

# DIRITTI

Al fine di far crescere e consentire l'ulteriore sviluppo nel tempo del settore audiovisivo in generale, e delle opere audiovisive in animazione in particolare, si ritiene necessario intervenire sulle dinamiche del mercato dei diritti di sfruttamento licenziati, pre-acquistati o acquistati dalle emittenti televisive per garantire al produttore indipendente un'utilizzazione completa e incondizionata dei diritti dell'opera audiovisiva.

In particolare, è indispensabile chiarire a livello legislativo che la titolarità dei diritti di sfruttamento di un'opera audiovisiva spetta al produttore indipendente che abbia acquisito direttamente dagli autori la disponibilità del soggetto ed abbia organizzato la produzione dell'opera.

Il produttore dovrà, poi, essere libero di disporre di tali diritti, concedendoli in uso ai possibili interlocutori, per periodi di tempo limitati ed in forza di negoziazioni eque, trasparenti, non discriminatorie e distinte in relazione a ciascun diritto, che dovrà quindi essere singolarmente valorizzato, in esecuzione tra l'altro di quanto previsto dal tax credit audiovisivo.

Inoltre, il possesso da parte del produttore indipendente di diritti capaci di produrre valore al di là della utilizzazione primaria da parte del broadcaster, è essenziale per attirare sul prodotto investimenti aggiuntivi rispetto a quelli del broadcaster o anche per permettere al produttore indipendente di avere accesso ai fondi europei ( CREATIVE EUROPE ) se e in quanto titolare degli stessi. Ciò del resto sarebbe in linea con quanto già in vigore in Francia (l'emittente non può acquistare diritti per più di una diffusione entro 18 mesi dalla consegna dell'opera o, nell'ipotesi di contratto che preveda diritti di opzione prioritari o esclusivi, 3 diffusioni entro 42 mesi) e nel Regno Unito dove i diritti primari sono ceduti con licenza esclusiva per un determinato territorio e per un determinato periodo di tempo (5 anni).

Per garantire questo nei contratti di licenza e/o preacquisto e/o acquisto conclusi con le emittenti relativi non solo ai diritti televisivi veri e propri ("free tv" o "pay tv" a seconda dei casi), ma anche ad altri diritti abitualmente definiti "non a pagamento" o "a pagamento" si dovrà:

- a) valorizzare ogni diritto e singolarmente in base alle piattaforme di sfruttamento;
- b) condizionare il pre-acquisto, l'acquisto o la licenza di ogni diritto non solo alla relativa valorizzazione, ma anche all'effettivo sfruttamento, prevedendo – in difetto – dei meccanismi che permettano al produttore di rientrare in possesso dei diritti non sfruttati;
- c) prevedere una sotto-quota di investimento obbligatorio per le produzioni d'opere europee e italiane in sviluppo
- d) prevedere un termine di durata della cessione dei diritti "antenna" di massimo 5 anni per la free tv e di massimo 3 anni per la pay tv a decorrere dalla relativa disponibilità.

Dovrà anche essere modificata la normativa in tema di diritti secondari prevista dal regolamento AgCom (delibera n. 30/11/CSP del 3 febbraio 2011), che riprendendo l'art 44, comma 5 dlvo 177/2005, prescrive che la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi avvenga in regime di autoregolamentazione e in "misura proporzionale e comunque connessa alla partecipazione finanziaria delle fasi di sviluppo e realizzazione dell'opera da parte dei produttori indipendenti" privando, in tal modo, i produttori della possibilità di disporre di un portafoglio diritti spendibile sui mercati secondari e all'estero. Inoltre, questa formulazione della norma influisce sulla possibilità di accedere ai fondi comunitari che risultano preclusi ai produttori italiani (in mancanza dei requisiti base sulla titolarità dei diritti

entro un determinato arco temporale) allargando il divario competitivo con gli altri paesi europei. Una più equa ripartizione dei diritti di sfruttamento dei contenuti fra broadcaster e produttori consentirebbe a questi ultimi di diversificare i ricavi, di ampliare la gamma delle fonti di finanziamento, di arricchire il proprio patrimonio immateriale attraverso la creazione e lo sviluppo di library.

Occorrerebbe, infine, adeguare la definizione di produttore indipendente di cui all'art. 2, comma 1 lett. p) alle peculiarità del sistema audiovisivo nazionale che non prende in considerazione il fatto che in Italia fino ad ora siamo stati in una situazione di mercato quasi "monopolistico". Almeno nel settore dell'animazione, i produttori indipendenti hanno destinato la quasi totalità della propria produzione alla RAI, anche perché le altre emittenti non hanno rispettato le quote di investimento previste nell'art. 44 del dlvo 177/2005.

Proponiamo, dunque, di sopprimere il periodo "che per un periodo di tre anni non destinino almeno il 90 per cento della propria produzione ad una sola emittente" o meglio ancora di rivedere la definizione di produttore indipendente intesa come "società di produzione indipendente".

Proponiamo, pertanto, la definizione di Creative Europa :

"An independent company is a company which does not have majority control by a television broadcaster, either in shareholding or commercial terms. Majority control is considered to occur when more than 25% of the share capital of a production company is held by a single broadcaster (50% when several broadcasters are involved). "