

- Adiconsum
- AerantiCorallo
- AFI (Associazione Fonografici Italiani)
- AGISANEC (Associazione Generale Italiana Spettacolo Associazione Nazionale Esercente Cinema)
- AIE (Associazione Italiani Editori)
- AIIP (Associazione Italiana Internet Providers)
- Altroconsumo
- ANEE (Commissione Servizi e Contenuti Multimediali)
- ANICA
- Apple
- APT (Associazione Produttori Televisivi)
- ASMI (Associazione di categoria dei produttori di supporti magnetici)
- Associazione Software Libero
- Assoprovider
- Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
- Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
- Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali
- Booz Allen Hamilton
- BSA (Business Software Alliance)
- BuongiornoVitaminic
- Cinecittà Holding
- Dipartimento Informazione Editoria PCM
- Einstein Multimedia Group
- EITO
- FAPAV (Federazione AntiPirateria Audiovisiva)
- Fastweb
- Federcomin
- FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali)
- FIMI (Federazione Industria Musicale Italiana)
- FRT (Federazione Radio Televisioni)
- Guardia di Finanza
- H3G (Mobile Video Company)
- IBM
- IMAIE (Istituto per i diritti degli artisti interpreti esecutori)

- IWA (International Webmaster Association)
- Mediaset
- Megabeam
- Microsoft Italia
- Moving Picture Experts Group
- Philips Italia
- Polizia Postale e delle Comunicazioni
- RAI
- SIAE (Società Italiana degli Autori e degli Editori)
- SKY Italia
- SONY/AESVI (Associazione Editori Software Videoludico)
- SUGAR
- Telecom Italia
- Time Warner – AOL
- Tiscali
- UNC (Unione Nazionale Consumatori)
- UNIVIDEO
- Vodafone Italia
- Wind

Soggetti che hanno inviato contributi scritti

- SCF (Società Consortile Fonografici)
- COTEC (Fondazione per l'Innovazione Tecnologica)
- HIPATIA

³⁰ Fonte audizione FIMI, su analisi AC Nielsen.

³¹ Fonte audizione FIMI, su analisi AC Nielsen.

³² Fonte audizione FIMI, su analisi AC Nielsen.

Allegato 2. Normativa comunitaria e nazionale

Provvedimento Comunitario	Provvedimento Nazionale
Direttiva 91/250/CEE, relativa alla tutela giuridica dei programmi per elaboratore	D. Lgs. 29 Dicembre 1992, n. 518
Direttiva 92/100/CEE, concernente il diritto di noleggio, il diritto di prestito e taluni diritti connessi al diritto di autore in materia di proprietà intellettuale	D. Lgs. 16 Novembre 1994, n. 685
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	D. Lgs. 23 Ottobre 1996, n. 581
Direttiva 93/98/CEE, concernente l'armonizzazione della durata di protezione del diritto d'autore e di alcuni diritti connessi	Legge 6 Febbraio 1996, n. 52 (art. 17) D. Lgs. 26 Maggio 1997, n. 154
Direttiva 96/9, relativa alla tutela giuridica delle banche dati	Legge 24 Aprile 1998, n. 128 D. Lgs. 6 Maggio 1999, n. 169
Direttiva 98/84/CEE sulla tutela dei servizi ad accesso condizionato e dei servizi di accesso condizionato	D. Lgs. 15 Novembre 2000, n. 373, integrato con Legge 7 Febbraio 2003, n. 22
Direttiva 2000/31, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno	Legge 1 Marzo 2002, n. 39 (art. 31) D. Lgs. 9 Aprile 2003, n. 70

Provvedimento Comunitario	Provvedimento Nazionale
Direttiva 2001/29 sull'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione	D. Lgs. 9 Aprile 2003, n. 68
Direttiva 2001/84/CEE, relativa al diritto d'autore di un'opera d'arte sulle successive vendite dell'originale	
Regolamento CEE n. 1383 del 2003, relativo all'intervento dell'autorità doganale nei confronti di merci sospettate di violare taluni diritti di proprietà intellettuale e alle misure da adottare nei confronti di merci che violano tali diritti	
Direttiva 2002/38/CE che modifica temporaneamente la direttiva 77/388/CEE per quanto riguarda il regime di imposta sul valore aggiunto applicabile ai servizi radiodiffusione di televisione e a determinati servizi prestati tramite mezzi elettronici	D. Lgs. 1 Agosto 2003, n. 273
Direttiva 2002/58/CE, relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (Direttiva relativa alla vita privata e alle comunicazioni elettroniche)	D. Lgs. 30 Giugno 2003, n. 196
Direttiva 2004/48/CE sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale (IPR Enforcement)	

Allegato 3. Tavole sinottiche delle evidenze emerse dalle audizioni

Cluster di Auditi								tav. 1
Esperti di settore	Operatori di SW e device	Asociaz. SW	Operatori Telco	Editori Produttori di contenuti	Associazione di autori interpreti	Operatori cinema e TV	Istituzioni	
• Chiariglione • Pugliese	• Philips • IBM • Apple • Microsoft • Vitaminic	• BSA • Ass. SW Lib. • AESVI • IWA	• Wind • H3G • Tiscali • Vodafone • Telecom	• AIE • Sugar • FIEG	• IMAIE • SIAE	• AoL • Mediaset • RAI • SKY • Cinecittà	• Polizia delle Comunic. • Guardia di Finanza	
Tema rilevante: Trasferimento di contenuti digitali in via telematica: opportunità o rischio								
• Il trasferimento dei contenuti digitali in via telematica è un'opportunità in quanto stimolo alla digitalizzazione	• Il trasferimento dei contenuti digitali in via telematica è un'opportunità ma va regolamentata	• Le innumerevoli possibilità di accesso alle reti sono la maggiore opportunità per lo sfruttamento delle opere d'ingegno	• Il trasferimento dei contenuti digitali in via telematica è un'opportunità per la crescita del mercato • Vanno evitate pesanti sanzioni sugli utenti che rischiano di allontanare i cittadini dal mondo digitale • Non bisogna criminalizzare la condivisione in rete di file, in quanto è un'attività che partecipa allo sviluppo della cultura del paese	• Il trasferimento dei contenuti digitali è un'opportunità in funzione della corretta gestione dei diritti	• Il trasferimento di contenuti digitali in via telematica è un'opportunità, ma è necessaria una corretta gestione dei diritti	• Il P2P rappresenta una opportunità per la definizione di nuovi modelli di business non però nella sua versione illegale • Il P2P è un'opportunità ma "non deve diventare l'autostrada della pirateria", che deve essere punita • La possibilità di fruire in modo gratuito o similgratuito (flat fee) aumenta il desiderio di cinema: oggi un rischio, domani un'opportunità	• Il trasferimento dei contenuti digitali in via telematica è un'opportunità ma va regolamentata • P2P danneggia la criminalità organizzata riducendone le entrate	

Cluster di Auditi

tav. 2

Fed Radio, TV, Musica	Ass. di consumatori	Ass. Internet Provider	Operatori Telco	Operatori TV Format	Federazioni
• Aeranti Corallo • ANEC • Univideo • FIMI • FAPAV • EITO	• Adiconsumo • UNC	• AIPP • Assoprovider	• Fastweb	• Einstein multimedia Group	• Federcomin • ANEE
Tema rilevante: Trasferimento di contenuti digitali in via telematica: opportunità o rischio					
<ul style="list-style-type: none"> Nella messa a disposizione on-line di opere audiovisive resta assolutamente indispensabile che ogni passaggio venga fatto legalmente, rispettando non solo il diritto d'autore ma anche le norme più generali sull'audiovisivo tra le quali la tutela dei minori, gli standard qualitativi, la segmentazione temporale degli sfruttamenti consentiti: opportunità da regolamentare. Il P2P è stata la molla che ha fatto crescere Internet 	<ul style="list-style-type: none"> Non va impedito il libero scambio sulla rete, altrimenti ne viene meno il presupposto per lo sviluppo della rete stessa 	<ul style="list-style-type: none"> Il file sharing è un'opportunità per lo sviluppo delle nuove tecnologie 	<ul style="list-style-type: none"> Il file sharing in sé e per sé non va limitato in quanto la maggior parte delle attività è lecita 		<ul style="list-style-type: none"> Si deve evitare di "criminalizzare" l'attività di file sharing e la tecnologia peer to peer, in quanto fattori di sviluppo della larga banda

Cluster di Auditi

tav. 3

Esperti di settore	Operatori di SW e device	Asociaz. SW	Operatori Telco	Editori Produttori di contenuti	Associazione di autori interpreti	Operatori cinema e TV	Istituzioni
• Chiariglione • Pugliese	• Philips • IBM • Apple • Microsoft • Vitaminic	• BSA • Ass. SW Lib. • AESVI • IWA	• Wind • H3G • Tiscali • Vodafone • Telecom	• AIE • Sugar • FIEG	• IMAIE • SIAE	• AoL • Mediaset • RAI • SKY • Cinecittà	• Polizia delle Comunicazione • Guardia di Finanza

Tema rilevante: Controllo del trasferimento di contenuti digitali in via telematica e relativo enforcement

<ul style="list-style-type: none"> Incrementare il controllo, valutando gli obiettivi di sviluppo del paese L'intensità del controllo inversamente proporzionale alla robustezza dei sistemi di DRM È necessario trovare il giusto mix fra controllo e allargamento 	<ul style="list-style-type: none"> Maggiore attività di controllo attuata attraverso le forze dell'ordine e della magistratura Opportunità di introduzione di ulteriori collecting society per la gestione dei diritti in regime di concorrenza 	<ul style="list-style-type: none"> Il controllo dovrebbe escludere le opere che per loro natura non vogliono essere protette (software open source) Auspicabile un regime di concorrenza fra collecting society (come in USA) 	<ul style="list-style-type: none"> La responsabilità nel mondo delle comunicazioni elettroniche è del fornitore di contenuti che deve assicurare l'utilizzabilità degli stessi L'ISP non può avere la responsabilità di controllo dei reati che transitano sulla rete L'utente non va criminalizzato per eventi sporadici di scarsa entità, va punito seriamente solo chi utilizza la rete per fini commerciali illeciti 	<ul style="list-style-type: none"> Necessità di tutela del diritto d'autore e di una lotta attiva alla pirateria on line Controllo è di complessa attuazione su siti localizzati all'estero 	<ul style="list-style-type: none"> Necessità di stretto controllo per le opere d'ingegno 	<ul style="list-style-type: none"> Necessità di stretto controllo per le opere d'ingegno La proprietà intellettuale va tutelata attraverso un testo unico che sia una sistematizzazione delle norme esistenti Bisogna porre attenzione al fatto che ogni tentativo di limite normativo rischia di essere paradossalmente impopolare, inoltre ogni normativa perde in velocità contro la tecnologia 	<ul style="list-style-type: none"> Controllo attraverso la conservazione dei file di log (di autenticazione) presso l'ISP almeno per 6 mesi) Controllo reso molto complesso dalla sovranazionalità di Internet (difficoltà di raggiungere i responsabili) e dalle norme sulla privacy <p>Garante Privacy</p> <ul style="list-style-type: none"> Il controllo non deve avvenire sull'utente medio ma sugli heavy user Operazioni di sniffing sulla rete sono illegali a meno di un'autorizzazione dell'autorità giudiziaria <p>AGCM</p> <ul style="list-style-type: none"> Nonostante interventi del legislatore comunitario non esiste un codice comunitario sulla proprietà intellettuale <p>DPCM</p> <ul style="list-style-type: none"> Una politica eccessivamente repressiva rischia di favorire un'espansione incontrollata, quindi l'obiettivo della normativa è stato prevenire
--	---	---	---	---	---	---	---

*Tempo analogo a quello previsto per esigenze di fatturazione dal Codice di protezione dei dati personali

Cluster di Auditi

tav. 4

Fed Radio, TV, Musica	Ass. di consumatori	Ass. Internet Provider	Operatori Telco	Operatori TV Format	Federazioni
• Aeranti Corallo • ANEC • Univideo • FIMI • FAPAV • EITO		• AIPP • Assoprovider	• Fastweb • Tiscali	• Einstein multimedia Group	• Federcomin • ANEE
Tema rilevante: Controllo del trasferimento di contenuti digitali in via telematica e relativo enforcement					
<ul style="list-style-type: none"> È necessaria una posizione legale restrittiva al fine di tutelare i titolari dei diritti Se non correttamente impostata e regolamentata, la diffusione telematica del prodotto audiovisivo può costituire non solo un problema per la continuità e la competitività delle imprese dell'audiovisivo ma anche per interessi collettivi di più vasta portata quali la tenuta del sistema audiovisivo nel suo insieme e la tutela della produzione e distribuzione nazionale Necessità di un riassetto legislativo attraverso un testo unico in linea con la legislazione comunitaria ed internazionale 		<ul style="list-style-type: none"> Bisogna considerare che una politica restrittiva a tutela del copyright penalizzerebbe lo sviluppo della larga banda in Italia e di provider A favore della azione dell'ISP su segnalazione dell'autorità giudiziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Gli operatori non possono essere dei "poliziotti della rete" ma l'attività dell'ISP deve essere successiva alla richiesta di controllo dell'autorità giudiziaria L'obbligo di cooperazione con l'autorità giudiziaria deve essere ragionevole e circostanziato 		<ul style="list-style-type: none"> Convinzione della necessità di contrastare ogni abuso e fatto illecito a danno della proprietà intellettuale e dei contenuti on line ed off line Il controllo dovrebbe portare alla costituzione di misure antiaccesso e anticopiaggio e sanzionino le condotte di aggiramento, dall'altro ne consentano quegli utilizzi legittimi ai fini educativi e di informazione che vanno sotto il nome di "fair use". Favorire lo sviluppo di società e di agenzie di gestione collettiva dei diritti ("collecting societies") che si occupino specificamente di svolgere funzioni di intermediazione nei confronti dei soggetti che devono concedere le autorizzazioni all'uso multimediale, attraverso una gestione collettiva dei diritti per i diversi repertori (testi, musiche, immagini, filmati)

Cluster di Auditi

tav. 5

Esperti di settore	Operatori di SW e device	Asociaz. SW	Operatori Telco	Editori Produttori di contenuti	Associazione di autori interpreti	Operatori cinema e TV	Istituzioni
• Chiariglione • Pugliese	• Philips • IBM • Apple • Microsoft • Vitaminic	• BSA • Ass. SW Lib. • AESVI • IWA	• Wind • H3G • Tiscali • Vodafone • Telecom	• AIE • Sugar • FIEG	• IMAIE • SIAE	• AoL • Mediaset • RAI • SKY • Cinecittà	• Polizia delle Comunic. • Guardia di Finanza

Tema rilevante: Verifica della normativa vigente a tutela del diritto d'autore

<ul style="list-style-type: none"> Il nuovo contesto tecnico di produzione, distribuzione e fruizione richiede non un semplice adattamento della normativa esistente ma un profondo ripensamento, da sviluppare a livello internazionale La legislazione italiana è molto aggressiva nonostante lo scarso peso del settore di contenuti da tutelare, la minor penetrazione della larga banda ed un maggior digital divide vs altri paesi UE e USA 	<ul style="list-style-type: none"> Inadeguatezza della normativa esistente in particolare in riferimento al bollo virtuale Inadeguatezza della normativa sul tema di calcolo equo compenso (su dispositivi multifunzionali e vs sistemi DRM) L'attuale modalità con cui si quantifica il risarcimento del danno è inadeguata (reasonable royalty è il prezzo di mercato del bene) 	<ul style="list-style-type: none"> Le modalità con cui la norma sulla tutela del diritto d'autore è stata emessa sono incompatibili con l'obiettivo di sviluppo del mercato digitale Necessità di revisione della norma in riferimento al bollo virtuale 	<ul style="list-style-type: none"> La normativa sulla tutela del diritto d'autore deve essere rivista in ottica pan europea, in modo da non essere penalizzante vs l'Europa La normativa dovrebbe colpire l'uso commerciale ma tutelare l'uso privato Come operatori di telco che trasportano informazioni sulla rete la legge Urbani ci lascia un po' perplessi in quanto noi non sappiamo cosa transita sulla nostra rete* 	<ul style="list-style-type: none"> L'impianto complessivo della normativa italiana sul diritto d'autore è soddisfacente Il giudizio sulla normativa esistente è in generale positivo 	<ul style="list-style-type: none"> Giudizio positivo espresso sulla normativa attualmente vigente (l. 128/2004) L'Italia possiede una delle migliori legislazioni in materia di diritto d'autore 	<ul style="list-style-type: none"> Giudizio tendenzialmente positivo sulla lex 128/2004, tuttavia emerge il problema del groviglio normativo creatosi a seguito di un lungo stratificazione delle normative anche vs un contesto internazionale 	<ul style="list-style-type: none"> In Italia ad oggi si può contare su leggi contro la pirateria più avanzate d'Europa, tuttavia emerge la necessità di una normativa di carattere secondario che selezioni le informazioni e delinea i poteri di raccordo con il Dipartimento della Pubblica sicurezza del MI <p>AGCOM</p> <ul style="list-style-type: none"> Non è necessaria una normativa ex ante, mentre è più rapida ed efficace la id controversie su input del mercato (operatori telco)
---	--	--	---	--	--	--	---

Cluster di Auditi						tav. 6
Fed Radio, TV, Musica	Ass. di consumatori	Ass. Internet Provider	Operatori Telco	Operatori TV Format	Federazioni	
• Aeranti Corallo • ANEC • FIMI • APT • FAPAV		• AIIP • Assoprovider	• Wind • H3G • Tiscali • Vodafone • Telecom	• Einstein multimedia Group	• Federcomin • ANEE	
Tema rilevante: Verifica della normativa vigente a tutela del diritto d'autore						
<ul style="list-style-type: none"> Dall'approvazione del DL Urbani si è riscontrata una drastica riduzione del file sharing illegale Necessità di una normativa che tuteli i produttori di format contro il potere dei broadcaster nella cessione dei diritti 		<ul style="list-style-type: none"> La legge vigente di fatto oggi presenta solo 3 criticità: bollino virtuale, "imposte" sui sistemi di masterizzazione, termine "trarne profitto" 			<ul style="list-style-type: none"> La normativa che regola il diritto d'Autore va armonizzata a livello europeo La normativa sul diritto d'autore sul software dovrebbe essere armonizzata a quella delle private industriali (marchi e brevetti) Espressione "per trarne profitto" (L128/2004) desta preoccupazione in quanto le sanzioni penali potrebbero essere applicate anche all'uso personale L'ISP non può essere civilmente responsabile qualora avendo ricevuto segnalazione di un presunto reato non provveda ad informare l'autorità competente, ma l'ISP potrebbe, sponte sua, informare il cliente della segnalazione ricevuta Eliminazione del prelievo a favore della SIAE (DI 68 - 9/4/03) di una parte del prezzo di supporti apparati e software di masterizzazione Eliminazione dell'obbligo, per l'immissione in un sistema di reti telematiche di un'opera dell'ingegno, di fornire un idoneo avviso sull'avenuto assolvimento degli obblighi derivanti dalla normativa sul diritto d'autore e sui diritti connessi (art. 1 - L. 128/04). 	

Cluster di Auditi								tav. 7
Esperti di settore	Operatori di SW e device	Asociaz. SW	Operatori Telco	Editori Produttori di contenuti	Associazione di autori interpreti	Operatori cinema e TV	Istituzioni	
• Chiariglione • Pugliese	• Philips • IBM • Apple • Microsoft • Vitaminic	• BSA • Ass. SW Lib. • AESVI • IWA	• Wind • H3G • Tiscali • Vodafone • Telecom	• AIE • Sugar • FIEG	• IMAIE • SIAE	• AoI • Mediaset • RAI • SKY • Cinecittà	• Polizia delle Comunicazioni • Guardia di Finanza	
Tema rilevante: Modalità di regolamentazione del mercato dei contenuti digitali								
<ul style="list-style-type: none"> Principio di interoperabilità tecnologica molto rilevante Lo standard per essere efficace deve aggregare spontaneamente gli attori economici e non deve essere imposto per legge Va salvaguardata la possibilità di scelta della modalità di fruizione 	<ul style="list-style-type: none"> DRM aperti ed interoperabili, in modo da non porre una barriera alla circolazione delle merci per evitare frustrazioni al mercato nazionale La norma dovrebbe premiare gli investimenti in tecnologia per la realizzazione di DRM aperti ed interoperabili L'equo compenso per copia privata deve essere residuale e tener conto delle tecnologie DRM applicate Ripensamento della normativa italiana in quanto esiste una moltiplicazione del pagamento per equo compenso Organismo sovranazionale per definire gli standard 	<ul style="list-style-type: none"> I sistemi di DRM, aperti ed interoperabili, potrebbero portare ad un ricalcolo dell'equo compenso (che dovrebbe essere residuale) Ripensamento del bollino virtuale in quanto fattore discriminante i produttori italiani verso quelli internazionali Norme più restrittive sul riconoscimento del danno che rafforzino la presunzione della prova Sostituire il trarne profitto con il fine di lucro 	<ul style="list-style-type: none"> DRM interoperabili e semplici anche lato consumer La responsabilità di diritti di proprietà è in capo a chi viola i diritti Il principio di "esclusività" nella cessione dei diritti sui contenuti digitali dovrebbe essere eliminato Eliminare il prelievo di 0,36 € per gigabyte su memorie digitali L'ISP non può farsi carico della responsabilità del N&TD Dovrebbe essere l'autorità che richiede il sito di oscurare il sito Principio "mere conduit" dell'ISP 	<ul style="list-style-type: none"> Introduzione del notice & take down per l'ISP, su segnalazione di associazioni aventi diritto Necessità di uno standard di metadato dei contenuti non sancito per legge ma su base volontaria (ad es. il DOI) Rivedere l'art 65 l. 633/41 (in cui "liberamente" possono essere riprodotti o diffusi gli articoli di giornale) in ottica maggiormente restrittiva, riconoscendo al titolare dell'opera collettiva (l'editore) un adeguato compenso 	<ul style="list-style-type: none"> Da "idoneo avviso" a "dichiarazione responsabile" da parte del titolare del sito sull'home page Notice & take down da parte dell'ISP 	<ul style="list-style-type: none"> DRM aperti ed interoperabili Stimolo a standard di identificazione e di catalogazione Notice & take down da parte dell'ISP con disponibilità alla partecipazione ai costi sostenuti dall'operatore Notice & Take down è essenziale per garantire la rapidità di intervento Rivisitazione dell'estensione ai masterizzatori e ai software di masterizzazione il prelievo già fissato per i supporti di registrazione È necessario far evolvere il concetto di finestre temporali in conseguenza dell'introduzione dell'on line. L'online può essere un canale: <ul style="list-style-type: none"> - in fase di test per prodotti poco noti - fra theatrical e home video - fra Video On Demand, Pay per view e pay TV - riutilizzo dei contenuti come library Le "finestre temporali" dovrebbero tutelare anche le emittenti tradizionali non a pagamento 	<ul style="list-style-type: none"> Contromisure tecnologiche sono l'unica soluzione, anche se purtroppo hanno durata limitata Il bollino elettronico può essere uno strumento efficace per la sua funzione informativa 	<ul style="list-style-type: none"> Garante Privacy <ul style="list-style-type: none"> • L'ISP non può monitorare nulla, può solo agire sull'input dell'autorità preposta AGCOM <ul style="list-style-type: none"> • Garantire l'accesso a reti e piattaforme a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie

Cluster di Auditi					tav. 8
Fed Radio, TV, Musica	Ass. di consumatori	Ass. Internet Provider	Operatori Telco	Federazioni	
• Aeranti Corallo • ANEC • ASMI • EITO • FIMI • APT • FAPAV • AFI	• Adiconsumo e UNC • Altroconsumo	• AIP • Assoprovider	• Wind • H3G • Tiscali • Fastweb • Vodafone • Telecom	• Federcomin • ANEE	
Tema rilevante: Modalità di regolamentazione del mercato dei contenuti digitali					
<ul style="list-style-type: none"> • Il bollino virtuale è assolutamente deleterio, non in grado di opporre efficace contrasto alla pirateria • Mantenere il fine di profitto (il fine di lucro è difficilmente dimostrabile) e prevedere una multa per chi fa file sharing • Mantenere la dizione fine di lucro • Sviluppare sistemi di DRM in base a scelte autonome (come da direttiva copyright 2001/129) • Sviluppare sistemi di DRM che abbiano come requisiti: la facilità d'uso, l'interoperabilità, la trasparenza e che siano basati su standard aperti • Si auspica il reperimento delle Direttiva 2000/31 in cui il prestatore non è responsabile se agisce immediatamente per rimuovere le informazioni o per disabilitare l'accesso (senza intervento dell'autorità giudiziaria) • Art 65 LDA: azione immediata dell'ISP e non successiva al provvedimento dell'autorità giudiziaria • Accordo fra content provider e ISP per controllo P2P • Eliminazione dell'equo compenso sui supporti • L'AFI è favorevole all'equo compenso sui supporti di memorizzazione digitale e sui masterizzatori (mercato drasticamente in calo fra 2003 e 2004) • In EU a 25 paesi più di 10 non applicano LEVI, inoltre la tendenza è di introdurre LEVI in % (FIMI) • Il N&TD deve essere il frutto di una autoregolamentazione del mercato con azione immediata dell'ISP senza notifica dell'autorità • Finestre temporali: debbono essere regolamentate a tutela del ruolo determinante del cinema (ANEC) 	<ul style="list-style-type: none"> • Eliminare la dizione di "trame profitto", il "bollino virtuale", l'equo compenso sui masterizzatori, le sanzioni penali • Promuovere DRM aperti, interoperabili, non obbligatori che sostituiscano l'equo compenso • Definizione delle caratteristiche della connessione perché sia definibile come LARGA BANDA • Prelevare una quota del canone per la connessione da destinare al diritto d'autore 	<ul style="list-style-type: none"> • Il bollino virtuale dovrebbe essere sostituito da sistemi di DRM interoperabili • Il "trame profitto" amplia enormemente lo scope di applicazione della norma • Il software di masterizzazione di fatto è utilizzato per molteplici fini, di conseguenza la LEVI è impropria • Notice & Take down in cui i titolari dei diritti notificano all'ISP, l'ISP avvisa il cliente con una nota informativa sulla legislazione (principio sancito da un accordo fra le parti) 	<ul style="list-style-type: none"> • Va sottolineata l'opportunità di tornare alla formulazione "fine di lucro" • Va tutelato il diritto di copia privata e l'uso personale dei contenuti protetti • La piattaforma DRM è un sistema molto costoso che rischierebbe di "inchiodare la rete", il suo impatto sui profitti del business sarebbe elevatissimo soprattutto per operatori con poco massa critica • Art 79 LDA da ripensare in quanto le emittenti ritengono di avere pieno diritto alla ritrasmissione del segnale contenente le proprie fissazioni /emissioni su qualsiasi piattaforma • Responsabilità del gestore in via preventiva di proteggere i diritti detenuti, con strumenti HD e SW • Rispetto di servizio universale dei soggetti pubblici, anche con messa a disposizione gratuita dei contenuti – must offer • Divieto di hold back rights) • Concessione anche agli operatori mobili del diritto di trasmissione in real time • Rimodulazione delle finestre temporali di distribuzione dei film in digitale • Occorre assicurare la disponibilità di contenuti audiovisivi attraenti sulle piattaforme emergenti nel rispetto del principio della neutralità tecnologica 	<ul style="list-style-type: none"> • Il bollino virtuale è un notevole freno allo sviluppo di Internet • I compensi per copia privata sono in contrasto con norme comunitarie¹) • Il DRM è un fattore di stimolo del mercato perché tutela i diritti intellettuali, abilita diversi modelli di pagamento, consente di stabilire diversi livelli di prezzo per tipo di consumo e va regolamentato • Gli standard devono essere aperti ed interoperabili • Contrarietà al notice & take down • Definizione di requisiti di portabilità dei contenuti: rinunciando al supporto fisico, il prodotto digitale diventa appetibile quando lo si può utilizzare in qualsiasi momento ed in qualsiasi luogo. Deve essere quindi accessibile e fruibile attraverso i diversi devices disponibili sul mercato. 	

¹La norma comunitaria citata in materia di copyright è 29/2001/CE

Cluster di Auditi								tav. 9
Esperti di settore	Operatori di SW e device	Asociaz. SW	Operatori Telco	Editori Produttori di contenuti	Associazione di autori interpreti	Operatori cinema e TV	Istituzioni	
• Chiariglione • Pugliese	• Philips • IBM • Apple • Microsoft • Vitaminic	• BSA • Ass. SW Lib. • AESVI • IWA	• Wind • H3G • Tiscali • Vodafone • Telecom	• AIE • Sugar • FIEG	• IMAIE • SIAE	• AoL • Mediaset • RAI • SKY • Cinecittà	• Polizia delle Comunic. • Guardia di Finanza	
Tema rilevante: Importanza della comunicazione sui consumatori								
<ul style="list-style-type: none"> • Rafforzare la percezione/comunicazione dell'illegalità della pirateria 	<ul style="list-style-type: none"> • Rafforzare la consapevolezza etico-sociale dei consumatori 	<ul style="list-style-type: none"> • Rafforzare la consapevolezza nel pubblico 	<ul style="list-style-type: none"> • Importanza di un'azione di sensibilizzazione sull'utente anche da parte dell'ISP • È molto difficile sviluppare la coscienza etico sociale che aiuti a combattere la pirateria • È necessaria un'attività di sensibilizzazione degli utenti sui rischi che corrono nello scambio illegale di file, anche per spingere gli utenti a fruire di contenuti sicuri e garantiti 	<ul style="list-style-type: none"> • Attenzione: ad oggi alcune campagne di comunicazione di alcuni operatori potrebbero incoraggiare dei comportamenti illeciti (ad es. "Scarichi alla velocità della luce") • Importanza di informazioni obbligatorie nei contratti tra ISP e cliente, all'interno delle quali prevedere le azioni dell'ISP verso comportamenti illeciti 		<ul style="list-style-type: none"> • Solo un'educazione corretta è capace di sostenere un impianto normativo a tutela del diritto d'autore • Il "must offer" è una "bestialità giuridica" in quanto : <ul style="list-style-type: none"> - non prevista nella normativa in cui si parla di must carry (focus sull'umbandling delle reti) - è un principio che rischia di scardinare i modelli di revenues tradizionali media (es. quello di Mediaset basato sui dati Auditel) 	<ul style="list-style-type: none"> • Attività repressiva non basta è necessaria l'attività informativa/educativa 	

Cluster di Auditi					tav. 10
Fed Radio, TV, Musica	Ass. di consumatori	Ass. Internet Provider	Operatori: TV Format	Federazioni	
• Aeranti Corallo • ANEC • AFI • FIMI • APT • FAPAV • IWA	• Adiconsumo e UNC	• AIIP • Assoprovider	• Einstain multimedia Group	• Federcomin • ANEE	
Tema rilevante: Importanza della comunicazione sui consumatori					
<ul style="list-style-type: none"> • Campagne di comunicazione/education sull'uso consapevole delle nuove tecnologie (es. nelle imprese) • Campagne di sensibilizzazione sulla tutela del prodotto creativo • Necessità di rafforzare la coscienza della legalità (ad es. partendo dalle scuole) • La battaglia contro il dilagare dell'online music piracy non è una battaglia che si può pensare di vincere soltanto sul piano legale ma è più che altro una battaglia di tipo culturale • Sono necessarie campagne di informazione sulla possibilità di fruire di contenuti a pagamento in rete nonché di informare chiaramente sulle sanzioni previste per chi abusivamente riproduce gli stessi a scopo di lucro sempre senza criminalizzare il peer to peer • È necessario ricreare la coscienza della legalità prima ancora di reprimere le violazioni del diritto d'autore 	<p>È necessaria una comunicazione puntuale del provider vs i consumatori che definisca.</p> <ul style="list-style-type: none"> - contenuti realmente fruibili (non potenzialmente) fruibili con quella tipologia di connessione - la connessione necessaria per fruire delle diverse tipologie di contenuti - la velocità minima garantita - in modo da garantire al consumatore la facoltà di recesso dal contratto per inadempimento del provider e la facoltà di confrontare le diverse offerte commerciali su basi omogenee 	<ul style="list-style-type: none"> • Attività di informazione veicolata dall'ISP sulla normativa 			

Cluster di Auditi					tav. 12
Fed Radio, TV, Musica	Ass. di consumatori/Provider	Ass. Internet	Operatori: TV Format	Federazioni	
• Aeranti Corallo • ANEC • Univideo • EITO • FIMI • APT • FAPAV • AFI	• Adiconsumo e UNC	• AIIP • Assoprovider	• Einstain multimedia Group	• Federcomin • ANEE	
Tema rilevante: Impatto del prezzo retail dei prodotti legali sulla pirateria					
<ul style="list-style-type: none"> • Il prezzo dei DVD troppo elevato spinge al "cattivo consumo": sarebbero opportune delle promozioni sui prezzi • Resta tutto da dimostrare il postulato secondo il quale la disponibilità di contenuti a basso costo o addirittura a titolo gratuito in rete possa ottenere un benefico impatto sugli attori della catena del valore • La riduzione dell'IVA è una possibile leva per la riduzione dei prezzi da avallare in sede comunitaria • Sul P2P c'è un problema di pirateria, che però si può risolvere attraverso lo sviluppo di offerta legale a prezzi bassi 	<ul style="list-style-type: none"> • I prezzi per accedere alle opere artistiche (cd musicali, DVD musicali e cinematografici, cinema, teatro, Pay tv e concerti dal vivo) sono elevatissimi ed in Italia fra i più alti d'Europa, è questa una delle principali cause del diffondersi della pirateria. Se non si emanano norme idonee a favorire la diffusione di materiale protetto dal diritto d'autore a prezzi calmierati, riducendo per esempio l'I.V.A., si ottiene esclusivamente di favorire gli interessi dei distributori che possono continuare a pretendere prezzi elevati a scapito della collettività 		<ul style="list-style-type: none"> • Il consumatore (in particolare i giovanissimi/giovani) sono disposti a pagare per i contenuti (es. suonerie) qualora ci sia dietro un brand forte (es i sistemi di DRM sulle suonerie agevolano la profittabilità del mercato) 	<ul style="list-style-type: none"> • Le politiche di prezzo devono essere contenute e diversificate, tenendo conto della differenza tra transazioni che permettano di remunerare nuovi modelli di download quali il pay per click, pay per view, pay per stream, pay per byte, ecc.. • Contrarietà a nuove imposte sui servizi di telecomunicazioni 	

Cluster di Auditi								tav. 11
Esperti di settore	Operatori di SW e device	Asociaz. SW	Operatori Telco	Editori Produttori di contenuti	Associazione di autori interpreti	Operatori cinema e TV	Istituzioni	
• Chiariglione • Pugliese	• Philips • IBM • Apple • Microsoft • Vitaminic	• BSA • Ass. SW Lib. • AESVI • IWA	• Wind • H3G • Tiscali • Vodafone • Telecom	• AIE • Sugar • FIEG	• IMAIE • SIAE	• AoL • Mediaset • RAI • SKY • Cinecittà	• Polizia delle Comunic. • Guardia di Finanza	
Tema rilevante: Impatto del prezzo retail dei prodotti legali sulla pirateria								
<ul style="list-style-type: none"> • Il prezzo basso è un deterrente alla pirateria 	<ul style="list-style-type: none"> • Il prezzo basso e competitivo e la facilità di accesso al contenuto è un deterrente 		<ul style="list-style-type: none"> • È molto complesso stimolare un aumento della propensione a pagare degli utenti della rete, strategia possibile solo offrendo servizi a valore aggiunto effettivamente apprezzati • L'offerta deve essere completa a prezzi accessibili • Una delle ragioni della pirateria sono i prezzi • Per sensibilizzare sempre di più gli utenti è necessario un accordo fra content provider e operatori telco per fornire a prezzi accessibili i contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> • Una modalità per gestire il P2P potrebbe essere quello di richiedere una flat fee annua di pagamento per l'accesso al sistema da ridistribuire poi agli aventi diritto 		<ul style="list-style-type: none"> • In ogni caso il prezzo non è un deterrente ma disponibilità ad introdurre un regime di prezzi più concorrenziali • Il prezzo competitivo è un potenziale deterrente quando unito anche alla qualità del prodotto 	<ul style="list-style-type: none"> • Il prezzo basso è un deterrente alla pirateria 	

Cluster di Auditi							tav. 13
Esperti di settore	Operatori di SW e device	Asociaz. SW	Operatori Telco	Editori Produttori di contenuti	Associazione di autori interpreti	Operatori cinema e TV	Istituzioni
• Chiariglione • Pugliese	• Philips • IBM • Apple • Microsoft • Vitaminic	• BSA • Ass. SW Lib. • AESVI • IWA	• Wind • H3G • Tiscali • Vodafone • Telecom	• AIE • Sugar • FIEG	• IMAIE • SIAE	• AoL • Mediaset • RAI • SKY • Cinecittà	• Polizia delle Comunic. • Guardia di Finanza
Tema rilevante: Politiche per l'attivazione del mercato dei contenuti digitali							
<ul style="list-style-type: none"> • Adozione di standard di riferimento per la PA, per aggregare la domanda • Spinta alla condivisione di contenuti in multicanalità • Nuove forme contrattuali: dall'acquisto al noleggio • Lato domanda: sussidi per l'acquisto di terminali (telefonia fissa/mobile); sovvenzioni per selezionate tipologie di utenti (PMI) e di contenuti (es. pubblici); fiscalità agevolata • Lato offerta: supporto all'R&D, alla formazione, all'imprenditorialità con capitale di ventura • Programmi per supportare l'education • Nuovi modelli di revenue sharing equi distribuiti fra gli attori della catena 	<ul style="list-style-type: none"> • Estendere l'incentivo per la trasmissione o ricezione in larga banda anche per i terminali mobili nella prossima finanziaria • Identificare dei modelli di revenue sharing fra i player della catena • Gli operatori incontrano grande difficoltà ad accedere a contenuti di valore in tempi brevi: rivedere le finestre temporali di distribuzione dei film • Riorganizzazione sistematica del settore¹ • Pratiche di autoregolamentazione² • Promuovere piattaforme di acquisto alternative 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivare lo sviluppo di hub di contenuti • Rivedere la gestione dei diritti sul patrimonio culturale italiano • Ad oggi gli incentivi sono stati erogati solo per creare domanda (Incentivi a decoder o set top box) per attivare il mercato è necessario prevedere dei sostegni ai soggetti qualificati nella produzione dei contenuti (ad es. editori di giornali) • Opzione di billing telefonico • Tavolo di lavoro permanente fra gli operatori per monitorare lo sviluppo del mercato 	<ul style="list-style-type: none"> • È necessaria la collaborazione fra chi offre i contenuti ed i settori hi-tech delle comunicazioni e dell'information technology • Incentivi per la produzione di contenuti digitali vincolati a requisiti specifici: interattività, fruizione su larga banda 	<p>AGCM</p> <ul style="list-style-type: none"> • i titolari di diritti dovrebbero avere la possibilità di scegliere a quale soggetto affidare la tutela, quindi scegliere la società di raccolta dei diritti cui dare in licenza lo sfruttamento dei propri diritti • gli utilizzatori dovrebbero avere la possibilità di scegliere la piattaforma relativa al one stop shopping quando acquisiscono le licenze riguardanti diritti per operazioni transnazionali <p>DPCM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prima della fine dell'anno Palazzo Chigi lancerà una campagna permanente contro la pirateria, per sviluppare una sensibilità nel pubblico che oggi si ritiene assente 	<p>AGCM</p> <ul style="list-style-type: none"> • i titolari di diritti dovrebbero avere la possibilità di scegliere a quale soggetto affidare la tutela, quindi scegliere la società di raccolta dei diritti cui dare in licenza lo sfruttamento dei propri diritti • gli utilizzatori dovrebbero avere la possibilità di scegliere la piattaforma relativa al one stop shopping quando acquisiscono le licenze riguardanti diritti per operazioni transnazionali <p>DPCM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prima della fine dell'anno Palazzo Chigi lancerà una campagna permanente contro la pirateria, per sviluppare una sensibilità nel pubblico che oggi si ritiene assente 		

¹Attraverso il coordinamento del Codice di Comunicazioni Elettroniche, del TU della Televisione e del Codice del Diritto d'Autore

²Per agevolare lo sviluppo dei servizi tutelando i consumatori es. Codice di condotta per l'offerta di servizi a sovrapprezzo

Cluster di Auditi					tav. 14
Fed Radio, TV, Musica	Ass. di consumatori	Ass. Internet Provider	Operatori: TV Format	Federazioni	
• Aeranti Corallo • ANEC • AFI • FIMI • APT • FAPAV • IWA	• Adiconsumo e UNC	• AIMP • Assoprovider	• Einstein multimedia Group	• Federcomin • ANEE	
Tema rilevante: Trasferimento di contenuti digitali in via telematica: opportunità o rischio					
<ul style="list-style-type: none"> • Necessità di: contributi specifici destinati agli operatori di rete e contributi per la realizzazione di contenuti informativi per le emittenti televisive locali • Spostare il focus delle politiche di incentivazione dai contenitori ai contenuti (incentivi sulla digitalizzazione del repertorio e focus sul repertorio italiano) • Incentivi fiscali (riduzione dell'IVA : sulla musica è al 20% nei negozi, al 4% nelle edicole) • Definizione di una quota fissa di produzione che deve essere realizzata sul digitale terrestre da parte di produttori indipendenti (con stretta definizione di produttori indipendenti) • A tal fine AFI sostiene la necessità di cooperare con le tecnologie purchè lo sviluppo di nuovi business models sia conforme alle esigenze del settore musicale ed il rapporto con le tecnologie sia basato sul rispetto dei reciproci diritti e interessi • È necessario sostenere l'istituzione di un "Bureau della musica italiana" con incarico di promuovere la musica italiana all'estero • Incentivi di tipo fiscale per lo sviluppo del mercato • Sviluppare la possibilità di fruire di contenuti a pagamento in rete • Definizione di un fondo una tantum (stanziati da MBAC e MIT) per la digitalizzazione delle sale cinematografiche (ANEC) 	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivi fiscali erogati solo per chi opera in larga banda • Sviluppo dell'offerta legale come alternativa al P2P 	<ul style="list-style-type: none"> • Necessità di identificare dei modelli di revenue sharing equilibrati fra gli attori della catena del valore 	<ul style="list-style-type: none"> • Necessità di identificare dei sistemi di pagamento idonei e sicuri: diffusioni delle microtransazioni, sicurezza nei pagamenti e massima interoperabilità tra i diversi standard tecnologici • Favorire l'accesso libero ad alcuni contenuti che facciano poi da volano all'abilitazione all'accesso a pagamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Necessità di identificare dei sistemi di pagamento idonei e sicuri: diffusioni delle microtransazioni, sicurezza nei pagamenti e massima interoperabilità tra i diversi standard tecnologici • Favorire l'accesso libero ad alcuni contenuti che facciano poi da volano all'abilitazione all'accesso a pagamento 	

Allegato 4.

Linee guida per l'adozione di codici di condotta ed azioni per la diffusione dei contenuti digitali nell'era di Internet

- Riconosciuto il diritto di ciascuno di prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità, di godere delle arti e di partecipare al progresso scientifico ed ai suoi benefici, nonché il diritto, in capo all'autore ed ai realizzatori, alla protezione degli interessi morali e materiali derivanti da ogni produzione scientifica, letteraria e artistica come sancito anche dall'art. 27 della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo;
- Considerato che lo sviluppo delle reti di comunicazione e delle nuove tecnologie ad esse correlate è interesse primario per il Paese anche come fattore critico di successo per la diffusione della creazione artistica e culturale per i cittadini e le imprese;
- Rilevata la necessità di cogliere a pieno le opportunità, derivanti dalla rete Internet e dalle nuove tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni, per la diffusione dei contenuti digitali nel rispetto della legislazione di settore e degli interessi dei soggetti coinvolti;
- Considerata la necessità per l'industria culturale per i fornitori di connettività, per i fornitori di tecnologie hardware e software e per i gestori dei canali distributivi, tradizionali ed innovativi, di adeguarsi rapidamente ai cambiamenti tecnologici legati allo sviluppo di Internet e di essere, al contempo, parte attiva nel processo di innovazione tecnologica in atto;
- Ritenuta la necessità di incoraggiare azioni di sensibilizzazione, prevenzione e dissuasione perché non vengano poste in atto condotte contrarie alla legge;
- Ritenuta la necessità di favorire attraverso specifiche azioni la crescita di un mercato culturale competitivo ed efficiente;

Tutto ciò premesso, i firmatari del presente documento individuano le seguenti linee guida per l'adozione di Codici di Condotta da parte dei titolari dei diritti, fornitori di connettività, società di produzione audiovisiva e gestori di piattaforme di distribuzione, nonché le azioni per la diffusione dei contenuti digitali nell'era di Internet:

A) Linee guida

1. Promuovere sul piano sociale ed economico la disponibilità di contenuti digitali che consentano di diffondere la cultura e la conoscenza del nostro Paese, incentivando la nascita di "ambienti sicuri" per la fruizione e lo scambio dei contenuti digitali;
2. Favorire la trasparenza dei prezzi, l'ampia diffusione e la competitività dell'offerta, nonché nuovi modelli di fruizione;
3. Favorire lo sviluppo e l'adozione di sistemi di Digital Rights Management, adoperandosi per la promozione e lo sviluppo di tali sistemi anche a livello internazionale, nel rispetto dei principi di interoperabilità, di neutralità tecnologica e di semplicità di fruizione dei contenuti da parte degli utenti finali;
4. Favorire la nascita e l'utilizzo di sistemi di pagamento ad ampia diffusione e di agevole fruizione da parte del cliente finale;

5. Promuovere la disponibilità e l'utilizzo di contenuti digitali in pubblico dominio per incoraggiare la diffusione e lo sviluppo della cultura italiana;
6. Favorire la nascita e lo sviluppo competitivo di modelli di business sostenibili e remunerativi per tutti gli attori lungo la catena del valore, per una crescita del mercato dei contenuti;

Per i Fornitori di connettività

7. In coerenza con le azioni previste al punto 3 della lettera B), attivare campagne di comunicazione informative ed educative rivolte alla sensibilizzazione degli attuali utilizzatori e nuovi clienti;
8. Adottare, in base a quanto previsto dal d. lgs. 70/2003, tutte le iniziative volte a contrastare la diffusione telematica abusiva di materiale illecito per la creazione di un ambiente digitale sicuro;
9. Definire con i clienti finali contratti trasparenti e tra loro comparabili fra tutti gli operatori di settore;
10. Definire clausole di risoluzione o sospensione del contratto la cui applicazione è subordinata all'accertata violazione del diritto d'autore;

Per i Titolari dei diritti

11. Incrementare in modo significativo la quantità e la qualità dei contenuti digitali immessi in rete allo scopo di sviluppare il mercato on line;

Per le Società di produzione audiovisiva e gestori di piattaforme di distribuzione

12. Definire precisi obiettivi di produzione e distribuzione di contenuti digitali immessi in rete;
13. Sviluppare, nell'ambito delle iniziative previste al punto 3 della lettera B):
 - azioni per la promozione della competizione in un mercato legale on line attraverso l'applicazione dei principi di trasparenza e orientamento al cliente, per soddisfarne le relative esigenze;
 - campagne pubblicitarie informative ed educative.

B) Azioni

1. Favorire le iniziative volte alla produzione di nuovi contenuti digitali che consentano il pieno sfruttamento delle diverse piattaforme, nonché la digitalizzazione di contenuti già esistenti, con particolare attenzione alle realtà di piccole e medie dimensioni;
2. Favorire lo sviluppo e la diffusione di contenuti digitali di pubblico interesse, anche attraverso siti promossi a livello governativo, al fine di valorizzare la cultura nella Rete;
3. Sviluppare campagne di comunicazione e sensibilizzazione sui consumatori, che abbiano la duplice finalità di rinforzare la coscienza etico sociale dei cittadini e di informare gli stessi sulla normativa vigente;
4. Organizzare campagne di sensibilizzazione rivolte al mondo dei giovani, in particolare attraverso un'attività coordinata con il mondo della scuola, con il duplice obiettivo di valorizzare la creatività digitale ed educare al rispetto dei diritti;

5. Avviare attività di comunicazione specifiche rivolte all'informazione e alla sensibilizzazione dei dipendenti delle imprese e delle pubbliche amministrazioni.

In coerenza con le predette linee guida, i titolari dei diritti, i fornitori di connettività e le società di produzione audiovisiva e gestori di piattaforme di distribuzione, attraverso le loro Associazioni di categoria, si impegnano a definire e ad adottare i Codici di Condotta e a trasmetterne copia alla Presidenza del Consiglio dei Ministri unitamente ad ogni informazione utile alla loro applicazione. I Codici sono pubblicati sui siti della Presidenza del Consiglio dei Ministri, del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, dei Ministeri delle Comunicazioni e per i Beni e le Attività Culturali, nonché su quelli dei soggetti sottoscrittori.

Al fine di facilitare il raggiungimento degli obiettivi indicati, i soggetti firmatari del presente documento promuovono, anche attraverso l'istituzione di un apposito osservatorio, il monitoraggio dell'evoluzione dei modelli di business e delle soluzioni tecnologiche innovative, nonché l'analisi dell'andamento del mercato dei contenuti digitali e del fenomeno della diffusione abusiva di materiale audiovisivo.

Sottoscritto a Sanremo, il 2 Marzo 2005

Appendice.

Indagine di mercato sulla relazione di musicisti ed autori con Internet: Pew Internet & American Life Project³⁴

Il pew internet & American Life Project ha recentemente condotto un'indagine di mercato su quasi 3.000 musicisti e autori negli USA con l'obiettivo di verificare quale fosse il loro rapporto con Internet e la loro valutazione sui possibili impatti sul loro business.

In generale Internet è considerato dagli artisti un mezzo per sviluppare, diffondere e vendere i prodotti della creatività ed anche uno strumento per rinforzare l'ispirazione, costruire delle community con altri artisti o con i propri fan e sviluppare nuove attività commerciali.

Di seguito si elencano le principali evidenze emerse dall'indagine:

- Internet è fonte di ispirazione per artisti ma soprattutto musicisti: il 52% degli artisti on line (coloro che utilizzano Internet) afferma di aver tratto ispirazione per il proprio lavoro dalla ricerca in rete; nel campione dei musicisti questa percentuale raggiunge la quasi totalità (il 90%)
- Internet può essere un canale di distribuzione dei propri contenuti: il 30% degli artisti on line considera Internet come un mezzo utile per lo sviluppo e la distribu-

³⁴ "The Internet & American Life Project" realizza studi e analisi che riguardano l'impatto di Internet sulle famiglie, le comunità, il lavoro, l'educazione, la sanità, e altri aspetti. Lo studio in oggetto è *Musicians and the Internet*, Washington DC, 5 dicembre 2004 (disponibile su www.pewinternet.org). Il Panel è composto da: 809 americani adulti che dichiarano di essere artisti contattati al telefono; 2.755 musicisti contattati via web; 2.013 americani contattati sul tema specifico del file sharing contattati via web.

zione della propria arte, tale percentuale sale significativamente quando si analizzano solo i musicisti, l'87% dei quali utilizzano la rete per promuovere, pubblicizzare e distribuire la propria musica

- Internet non ha portato ad effetti negativi sulla protezione dei diritti d'autore: il 3% degli artisti on line afferma che Internet ha avuto un effetto negativo sulla possibilità di proteggere il loro lavoro
- Internet è fonte di guadagni addizionali: soprattutto per i musicisti (72%) Internet è stato uno strumento attraverso il quale generare guadagni addizionali e distribuire gratuitamente degli spezzoni della loro musica (l'83% dice di averlo fatto)
- Il P2P non è visto come la principale minaccia per il business di artisti e musicisti visto che solo il 28% degli artisti lo considera il problema principale
- La percezione dell'illegalità del file sharing è abbastanza diffusa, i veri soggetti da perseguire sono i produttori del software dei file sharing: il 52% degli artisti ritiene che dovrebbe essere illegale lo scambio di copie non autorizzate di musica e film in rete; inoltre due terzi degli artisti ritengono che i soggetti da perseguire siano le società che producono e diffondono i software di file sharing
- L'opinione sulle opportunità o i rischi che il P2P genera è controversa:
 - Il 47% degli artisti è d'accordo con la seguente frase: "Il file sharing è un fenomeno negativo per gli artisti perché consente alla gente di copiare o utilizzare un contenuto protetto da diritto d'autore, senza ricevere il permesso dall'artista né compensarlo"
 - Per contro il 43% degli artisti concorda con la seguente frase:

"il file sharing non è un fenomeno del tutto negativo per gli artisti, in quanto esso aiuta a promuovere e distribuire i prodotti dell'ingegno raggiungendo una audience ampia"

Orientamenti emergenti nella gestione del diritto d'autore: Copyright Issues in Digital Media

(Congress of the United States Congressional Budget Office, agosto 2004)

Nell'attuale dibattito legislativo negli Stati Uniti vale la pena di menzionare lo studio sopra citato redatto dal Congressional Budget Office del Congresso degli Stati Uniti in cui vengono affrontati tutti i temi relativi ai diritti d'autore ed ai nuovi media. Nelle conclusioni di tale documento emergono tre possibili opzioni per affrontare il tema della tutela dei diritti d'autore sui contenuti digitali: la tolleranza, il brevetto obbligatorio del contenuto digitale, la revisione della legislazione esistente a favore di uno degli attori (produttori o consumatori)³⁵.

Opzione A: Tolleranza basata sulla fiducia nelle forze di auto-regolamentazione e di auto-attivazione del mercato

Secondo questa opzione, i migliori effetti per il mercato si otterrebbero lasciando agire le forze interne al mercato stesso. Infatti, anche se la digitalizzazione dei contenuti ha generato forti conflitti tra i titolari dei diritti d'autore ed i consumatori, si ritiene ci sia spazio per una soluzione "market based".

³⁵ Congress of the United States Congressional Budget Office, *Copyright Issues in Digital Media*, agosto 2004.

La validità di questa soluzione può essere confermata dai recenti sviluppi relativi alla gestione dei diritti d'autore legati a contenuti digitali attraverso la soluzione tecnologica dei DRM³⁶ (Digital Rights Management) e dalla diffusione di modelli di business su di essa basati.

La tecnologia DRM offre la possibilità ai detentori del copyright di differenziare la propria offerta commerciale su diversi livelli, in base agli utilizzi e alle modalità d'uso. L'idea di base è che il consumatore paga in rapporto ai particolari diritti che acquisisce sul contenuto digitale.

Ad esempio, la tecnologia DRM può essere utilizzata per evitare che il consumatore che abbia acquistato solo alcuni fra i diritti di fruizione (ad es. ascolto semplice del Cd o degli MP3), non possa usufruire di altri diritti (utilizzo multi-device – MP3 e cd – copie ad uso privato, ecc), che invece sono resi disponibili al consumatore che paga di più.

La tecnologia DRM può, inoltre, essere usata per controllare, ovvero per impedire che il consumatore distribuisca copie illegali.

Il vantaggio del DRM, così inteso, è di consentire un'offerta differenziata sul prezzo in base all'utilizzo che ciascun consumatore vuole fare di ciascun contenuto, sviluppando nuovi modelli di fruizione ad hoc basati sui bisogni dei consumatori e garantendo un'offerta attrattiva, che dovrebbe svolgere la funzione di deterrente ai comportamenti illeciti.

Quindi, attraverso un più articolato schema di pagamento differenziato, i consumatori che attribui-

scono una bassa utilità ad un utilizzo particolare (ad esempio coloro i quali vogliono semplicemente ascoltare un cd senza ulteriori funzionalità) pagano un prezzo inferiore.

Senza tale differenziazione dei prezzi, è probabile che questi consumatori resterebbero tagliati fuori dal mercato o ricorrerebbero a contenuti duplicati illegalmente.

Opzione B: Licenze obbligatorie come sistema di compensazione per i titolari dei diritti

Le licenze obbligatorie di fatto stabiliscono delle tariffe fisse sul modello di un equo compenso per la libera riproduzione di contenuti, indipendentemente dall'uso che ne viene fatto. In questa soluzione, l'autorità preposta definisce il prezzo del contenuto ed i termini nei quali esso può essere utilizzato.

I sostenitori del Peer-to-Peer hanno proposto l'uso di licenze obbligatorie per compensare gli artisti degli ipotetici danni derivanti dal file sharing e per legittimare di fatto lo scambio di contenuti digitali protetti da diritti d'autore nelle reti Peer-to-Peer. La giustificazione che viene addotta a difesa di tale opzione è che di fatto le reti Peer-to-Peer non saranno mai sufficientemente protette e controllate, quindi le licenze obbligatorie potrebbero essere l'unico modo per compensare l'autore del mancato ricavo, qualora di mancato ricavo si possa parlare.

Tuttavia, diversi trattati vietano l'introduzione di licenze obbligatorie che impediscono al titolare dei diritti di controllare la diffusione delle sue opere. Inoltre in alcuni ordinamenti internazionali i ricavi da licenze obbligatorie vengono raccolti attraverso il cosiddetto equo compenso imposto su computer o altri apparecchi elettronici multifunzione, discriminando chi acquista tali apparecchi senza utilizzarli per fruire dei contenuti di-

gitali protetti dalla licenza obbligatoria.

L'altro elemento di dibattito riguarda la distribuzione dei proventi: c'è chi ha sostenuto che i proventi dovrebbero essere suddivisi fra gli aventi diritto sulla base della popolarità delle loro opere. Questo sistema, fondato su rilevazioni campionarie porterebbe solo a ripartire maggiori introiti agli autori più commercialmente di successo, escludendo l'effettiva ripartizione ai titolari dei diritti di prodotti di nicchia o di piccoli produttori.

Inoltre l'applicazione di tale soluzione rischierebbe di non riconoscere ad Internet il già acquisito ruolo di veicolo culturale e commerciale.

I vantaggi delle licenze obbligatorie sono:

- riduzione dei costi delle singole operazioni e delle misure di attuazione;
- il rispetto della legge e la maggiore efficienza del processo: al crescere degli usi permessi all'utente nello stesso brevetto, diminuisce il tempo necessario per i singoli contratti.

Gli svantaggi sono:

- un possibile impatto negativo sulla domanda e sull'offerta;
- possibili costi aggiuntivi, a seconda del sistema adottato per stabilire il prezzo fisso, e costi del tracciamento dei compensi e di distribuzione.

Opzione C: Revisione della normativa esistente a favore di uno degli attori - titolari dei diritti o consumatori

Tale scenario prevede, di fatto, di individuare quale è la categoria di attori che si vuole tutelare con maggior forza fra i produttori ed i consumatori.

Nel primo caso si potrebbe ipotizzare una interpretazione maggiormente restrittiva degli usi permessi dalla dottrina del "fair use" (definito come utilizzo/scambio di

contenuti all'interno della propria comunità di affini, in riferimento all'uso personale, di ricerca, educazione, uso nelle biblioteche, diritto di cronaca, ecc.) oltre al rafforzamento delle misure per il rispetto del diritto d'autore.

In quest'ipotesi si potrebbe arrivare alla creazione di un sistema di prezzi differenziato in base all'utilizzo e, dunque, all'aumento dell'efficienza del sistema.

D'altra parte il beneficio che ne trarrebbe la società è limitato a causa del costo più elevato delle opere protette da copyright; tale costo potrebbe bloccare attività utili per lo sviluppo della cultura di una nazione, attività che il "fair use" intende agevolare. Inoltre, eccessive misure di protezione potrebbero impedire il progresso tecnologico, che rappresenta una delle pietre miliari per lo sviluppo di qualsivoglia sistema paese.

Di fatto i benefici che i titolari di diritti d'autore potrebbero trarne sono limitati al breve periodo, in quanto il mercato stesso potrebbe risentire pesantemente di una tutela eccessiva dei produttori. Tuttavia, se i creatori di opere dell'ingegno sfruttassero le maggior entrate per intraprendere nuovi progetti, anche i consumatori trarrebbero beneficio dalla maggiore disponibilità di prodotti della creatività nel lungo periodo.

Una revisione della normativa a favore dei consumatori potrebbe generare nuovi modelli di business grazie a nuove tecnologie digitali e distributive. Inoltre, renderebbe possibile una riduzione dei costi delle singole operazioni e di attuazione e di rispetto delle leggi.

I consumatori otterrebbero nel breve periodo benefici a scapito dei titolari del copyright. Tale effetto tuttavia sarebbe mitigato se i titolari del diritto d'autore non fossero in grado di utilizzare tecnologie digitali per incrementare la loro capacità produttiva, di vendita e di distribuzione delle opere.

È evidente che non ci troviamo di fronte a soluzioni tra di loro alternative, ma davanti a tre orientamenti dalla cui combinazione potranno scaturire possibili interventi normativi efficaci.

³⁶ Software lato server con strumenti lato client sviluppato per assicurare una distribuzione sicura - e per disincentivare le distribuzioni illegali - di lavori coperti dai diritti d'autore. La tecnologia DRM viene sviluppata come mezzo di protezione contro la pirateria informatica e lo scambio di materiale illegale.

Perseus: esempio di biblioteca digitale

Perseus, grazie all'ampio coinvolgimento di sponsor pubblici e privati, è diventato un canale per la diffusione del sapere tematico (la cultura umanistica greco-romana) con contenuti interattivi di qualità

Perseus, progetto avviato dal dipartimento di studi classici della Tufts University nel 1986, è una biblioteca digitale in rete che si pone come obiettivo di offrire ad un pubblico il più ampio possibile, una vasta scelta di contenuti di

qualità e tematici, focalizzati sul sapere umanistico.

I principali ambiti di sviluppo di Perseus sono: l'antichità classica (intesa sia come archeologia che come letteratura), la papirologia, la letteratura del rinascimento inglese e la storia americana moderna.

Diversi attori a vario titolo sono coinvolti nel progetto Perseus e partecipano attivamente alla creazione di contenuti.

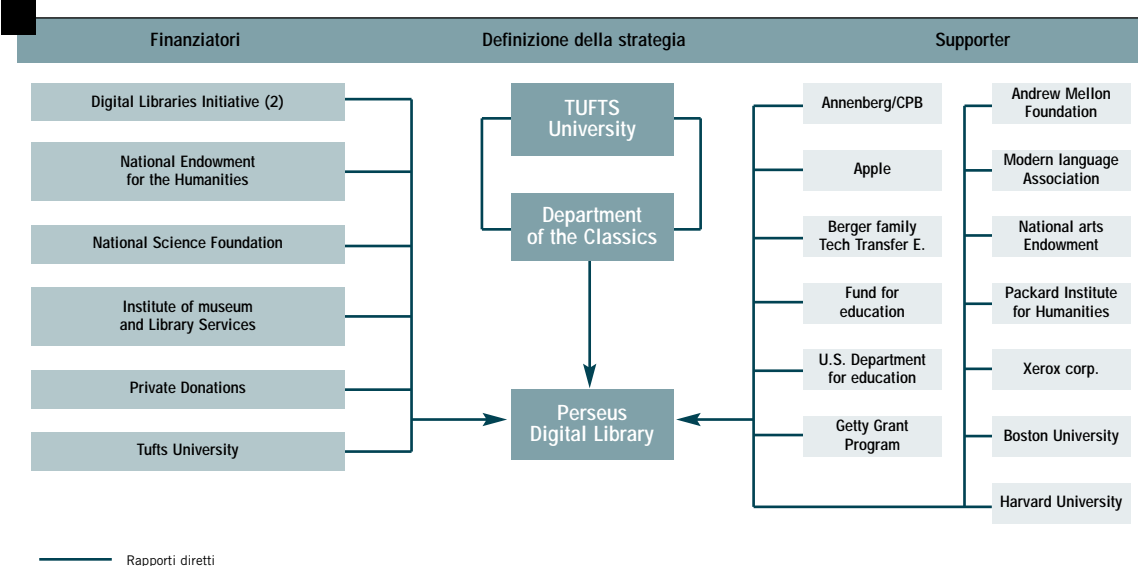
I fattori critici dell'iniziativa sono i seguenti:

- ampiezza dell'offerta, il valore aggiunto che Perseus dà rispetto ad altre soluzioni sviluppate dal mercato è quello di fornire agli utenti la possibilità di consultare testi antichi o moderni nella loro interezza e corredati di traduzione moderna per i testi in Latino e Greco antico;

- qualità ed interattività dei contenuti: i contenuti sono elaborati in modo da offrire caratteristiche ottimali per agevolarne lo studio e l'analisi; i materiali dispongono di caratteristiche avanzate e iperlink; il testo originale è affiancato da traduzione critica e prevede la possibilità di accesso dai termini "linkati" ai Lessici e alle Grammatiche per l'analisi etimologica, morfologica o grammaticale dei termini nonché a dati storici e geografici.

Coinvolgimento ampio degli sponsor: la principale fonte di finanziamento del progetto è costituita da enti pubblici – ad esempio Boston University, Harvard University, U.S Department for Education, Andrew Mellon Foundation, Museum of Fine Arts Boston – e donazioni private – Apple e Xerox .

Figura 16: Modello di funzionamento



Bibliografia

- Centre for Democracy & Technology, "CDT" Comments: FTC December 2004 Peer-to-Peer File-Sharing Workshop, 15 novembre 2004
- Centro Studi - Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, *Larga Banda Politiche per lo sviluppo del mercato dei contenuti digitali e dei servizi*, ottobre 2004
- Commission Staff Working Paper, *Digital Rights*, SEC (2002) 197
- Eric Garkand, "Big Champagne", Cato Conference on P2P, Washington DC, giugno 2004
- High Level Group on Digital Rights Managements, *Final report*, marzo-giugno 2004
- INDICARE (Informed Dialogue about Consumer Acceptability of DRM Solutions in Europe), *Digital Rights Management and Consumer Acceptability*, dicembre 2004
- National Research Council, *The Digital Dilemma: Intellectual Property and the Information Age*, USA 2003
- OECD, *Information Technology Outlook*, 2004
- OECD, "Digital Broadband Content: the on line computer and video-game industry", DSTI/ICCP/IE(2004)13
- OECD, "Digital Broadband content scientific publishing", DSTI/ICCP/IE(2004)11
- WIPO, "WIPO Copyright Treaty (WCT)", adottato a Ginevra, 20 dicembre 1996
- WIPO, "WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT)", adottato a Ginevra, 20 dicembre 1996



www.innovazione.gov.it

Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie

a cura dell'Ufficio Relazioni Esterne

febbraio 2005

Realizzazione:
PRC srl - Roma