



**AUDIZIONE DI UNIVIDEO, UNIONE ITALIANA EDITORIA
AUDIOVISIVA - MEDIA DIGITALI E ONLINE NELL'AMBITO
DEL CICLO DI AUDIZIONI SUL BONUS CULTURA
COMMISSIONE ISTRUZIONE PUBBLICA, BENI CULTURALI**

SENATO DELLA REPUBBLICA

ROMA, 7 NOVEMBRE 2018

L'UNIVIDEO, Unione Italiana Editoria Audiovisiva - Media Digitali e Online, raccoglie oltre il 94% delle imprese operanti nel settore di riferimento e rappresenta tre categorie di imprese:

- Editori Audiovisivi che acquisiscono o producono contenuti e opere audiovisive e ne curano la commercializzazione sia su supporto fisico che online;
- Imprese di replicazione dei supporti audiovisivi;
- Imprese tecniche e di post-produzione che operano a vari livelli (mastering, encoding, authoring, ecc.) sui supporti (pellicole, master ecc.) forniti dai produttori originari delle opere audiovisive onde renderli idonei alle differenti modalità di sfruttamento (DVD, Blu-ray, 4K Ultra HD, Tv, Internet, telefonia mobile, ecc.);

Aderisce inoltre a Confindustria Cultura Italia, la Federazione dell'Industria Culturale in seno a Confindustria. È inoltre socio fondatore della FAPAV, Federazione per la Tutela dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali, e membro effettivo della I.V.F., *International Video Federation*, organismo di rappresentanza dell'Industria Audiovisiva Europea con sede a Bruxelles.

Gran parte degli Associati di UNIVIDEO sono presenti attraverso modelli di business molto diversificati, dal prodotto fisico (DVD, Blu-ray e 4K Ultra HD) a quello digitale, con una ricca gamma di contenuti di cui detengono i diritti, nelle diverse piattaforme digitali di *VOD* ed *EST* attive in Italia. Le aziende associate vedono nello sviluppo dell'offerta legale di contenuti sulla rete una grande opportunità per differenziare ed accrescere il loro mercato e auspicano il rapido superamento di problemi tecnici (disponibilità della banda larga ad alta velocità) e legali (diffusione illecita dei propri repertori da parte di terzi non aventi diritto) che ne ostacolano gravemente la crescita.

Gli Editori Audiovisivi si propongono come promotori del cinema italiano d'interesse culturale, immettendo sul mercato una quantità notevolissima di prodotti filmici, spesso in prima assoluta.

Il perdurare della concorrenza sleale della pirateria, sia fisica che online, e lo sviluppo di offerte alternative di contenuti e di altre forme di intrattenimento domestico hanno eroso negli ultimi anni lo share del mercato dei supporti videografici. Tale mercato resta, tuttavia, insieme alla Sala e alle Tv, una delle principali fonti di finanziamento della produzione audiovisiva.

IL MERCATO DELL'EDITORIA AUDIOVISIVA IN ITALIA

I più recenti dati di mercato evidenziano come il settore dell'Home Entertainment sia in una fase di evoluzione; nonostante le contrazioni, infatti, il prodotto fisico rimane centrale, sia per l'industria sia

per i consumatori che lo scelgono in maniera consapevole, puntando sulla qualità e sulla condivisione. Gli acquisti di DVD o Blu-ray sono minori rispetto al passato, gli appassionati di prodotti audiovisivi non hanno ancora una forte propensione all'offerta digitale ma il mercato, seppure in difficoltà, non è, come sostenuto da alcuni, in una condizione catastrofica.

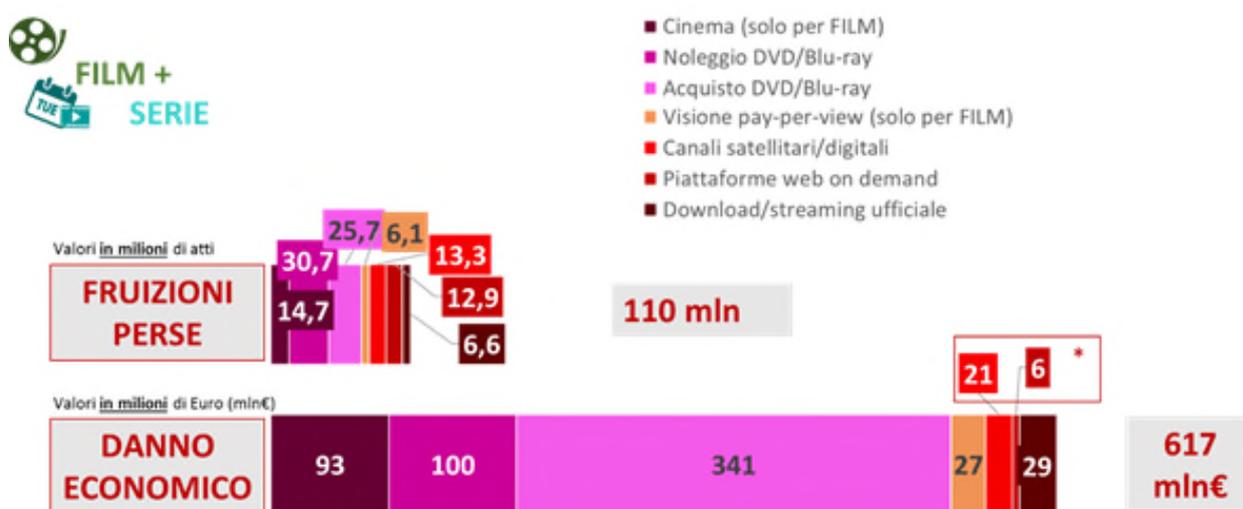


Fonte: dati UNIVIDEO/GFK 2017

Il prodotto fisico, infatti, rimane centrale grazie alla sua capacità di catalizzatore emozionale che unisce passioni e cultura audiovisiva tra giovani e adulti e rafforza quel legame di scelta e di condivisione che unisce le famiglie italiane. In totale sono circa 5 milioni gli acquirenti di prodotti audiovisivi: nel 60% dei casi preferiscono l'acquisto in maniera esclusiva di prodotto fisico, il 30% opta invece per l'acquisto digitale; poche persone, circa il 10% sovrappongono entrambi i formati. Fisico e digitale risultano fortemente caratterizzati dalle diverse motivazioni che ne guidano l'acquisto: passione e collezione per il fisico, svago e impulso per il digitale. In alcune parti del Paese, dove l'euforia digitale si è parzialmente normalizzata, non stupisce che si ritorni a pensare al prodotto fisico come un valore, apprezzandone le qualità e la durabilità.

Con l'avvento delle nuove tecnologie e la rivoluzione dell'online, però, è sempre più necessario ribadire la centralità del Diritto d'Autore, l'unico strumento utile a garantire la giusta remunerazione per coloro che creano, producono e partecipano alla realizzazione di contenuti creativi. La pirateria audiovisiva è il nemico principale del nostro settore e va affrontata senza compromessi. La tutela del copyright e, di conseguenza, il contrasto di ogni forma di pirateria audiovisiva, sono gli unici argini a difesa della creatività dell'intera filiera cinematografica. Internet costituisce una grande opportunità di sviluppo ma il rispetto della legalità e una giusta *governance* del web sono essenziali per contrastare la

pirateria e permette alla filiera di beneficiare appieno di tale strumento. Dalla recente presentazione dell'indagine sulla pirateria audiovisiva FAPAV/Ipsos è emerso che i mancati incassi superano i 600 milioni di euro, il danno complessivo all'economia italiana è stimato in poco più di un miliardo di euro mentre sono 5.700 i posti di lavoro persi. Una delle principali problematiche, oltre all'enforcement, è quella della formazione e della sensibilizzazione degli utenti sul valore aggiunto ed il rispetto della creatività. In particolare, tra i giovanissimi (under 15) la pirateria è un fenomeno diffusissimo. Il 44% di questa popolazione ha praticato almeno una forma di pirateria nel 2017, quasi tutti (93%) almeno una di tipo digitale, con una predilezione particolare per i film.



Fonte: dati FAPAV/Ipsos 2017

Infine, un accenno su un fenomeno molto grave: il camcording. Con questo termine si intende la registrazione abusiva dell'opera filmica in sala cinematografica; nella stragrande parte dei casi, tale pratica costituisce la fonte primaria della pirateria audiovisiva. Le registrazioni illecite dell'audio e/o del video di un film vengono infatti poi distribuite illegalmente sul web o su supporti fisici. I profitti di questa attività illegale finiscono per finanziare organizzazioni criminali a discapito di tutte le maestranze e le professionalità coinvolte nella realizzazione di un film. Si stima che 9 film pirata su 10 che si trovano online sono frutto di opera di camcording. Oggi in Italia è un semplice illecito amministrativo ma sarebbe opportuna una sanzione penale.

BONUS CULTURA E L'ESIGENZA DI NON DISCRIMINARE L'HOME ENTERTAINMENT

La Legge 28 dicembre 2015, al fine di promuovere lo sviluppo della cultura e la conoscenza del patrimonio culturale, ha assegnato ai giovani che compiono diciotto anni una carta elettronica del valore di 500 euro, c.d. Bonus Cultura, utilizzabile per l'acquisto di: biglietti per assistere a

rappresentazioni teatrali e cinematografiche e spettacoli dal vivo, libri, ingresso a musei, mostre ed eventi culturali, monumenti, gallerie, aree archeologiche, parchi naturali. In seguito, l'Articolo 1, comma 626, della Legge 11 dicembre 2016, n. 232, ha confermato l'assegnazione della carta elettronica anche ai giovani che hanno compiuto 18 anni nell'anno 2017, estendendone la possibilità di utilizzo all'acquisto di musica registrata, nonché di corsi di musica, di teatro o di lingua straniera.

Sulla base dei dati forniti dal Ministero, quasi 800 mila ragazzi hanno speso ad oggi oltre 260 milioni di euro, tra libri, musica, concerti, cinema, musei, teatri, eventi culturali. Nel 2017, in particolare, si sono registrati alla piattaforma circa 417 mila diciottenni e sono stati coinvolti oltre 5300 esercenti. La spesa complessiva supera i 110 milioni di euro - il dato è ancora parziale - ed è così ripartita:

- 71 milioni di euro in libri;
- 13 milioni di euro in musica;
- 11 milioni di euro in concerti;
- 9 milioni di euro in cinema;
- Oltre 2 milioni di euro in teatro, eventi culturali e musei.

Abbiamo accolto con favore l'introduzione del Bonus Cultura e osservato con attenzione alcuni degli effetti positivi che ha generato per l'intera industria creativa. Siamo però convinti che debba essere esteso anche all'editoria audiovisiva per permettere ai giovani di poter fruire di quell'alta forma di produzione artistica che è l'opera audiovisiva e contestualmente, oltre a favorire la diffusione del cinema in quanto patrimonio storico e culturale, per contrastare il diffuso fenomeno della pirateria. Parimenti, sarebbe auspicabile estendere il Bonus anche ai video on demand in modo da favorire la diffusione del cinema attraverso modalità di fruizione più consone a quelle utilizzate dai giovani con le nuove tecnologie.

Ad oggi, infatti, l'esclusione dell'editoria audiovisiva dal Bonus Cultura appare incomprensibile. L'attuale impianto del Bonus sembrerebbe suggerire che un concerto live o una proiezione cinematografica abbia un valore culturale differente rispetto al DVD e Blu-ray del rispettivo concerto o film che ne immortala ogni istante, regalandolo alla memoria dei giovani. Non capiamo francamente perché un libro di Pasolini debba essere incentivato e l'opera omnia cinematografica dello stesso autore in formato DVD no!

Il settore Home Entertainment rappresenta la memoria storica del cinema perché è stato e sarà sempre in grado di assicurare al pubblico la reperibilità continua e costante delle opere cinematografiche e audiovisive del passato, permettendo così alle nuove generazioni di conoscere la cultura del grande cinema di ogni epoca.

CONCLUSIONI

L'UNIVIDEO e le imprese associate desiderano ringraziare la Commissione Istruzione Pubblica, Beni Culturali del Senato della Repubblica per l'impegno profuso e per l'opportunità di poter dare il proprio contributo all'Audizione odierna.

Restiamo a completa disposizione per ogni futuro confronto.

UNIVIDEO, *Unione Italiana Editoria Audiovisiva - Media Digitali e Online*