



Confindustria Cultura Italia  
Federazione Italiana dell'Industria Culturale

06-0210

5/e

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni  
AOO\_AGCOM

REGISTRO UFFICIALE - INGRESSO

Prot. n. 0010677, 07/03/2011



agcom 000042215200

**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni**

**Direzione Contenuti Audiovisivi e Multimediali**

Via Isonzo, 21/b

00198 Roma

**Oggetto : Consultazione Pubblica sui lineamenti di provvedimento concernente  
l'esercizio delle competenze dell'Autorità nell'attività di tutela del diritto d'autore  
sulle reti di comunicazione elettronica (Del. 668/10/CONS).**

Spettabile Autorità,

con riferimento alla Consultazione Pubblica in oggetto, nella mia qualità di  
Presidente e legale rappresentante invio in allegato il contributo di Confindustria  
Cultura Italia, con la precisazione che nulla osta alla pubblicazione.

Con cordiali saluti

Paolo Ferrari  
(Presidente)



Confindustria Cultura Italia  
Federazione Italiana dell'Industria Culturale

**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni**

---

**Risposta**  
**alla delibera N°668/10/CONS**  
**recante la Consultazione Pubblica**  
**sui**  
***“Lineamenti di provvedimento***  
***concernente l’esercizio delle***  
***competenze dell’Autorità***  
***nell’attività di tutela del Diritto***  
***d’Autore sulle reti di comunicazione***  
***elettronica”***

---

Data 3 marzo 2011



Confindustria Cultura Italia è la **Federazione Italiana dell'Industria Culturale** in seno a Confindustria.

Dal 2007 riunisce le Associazioni delle imprese editoriali, discografiche, multimediali, del cinema, dell'audiovisivo, dello spettacolo dal vivo e dei videogiochi. Tra gli obiettivi della Federazione vi è la tutela dei diritti e degli interessi collettivi degli associati sul piano nazionale, comunitario e internazionale; la promozione della salvaguardia del diritto d'autore e la proprietà intellettuale in ogni sua forma; **la lotta alla pirateria audiovisiva, discografica, editoriale e multimediale in ogni sua forma, modalità di espressione e manifestazione.**

Attraverso le 11 Associazioni riunisce oltre 17mila imprese, che danno lavoro complessivamente a circa 300.000 persone tra artisti, tecnici, maestranze e impiegati, per un valore aggiunto pari a circa 16 miliardi di euro.

Aderiscono alla Federazione le Associazioni appartenenti a:

- **settore editoriale e stampa:** AIE (editoria libraria e digitale), ANES (editoria periodica tecnica e specializzata su supporto cartaceo e multimediale)
- **musica:** AFI (fonografici), FIMI e PMI (discografici), FEM (editoria musicale)
- **produzione televisiva:** APT (fiction, intrattenimento leggero, cartoni animati e documentari)
- **cinema e spettacolo:** AGIS (spettacolo dal vivo e sale cinematografiche), ANICA (produzione, distribuzione e servizi tecnici per cinema e audiovisivo) e UNIVIDEO (home video)
- **videogiochi:** AESVI



## **PREMESSA**

Confindustria Cultura Italia esprime, innanzitutto, il proprio pieno sostegno all'iniziativa assunta dall'Autorità su un problema grave e serio che interessa l'intera industria culturale. Il contrasto al fenomeno della pirateria, e in particolar modo a quella digitale, costituisce, infatti, un'importante *mission* della Federazione Italiana dell'Industria Culturale. Sono ampiamente già constatati i gravi danni che il fenomeno provoca alle industrie creative sia in termini di mancati ricavi, sia in termini di perdita di posti di lavoro e che ci riserviamo di illustrare in modo completo ed esaustivo nel corso dell'audizione già richiesta presso l'Autorità.

Confindustria Cultura Italia apprezza fortemente la proposta dell'Autorità di svolgere un ruolo attivo nella prevenzione e vigilanza nonché di adottare misure volte a tutelare il diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica. L'attuale quadro normativo individua senza dubbio nell'Autorità il soggetto titolato a intervenire su questo terreno.

La Federazione Italiana dell'Industria Culturale ha già offerto il proprio contributo sul tema in occasione dell'indagine conoscitiva condotta nel febbraio 2010 dall'AGCOM su "*Il diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica*" ed è lieta di poter contribuire al processo di analisi sui lineamenti del provvedimento in esame, come proposto dall'Autorità e di seguito rappresentato.



### 3.3.2 L'accesso ai contenuti *premium* e l'interoperabilità delle piattaforme

#### **D1. Si condivide l'analisi dell'Autorità sulle criticità strutturali che impediscono lo sviluppo di una offerta legale?**

Confindustria Cultura Italia non condivide pienamente l'analisi sulle criticità strutturali individuate dall'Autorità e che impedirebbero lo sviluppo di una offerta legale. Preme precisare e sottolineare, infatti, che in tutti i settori rappresentati nella Federazione (musica, editoria, videogiochi, cinema e audiovisivo) esistono già, anche se in differenti forme di avanzamento e sviluppo, diversi modelli di offerta legale in rete. Citiamo alcuni esempi e dati in merito che ci riserviamo di illustrare in modo più approfondito durante l'audizione:

- L'offerta di contenuti musicali sulle reti digitali rappresenta oggi il 16% del mercato della musica registrata, con un incremento nel 2010 del fatturato digitale del 10% rispetto al 2009;
- Numerose piattaforme propongono legalmente opere audiovisive nelle diverse modalità: Internet Tv – Video On Demand (IPTV di Telecom Italia, ON TV di Fastweb, Premium Net TV di Mediaset); siti web nazionali (My Movies, Rai.TV, Video Mediaset) e siti web internazionali (iTUNES – Apple, PlayStation Network, XBOX Network – Console Microsoft X360).

Tutta l'industria dei contenuti, tuttavia, registra il dato per cui il supporto fisico rappresenta ancora di gran lunga la maggiore parte dei mercati, in volume e in valore, situazione che in alcuni settori in particolare è più visibile ma che sconta trasversalmente il ritardo nell'adeguamento alle tecnologie digitali, non tanto sul fronte della produzione, quanto su quello della distribuzione sulle reti di comunicazione. Nonostante ciò le industrie sono costantemente alla ricerca di modalità attraverso le quali distribuire efficacemente i propri contenuti online.

Molte aziende titolari dei diritti risultano quindi essere già presenti in rete con i loro contenuti. Ovviamente tale contesto è in continuo sviluppo ed evoluzione. Le aziende aderenti a Confindustria Cultura Italia vedono pertanto nello sviluppo dell'offerta "legale" di contenuti sulla rete una grande opportunità per differenziare ed accrescere il loro mercato e auspicano inoltre il rapido superamento di problemi tecnici, come la reale disponibilità di banda larga in tutto il Paese, ma soprattutto legali, di cui è prova l'enorme fenomeno della pirateria, che provocano danni ai singoli e frenano crescita e sviluppo.



***D2. In caso affermativo, quale si ritiene possano essere le misure più efficaci per favorire l'apertura del mercato dell'accesso ai contenuti premium e garantire l'interoperabilità delle diverse piattaforme trasmissive?***

Confindustria Cultura Italia trova opportuno che l'Autorità possa svolgere un ruolo di garante del mercato dell'e-content. Non ci si trova quindi contrari a interventi istituzionali che incoraggino e sostengano sempre una maggiore apertura e libertà del mercato.

Si ritiene però fondamentale che qualsiasi intervento sia semmai successivo a quello mirato a garantire il pieno rispetto dei diritti e non intervenga a modificare settori economici vitali in un momento di seria crisi economica generale.

***D3. Si ritiene utile un intervento di mediazione dell'Autorità inteso a favorire il superamento degli ostacoli di natura contrattuale che attualmente rallentano lo sviluppo di un'offerta legale di contenuti su tutte le piattaforme?***

Confindustria Cultura Italia non ritiene vi siano ostacoli di natura contrattuale che richiedano un intervento di mediazione dell'Autorità.

Ci preme inoltre sottolineare che l'Autorità deve tenere in considerazione i principi della legge sul diritto d'autore, incluso l'obbligo di preservare uno dei suoi valori fondamentali: la facoltà per gli autori di scegliere quando e come essi intendono consentire l'accesso alle loro opere. E' necessario lasciare agli operatori il compito di fare e modificare il mercato, trovando da sé dinamicamente le soluzioni di volta in volta più convenienti, che esistono già in numerose forme e sono variamente modulate secondo le diverse esigenze di mercato, tra i titolari dei diritti e gli ISP.

Potrebbe essere invece utile un possibile intervento da parte dell'Autorità per strutturare un servizio interno di raccolta dei dati di fruizione provenienti dagli operatori (di telecomunicazioni e ISP), con pubblicazione periodica sintetica per monitorare lo sviluppo del mercato e fornire un supporto informativo.

Confindustria Cultura Italia concorda pertanto che la difesa del diritto d'autore debba essere accompagnata dal sostegno all'offerta di contenuti digitali legali, ma sottolinea anche che per ridurre e contrastare la pirateria sono necessari strumenti specifici e mirati al riconoscimento e alla soluzione del problema.





### 3.3.3 Le finestre di distribuzione

***D1. Si condivide l'auspicio dell'Autorità di un ripensamento complessivo delle "finestre di distribuzione" e delle licenze di sfruttamento dei diritti in esclusiva?***

Confindustria Cultura Italia non condivide l'auspicio dell'Autorità di un ripensamento complessivo delle *windows* e delle licenze di sfruttamento dei diritti in esclusiva. E' giusto sottolineare in merito l'importanza cruciale del diritto esclusivo del titolare dei diritti d'autore di controllare le proprie opere, che comprende il diritto di decidere se, quando e come, egli intende sfruttare le opere.

La preoccupazione dell'Autorità rispetto al rischio che il ritardato rilascio dei contenuti su Internet possa favorire la pirateria, non tiene conto di politiche commerciali e indirizzi industriali dai quali non si può prescindere.

Confindustria Cultura Italia ritiene dunque che debbano essere i titolari dei diritti a gestire la contrattazione delle *windows* e delle altre modalità di sfruttamento dei propri dei propri diritti anche in ambito di offerta legale sulla rete, nel rispetto delle norme nazionali e internazionali.

***D2. In caso affermativo, si ritiene utile un intervento dell'Autorità in fase di mediazione inteso a favorire una riduzione dello scarto temporale tra i canali di distribuzione tradizionali e quelli più innovativi?***

Si ribadisce quanto esposto nella precedente risposta.

### 3.4 Attività informativa e di "educazione alla legalità"

***D1. Si concorda con le ipotesi in cui si articolerebbe la campagna di informazione e di educazione alla legalità?***

Confindustria Cultura Italia concorda con la necessità di promuovere la cultura del diritto d'autore nelle forme più ampie possibili.



Lo sviluppo di un sano mercato dei contenuti digitali passa senza dubbio attraverso la consapevolezza dei consumatori che l'accesso e la distribuzione dei contenuti debba avvenire nel rispetto della legalità.

Come ogni campagna di comunicazione, la sua definizione dovrà attraversare le fasi di individuazione del messaggio, del target, delle forme di comunicazione più idonee, nonché declinata su tutti i media, compresi ovviamente anche tutti gli strumenti di comunicazione sul web che in questo contesto potrebbero risultare come i più efficaci. Riteniamo inoltre che la campagna di informazione debba essere orientata verso messaggi che abbiano un contenuto positivo, che siano in grado di trasmettere sia la conoscenza delle opportunità e dei problemi che l'utente può incontrare nell'accesso alle opere dell'ingegno disponibili online, sia un insegnamento delle regole che dominano la materia e le conseguenze della loro violazione. Sotto questo profilo CCI offre la propria disponibilità a collaborare nella definizione delle campagne che si vorranno approntare.

***D2. Si concorda con l'ipotesi dell'Autorità di inserire nei contratti di hosting e caching un contenuto minimo informativo inerente alla normativa in tema di protezione del Diritto d'Autore e le conseguenze connesse alla sua violazione, nonché alle modalità di pagamento per fruire dei contenuti legali anche mediante forme di m-payment?***

L'adozione nei contratti di *hosting* e *caching* di clausole volte alla tutela del diritto d'autore e di proprietà intellettuale è quanto mai opportuna. E' necessario pertanto coinvolgere gli Internet Service Provider in operazioni di sensibilizzazione degli utenti tramite note informative. Confindustria Cultura Italia, nel sostenere l'ipotesi avanzata dall'Autorità, sottolinea comunque la necessità di una maggiore responsabilizzazione degli ISP.

Concordiamo inoltre anche sull'azione propositiva dell'Autorità per favorire l'adozione di modelli di pagamento innovativi che semplifichino l'acquisizione dei contenuti sulle piattaforme legali da parte dei consumatori.

***D3. Si concorda con l'ipotesi dell'Autorità di procedere all'invio di una mail informativa automatica all'utente al momento del primo accesso ad internet?***

Confindustria Cultura Italia sostiene l'eventualità di un invio automatico di un e-mail informativa all'utente al momento del primo accesso a internet, pur consapevole della difficoltà di elaborazione di un messaggio informativo sintetico ed efficace allo stesso tempo.





Anche sotto tale profilo conferma la disponibilità a collaborare per raggiungere il risultato atteso. La comunicazione informativa dovrà, inoltre, essere strutturata in modo da prendere in considerazione anche l'eventualità in cui l'effettivo utente sia diverso dall'intestatario dell'abbonamento di connessione.

### 3.5.2 Il procedimento di tutela del Diritto d'Autore e del copyright

***D1. Si concorda con la procedura delineata dall'Autorità sulla rimozione selettiva anche per quanto riguarda la tempistica? In caso contrario, si prega di indicare le ragioni del dissenso. Nel caso s'intenda proporre una procedura alternativa, si prega di evidenziarne anche i vantaggi che la rendono preferibile a quella qui descritta.***

Confindustria Cultura Italia condivide l'impostazione generale della procedura delineata dall'Autorità. In questa ottica si suggeriscono alcuni possibili integrazioni che la rendano più efficace nella tempistica nonché nell'area di applicazione. In relazione a quest'ultimo punto, riteniamo importante e ovvio, anche se non specificato dall'Autorità, estendere la procedura di segnalazione e rimozione anche ai siti internet che permettono o facilitano la violazione del diritto d'autore mediante link a materiale illecito presente su altri siti. Anche tali link devono quindi essere prontamente rimossi.

In merito alla tempistica delineata dall'Autorità, Confindustria Cultura Italia propone di ridurre il tempo di rimozione del materiale illecito da parte del gestore del sito da 48 ore a 24 ore. La proposta è proporzionata alle capacità della tecnologia che consente tempi velocissimi per la duplicazione del materiale illecito.

Riteniamo inoltre utile sottolineare che è necessario considerare i due step, riguardanti l'attività di comunicazione al gestore del sito e all'Autorità, complementari e contemporanei, non successivi. E' una procedura che deve essere avviata in parallelo per giungere con più rapidità all'eventuale attività sanzionatoria dell'Autorità.

Riteniamo infine essenziale evidenziare relativamente al punto 5) "Monitoraggio successivo del rispetto dell'ordine e applicazione di sanzioni in caso di reiterata inottemperanza" che l'Autorità, in caso di accertata inottemperanza dell'ordine di rimozione impartito, debba applicare senza ulteriore indugio le sanzioni previste dalla Legge 249/97, Articolo 1, comma 31.



**D2. Tra le ipotesi alternative previste per il caso della rimozione totale, quale delle due si ritiene preferibile? Nel caso s'intenda proporre ulteriori procedure alternative, si prega di evidenziarne anche i vantaggi che le renderebbero preferibili a quelle qui descritte.**

Con riguardo ai modelli di intervento proposti in via alternativa per raggiungere la rimozione di tutti i contenuti illeciti, Confindustria Cultura Italia osserva che il primo presenta contorni piuttosto incerti, posto che non risulta chiaro quale sia l'utilizzo che si andrebbe a fare delle *black list* compilate e aggiornate dall'Autorità. Esso potrebbe pertanto essere preso in considerazione solo unitamente all'applicazione del secondo modello di intervento.

In merito al secondo modello di intervento, riteniamo invece che l'inibizione di un sito illegale tramite blocco IP e DNS risulta essere molto efficace.

Non ci sono ragioni legittime perché esistano online siti che consentano o facilitano la pirateria. Il blocco di siti il cui scopo primario sia porre in essere, consentire o facilitare violazioni palesi dei diritti di proprietà intellettuale altrui costituisce pertanto una reazione ragionevole e del tutto proporzionata a un problema economico e sociale di assoluta serietà e crescente rilevanza.

Il blocco IP e DNS si è inoltre dimostrato come l'unica nonché più efficace forma di prevenzione della messa a disposizione illecita di materiale protetto in particolare in due casi:

- Nel caso di servizi non collaborativi (ovvero che rifiutano un accordo su base volontaria di *Notice and take down* con i titolari dei diritti)
- Nel caso di servizi (gestiti indifferentemente da individui italiani o stranieri) i cui server sono posizionati all'estero

Nei due casi menzionati non esiste al momento una soluzione di provata efficacia alternativa al blocco IP e DNS. La misura proposta risulterebbe poco invasiva dal momento che non colpirebbe gli utenti finali, ma esclusivamente i siti che volontariamente e coscientemente mettono a disposizione materiale tutelato da diritto d'autore.



***D3. Si ritiene vi siano altre misure più efficaci nel contrastare il fenomeno della pirateria? In caso affermativo, si prega di indicarle evidenziandone i relativi vantaggi.***

Si ribadisce quanto esposto nella precedente risposta. Confindustria Cultura Italia considera, al momento, l'inibizione di un sito illegale tramite blocco IP e DNS, una soluzione di provata efficacia per i siti che volontariamente e coscientemente mettono a disposizione materiale tutelato da diritto d'autore.

### 3.6 Le licenze collettive

***D1. Si ritiene efficace l'eventuale adozione di disposizioni che, sul modello delle licenze collettive estese, attribuiscono efficacia generale agli accordi volontari tra enti rappresentativi dei titolari dei diritti, dei provider e degli utenti, in relazione alle modalità di gestione dei diritti relativi agli utilizzi non commerciali di opere protette on-line? In caso negativo, si prega di indicare le ragioni.***

Benché l'Autorità frequentemente usi il termine "volontarie" nella sua proposizione su questo argomento, Confindustria Cultura Italia è molto preoccupata che quanto qui ipotizzato possa essere in realtà considerato una forma di licenza obbligatoria, in violazione dei trattati internazionali. Crediamo che l'azione delle istituzioni non si debba sostituire a soluzioni nate dal mercato, per semplificare d'ufficio dinamiche complesse e poco conosciute ai non addetti ai lavori. Crediamo anche che sia nel miglior interesse dei titolari dei diritti negoziare privatamente gli accordi di licenza, piuttosto che una soluzione in alcuni siano costretti a donare una porzione del valore delle loro opere ad altre entità commerciali sul mercato. Bisogna evitare che, per una malintesa accezione delle nuove tecnologie, si apra la via ad operazioni di forfetizzazione obbligatoria, che non tenga conto di differenze sostanziali di qualità e di valore.



***D2. Si condivide il percorso procedurale proposto, consistente nella adozione di apposite disposizioni relative all'efficacia generale degli accordi collettivi volontari e l'eventuale adozione di delibere attuative in relazione agli impegni in materia tariffaria assunti dagli ISP? In caso negativo, si prega di indicare le ragioni.***

No, per le ragioni espresse nella risposta precedente.

Confindustria Cultura Italia auspica una responsabilizzazione degli ISP. L'obiettivo è quello di favorire modalità collaborative da parte degli Internet Service Provider nella rimozione di contenuti abusivamente immessi in rete, rimuovendo così gli ostacoli giuridici posti dal nostro ordinamento, che non è ad oggi in linea con la Direttiva Europea sul commercio elettronico.

***D3. Si ritiene opportuna l'individuazione di forme di pagamento da parte dell'utente semplici e all'avanguardia come ad esempio quelle di m-payment?***

Confindustria Cultura Italia concorda sull'opportunità di individuare forme di pagamento semplici e all'avanguardia purché strettamente legate alla capacità di comunicazione degli operatori, alla capacità di adesione dei partner coinvolti e soprattutto agli standard di sicurezza che si riusciranno a garantire.

### 3.7 Attività di risoluzione di controversie

***D1. Si ritiene che un eventuale ruolo di mediazione svolto dall'Autorità nelle controversie che dovessero eventualmente insorgere tra i soggetti interessati a valle dell'applicazione della normativa a tutela del Diritto d'Autore possa essere utile? In caso negativo, si prega di indicarne le ragioni.***

La legge prevede già gli istituti dell'arbitrato e dell'arbitraggio. Nello specifico andrebbero dettagliate le modalità regolamentari ed esecutive che a nostro avviso dovrebbero prevedere la facoltà e non la obbligatorietà ad avvalersene delle parti.



### 3.8 Istituzione presso l'Autorità di un Tavolo tecnico sul Diritto d'Autore

***D1. Si ritiene utile l'iniziativa proposta? In caso negativo, si prega di indicarne le ragioni.***

Confindustria Cultura Italia è favorevole all'istituzione di un Tavolo tecnico presso l'Autorità formato da rappresentanti dei titolari di diritti e rappresentanti degli ISP con l'obiettivo di approfondire le problematiche applicative del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e per implementare le procedure sopra descritte di contrasto alla pirateria.

Si resta a disposizione per ulteriori chiarimenti.

**Confindustria Cultura Italia è**

**AESVI AFI AGIS AIE ANES ANICA APT FEM FIMI PMI UNIVIDEO**





Confindustria Cultura Italia  
Federazione Italiana dell'Industria Culturale

**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni**

---

**Risposta**  
**alla delibera N°668/10/CONS**  
**recante la Consultazione Pubblica**  
**sui**  
***“Lineamenti di provvedimento***  
***concernente l’esercizio delle***  
***competenze dell’Autorità***  
***nell’attività di tutela del Diritto***  
***d’Autore sulle reti di comunicazione***  
***elettronica”***

---

Data 3 marzo 2011



Confindustria Cultura Italia è la **Federazione Italiana dell'Industria Culturale** in seno a Confindustria.

Dal 2007 riunisce le Associazioni delle imprese editoriali, discografiche, multimediali, del cinema, dell'audiovisivo, dello spettacolo dal vivo e dei videogiochi. Tra gli obiettivi della Federazione vi è la tutela dei diritti e degli interessi collettivi degli associati sul piano nazionale, comunitario e internazionale; la promozione della salvaguardia del diritto d'autore e la proprietà intellettuale in ogni sua forma; **la lotta alla pirateria audiovisiva, discografica, editoriale e multimediale in ogni sua forma, modalità di espressione e manifestazione.**

Attraverso le 11 Associazioni riunisce oltre 17mila imprese, che danno lavoro complessivamente a circa 300.000 persone tra artisti, tecnici, maestranze e impiegati, per un valore aggiunto pari a circa 16 miliardi di euro.

Aderiscono alla Federazione le Associazioni appartenenti a:

- **settore editoriale e stampa:** AIE (editoria libraria e digitale), ANES (editoria periodica tecnica e specializzata su supporto cartaceo e multimediale)
- **musica:** AFI (fonografici), FIMI e PMI (discografici), FEM (editoria musicale)
- **produzione televisiva:** APT (fiction, intrattenimento leggero, cartoni animati e documentari)
- **cinema e spettacolo:** AGIS (spettacolo dal vivo e sale cinematografiche), ANICA (produzione, distribuzione e servizi tecnici per cinema e audiovisivo) e UNIVIDEO (home video)
- **videogiochi:** AESVI



## **PREMESSA**

Confindustria Cultura Italia esprime, innanzitutto, il proprio pieno sostegno all'iniziativa assunta dall'Autorità su un problema grave e serio che interessa l'intera industria culturale. Il contrasto al fenomeno della pirateria, e in particolar modo a quella digitale, costituisce, infatti, un'importante *mission* della Federazione Italiana dell'Industria Culturale. Sono ampiamente già constatati i gravi danni che il fenomeno provoca alle industrie creative sia in termini di mancati ricavi, sia in termini di perdita di posti di lavoro e che ci riserviamo di illustrare in modo completo ed esaustivo nel corso dell'audizione già richiesta presso l'Autorità.

Confindustria Cultura Italia apprezza fortemente la proposta dell'Autorità di svolgere un ruolo attivo nella prevenzione e vigilanza nonché di adottare misure volte a tutelare il diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica. L'attuale quadro normativo individua senza dubbio nell'Autorità il soggetto titolato a intervenire su questo terreno.

La Federazione Italiana dell'Industria Culturale ha già offerto il proprio contributo sul tema in occasione dell'indagine conoscitiva condotta nel febbraio 2010 dall'AGCOM su "*Il diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica*" ed è lieta di poter contribuire al processo di analisi sui lineamenti del provvedimento in esame, come proposto dall'Autorità e di seguito rappresentato.



### 3.3.2 L'accesso ai contenuti *premium* e l'interoperabilità delle piattaforme

#### **D1. Si condivide l'analisi dell'Autorità sulle criticità strutturali che impediscono lo sviluppo di una offerta legale?**

Confindustria Cultura Italia non condivide pienamente l'analisi sulle criticità strutturali individuate dall'Autorità e che impedirebbero lo sviluppo di una offerta legale. Preme precisare e sottolineare, infatti, che in tutti i settori rappresentati nella Federazione (musica, editoria, videogiochi, cinema e audiovisivo) esistono già, anche se in differenti forme di avanzamento e sviluppo, diversi modelli di offerta legale in rete. Citiamo alcuni esempi e dati in merito che ci riserviamo di illustrare in modo più approfondito durante l'audizione:

- L'offerta di contenuti musicali sulle reti digitali rappresenta oggi il 16% del mercato della musica registrata, con un incremento nel 2010 del fatturato digitale del 10% rispetto al 2009;
- Numerose piattaforme propongono legalmente opere audiovisive nelle diverse modalità: Internet Tv – Video On Demand (IPTV di Telecom Italia, ON TV di Fastweb, Premium Net TV di Mediaset); siti web nazionali (My Movies, Rai.TV, Video Mediaset) e siti web internazionali (iTUNES – Apple, PlayStation Network, XBOX Network – Console Microsoft X360).

Tutta l'industria dei contenuti, tuttavia, registra il dato per cui il supporto fisico rappresenta ancora di gran lunga la maggiore parte dei mercati, in volume e in valore, situazione che in alcuni settori in particolare è più visibile ma che sconta trasversalmente il ritardo nell'adeguamento alle tecnologie digitali, non tanto sul fronte della produzione, quanto su quello della distribuzione sulle reti di comunicazione. Nonostante ciò le industrie sono costantemente alla ricerca di modalità attraverso le quali distribuire efficacemente i propri contenuti online.

Molte aziende titolari dei diritti risultano quindi essere già presenti in rete con i loro contenuti. Ovviamente tale contesto è in continuo sviluppo ed evoluzione. Le aziende aderenti a Confindustria Cultura Italia vedono pertanto nello sviluppo dell'offerta "legale" di contenuti sulla rete una grande opportunità per differenziare ed accrescere il loro mercato e auspicano inoltre il rapido superamento di problemi tecnici, come la reale disponibilità di banda larga in tutto il Paese, ma soprattutto legali, di cui è prova l'enorme fenomeno della pirateria, che provocano danni ai singoli e frenano crescita e sviluppo.



***D2. In caso affermativo, quale si ritiene possano essere le misure più efficaci per favorire l'apertura del mercato dell'accesso ai contenuti premium e garantire l'interoperabilità delle diverse piattaforme trasmissive?***

Confindustria Cultura Italia trova opportuno che l'Autorità possa svolgere un ruolo di garante del mercato dell'e-content. Non ci si trova quindi contrari a interventi istituzionali che incoraggino e sostengano sempre una maggiore apertura e libertà del mercato.

Si ritiene però fondamentale che qualsiasi intervento sia semmai successivo a quello mirato a garantire il pieno rispetto dei diritti e non intervenga a modificare settori economici vitali in un momento di seria crisi economica generale.

***D3. Si ritiene utile un intervento di mediazione dell'Autorità inteso a favorire il superamento degli ostacoli di natura contrattuale che attualmente rallentano lo sviluppo di un'offerta legale di contenuti su tutte le piattaforme?***

Confindustria Cultura Italia non ritiene vi siano ostacoli di natura contrattuale che richiedano un intervento di mediazione dell'Autorità.

Ci preme inoltre sottolineare che l'Autorità deve tenere in considerazione i principi della legge sul diritto d'autore, incluso l'obbligo di preservare uno dei suoi valori fondamentali: la facoltà per gli autori di scegliere quando e come essi intendono consentire l'accesso alle loro opere. E' necessario lasciare agli operatori il compito di fare e modificare il mercato, trovando da sé dinamicamente le soluzioni di volta in volta più convenienti, che esistono già in numerose forme e sono variamente modulate secondo le diverse esigenze di mercato, tra i titolari dei diritti e gli ISP.

Potrebbe essere invece utile un possibile intervento da parte dell'Autorità per strutturare un servizio interno di raccolta dei dati di fruizione provenienti dagli operatori (di telecomunicazioni e ISP), con pubblicazione periodica sintetica per monitorare lo sviluppo del mercato e fornire un supporto informativo.

Confindustria Cultura Italia concorda pertanto che la difesa del diritto d'autore debba essere accompagnata dal sostegno all'offerta di contenuti digitali legali, ma sottolinea anche che per ridurre e contrastare la pirateria sono necessari strumenti specifici e mirati al riconoscimento e alla soluzione del problema.





### 3.3.3 Le finestre di distribuzione

#### ***D1. Si condivide l'auspicio dell'Autorità di un ripensamento complessivo delle "finestre di distribuzione" e delle licenze di sfruttamento dei diritti in esclusiva?***

Confindustria Cultura Italia non condivide l'auspicio dell'Autorità di un ripensamento complessivo delle *windows* e delle licenze di sfruttamento dei diritti in esclusiva. E' giusto sottolineare in merito l'importanza cruciale del diritto esclusivo del titolare dei diritti d'autore di controllare le proprie opere, che comprende il diritto di decidere se, quando e come, egli intende sfruttare le opere.

La preoccupazione dell'Autorità rispetto al rischio che il ritardato rilascio dei contenuti su Internet possa favorire la pirateria, non tiene conto di politiche commerciali e indirizzi industriali dai quali non si può prescindere.

Confindustria Cultura Italia ritiene dunque che debbano essere i titolari dei diritti a gestire la contrattazione delle *windows* e delle altre modalità di sfruttamento dei propri dei propri diritti anche in ambito di offerta legale sulla rete, nel rispetto delle norme nazionali e internazionali.

#### ***D2. In caso affermativo, si ritiene utile un intervento dell'Autorità in fase di mediazione inteso a favorire una riduzione dello scarto temporale tra i canali di distribuzione tradizionali e quelli più innovativi?***

Si ribadisce quanto esposto nella precedente risposta.

### 3.4 Attività informativa e di "educazione alla legalità"

#### ***D1. Si concorda con le ipotesi in cui si articolerebbe la campagna di informazione e di educazione alla legalità?***

Confindustria Cultura Italia concorda con la necessità di promuovere la cultura del diritto d'autore nelle forme più ampie possibili.



Lo sviluppo di un sano mercato dei contenuti digitali passa senza dubbio attraverso la consapevolezza dei consumatori che l'accesso e la distribuzione dei contenuti debba avvenire nel rispetto della legalità.

Come ogni campagna di comunicazione, la sua definizione dovrà attraversare le fasi di individuazione del messaggio, del target, delle forme di comunicazione più idonee, nonché declinata su tutti i media, compresi ovviamente anche tutti gli strumenti di comunicazione sul web che in questo contesto potrebbero risultare come i più efficaci. Riteniamo inoltre che la campagna di informazione debba essere orientata verso messaggi che abbiano un contenuto positivo, che siano in grado di trasmettere sia la conoscenza delle opportunità e dei problemi che l'utente può incontrare nell'accesso alle opere dell'ingegno disponibili online, sia un insegnamento delle regole che dominano la materia e le conseguenze della loro violazione. Sotto questo profilo CCI offre la propria disponibilità a collaborare nella definizione delle campagne che si vorranno approntare.

***D2. Si concorda con l'ipotesi dell'Autorità di inserire nei contratti di hosting e caching un contenuto minimo informativo inerente alla normativa in tema di protezione del Diritto d'Autore e le conseguenze connesse alla sua violazione, nonché alle modalità di pagamento per fruire dei contenuti legali anche mediante forme di m-payment?***

L'adozione nei contratti di *hosting* e *caching* di clausole volte alla tutela del diritto d'autore e di proprietà intellettuale è quanto mai opportuna. E' necessario pertanto coinvolgere gli Internet Service Provider in operazioni di sensibilizzazione degli utenti tramite note informative. Confindustria Cultura Italia, nel sostenere l'ipotesi avanzata dall'Autorità, sottolinea comunque la necessità di una maggiore responsabilizzazione degli ISP.

Concordiamo inoltre anche sull'azione propositiva dell'Autorità per favorire l'adozione di modelli di pagamento innovativi che semplifichino l'acquisizione dei contenuti sulle piattaforme legali da parte dei consumatori.

***D3. Si concorda con l'ipotesi dell'Autorità di procedere all'invio di una mail informativa automatica all'utente al momento del primo accesso ad internet?***

Confindustria Cultura Italia sostiene l'eventualità di un invio automatico di un e-mail informativa all'utente al momento del primo accesso a internet, pur consapevole della difficoltà di elaborazione di un messaggio informativo sintetico ed efficace allo stesso tempo.



Anche sotto tale profilo conferma la disponibilità a collaborare per raggiungere il risultato atteso. La comunicazione informativa dovrà, inoltre, essere strutturata in modo da prendere in considerazione anche l'eventualità in cui l'effettivo utente sia diverso dall'intestatario dell'abbonamento di connessione.

### 3.5.2 Il procedimento di tutela del Diritto d'Autore e del copyright

***D1. Si concorda con la procedura delineata dall'Autorità sulla rimozione selettiva anche per quanto riguarda la tempistica? In caso contrario, si prega di indicare le ragioni del dissenso. Nel caso s'intenda proporre una procedura alternativa, si prega di evidenziarne anche i vantaggi che la rendono preferibile a quella qui descritta.***

Confindustria Cultura Italia condivide l'impostazione generale della procedura delineata dall'Autorità. In questa ottica si suggeriscono alcuni possibili integrazioni che la rendano più efficace nella tempistica nonché nell'area di applicazione. In relazione a quest'ultimo punto, riteniamo importante e ovvio, anche se non specificato dall'Autorità, estendere la procedura di segnalazione e rimozione anche ai siti internet che permettono o facilitano la violazione del diritto d'autore mediante link a materiale illecito presente su altri siti. Anche tali link devono quindi essere prontamente rimossi.

In merito alla tempistica delineata dall'Autorità, Confindustria Cultura Italia propone di ridurre il tempo di rimozione del materiale illecito da parte del gestore del sito da 48 ore a 24 ore. La proposta è proporzionata alle capacità della tecnologia che consente tempi velocissimi per la duplicazione del materiale illecito.

Riteniamo inoltre utile sottolineare che è necessario considerare i due step, riguardanti l'attività di comunicazione al gestore del sito e all'Autorità, complementari e contemporanei, non successivi. E' una procedura che deve essere avviata in parallelo per giungere con più rapidità all'eventuale attività sanzionatoria dell'Autorità.

Riteniamo infine essenziale evidenziare relativamente al punto 5) "Monitoraggio successivo del rispetto dell'ordine e applicazione di sanzioni in caso di reiterata inottemperanza" che l'Autorità, in caso di accertata inottemperanza dell'ordine di rimozione impartito, debba applicare senza ulteriore indugio le sanzioni previste dalla Legge 249/97, Articolo 1, comma 31.



**D2. Tra le ipotesi alternative previste per il caso della rimozione totale, quale delle due si ritiene preferibile? Nel caso s'intenda proporre ulteriori procedure alternative, si prega di evidenziarne anche i vantaggi che le renderebbero preferibili a quelle qui descritte.**

Con riguardo ai modelli di intervento proposti in via alternativa per raggiungere la rimozione di tutti i contenuti illeciti, Confindustria Cultura Italia osserva che il primo presenta contorni piuttosto incerti, posto che non risulta chiaro quale sia l'utilizzo che si andrebbe a fare delle *black list* compilate e aggiornate dall'Autorità. Esso potrebbe pertanto essere preso in considerazione solo unitamente all'applicazione del secondo modello di intervento.

In merito al secondo modello di intervento, riteniamo invece che l'inibizione di un sito illegale tramite blocco IP e DNS risulta essere molto efficace.

Non ci sono ragioni legittime perché esistano online siti che consentano o facilitano la pirateria. Il blocco di siti il cui scopo primario sia porre in essere, consentire o facilitare violazioni palesi dei diritti di proprietà intellettuale altrui costituisce pertanto una reazione ragionevole e del tutto proporzionata a un problema economico e sociale di assoluta serietà e crescente rilevanza.

Il blocco IP e DNS si è inoltre dimostrato come l'unica nonché più efficace forma di prevenzione della messa a disposizione illecita di materiale protetto in particolare in due casi:

- Nel caso di servizi non collaborativi (ovvero che rifiutano un accordo su base volontaria di *Notice and take down* con i titolari dei diritti)
- Nel caso di servizi (gestiti indifferentemente da individui italiani o stranieri) i cui server sono posizionati all'estero

Nei due casi menzionati non esiste al momento una soluzione di provata efficacia alternativa al blocco IP e DNS. La misura proposta risulterebbe poco invasiva dal momento che non colpirebbe gli utenti finali, ma esclusivamente i siti che volontariamente e coscientemente mettono a disposizione materiale tutelato da diritto d'autore.



***D3. Si ritiene vi siano altre misure più efficaci nel contrastare il fenomeno della pirateria? In caso affermativo, si prega di indicarle evidenziandone i relativi vantaggi.***

Si ribadisce quanto esposto nella precedente risposta. Confindustria Cultura Italia considera, al momento, l'inibizione di un sito illegale tramite blocco IP e DNS, una soluzione di provata efficacia per i siti che volontariamente e coscientemente mettono a disposizione materiale tutelato da diritto d'autore.

### 3.6 Le licenze collettive

***D1. Si ritiene efficace l'eventuale adozione di disposizioni che, sul modello delle licenze collettive estese, attribuiscano efficacia generale agli accordi volontari tra enti rappresentativi dei titolari dei diritti, dei provider e degli utenti, in relazione alle modalità di gestione dei diritti relativi agli utilizzi non commerciali di opere protette on-line? In caso negativo, si prega di indicare le ragioni.***

Benché l'Autorità frequentemente usi il termine "volontarie" nella sua proposizione su questo argomento, Confindustria Cultura Italia è molto preoccupata che quanto qui ipotizzato possa essere in realtà considerato una forma di licenza obbligatoria, in violazione dei trattati internazionali. Crediamo che l'azione delle istituzioni non si debba sostituire a soluzioni nate dal mercato, per semplificare d'ufficio dinamiche complesse e poco conosciute ai non addetti ai lavori. Crediamo anche che sia nel miglior interesse dei titolari dei diritti negoziare privatamente gli accordi di licenza, piuttosto che una soluzione in alcuni siano costretti a donare una porzione del valore delle loro opere ad altre entità commerciali sul mercato. Bisogna evitare che, per una malintesa accezione delle nuove tecnologie, si apra la via ad operazioni di forfetizzazione obbligatoria, che non tenga conto di differenze sostanziali di qualità e di valore.





***D2. Si condivide il percorso procedurale proposto, consistente nella adozione di apposite disposizioni relative all'efficacia generale degli accordi collettivi volontari e l'eventuale adozione di delibere attuative in relazione agli impegni in materia tariffaria assunti dagli ISP? In caso negativo, si prega di indicare le ragioni.***

No, per le ragioni espresse nella risposta precedente.

Confindustria Cultura Italia auspica una responsabilizzazione degli ISP. L'obiettivo è quello di favorire modalità collaborative da parte degli Internet Service Provider nella rimozione di contenuti abusivamente immessi in rete, rimuovendo così gli ostacoli giuridici posti dal nostro ordinamento, che non è ad oggi in linea con la Direttiva Europea sul commercio elettronico.

***D3. Si ritiene opportuna l'individuazione di forme di pagamento da parte dell'utente semplici e all'avanguardia come ad esempio quelle di m-payment?***

Confindustria Cultura Italia concorda sull'opportunità di individuare forme di pagamento semplici e all'avanguardia purché strettamente legate alla capacità di comunicazione degli operatori, alla capacità di adesione dei partner coinvolti e soprattutto agli standard di sicurezza che si riusciranno a garantire.

### 3.7 Attività di risoluzione di controversie

***D1. Si ritiene che un eventuale ruolo di mediazione svolto dall'Autorità nelle controversie che dovessero eventualmente insorgere tra i soggetti interessati a valle dell'applicazione della normativa a tutela del Diritto d'Autore possa essere utile? In caso negativo, si prega di indicarne le ragioni.***

La legge prevede già gli istituti dell'arbitrato e dell'arbitraggio. Nello specifico andrebbero dettagliate le modalità regolamentari ed esecutive che a nostro avviso dovrebbero prevedere la facoltà e non la obbligatorietà ad avvalersene delle parti.



Confindustria Cultura Italia  
Federazione Italiana dell'Industria Culturale

### 3.8 Istituzione presso l'Autorità di un Tavolo tecnico sul Diritto d'Autore

***D1. Si ritiene utile l'iniziativa proposta? In caso negativo, si prega di indicarne le ragioni.***

Confindustria Cultura Italia è favorevole all'istituzione di un Tavolo tecnico presso l'Autorità formato da rappresentanti dei titolari di diritti e rappresentanti degli ISP con l'obiettivo di approfondire le problematiche applicative del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e per implementare le procedure sopra descritte di contrasto alla pirateria.

Si resta a disposizione per ulteriori chiarimenti.

**Confindustria Cultura Italia è**

**AESVI AFI AGIS AIE ANES ANICA APT FEM FIMI PMI UNIVIDEO**