

**AUDIZIONE NELL'AMBITO DEL
DISEGNO DI LEGGE**

*Deleghe al Governo per il Codice dello
Spettacolo
(AS 2287-bis)*

*Commissione Istruzione Pubblica e Beni
culturali*

- Senato della Repubblica -

Gennaio 2017

La Federazione Industria Musicale Italiana (FIMI) nasce nel 1992, è socio fondatore di Confindustria Cultura Italia e membro **IFPI (Federazione Industria Fonografica Internazionale)**, rappresenta le maggiori imprese produttrici e distributrici del settore discografico per un totale di oltre 2.500 marchi tra i più famosi del mondo.

FIMI **tutela e promuove le attività connesse all'industria discografica**, fornendo la raccolta e la diffusione dei dati e delle ricerche di settore, sia sul piano nazionale che internazionale, per consentire alle imprese di conoscere l'andamento e lo sviluppo del mercato. Le imprese associate possono accedere a dati economici e studi realizzati dalle più importanti società di ricerca.

Tramite FPM, Federazione contro la pirateria musicale e multimediale, della quale FIMI è socio fondatore, le imprese associate possono segnalare episodi di pirateria e contraffazione e ricevere assistenza nell'attività di tutela del copyright. FPM coopera ed assiste le forze dell'ordine, la magistratura e l'agenzia della dogane nel contrasto alla pirateria e alla contraffazione di prodotti discografici.

Il settore discografico è il primo che si è confrontato con la "rivoluzione digitale": registrando forti cali nell'immediato, successivamente ha risposto alle sfide con nuovi modi di sfruttare le tecnologie. Ne sono derivati nuovi sistemi tra cui la creazione di piattaforma come Spotify o Deezer e, quindi, il passaggio dal cd al digitale.

Alcuni dati sulla capacità di innovazione del settore musicale:

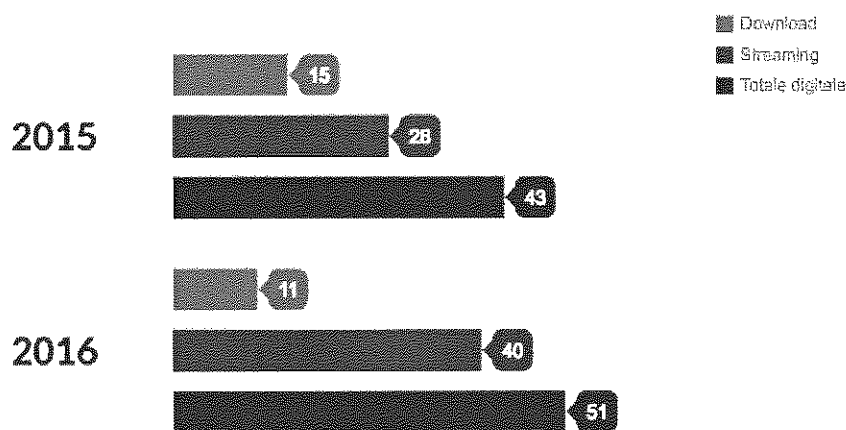
- ✓ ogni anno 4,5 mld di dollari in ricerca&sviluppo e operazioni di marketing per gli artisti;
- ✓ il 27% dei ricavi viene re-investito in ricerca&sviluppo;
- ✓ le case discografiche investono il 16,8% dei loro ricavi per la scoperta dei nuovi talenti.

Rimangono problemi gravissimi, come la giusta remunerazione delle opere trasmesse in streaming su piattaforme come Youtube: è il fenomeno del cd value gap – su cui questa Commissione ha espresso un parere importante durante l'esame della Proposta di Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio sul diritto d'autore nel mercato unico digitale (Com Final 593) – e tra le osservazioni ha riconosciuto "di fronte alla sempre più riconosciuta evidenza della disparità remunerativa tra i colossi del web e l'industria creativa (value gap) l'opportunità di sollecitare in sede europea una revisione della normativa comunitaria sui "safe harbour"

(esenzioni dalle responsabilità)”. Ancora lunga è la strada, soprattutto in sede europea, per arginare tale fenomeno che danneggia l’Industria dei contenuti.

Nel 2016, lo streaming, in termini di volumi, sfiora i **100 milioni di stream in Italia**, con un incremento del 54% e il segmento premium che, per la prima volta, supera il free. Nella classifica dei singoli lo streaming è ormai oltre l’80%. In calo deciso, invece, il download. Il vinile continua a segnare una tendenza crescente con un +74%.

2015 - 2016: i primi 9 mesi a confronto



Dati in milioni di euro. Fonte: FIMI

LE PROPOSTE DELLA FEDERAZIONE

La FIMI, come altre Associazioni del settore musicale, reputa che una legge sul settore sia ormai imprescindibile. Sono decenni che si parla di una Legge sulla Musica: l’auspicio è che il Legislatore non sprechi questa ennesima occasione. L’ultimo parziale intervento sulla parte industriale di questo comparto risale al 2013, con il c.d. “Decreto Bray”. E’ innegabile che vi sia stata – ci si augura che questo DDL possa superare la situazione attuale – una discriminazione tra la produzione lirico-sinfonica e la parte più “popolare” della musica: la prima ha ricevuto fondi pubblici, la seconda continua ad essere non disciplinata e sostanzialmente discriminata.

Questo Parlamento ha stravolto la miope politica del ritornello “*con la cultura non si mangia*”, ma ancora è lontano dal riconoscere alla produzione musicale contemporanea la valenza

culturale. Tuttavia, la musica “popolare” e “contemporanea” continuano ad essere ancillari, quasi marginalizzate, senza capire che sono produzioni artistiche e hanno il merito indiscusso di avvicinare i cittadini di ogni età alla musica che, dunque, diventa grande volano culturale e industriale.

A tal fine, si propongono delle misure, che già sono state riprese dal disegno di legge presentato alla Camera “*Delega al Governo per la disciplina delle attività musicali contemporanee popolari dal vivo*” (AC 3842) e riguardano politiche decisive per il rilancio del comparto.

1) SOSTEGNO AI GIOVANI ARTISTI

Si deve registrare con forte preoccupazione l’invecchiamento degli artisti italiani e lo scarsissimo rapporto nel ricambio generazionale.

Diventa necessario, anche alla luce della forte concorrenza internazionale, istituire delle misure che possano favorire questo ricambio generazionale.

Tra queste si registra che durante la I lettura della Legge di Bilancio, il Governo ha chiuso alla possibilità di rinnovo del **tax credit per la produzione delle opere dei giovani artisti**, che era previsto dal DL Bray ed è giunto a scadenza nel dicembre 2016.

La proposta di FIMI è, dunque, di prevedere il **sostegno – tramite tax credit – alla produzione delle opere prime, seconde e terze dei giovani artisti** per una spesa annua di 3 milioni di euro, con il superamento della regola del *c.d de minimis* che limita le capacità di spesa delle aziende. Un sistema simile, quindi, a quello per il cinema.

Sarà altresì necessario, per dare forza a questo provvedimento, prevedere l’introduzione di norme, nonché revisione di quelle vigenti, volte all’avvicinamento dei giovani alle attività musicali contemporanee popolari dal vivo, prevedendo una **quota di riserva** (anche tramite incentivi/agevolazioni) **per la programmazione di opere prime e seconde dei talenti emergenti nel sistema radiotelevisivo nazionale.**

E’ insufficiente incentivare la produzione artistica e la scoperta di nuovi talenti se poi non si trovano le condizioni per promuovere e pubblicizzare questi giovani.

2) INTERNAZIONALIZZAZIONE ARTISTI

Più del tema internazionalizzazione in sé, è decisivo parlare di rinnovato rapporto con l'Istituto per il Commercio con l'Estero- Italian Trade Agency: l'Agenzia – nonostante gli sforzi compiuti dalle Associazioni – continua ad essere legata ad un'immagine del Made in

Italy basato solo su manifatturiero e alimentare, ignorando le possibilità che il settore musicale ha per l'intera economia italiana, essendo parte di questo Made in. “Esportare” le performance musicali degli artisti significa portare fuori dai confini italiani il concetto di “Italia” e tutto quello che comporta.

Nonostante questo concetto sia ben chiaro, occorrono rinnovati sforzi per chiedere – per legge se necessario – che l'Agenzia si interessi e interagisca maggiormente per co-finanziare le tournée estere di artisti italiani.

Ad esempio FIMI, da anni è impegnata nell'organizzazione di **Hit Week**, la manifestazione più importante, nata per la diffusione e la commercializzazione della musica e della creatività italiana all'estero. L'Hit Week 2016 ha fatto tappa in Cina, in Giappone, Stati Uniti, Canada e Regno Unito.

Anche il trend delle edizioni passate è sempre stato di alto livello con artisti di fama internazionale o emergenti in nuovi mercati come Cina, Canada, Brasile e le città statunitensi di maggior richiamo (Austin, Los Angeles, Miami, New York, Washington).

Come fatto per il “cinema” con la recente Legge sul settore o si recepisce che anche la musica è un eccezionale fattore per l'internazionalizzazione o si rischia il depauperamento economico di un sistema che riconosce soltanto a merci tangibili i benefici del sostegno all'internazionalizzazione e non riconosce gli altri.

E' necessario quindi investire delle risorse adeguate per consentire ad Aziende ed Artisti di esportare il nostro capitale creativo: una politica industriale anche per la Musica italiana. E' evidente che non può essere considerato sufficiente e adeguato un bando come quello “SILLUMINA” gestito dalla SIAE (grazie ai proventi di copia privata di spettanza dei titolari dei diritti) con micro progetti di non oltre 40 mila euro. Sono risorse troppo limitate per dei progetti industriali. Su questo dossier, che riteniamo strategico, bisognerà investire almeno 1 milione di euro all'anno per consentire una progettualità di ampio respiro e con una visione industriale di medio periodo.

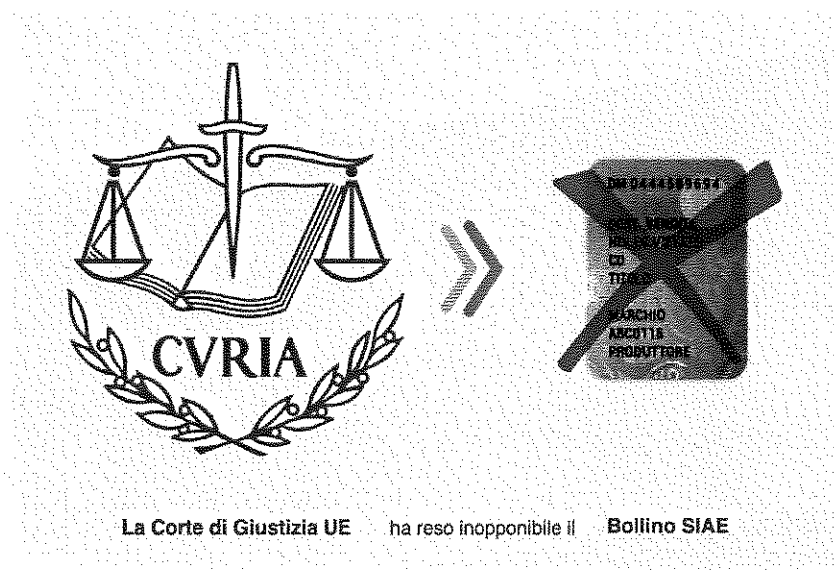
IL CONTRASSEGNO SIAE UNO STRUMENTO ANACRONISTICO CHE PENALIZZA IMPRESE E ARTISTI

1. IL FUNZIONAMENTO DI UN "BALZELLO", ORMAI SUPERATO

"Il contrassegno SIAE è uno strumento di autenticazione e di garanzia, ad uso sia delle Forze dell'Ordine che del consumatore, che può così distinguere il prodotto legittimo da quello pirata, e permette di individuare chi lo produce o commercializza."

"La Legge sul diritto d'autore, (n. 633/1941), stabilisce (art. 181 bis) che su ogni supporto contenente programmi per elaboratore o multimediali nonché su ogni supporto (CD, cassette audio e video, CD Rom, DVD, ecc.) contenente suoni, voci o immagini in movimento che reca la fissazione di opere o di parti di opere protette dalla legge sul diritto d'autore (art. 1, primo comma) destinati al commercio o che vengano ceduti in uso a qualunque titolo a fine di lucro deve essere apposto un contrassegno. Il compito di applicare il contrassegno, cioè di "vidimare" i supporti è affidato alla SIAE. Le modalità di rilascio e di utilizzo del contrassegno sono regolamentate dal DPCM 23 febbraio 2009, n.31 (GU n.80 del 6 aprile 2009)."

Per cui, se un autore/artista vuol vendere un cd con opere non depositate in SIAE, i bollini verranno a costare 0,031 euro per ogni copia (1000 copie = 31 euro), mentre se lo vorrà regalare dovrà comprare i bollini per copie omaggio, che costano 0,0181 euro per copia (1000 copie = 18 euro). In caso di un CD contenente opere depositate in SIAE, agli 0,031 euro vanno aggiunti i compensi per il diritto d'autore. Bisogna aggiungere un forfait fisso di 0,360 euro a copia per le copie omaggio, mentre per quanto riguarda le copie in vendita va calcolato il 7,4% del prezzo di vendita (al netto d'IVA) da aggiungere al costo "nudo" del bollino.



La Corte di Giustizia dell'Unione Europea, con una Sentenza dell'8 novembre 2007 ha stabilito che il contrassegno era inopponibile ai privati, ma un Decreto del Presidente del Consiglio ha ne ripristinato la validità, in pieno contrasto con la sentenza dei giudici di Lussemburgo, arrecando pregiudizio all'industria creativa italiana.

2. LA SUA (IN)UTILITA' COMMERCIALE E IL CONTESTO INTERNAZIONALE

Circa il ruolo del contrassegno SIAE si è aperto un ampio dibattito, ma è già emblematica la visualizzazione di questa cartina per capirne il ruolo: **l'Italia - sola in Europa assieme a Portogallo e Romania** – persevera nel considerarlo una misura antipirateria efficace.

Al riguardo appare significativo che le principali associazioni di categoria del mondo della



produzione di contenuti intellettuali abbiano richiesto la definitiva abolizione dell'obbligo di apposizione del contrassegno dando atto dell'inutilità di tale strumento per la lotta alla pirateria e delle conseguenze negative che tale obbligo determina nel mercato audiovisivo e musicale.

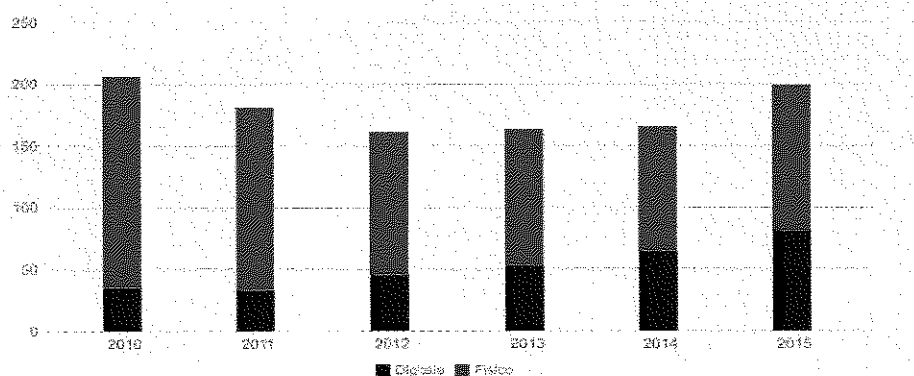
Le ricerche della Federazione Industria Musicale Italiana (FIMI) dimostrano che negli ultimi cinque anni la vendita fisica del cd è in calo drastico e, ad esempio, la vendita del vinile rappresenta soltanto il 3% del mercato.

I dati rilevati da Deloitte per FIMI e relativi al primo semestre del 2016 certificano il **sorpasso del digitale**, guidato dallo streaming, **sul prodotto fisico** a livello nazionale. Il segmento digitale è oggi il 51%, trascinato dall'imponente crescita dei servizi di streaming, che rappresentano il 40% del mercato totale e segnano un incremento del +51%.

Gli effetti economici del bollino sull'industria dei contenuti culturali sono assolutamente negativi perché i cd stranieri che entrano in Italia (siano essi opere audiovisive, musicali o ludiche) sono per lo più non provvisti dei bollini e, soprattutto, **non si applica a quelli acquistati online**.

Il maggior flusso dell'acquisto avviene in download o in streaming su Apple, Spotify, Google Play,

Andamento del mercato discografico in Italia



Fonte: RIN (IFPI) Recorded Music Sales by trade value

Tim Music, ovvero online su piattaforme di ecommerce come Amazon e altre che dispongono di cataloghi molto ampi: **su questi il bollino NON si appone mai.**

Di conseguenza, questo strumento è ormai divenuto una sorta di un "balzello" che va tutto a detrimento dell'industria musicale italiana, essendo anche del tutto inutile come elemento per contrastare il commercio illegale.

3. IL BOLLINO DA STRUMENTO ANTICONTRAFFAZIONE A SURPLUS NEL BILANCIO DELLA SIAE

Nato come strumento di tutela della contraffazione è diventato nel corso degli ultimi anni un semplice aggravio burocratico e finanziario per le imprese, per le case di produzione e per gli artisti stessi. Lo scenario della pirateria musicale è infatti completamente cambiato: oggi la fruizione abusiva e massiva di contenuti musicali e creativi avviene principalmente dal web. Gli ultimi dati confermano come la pirateria fisica sia un fenomeno residuale e ormai marginale.

In questo contesto il contrassegno ha **impatti insignificanti nel contrasto al fenomeno**, ma porta a SIAE incassi notevoli, infatti nel bilancio 2015 alla SIAE sono stati versati 3,9 milioni di euro attraverso il bollino.



Come si evince dal Rendiconto di gestione SIAE il costo del bollino serve soltanto a "sostenere" la macchina, ma non produce effetti concreti.

Infatti, su un totale di **3,9 milioni di euro** incassati per i contrassegni **1,39 milioni** sono utilizzati per la gestione del personale, **1,57 milioni** sono investiti per l'acquisto del bollino. La SIAE ha registrato peraltro un surplus di 480.000 euro che viene utilizzato dalla Società per coprire i suoi costi, anziché essere più logicamente investito per campagne contro la pirateria e il commercio illegale.

Infine, lo stesso surplus della SIAE dimostra *icto oculi* che il prezzo del bollino è eccessivo.

4. EMENDAMENTO PER ABOLIRE IL BOLLINO

Il nostro Paese è con la Romania ed il Portogallo, uno dei tre Paesi in Europa a richiedere ancora, ai fini della distribuzione di supporti contenenti opere dell'ingegno l'apposizione di un'etichetta adesiva – il cosiddetto «contrassegno SIAE» – rilasciato, previo pagamento di un sostanzioso corrispettivo, dalla Società italiana autori ed editori (SIAE).

Tale contrassegno è stato introdotto nel nostro ordinamento oltre cinquanta anni fa e non tiene conto, ad oggi, della reale struttura del mercato delle opere d'ingegno protette dal diritto d'autore.

I provvedimenti normativi attraverso i quali si è proceduto a tale progressivo ampliamento dell'obbligo di apposizione del contrassegno SIAE, peraltro, sono stati varati dal nostro Paese in violazione della disciplina europea in materia di misure tecniche suscettibili di restringere la circolazione dei beni e dei servizi tra i Paesi membri, con la conseguenza che, con la recente sentenza dell'8 novembre 2007, la Corte di giustizia delle Comunità europee (provvedimento C-20/05) ha definitivamente accertato l'inopponibilità ai privati del citato obbligo.

Al riguardo appare significativo che le principali associazioni di categoria del mondo della produzione di contenuti intellettuali abbiano richiesto la definitiva abolizione dell'obbligo di apposizione del contrassegno dando atto dell'inutilità di tale strumento per la lotta alla pirateria e delle conseguenze negative che tale obbligo determina nel mercato audiovisivo.

Occorre, d'altra parte, tener presente che un numero sempre maggiore di opere dell'ingegno è oggi commercializzato in internet laddove, evidentemente, non vi è possibilità di utilizzare il vecchio contrassegno SIAE.

Per tali ragioni con il presente disegno di legge si intende abrogare le disposizioni che sanciscono l'obbligo di apposizione del contrassegno SIAE presenti nel nostro ordinamento – disposizioni, peraltro, allo stato inefficaci in conseguenza della citata sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione europea – e quelle che ricollegano al mancato adempimento di tale obbligo gravi e pesanti sanzioni di carattere penale.

In tal modo la distribuzione di opere dell'ingegno nel nostro Paese diverrà più agevole ed economica tanto per i soggetti italiani. Infatti, su un totale di **3,9 milioni di euro** incassati per i contrassegni **1.39 milioni** sono utilizzati per la gestione del personale (20 dipendenti SIAE), **1,57 milioni** sono investiti per i costi l'acquisto del bollino. La SIAE registra così un surplus di 480.000 euro che viene utilizzato dalla Società per coprire i suoi costi, anziché essere più logicamente investito per campagne contro la pirateria e il commercio illegale.

IPOTESI EMENDATIVA

Art. XXX.

1. Alla legge 22 aprile 1941, n. 633, sono apportate le seguenti modificazioni:

- a) gli articoli 171-septies e 181-bis sono abrogati;
- b) all'articolo 171-bis:

1) al comma 1, le parole: «contenuti in supporti non contrassegnati dalla Società italiana degli autori ed editori (SIAE)» sono soppresse;

2) al comma 2, le parole: «su supporti non contrassegnati SIAE», sono soppresse;

c) all'articolo 171-ter, comma 1, la lettera d) è abrogata;

d) all'articolo 171-sexies, comma 2, le parole: «ovvero non provvisti di contrassegno SIAE, ove richiesto, o provvisti di contrassegno SIAE contraffatto o alterato, o destinato a opera diversa», sono soppresse.