

Rapini & Seyssel

SOLUZIONI PER L'INNOVAZIONE DEL BUSINESS

WIRELESS
4 I N N O V A T I O N

di Francesca Boschetti
Studio legale Rapini e Seyssel

La musica verso il digitale

IFPI (*International Federation of the Phonographic Industry*), l'associazione internazionale dei produttori discografici, ha pubblicato, come ogni anno, il *Digital Music Report*, relativo all'andamento del settore della musica digitale (ovvero che non usa supporto fisico come i cd) nel 2008.

Secondo quanto riportato dalla IFPI, nel 2008 tale business ha visto un incremento del 25%; le piattaforme digitali rappresentano il 20% delle vendite globali di musica, rispetto al 15% del 2007. In particolare vi è stato un incremento delle vendite di *download* musicale *DRM free* – ossia privi di misure di protezione (Digital right management) – tali da consentire agli utenti di trasferire liberamente su qualunque *device* i brani acquistati legalmente e favorendo, quindi, l'interoperabilità tra le piattaforme e i lettori digitali. Ciò che viene più volte sottolineato nel report è che l'industria discografica, a livello mondiale, sta cambiando il proprio modo di fare business, introducendo nuovi modelli volti a valorizzare l'accesso alla musica da parte dei consumatori attraverso modalità di offerte e di fruizione diverse rispetto alle tradizionali, limitate alla vendita di brani. Le case discografiche iniziano, infatti, a riconoscere l'opportunità di ottenere ricavi anche dal cosiddetto “*music access*”, ossia dalla vendita di musica insieme ad altri servizi o *device*. In tal senso si pensi al servizio “*Comes with music*” lancia-



Download sul cellulare, social network e videogiochi: i nuovi canali e il ruolo sempre più centrale delle piattaforme digitali spingono l'industria discografica a cambiare pelle. L'IFPI, associazione dei produttori discografici, delinea lo scenario in un Report

to da Nokia nel Regno Unito nel 2008: acquistando un cellulare Nokia con il servizio "Comes with music", il consumatore ottiene un accesso illimitato alla musica per 1 anno, potendo scaricare musica sui propri device, senza un costo aggiuntivo rispetto al prezzo del cellulare.

I nuovi modelli di business vedono come fondamentali la partnership tra i produttori discografici, da una parte, e i *service provider* e gli operatori mobili, dall'altra, partnership che si realizza attraverso accordi basati sul sistema delle *revenue-sharing*. Il concetto, che sembra aver preso piede tra le etichette discografiche, è che l'intento deve essere quello di raggiungere i consumatori ovunque essi si trovino.

Un altro canale, che ha generato ricavi in crescita nel 2008, è quello dei *social network*, dove la fruizione della musica è gratuita per gli utilizzatori finali ma è oggetto di licenze di servizi tra i gestori e le case discografiche. Un esempio è *MySpace*, con il servizio *MySpace Music* per *streaming* di audio e video musicali, lanciato negli Stati Uniti nel 2008 e in arrivo a livello internazionale nel 2009. Tale servizio consente agli utilizzatori di ascoltare gratuitamente in *streaming* di audio e video migliaia di tracce musi-

cali. Le case discografiche puntano, altresì, a sviluppare servizi basati sulla pubblicità, intesi come strumento potenziale per abituare gli utenti che scaricano in *peer to peer* ad una forma legale di *download*.

Il 2008 ha visto, altresì, la crescita del settore dei *videogame*, nel quale la richiesta di contenuti musi-

facilmente piratabili. Passando specificatamente all'Italia, IFPI rileva una crescita della musica digitale anche nel nostro Paese, sebbene tale crescita non riesca ancora a compensare il calo del mercato tradizionale. Tra le cause principali di tale situazione vi sono, a parere dei discografici, i limiti strutturali che frenano

**Il 95% dei brani scaricati sono
oggetto di download illegale e pertanto
senza remunerazione dei titolari
del diritto di autore**

cali ha registrato un netto incremento. I video giochi a carattere musicale hanno, infatti, costituito il 15% di tutti i giochi venduti nella prima metà del 2008: da una parte l'uso della musica nei video giochi sta diventando una fonte importante di ricavo per l'industria dei video giochi, dall'altra molti artisti iniziano ad impiegare i video giochi come mezzo di promozione della propria musica. Sempre in tema di promozione, le case discografiche sperimentano forme nuove di vendita del *merchandising* dei propri artisti in abbinamento con *download* musicali, così da creare prodotti dif-

ficilmente piratabili. Passando specificatamente all'Italia, IFPI rileva una crescita della musica digitale anche nel nostro Paese, sebbene tale crescita non riesca ancora a compensare il calo del mercato tradizionale. Tra le cause principali di tale situazione vi sono, a parere dei discografici, i limiti strutturali che frenano

**La pirateria
è il problema
più grave**

Proprio la pirateria è il secondo tema affrontato dal *Digital Music Report*. La pirateria, incluso il *download* illegale, rimane, anche per il 2008, un grosso problema per l'industria discografica

a livello mondiale. Secondo uno studio eseguito da IFPI in 16 paesi, il 95% dei brani scaricati sono oggetto di *download* illegale e pertanto senza remunerazione dei titolari del diritto di autore e dei diritti connessi. La distribuzione di musica non autorizzata sulle reti P2P rimane in assoluto il problema più grave per il settore. Ricerche condotte in Francia, Regno Unito e Stati Uniti hanno evidenziato che ciò che spinge a scaricare illegalmente è la libera disponibilità di musica gratis e l'assenza di una pretesa di pagamento, sebbene indagini in tal senso avrebbero rilevato che la maggioranza degli utenti ritengano, in linea di principio, legittimo remunerare la proprietà intellettuale. Le case discografiche sostengono che un ruolo fondamentale nel combattere il *download* illegale dovrebbe essere svolto dagli *Internet service provider*, visto che essi detengono una notevole capacità tecnologica atta a poter controllare il traffico sulle proprie reti. È, altresì, ritenuta importante la pressione dei governi al fine di ottenere un'azione comune di tutti i *service provider*. Alcuni paesi hanno messo in pratica tale principio o lo stanno mettendo in pratica. Nel Regno Unito il governo ha ottenuto un accordo tra discografici e produttori cinematografici, da un lato, e i sei maggiori *Internet Service Provider*, dall'altro, al fine di trovare insieme soluzioni efficaci per ridurre il P2P.

**La legge francese
e la posizione
della UE**

Lo scorso 12 maggio l'Assemblea Nazionale Fran-



cese ha definitivamente approvato alcune disposizioni a tutela del diritto di autore, istituendo altresì una nuova autorità di controllo, "l'Alta autorità per la diffusione delle opere e la protezione dei diritti su internet". Tra le nuove disposizioni, quelle che hanno destato il maggiore interesse sono senza dubbio le norme antipirateria, in base alle quali la neonata autorità di controllo avrà il potere di individuare i soggetti che scaricheranno illegalmente opere tutelate dal diritto di autore e, una volta individuati, inviare loro un primo avvertimento via mail, poi un secondo via posta ordinaria e, ove tali provvedimenti non sortiscano alcun effetto, ordinare la sospensione della connessione internet e il pagamento di sanzione pecuniarie.

Tale legge è stata accolta favorevolmente dall'industria discografica e dalle

maggiori associazioni di titolari del diritto di autore. La CISAC, Confederazione Internazionale delle società di autori, si è detta soddisfatta, così come le più importanti associazioni Italiane di diritti connessi, quali, per citarne alcune, FIMI, AFI, AIE, PMI. Queste ultime hanno, altresì, inviato una lettera al Presidente Francese Sarkozy, in copia al Presidente del Consiglio Berlusconi ed al Ministro per i Beni e le Attività culturali, Biondi, auspicando che il provvedimento francese "possa aprire la strada in Europa ad una politica che metta al centro i contenuti creativi contrastando la diffusione illecita di opere dell'ingegno".

Si deve segnalare che l'approvazione della legge francese è avvenuta nonostante una decisione del Parlamento europeo, intervenuta una settimana prima, in merito a provvedi-

menti antipirateria, limitanti l'accesso ad internet. Il Parlamento europeo ha, infatti, approvato - nell'ambito della discussione sul pacchetto di riforma del settore delle telecomunicazioni - un emendamento, secondo il quale, riconosciuto internet come essenziale per l'esercizio del diritto di libertà di espressione e di accesso alle informazioni, ogni restrizione all'utilizzo dello stesso deve essere esercitata in conformità alla Convenzione per i diritti dell'uomo e pertanto può essere disposta solo a seguito di una decisione di un Tribunale e non di un'autorità amministrativa, salvo che si tratti di questioni di sicurezza nazionale.

È proprio di questi giorni la notizia secondo cui il Consiglio Costituzionale Francese avrebbe bocciato la legge francese antipirateria proprio in forza del principio di libertà di co-

municazione ed espressione garantita dalla Dichiarazione dei Diritti dell'uomo, libertà che deve includere anche l'accesso ai servizi di comunicazione online. Non è ancora possibile conoscere gli esatti termini di tale decisione e delle conseguenti implicazioni, tuttavia appare chiaro che la partita è ancora lontana dall'essere chiusa.

Come evidenziato nel report pubblicato da IFPI, oltre alle misure di *enforcement* del diritto di autore e dei diritti connessi, la pirateria va combattuta anche dal punto di vista culturale. In tal senso l'industria discografica punta molto sull'educazione pubblica, mediante non solo campagne pubblicitarie sui maggiori media ma anche la pubblicazione e la divulgazione di una guida al *download* legale, indirizzata ai giovani, ai genitori e agli insegnanti.