

*Gli avvocati esperti di Ict si interrogano su rischi e potenzialità per il diritto d'autore*

# Media, il video on demand crea nuove sfide per la Tv del futuro



**Giuseppe Rossi**



**Ernesto Apa**

*Pagine a cura di* **FEDERICO UNNIA**

**U**n mercato in continua crescita, con gruppi internazionali pronti ad entrare nell'arena nazionale. Ultimo dei quali, sul mercato italiano, sarà a ottobre Netflix. È il mercato del video on demand, cioè la tv del futuro. Un business al quale guardano tanto gli avvocati d'affari quanto le Authority (Privacy, Agcom e Agcm) che devono definire quale sistema di regole, compatibile con la disciplina comunitaria, sia preferibile per l'Italia.

«L'attuale definizione di ser-

vizi di media audiovisivi a richiesta, contenuta nella direttiva Smap e da questa transitata nel d.lgs. 177/05 è incentrata sul concetto di responsabilità editoriale, il cui contenuto può risultare facilmente aggirata da molte piattaforme audiovisive via internet», spiega **Giuseppe Rossi**, partner dello **Studio Associato Rossi Molino Daffara Mandis** di Milano. «L'audiovisivo via internet ripropone la stessa spaccatura che già caratterizza, in Italia, l'informazione telematica, divisa tra testate registrate e siti di informazione che sfuggono all'applicazione della disciplina sulla stampa, ma anche alle relative tutele». Una situazione a macchia di leopardo, che conduce rischi di distorsioni concorrenziali e carenze di tutela, ad esempio della reputazione o dei diritti di proprietà intellettuale.

Un puzzle di competenze, con l'Agcom per i servizi di media audiovisivi, anche a richiesta, via internet, oltre che per gli aspetti regolatori delle reti e dei servizi di comunicazione elettronica; l'autorità Antitrust per la salvaguardia della concorrenza contro possibili abusi di posizione dominante, non improbabili in un settore in cui esistono importanti colli di bottiglia tanto tecnologici quanto commerciali.

«La neutralità della rete è fondamentale per assicurare il *level playing field* in tutti i mercati a valle, compreso quello dei servizi audiovisivi;

una rete a più velocità consentirebbe al titolare di favorire proprie offer-

te, con evidenti effetti distorsivi della concorrenza, ma anche per il pluralismo. La ricchezza informativa della rete potrebbe essere vanificata se alcuni contenuti risultassero accessibili solo attraverso percorsi lenti e tortuosi» conclude Rossi.

Altro punto importante è l'impatto che lo sviluppo di questo mercato avrà sulla produzione e la commercializzazione dei diritti sulle opere audiovisive. «Il fatto che operatori *over-the-top* investano nella produzione di contenuti originali fa affluire maggiori risorse economiche al mercato e inoltre giova alla qualità dei prodotti», dice **Ernesto Apa**, partner di **Portolano Cavallo**. «Quanto alla ven-



**Stefano Longhini**

dita dei diritti, è da anni in atto un ripensamento complessivo delle strategie di sfruttamento delle

opere audiovisive, ma il quadro è ancora molto fluido e l'emergere dei servizi Vod aumenta l'incertezza su quali potranno essere gli assetti futuri».

Lo sviluppo della tv on demand su internet toccherà anche il delicato punto della tutela del copyright. «La diffusione di un'offerta legale ampia e variegata è unanimemente indicata come il miglior antidoto alla proliferazione di siti pirata, ferma comunque l'esigenza di continuare l'attività di repressione della pirateria. Lo sviluppo del Vod dovrebbe far bene alla tutela del copyright. Quanto ai contratti per la cessione dei diritti, essi asseconderanno i mutamenti delle esigenze del business: i diritti Vod sono oggetto di negoziazione ormai da diversi anni, ma l'aumento del loro valore economico renderà più articolate le relative clau-



**Giuseppe Mezzapesa**

sole» conclude Apa.

Secondo **Stefano Longhini**, responsabile contenzioso Broadcasting di **Mediaset**, «ogni opportunità di sviluppo dell'offerta al pubblico di contenuti non può che essere positiva, purché avven-

ga nel rispetto del diritto e di chi sui contenuti investe. La tv on demand comporta l'impiego di grande risorse per chi opera legittimamente nel mercato e la tutela

del diritto, sia inteso come norma giuridica, sia inteso come patrimonio acquisito per l'emissione, diventa ancora più importante. Qual è l'editore che investirà nell'on demand se la pirateria non verrà debellata? Come si può pensare di investire milioni e milioni in diritti che poi vengono

impunemente violati, oltretutto con il sostegno di chi maschera questa violazione in battaglia culturale e di libertà? La tutela del diritto di autore deve necessariamente diventare un obiettivo primario e gli strumenti per ottenerla sempre più efficaci».

Secondo **Giuseppe Mezzapesa**, of counsel in **Jones Day** Milano, specializzato in Antitrust e Tlc, il dibattito sulla protezione delle opere dell'ingegno preesiste alla rivoluzione digitale portata da Internet. «Il *Digital right management* è l'imperfetta soluzione al problema della tutela delle opere dell'ingegno in ambito digitale», spiega Mezzapesa.

«Ormai, la disponibilità di contenuti in formato digitale e la larga diffusione di strumenti che consentono di accedere a tali contenuti online impone una qualche forma di regolamentazione della loro distribuzione e fruizione, soprattutto a tutela degli autori e contro i fenomeni

di pirateria. Questi principi sono ormai acquisiti a livello comunitario. Non bisogna dimenticare che la possibilità di sfruttamento economico dei diritti d'autore è il motore degli investimenti nel settore. Internet va vista come la piattaforma attraverso la quale i contenuti digitali possono essere - legalmente - resi disponibili all'utente finale e l'utilizzo improprio che ne



**Giulio Vecchi**

viene fatto non fa che danneggiare l'industria dell'audiovisivo.

Infine, per **Giulio Vecchi**, senior associate dello studio legale **Hogan Lovells**, esperto in diritto dei Media «chi produce contenuti ha un ruolo sempre più rilevante nella filiera e anche i *service provider* hanno cominciato a produrre di contenuti di enorme successo. Le possibilità distributive sono molteplici e questo condurrà se non a una ridefinizione del sistema delle finestre di sfruttamento, a una revisione delle strategie distributive e delle modalità attraverso cui i contenuti saranno messi a disposizione degli utenti. Per i servizi on demand, il concetto di serialità non sarà più legato alla creazione dell'appuntamento di visione. Parlando di serie, tutti gli episodi sono a disposizione

contemporaneamente. E questa è senza dubbio una rivoluzione. La maggiore circolazione di contenuto sulle reti di comunicazione elettro-

nica richiede l'adozione di misure anti-piracy, di copy protection e di digital rights management a tutela dei contenuti e del copyright.

Dal punto di vista dell'enforcement, si assiste allo sviluppo di sistemi di «notice and take-down», sebbene

i rimedi alle violazioni di diritti, implementati dai fornitori di servizi stessi si rivelano talvolta più efficaci e più rapidi del ricorso al giudice o all'autorità deputata alla risoluzione delle controversie in materia».

—© Riproduzione riservata—■

**BRUCE A. OLCOTT, JONES DAY**

## La sfida è la network neutrality

**P**er Bruce A. Olcott, Partner dello studio *Jones Day* di Washington, specializzato in diritto delle telecomunicazioni, «Lo scontro sulla Network Neutrality negli Stati Uniti è il centro del problema sul futuro del video on demand su Internet. Il primo fattore dello scontro sull'Open Internet è la tensione tra i ruoli tradizionali degli edge content providers, vedi Netflix e gli Internet access providers, come Alice in Italia», spiega Olcott ad *Affari Legali*. «Il Vod è proposto in maniera competitiva ai consumatori sia dai content providers che dagli access providers. Questi sono portati a privilegiare sulla rete i propri contenuti Vod rispetto alla concorrenza, for-



Bruce A. Olcott

nendo di fatto delle corsie preferenziali per la trasmissione dei propri contenuti agli abbonati».

«Gli avversari delle regole fissate dalla FCC sull'Open Internet sostengono che una regolamentazione eccessivamente intrusiva sulla gestione della rete possa probabilmente frenare l'innovazione, disincentivare gli investimenti nelle infrastrutture della banda larga ed ostacolare la crescita di nuovi servizi. Al contrario, la FCC sostiene che l'intervento del governo abbia già tentato di applicare in passato i principi della Network Neutrality su specifici casi e questi tentativi non hanno avuto effetti negativi sugli investimenti nella banda larga» conclude.

**STEFANO PREVITI, OSSERVATORIO WEB LEGALITÀ**

## Occorrono misure in grado di tutelare gli investimenti



Stefano Previti

**P**er anni i film di maggiore successo hanno seguito tutti un percorso analogo: sono stati diffusi dapprima nelle sale cinematografiche, successivamente resi noleggiabili, poi pubblicati sulla Tv a pagamento e, infine, resi visibili sui canali in chiaro.

Ognuno di questi diritti di ripro-

duzione è stato, fino ad oggi, oggetto di una differente cessione per archi temporali ben definiti. Il mercato tuttavia sta cambiando. La fruizione di contenuti audiovisivi on demand sta assumendo una rilevanza sempre maggiore: nel primo semestre del 2014, secondo i dati rapporto ItMedia Consulting il download di contenuti audiovisivi ha rappresentato in Europa il 42% del traffico dati

sulla rete. «A fronte del crescente interesse del pubblico, gli operatori del mercato audiovisivo si sono adeguati implementando l'offerta tradizionale con specifici servizi on demand: si pensi ad Infinity (Mediaset), un servizio che offre ai propri clienti oltre 5.000 prodotti audiovisivi ad un costo estremamente competitivo» spiega Stefano Previti, dell'*Osservatorio Web Legalità*.

L'offerta on demand richiede tuttavia enormi investimenti finalizzati a costituire library che per essere appetibili devono comprendere un catalogo

quanto più possibile ampio di opere.

«Investimenti di cui invece non si fanno carico i fornitori di servizi pirata i quali utilizzano le library offerte da terzi in modo legale e

ne diffondono i contenuti con una qualità tecnica - che attraverso l'utilizzo degli strumenti messi a disposizione dalle piattaforme di distribuzione contenuti - è molto spesso pari a quella di chi opera nella legalità.

Proprio in ragione di ciò è indispensabile che per la crescita del mercato dell'on demand siano

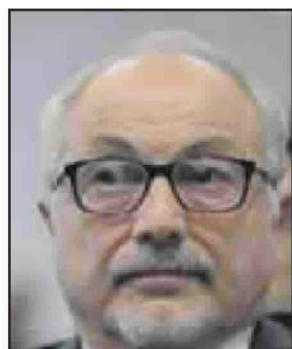
implementate misure adeguate a tutela dei servizi proposti legalmente. Un level playing field che coinvolga tutti gli operatori del mercato e che - a livello normativo- responsabilizzi senza spazi di ambiguità anche gli operatori digitali che, attraverso i propri servizi, contribuiscono alla diffusione di contenuti pirata come, ad esempio, i motori di ricerca che - tramite i propri servizi di posizionamento a pagamento - agevolano l'accesso a portali pirata o come i fornitori di servizi di piattaforme di distribuzione di contenuti che consentono lo streaming in alta definizione» conclude Previti.

### I GIURISTI SVISCIERANO ALCUNI DEI TEMI SUL TAPPETO

## Il mercato della tv on demand è tutto *in fieri*



Bruno Zambarino



Augusto Preta

«**L'**ingresso di operatori stranieri nel mercato del Vod in Italia è destinato a cambiare lo scenario dell'offerta e del consumo televisivo. Non solo ci sarà più concorrenza, ma le stesse regole del mercato potrebbero essere riscritte» spiega **Bruno Zambarino**, direttore dell'*Osservatorio Media I-Com*. «Le questioni aperte sono diverse. Certamente quella più spinosa è la coerenza del quadro d'insieme delle norme.

Oggi alcuni propendono per un'estensione soft delle norme vigenti ai nuovi operatori e un alleggerimento del carico regolatorio per le reti televisive. Altri spingono invece per una ridefinizione dell'intera disciplina adattandola al nuovo ecosistema digitale e alla crescita del consumo on line di contenuti televisivi ponendo fine alla distinzione tra servizi lineari e non lineari».

Da non sottovalutare l'aspetto fiscale, connesso al paese di stabilimento scelto dai player stranieri che decidono di sbarcare in Europa. «Questo ha un suo impatto anche per quanto riguarda il funzionamento del cosiddetto principio del paese di origine e le disposizioni sugli obblighi di investimento e programmazione di opere audiovisive nazionali ed europee.

Ci sono evidenti differenze da paese a paese in termini di applicazione delle norme comunitarie in materia e questo è il motivo per cui i colossi americani scelgono come propria sede europea per lanciare i propri servizi nel vecchio continente i paesi con normative meno rigidi e più flessibili» aggiunge.

Anche sul versante antitrust massima attenzione. «Alla luce del nuovo scenario il mercato pay e quello free devono essere trattati separatamente o no tenuto conto del difficile equilibrio tra maggiore competizione e maggiore concentrazione? Si comprende come la risposta incida sulla possibile azione dell'Autorità

nell'attuale mercato della convergenza. La sfida che si gioca è rendere accessibile a livello transfrontaliero una quantità crescente di contenuti di qualità garantendo al tempo stesso parità di condizioni di competitività a vecchi e nuovi player» conclude.

Secondo **Augusto Preta, IT media consulting**, il mercato del Vod è uno dei pochi in crescita nell'utilizzo e consumo di contenuti. A livello europeo si calcola valga circa 1 miliardo euro, con tassi di crescita attesi intorno al + 35-40% all'anno. In Italia - a fine 2013 - il mercato era stimato sui 40-50 milioni euro. «Occorre ripensare la disciplina da applicare per questa metodologia di consumo di contenuti. Inoltre le soglie rilevanti per la concorrenza, anche in

considerazione degli accordi che si potranno verificare tra operatori della rete e fornitori di contenuti».

Senza dimenticare il tema della tutela del copyright e dei diritti di utilizzo delle opere. «Sul primo punto, tradizionalmente aspetto dolente per il nostro Paese, l'ingresso di nuovi operatori che dovessero sviluppare il mercato aiuterebbe a convogliare la domanda su offerte legali. Sull'altro, la maggiore presenza di operatori diversi con finestre di utilizzo nuove riaccenderà la negoziazione e il mercato sui diritti di utilizzo delle opere. Il tutto non potrà che avere effetti positivi sul mercato delle produzioni di contenuti» conclude Preta.

— © Riproduzione riservata — ■

