



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

DELIBERA N. 73/19/CONS

**AVVIO DI UNA CONSULTAZIONE PUBBLICA SULLE LINEE GUIDA
ATTUATIVE DELL'ART. 44-QUINQUIES, COMMA 1, LETT. D),
DEL DECRETO LEGISLATIVO 31 LUGLIO 2005, N. 177**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione del Consiglio del 6 marzo 2019;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivi*”;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, di seguito *Testo unico*;

VISTA la legge 14 novembre 2016, n. 220, recante “*Disciplina del cinema e dell’audiovisivo*”;

VISTO il decreto legislativo 7 dicembre 2017, n. 204, recante “*Riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee e italiane da parte dei fornitori di servizi di media audiovisivi, a norma dell’articolo 34 della legge 14 novembre 2016, n. 220*” che ha novellato il testo dell’art. 44 del *Testo unico*;

VISTO in particolare l’art. 44-quinquies, comma 1, lett. d), del *Testo unico* il quale prevede che l’Autorità, con proprio regolamento, stabilisca - tra le altre - “*misure finalizzate a rafforzare meccanismi di mercato funzionali a una maggiore concorrenza, anche mediante l’adozione di specifiche regole dirette a evitare situazioni di conflitti di interessi tra produttori e agenti che rappresentino artisti e a incoraggiare la pluralità di linee editoriali*”;

VISTA la risoluzione del 27 settembre 2017 adottata dalla Commissione parlamentare per l’indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, recante “*Risoluzione sull’adozione da parte della RAI di procedure aziendali volte a evitare possibili conflitti di interesse da parte degli agenti di spettacolo*”;

VISTA la delibera n. 582/15/CONS, dell’8 ottobre 2015, recante “*Conclusione dell’indagine conoscitiva avviata con delibera n. 20/15/CONS sul settore della produzione audiovisiva*”;

CONSIDERATO quanto segue:



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

- il dettato della citata *lett. d)* dell'art. 44-*quinquies*, comma 1, del *Testo unico*, l'Autorità deve prevedere, in via regolamentare, “*le misure finalizzate a rafforzare meccanismi di mercato funzionali a una maggiore concorrenza, anche mediante l'adozione di specifiche regole dirette a evitare situazioni di conflitto di interessi tra produttori e agenti che rappresentino artisti e a incentivare la pluralità delle linee editoriali*”, chiarisce che l'obiettivo finale demandato all'intervento regolatorio è quello di garantire “*maggior concorrenza*”. Tale esito potrebbe conseguirsi anche attraverso accordi contrattuali, in modo da contemperare le esigenze della concorrenza tra emittenti con quelle della concorrenza tra professionisti;
- la situazione di ‘*conflitto di interesse*’ tra produttori e agenti che rappresentano artisti, citata nella norma, identifica una nuova fattispecie che, di per sé, non attiene agli impatti sulla concorrenza nel mercato rilevante di riferimento, ma ai rapporti contrattuali tra produttori, agenti e artisti;
- l'obiettivo di evitare che artisti non contrattualizzati con determinati agenti e produttori possano essere ingiustamente esclusi da varie forme di partecipazione alla realizzazione di prodotti editoriali potrebbe peraltro essere conseguito - come rilevato nel caso di RAI dalla citata risoluzione della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi adottata il 27 settembre 2017 - anche in sede in contratto tra emittente e soggetti terzi (produttori, agenti, artisti);
- il rapporto di agenzia nel settore considerato prefigura, peraltro, elementi di efficienza, riducendo i costi di transazione per artisti e produttori nella promozione delle specifiche professionalità ovvero nella ricerca di opportunità di lavoro, atteso che tali rapporti siano sempre improntati alla massima trasparenza;
- nella valutazione del comportamento assunto da produttori, agenti e artisti va anche valutato, di volta in volta, lo specifico contributo garantito in termini di varietà di linee editoriali, di audience e di professionalità, anche rispetto alla *performance* complessiva delle trasmissioni rispetto a programmazione di analogia collocazione;
- l'Autorità ha ritenuto di dover seguire un distinto *iter* procedurale per dare attuazione al dettato della suddetta *lett. d)*, in ragione della specificità della previsione, la cui portata appare non omogenea rispetto alle funzioni regolamentari assegnate all'Autorità dalle *lett. a), b), c), e), f)*, della medesima norma;
- alla luce di tale considerazione, è stata avviata con delibera n. 185/18/CONS, del giorno 11 aprile 2018, la “*Consultazione pubblica finalizzata all'adozione delle misure di cui all'art. 44-quinquies, comma 1, lett. d), del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*”;
- attraverso tale prima fase di consultazione, formulata come questionario somministrato a tutti i soggetti interessati operanti nel settore, si intendevano acquisire informazioni utili a ricostruire le dinamiche del comparto di riferimento, il



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

funzionamento del settore della distribuzione e dell'intermediazione degli artisti e le dimensioni economiche. In particolare, nella delibera di avvio, con riferimento all'iter finalizzato all'attuazione della norma, si precisa “[omissis] pertanto di dare attuazione al dettato legislativo attraverso una procedura articolata in due fasi, la prima delle quali è volta a consentire, prendendo le mosse dalla somministrazione di un questionario, l'acquisizione di un patrimonio informativo concernente le caratteristiche essenziali del settore di riferimento. Ciò allo scopo di pervenire, in una seconda fase, all'individuazione dei rimedi regolamentari da adottare. Con riferimento a quest'ultimo aspetto, stanti i potenziali riflessi che l'attuazione delle misure richieste dal Legislatore possono avere sulle dinamiche di contrattazione, nonché rispetto alle politiche produttive e alle scelte editoriali dei soggetti coinvolti, l'approccio che l'Autorità intende seguire sarà verosimilmente caratterizzato da un significativo orientamento al mercato. Ciò al fine di addivenire ad un quadro di principi generali che possano soddisfare le esigenze alla cui tutela la norma è preordinata”. Alla consultazione hanno partecipato i seguenti soggetti: Artisti 7607 Soc. coop. (di seguito, Artisti 7607), (prot.n. 55144 del 9 luglio 2018), ITC 2000 S.r.l. (di seguito, ITC 2000), (prot.n. 54643 del 6 luglio 2018), RAI S.p.A. (di seguito, RAI), (prot.n. 55060 del 9 luglio 2018) e RTI S.p.A. (di seguito, RTI), (prot.n. 55508 del 9 luglio 2018) e Discovery Italia S.r.l. (di seguito, Discovery), (prot.n. 56734 del 13 luglio 2018);

ESAMINATI i documenti presentati;

PRESO ATTO delle osservazioni formulate dalla società ITC 2000 nel corso dell'audizione svoltasi in data 16 luglio 2018. Al riguardo, si osserva che nessun altro interveniente ha formulato istanza di audizione;

CONSIDERATO che dalla consultazione, avuto riguardo alle sezioni e ai quesiti in cui si articolava il summenzionato questionario, sono emerse, in sintesi, le seguenti posizioni:

- con riferimento alle **caratteristiche strutturali del settore**, in via generale, **Artisti 7607** ha dato atto di aver segnalato anche all'AGCM l'esistenza di conflitti di interessi nel settore audiovisivo che avrebbero l'effetto di determinare, per gli artisti, ingiustificate restrizioni all'accesso al mercato del lavoro. Venendo poi ai quesiti, con riferimento alla domanda n. 1.1 (*Quali sono le principali attività che caratterizzano il comparto relativo alla contrattazione e conclusione di accordi tra fornitori di servizi di media, distributori, produttori audiovisivi e agenti dello spettacolo?*) e n.1.2 (*Quale è il ruolo svolto, nell'ordine, dai soggetti summenzionati nel comparto di riferimento?*), **RAI** dà conto della circostanza per cui, in ragione delle proprie peculiarità, l'intervento di agenti è limitato alle sole ipotesi di produzione interna dei prodotti audiovisivi mentre risulta del tutto assente in ipotesi di acquisto di prodotti da terzi. In ogni caso, rileva che



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

l'intervento di tali figure è solo eventuale e solo marginali sono i casi in cui agenti rivestano cariche societarie all'interno delle società di produzione e/o distribuzione. Del pari, **RTI**, nei casi di produzioni esterne, afferma di intrattenere rapporti esclusivamente con i produttori e solo in casi marginali con artisti assistiti da un agente. In quest'ultima ipotesi, **RTI** svolge trattative e stipula contratti direttamente con gli artisti che eventualmente individuano i propri agenti in via autonoma. **Discovery**, nel descrivere le attività di contrattazione rispetto alla figura del produttore, individua tre possibili fattispecie: a) il *format* è di titolarità del produttore e quindi questo può decidere se produrlo oppure venderlo al distributore/fornitore di servizi media che seguirà tutta la successiva fase di produzione; b) il distributore/fornitore di servizi è proprietario del *format* ed incarica il produttore della produzione esecutiva; c) un'agenzia propone la realizzazione di un proprio *format* con propri artisti. Pertanto, l'intervento di agenti ed il loro ruolo cambia in relazione alle diverse fattispecie. **ITC2000**, società attiva, tra l'altro, nella consulenza a favore di artisti nel settore dell'intrattenimento televisivo, dichiara di stipulare un contratto di mandato senza rappresentanza - in genere verbale - con i propri artisti e di compiere in sua esecuzione una serie di atti finalizzati alla ricerca di operatori del settore interessati alle prestazioni dell'artista mandante. Solo nell'ipotesi in cui l'Agenzia individui un soggetto interessato sottopone all'artista il contenuto del possibile accordo per riceverne l'espressa autorizzazione a continuare le trattative, infatti, in nessun caso l'Agenzia è parte del contratto eventualmente stipulato dall'artista con i fornitori di servizi di media audiovisivi. Relativamente, poi, al quesito n. 1.3. (*Quali sono le principali vesti societarie assunte dai distributori, produttori audiovisivi e dagli agenti dello spettacolo e i principali modelli di governance adottati?*) **RAI**, **RTI** e **ITC2000** concordano che, generalmente, distributori e produttori audiovisivi assumono la veste societaria e, in particolare, di società a responsabilità limitata (s.r.l.), o di società per azioni (S.p.A.). Gli agenti, invece, svolgono la propria attività personalmente, tramite società di persone o di capitali (soprattutto s.r.l.) perlopiù strutturate sul modello dell'amministratore unico. Con riferimento al quesito n. 1.4. (*Esistono legami societari (ad es. controllo o collegamento) tra i fornitori di servizi di media, le società di distribuzione, produzione audiovisiva e gli agenti dello spettacolo?*) Preliminarmente, **RAI**, **RTI** e **Discovery** dichiarano di non avere alcun legame societario con agenti. Al contempo, **RTI** dichiara che, in ragione di logiche di efficienza industriale ed editoriale, solitamente i fornitori di media svolgono anche attività di produzione non essendo insolita l'adozione di forme dirette di integrazione aziendale che, tuttavia, non impediscono di intrattenere rapporti con soggetti terzi. Ancora, come **RAI**, **RTI** dà atto del fatto che alcuni agenti rivestono cariche societarie o detengono quote maggioritarie di società che si occupano di produzione audiovisiva o distribuzione. Del pari, **ITC 2000** dichiara che i legami societari tra agenti e fornitori di servizi sono molto rari, anche per non incorrere in situazioni di incompatibilità con le prescrizioni legislative in materia di accesso a fondi pubblici ed agevolazioni fiscali.



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

- con riferimento alla sezione 2, relativa al **funzionamento del settore della distribuzione**, con riguardo ai quesiti 2.1 (*Quali sono i principali elementi che caratterizzano il rapporto contrattuale tra distributori e produttori?*), 2.2 (*Quali sono i principali elementi che caratterizzano il rapporto contrattuale tra distributori e fornitori di servizi di media audiovisivi?*) e 2.3. (*Quali sono i principali driver utilizzati dai produttori audiovisivi nella scelta dei distributori?*) **RAI** dichiara di ricevere dai titolari dei diritti offerte di coproduzione/produzione ovvero per il preacquisto/acquisto dei diritti. Sulla base di scelte editoriali, ed in considerazione dei costi e delle condizioni di licenza/acquisizione del prodotto, **RAI** procede, dunque, alla negoziazione con i singoli produttori/distributori adottando condizioni contrattuali *standard*. Relativamente al quesito n. 2.4. (*Quale è il meccanismo con il quale avviene l'incontro tra domanda e offerta?*) **RAI** chiarisce che, nell'impossibilità di individuare un unico meccanismo di incontro tra domanda ed offerta, soprattutto in considerazione della pluralità dei prodotti trattati, le macro-linee editoriali sono dettate dal proprio Contratto di Servizio e poi specificate tramite piani di produzione e trasmissione aggiornati con cadenza periodica. Non vi sono scelte aprioristiche rispetto ai contenuti. D'altra parte, i prodotti audiovisivi sono solitamente presentati ad eventi internazionali. Inoltre, con specifico riferimento al genere "Fiction", la **RAI** pubblica sul proprio sito *internet* un progetto editoriale triennale (c.d. "Nessuno escluso"), contenente obiettivi e linee guida editoriali oltre ai requisiti e alle modalità per la presentazione delle proposte da parte dei produttori indipendenti. Solo successivamente, si procede con la fase di contrattualizzazione che è tendenzialmente costituita da trattative dirette. Con riferimento al quesito 2.5. (*Quali sono le principali criticità rilevate nel mercato della distribuzione di opere audiovisive?*) **RAI** dichiara di non avere conoscenza di criticità tali da determinare una condizione di chiusura del mercato o l'esistenza di forme di monopolio.

- con riferimento alla sezione 3, concernente il **funzionamento del settore dell'intermediazione degli artisti**, riguardo al quesito 3.1. (*Quali requisiti di carattere professionale, ovvero di altra natura, deve possedere un agente dello spettacolo per poter operare? (titoli di studio, esperienze professionali, etc...)?*) **RAI**, **RTI** e **Discovery** concordano nell'affermare che non sussistano requisiti specifici per esercitare l'attività di agente, e che i diversi professionisti hanno caratteristiche eterogenee: possono essere persone appartenenti al mondo dello spettacolo in senso lato, e più raramente anche professionisti dell'area legale. **ITC2000** dichiara che l'attività di Agenzia è *intuitus personae* in quanto fondata sulla fiducia riposta dall'artista nell'esperienza e serietà dell'agente. Relativamente al quesito 3.2. (*Quali sono i principali elementi che caratterizzano il rapporto contrattuale tra agenti dello spettacolo e produttori?*) **RAI** ribadisce di avere rapporti diretti solo con distributori e produttori audiovisivi mentre sono questi ultimi a stringere accordi con agenti. Aggiunge che, per i contratti che prevedono un'analisi specifica dei costi, le somme versate in adempimento a tali accordi sono espressamente indicate come "costo di agenzia" ed in genere ammontano al 10% del compenso dell'artista. Nei casi di coproduzione, tale costo è sostenuto pro quota da



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

RAI e dal partner di produzione. Del pari, **RTI** asserisce di non essere in alcun rapporto contrattuale con agenti. Concordemente, **ITC2000** afferma che gli agenti hanno solo in rarissimi casi rapporti contrattuali diretti con i produttori audiovisivi e con le emittenti ed i distributori di media. Infatti, nella maggior parte dei casi, i contratti aventi ad oggetto le prestazioni professionali dell'artista e la cessione dei relativi diritti, pur negoziati dall'agente, sono conclusi direttamente dall'artista. Anche **Discovery** dichiara, in via confidenziale, che i contratti sono direttamente stipulati tra artisti e produttori e che spetta a questi ultimi, discrezionalmente, decidere su richiesta dell'agente, se riconoscere a quest'ultimo un compenso specificamente individuato. Con riferimento, al quesito n. 3.3. (*Quali sono i principali elementi che caratterizzano il rapporto contrattuale tra agenti dello spettacolo e artisti?*) **RAI**, non avendo contezza di specifici elementi contrattuali, dichiara che la prassi conosciuta è che gli agenti siano individuati in autonomia dagli artisti per la miglior cura dei propri interessi. **RTI**, conformemente, dichiara che la scelta dell'agente ad opera dell'artista avviene sulla base di elementi di natura fiduciaria, anche in considerazione di rapporti personali e della notorietà di cui il primo gode. Rispetto al contenuto del rapporto intercorrente, **RTI** afferma di limitarsi a verificare il titolo in base al quale l'agente svolge la propria funzione che, **ITC2000** dichiara che l'agente, in forza di un mandato senza rappresentanza, discute dapprima l'accordo con l'impresa di media, sottopone, quindi, l'ipotesi di accordo all'artista per ottenerne l'approvazione. Infine, raggiunta un'intesa che l'artista ritiene soddisfacente, il contratto viene stipulato. L'agente, quale corrispettivo per l'adempimento del mandato ricevuto, normalmente riceve, direttamente dall'artista, una percentuale (tra il 10% e il 20%) dell'imponibile riscosso. Relativamente al quesito n. 3.4. (*Quali sono i principali driver utilizzati dai produttori audiovisivi nella scelta degli agenti dello spettacolo? Quale è il meccanismo con il quale avviene l'incontro tra domanda e offerta?*) **RAI** riconosce di non avere facoltà di scelta degli agenti con i quali interagire, essendo questa una decisione discrezionale e di base fiduciaria, che compie in autonomia il singolo artista. **ITC2000** conferma che i produttori audiovisivi non hanno potere di scelta rispetto ai soggetti che operano nell'interesse degli artisti. In generale, infatti, si tratta di un mercato che è "demand driven", nel senso che le imprese radiotelevisive hanno una programmazione annuale composta di vari elementi e con piani finanziari rapportati agli ascolti. Sono tali condizioni a determinare, dunque, la scelta relativa agli artisti da ingaggiare. Con riferimento al quesito n. 3.5. (*Quali sono le principali criticità rilevate nel mercato dell'intermediazione degli artisti?*) **RAI** individua come possibile criticità la circostanza per cui le figure artistiche di maggior successo e fama sono gestite da un numero limitato di soggetti. Diversamente, **RTI** rileva come unica criticità la difficoltà, in alcuni casi, dell'accertamento dell'effettiva qualità di agente e dell'effettiva ampiezza dei suoi poteri di rappresentanza. Ancora, **Discovery** dichiara che le negoziazioni con soggetti non professionisti risultano piuttosto difficili in quanto molti interlocutori spesso non sono in grado di cogliere dettagli tecnici delle trattative. Infine, **Artisti7607** individua possibili fattispecie di conflitto di interessi tra Agenzie, casting, produzioni e OGC che si



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

concretizzano in esplicite richieste agli artisti tese a condizionarne la partecipazione a produzioni audiovisive in base alla *collecting* di appartenenza discriminando, in particolare, tra artisti che gestiscono autonomamente i propri diritti connessi.

- relativamente alla sezione n. 4, riguardante **le dimensioni economiche del settore della distribuzione, non sono state fornite risposte.**

- con riferimento alla sezione n. 5, relativa alle **dimensioni economiche del settore della intermediazione degli artisti**, con riguardo ai quesiti n. 5.1. (*Quale è il fatturato medio annuo generato dagli agenti dello spettacolo?*), n. 5.2. (*Quali sono le principali voci che compongono le commissioni riconosciute agli agenti dello spettacolo dagli artisti e dai produttori audiovisivi?*), 5.3. (*Quale è il numero medio annuo di artisti rappresentati?*) e 5.4. (*Quale è il numero medio annuo di agenti dello spettacolo con i quali i produttori audiovisivi concludono accordi e il relativo controvalore economico?*)

RAI preliminarmente afferma di non conoscere i dati relativi alle dimensioni economiche del settore dell'intermediazione degli artisti con il dettaglio necessario per rispondere ai quesiti. Aggiunge anche che il rapporto contrattuale è sempre instaurato tra **RAI** e l'artista, ma che tuttavia, una decina di agenti rappresentano i più noti personaggi. Mentre, rispetto al "controvalore economico", **RAI** dichiara di non avere titolo giuridico per pretenderne la conoscenza essendo frutto di un accordo tra l'artista ed un terzo. **RTI** dichiara di non possedere informazioni circa le dimensioni economiche del mercato dell'intermediazione degli artisti in quanto essa non versa commissioni o compensi agli agenti, non si occupa della contrattualizzazione degli artisti e non interviene rispetto ai rapporti tra produttori terzi ed agenti.

- con riferimento alla sezione n. 6., relativa alle **misure pro- concorrenziali**, con riguardo al quesito n. 6.1. (*Si ritiene necessario adottare misure ex ante atte a garantire una maggiore concorrenzialità nel settore di riferimento della distribuzione e dell'intermediazione degli artisti?*) **RAI** afferma che, in generale, la quasi totalità dei prodotti televisivi diffusi dalla stessa ed acquisiti da altri soggetti, non proviene da società collegate ad artisti o ad agenti e che, pertanto, non ravvede la necessità di intervenire in funzione pro-concorrenziale. Del pari, **RTI** non ritiene necessario introdurre misure regolatorie in tale settore in quanto dichiara di non incontrare ostacoli nell'accedere ai programmi prodotti da terzi di proprio interesse o alle prestazioni di artisti. Diversamente, **Discovery** propone l'adozione di misure *ex ante* atte a garantire una maggiore concorrenzialità nel settore di riferimento, ed in particolare la determinazione di un numero massimo di artisti che un agente può rappresentare e di una soglia di artisti rappresentati da un unico agente che ogni gruppo televisivo può contrattualizzare per le proprie reti. Infine, **Artisti7607** ritiene che sia necessario difendere e garantire il libero esercizio della professione artistica ed auspica l'adozione di misure pro-concorrenziali come: (i) il divieto per fornitori di servizi media, distributori, produttori, casting e agenzie dello spettacolo di condizionare la partecipazione degli interpreti a progetti audiovisivi,



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

comunque finanziati, in base alla *collecting* di appartenenza; (ii) una procedura di monitoraggio da parte dell’Autorità sulla sussistenza o meno di potenziali conflitti di interessi; (iii) l’obbligo per il soggetto in conflitto di interessi di informare le parti interessate e l’Autorità nonché di risolvere il conflitto in tempi certi e con le necessarie evidenze; (iv) l’applicazione di sanzioni in caso di violazione delle misure sopraindicate. Relativamente al quesito n. 6.2. (*Quali sono le misure di trasparenza adottate rispetto agli accordi tra distributori, produttori e fornitori di servizi di media audiovisivi?*) **RAI**, nell’ambito delle proprie procedure interne di affidamento dei contratti esclusi dal campo di applicazione del codice dei contratti pubblici, prevede la raccolta di informazioni sulla “catena di diritti” sotto forma di autodichiarazioni da parte della controparte contrattuale. **RTI**, invece, sottolinea che la materia degli accordi tra produttori e fornitori di servizi di media audiovisivi è estranea al tema della disciplina dell’attività di Agenzia ed ai relativi conflitti di interesse. Ritiene, infatti, che la disciplina degli obblighi di programmazione ed investimento in opere europee e di produttori indipendenti, oltre che dei diritti secondari, garantisce già all’Autorità ampi strumenti di conoscenza delle strategie di ciascun fornitore di media audiovisivi. Ulteriori forme di trasparenza, dunque, finirebbero col produrre un effetto anticoncorrenziale favorendo fenomeni collusivi ed agevolando comportamenti opportunistici, soprattutto da parte dei produttori indipendenti. In conclusione, pur non essendo contraria ad eventuali misure di trasparenza, soprattutto rispetto all’effettivo contenuto dei mandati, ritiene che debba in ogni caso essere salvaguardata la libertà dell’artista nella scelta del proprio agente. Con riferimento al quesito n. 6.3. (*Quali sono le misure di trasparenza adottate rispetto ai mandati dei soggetti rappresentati dagli agenti dello spettacolo?*) **RAI** richiede sempre agli agenti l’esibizione di idonee procure ritualmente conferite prima di iniziare la trattativa contrattuale. Del pari, **ITC2000** dichiara che gli operatori del settore interessati alle prestazioni degli artisti di norma richiedono all’agente l’esibizione di una procura. Invece, **Discovery** dichiara che le misure di trasparenza adottate attengono alla comunicazione delle percentuali di spettanza degli agenti. Inoltre, ritiene che sarebbe opportuno che le condizioni del rapporto tra agente e artisti siano omogenee tra gli stessi artisti di uno stesso agente per garantire una parità di trattamento. Con riferimento al quesito n. 6.4. (*Quali sono le misure di trasparenza adottate rispetto ad eventuali legami societari intercorrenti tra agenti, produttori, distributori e fornitori di servizi di media audiovisivi?*) **RAI**, in virtù della sua natura pubblicistica, non può consentire a soggetti che si trovino in situazioni di incompatibilità e/o conflitto di interesse in base all’applicabile normativa e/o altre disposizioni aziendali di prendere parte alle procedure di affidamento. Per questo, richiede alle controparti contrattuali di dichiarare preliminarmente l’eventuale presenza di cause ostative. **ITC2000** dichiara che legami societari intercorrenti tra agenti, produttori, distributori e fornitori di servizi di media audiovisivi sono marginali rispetto al mercato ed in ogni caso pubblici. Relativamente al quesito n. 6.5. (*Nella sottoscrizione dei contratti tra produttori e agenti dello spettacolo, sono previsti limiti di natura quantitativa rispetto al numero dei soggetti rappresentati*



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

da questi ultimi?) **RAI** ritiene che non sia opportuno individuare a priori limiti di natura quantitativa in quanto, essendo troppo ampia la gamma dei soggetti coinvolti, tale misura avrebbe l'effetto di comprimere immotivatamente la libertà editoriale di chi organizza il prodotto televisivo. **Discovery** e **ITC2000** dichiarano di non essere a conoscenza di limiti di natura quantitativa rispetto al numero dei soggetti rappresentati da agenti.

- con riferimento, infine, alla sezione n. 7., relativa **all'Individuazione delle misure di soft regulation, con riguardo al quesito n. 7.1.** (*Si ritiene funzionale al superamento della problematica oggetto di indagine, la previsione di strumenti di soft regulation all'interno del Regolamento che l'Autorità è chiamata ad adottare ai sensi dell'articolo 44-quinquies, comma 1 del testo unico? Se sì, quali?*) **RTI** sottolinea la necessità di evitare che l'intervento regolatorio conduca ad effetti indesiderati, ed in particolare alla riduzione della libertà di produttori e fornitori di media audiovisivi di allestire la programmazione ritenuta più consona, e la libertà degli artisti o personaggi dello spettacolo di decidere se avvalersi o meno di agenti, o di scegliere l'agente di loro fiducia. Riguardo al quesito n. 7.2. (*Ad esempio, l'adozione di linee guida da parte dell'Autorità finalizzate alla predisposizione di codici di condotta da parte degli operatori del settore, può rappresentare un meccanismo efficace?*) **RAI** riterrebbe utile l'apertura di un tavolo di lavoro, coordinato dall'Autorità, che raccolga tutti gli esponenti del settore al fine di trovare punti condivisi di autoregolazione che portino maggiore trasparenza e concorrenza nel settore. **Discovery** ritiene, invece, che un codice di condotta per gli agenti potrebbe senz'altro costituire uno strumento di trasparenza. Del pari, suggerisce la predisposizione di registri pubblici, consultabili anche online, che certifichino le informazioni contenute nei siti *internet* delle Agenzie. Relativamente al quesito n. 7.3. (*Si ritiene auspicabile, per i soggetti operanti nel settore, la previsione in via regolamentare di un obbligo di rendicontazione dei legami societari intercorrenti i diversi soggetti della filiera?*) **RAI** riterrebbe opportuna l'introduzione di un obbligo di rendicontazione dei legami societari intercorrenti in quanto non sono facilmente individuabili tramite le visure camerali. Del pari, **Discovery** ritiene auspicabile l'introduzione di un obbligo di rendicontazione dei legami societari e l'individuazione di una serie di informazioni sul modello di quelle richieste ai fornitori di servizi di media nella Comunicazione Annuale trasmesse annualmente all'Autorità. Diversamente, **RTI** non ritiene necessario né opportuno introdurre strumenti specifici di trasparenza di legami societari ulteriori rispetto a quelli già assicurati dal sistema di pubblicità legale costituito dal registro delle imprese e dalla disciplina di settore. Con riguardo al quesito n. 7.4. (*Si ritengono auspicabili misure di registrazione dei soggetti della filiera sui quali attualmente non incorre l'obbligo di iscrizione al registro degli Operatori di Comunicazione tenuto dall'Autorità?*) **RAI** si dichiara favorevole all'adozione di misure di registrazione dei soggetti della filiera sui quali attualmente non incorre l'obbligo di iscrizione al ROC. Al contrario, **RTI** sottolinea che sono attualmente soggetti ad iscrizione al ROC sia i produttori che i fornitori di servizi di media audiovisivi e che l'estensione dell'obbligo di iscrizione ad altri soggetti della filiera non appare giustificata



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

in considerazione del fatto che si tratta di soggetti che non operano nel mercato delle comunicazioni ma prestano servizi di altra natura. Relativamente al quesito n. 7.5. (*Si ritiene auspicabile l'istituzione di un albo degli agenti dello spettacolo? Se sì, quali informazioni dovrebbero essere pubbliche?*) **RTI** non ritiene che sussistano particolari criticità rispetto all'istituzione di un albo degli agenti in quanto avrebbe l'effetto di determinare una maggiore certezza circa i soggetti legittimati a svolgere questa attività, tuttavia, avanza dubbi circa la sussistenza di un potere dell'Autorità in materia. Anche **Discovery** ritiene utile l'istituzione di un albo degli agenti che contenga informazioni aggiornate sulla sede legale, sugli artisti rappresentati e sulle partecipazioni societarie detenute nonché relativamente al rispetto di determinati requisiti soggettivi e professionali. Del pari, **ITC2000** auspicherebbe l'introduzione di un albo degli agenti dello spettacolo. Tuttavia, segnala la difficoltà di sottoporre ad una unica regolamentazione una categoria tanto eterogenea che comprende figure professionali molto diverse, sia per natura dell'attività svolta, sia per caratteristiche del settore di competenza. Infine, con riguardo al quesito n. 7.6. (*Quali sono gli strumenti di risoluzione dei conflitti di interesse nel settore individuate da altri Paesi, con particolare riguardo agli Stati membri dell'Unione Europea?*) **ITC2000**, con riferimento al frequente richiamo alla normativa francese sugli "agenti di spettacolo" precisa che si tratta di un intervento di legislazione primaria che interviene sulla libertà di attività economica e, al contempo, costituisce una significativa liberalizzazione del settore abolendo il requisito della licenza e l'obbligatorietà dell'iscrizione nell'apposito registro. In sede di audizione, **ITC2000** ha altresì dato conto dell'esistenza di una specifica regolazione dell'ordinamento californiano. Tale disciplina, introducendo una specifica e dettagliata normativa di settore, avrebbe creato un mercato fortemente regolamentato e disciplinato in maniera pervasiva il rapporto che si instaura tra artisti ed agenti. Tuttavia, la stessa società ha rilevato come il mercato italiano sia sostanzialmente diverso da quello californiano, sia in termini numerici che di tipologia di figure professionali, e ciò determina l'impossibilità di recepire tali discipline nel comparto nazionale;

RILEVATA l'opportunità, alla luce di quanto emerso in sede di consultazione, di procedere alla redazione di linee guida finalizzate a:

1. agevolare i soggetti della filiera nell'individuazione, prevenzione e risoluzione dei conflitti di interesse tra produttori e agenti che rappresentano artisti nelle procedure di affidamento dell'attività produttiva, favorendo la standardizzazione dei comportamenti e la diffusione delle buone pratiche;
2. favorire la regolarità dell'affidamento dell'attività produttiva;
3. garantire imparzialità, trasparenza, efficienza ed efficacia della filiera produttiva, in particolare riguardo alla concessionaria pubblica;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

RITENUTO, pertanto, di fornire agli agenti dello spettacolo e ai produttori di contenuti audiovisivi un complesso di indicazioni cui uniformarsi idonee a prevenire, con specifico riguardo alla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, l'insorgere di barriere che possano compromettere l'economicità e l'efficace gestione ed impiego delle risorse da canone, a danno, in ultima analisi, anche della pluralità dell'offerta editoriale.

CONSIDERATO quanto segue:

- con riferimento al funzionamento del mercato, da quanto emerso nella prima fase di consultazione, rileva principalmente il rapporto di gestione e contrattualizzazione degli artisti da parte delle società di produzione ed il ruolo ricoperto dagli agenti dello spettacolo nel caso i cui gli stessi siano anche produttori, finalizzato a ridurre i costi di transazione nella valorizzazione delle professionalità e nella ricerca di opportunità di lavoro in funzione del proprio profilo professionale. Il primo passaggio risiede nel rapporto intercorrente tra l'agente dello spettacolo e l'artista, relazione quest'ultima di natura prettamente fiduciaria e per tale ragione generalmente basata su un mandato conferito in forma orale in base al quale l'agente dà corso a tutte le iniziative propedeutiche alla successiva contrattualizzazione (contattare e reperire terzi operatori del settore quali fornitori di servizi di media, distributori, produttori audiovisivi etc. interessati ad acquisire le prestazioni e i diritti dell'artista stesso). A fronte dello svolgimento di tali prestazioni, l'agente percepisce una commissione generalmente proporzionata, in valore, al corrispettivo reso all'artista dalla società di produzione. In merito alla illustrata fattispecie, è stata rappresentata da più parti la necessità di meglio identificare e codificare, ad esempio attraverso l'istituzione di un albo o la predisposizione di mandati in forma scritta, la professione dell'agente, anche al fine di conferire maggiore certezza informativa alle controparti, anche con riferimento alle situazioni di conflitto di interesse;
- per quanto riguarda poi, il rapporto intercorrente tra produttore e artista, si rileva come quest'ultimo sia caratterizzato, essenzialmente, da una fase di contrattazione e da una successiva relativa alle condizioni della prestazione, nella quale l'agente non riveste alcun ruolo;
- le prassi in uso in ambito internazionale, pur denotando l'adozione di approcci di diversa natura e pervasività, che spaziano dalla *deregulation* francese alla rigida regolamentazione californiana, risultano accomunanti dalla presenza di albi professionali. Il sistema legislativo francese ha effettuato una significativa liberalizzazione del mercato eliminando il requisito della licenza e l'iscrizione ad un registro nazionale. Viceversa, la legge californiana in materia, nel disciplinare in maniera molto specifica e dettagliata la materia attraverso un Codice del lavoro, ha creato un mercato fortemente regolamentato che arriva a disciplinare in maniera molto pervasiva e incisiva il rapporto che si instaura tra artisti e agenti dello spettacolo;



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

- sebbene in California il mercato del lavoro abbia dimensioni decisamente diverse da quello italiano, sia in termini numerici che di tipologia di figure professionali, si ritiene che alcuni principi del codice californiano possano essere presi in considerazione ad esempio la non discriminazione. La previsione della forma scritta per il mandato che lega l'agente dello spettacolo e l'artista rappresenta un primo significativo elemento di trasparenza;
- le misure demandate all'Autorità rappresentano un *vademecum* di buone pratiche da prendere come riferimento nella scelta dei produttori e degli artisti, onde superare possibili situazioni di conflitto di interessi con gli agenti degli stessi, attraverso una maggiore trasparenza. La principale problematica, infatti consiste negli eventuali "incroci" societari, potenzialmente intercorrenti tra agenti e produttori. Pertanto, ne consegue che gli indirizzi proposti si rivolgono esclusivamente ai produttori e agli agenti dello spettacolo, indipendentemente dal *broadcaster* committente, a meno che quest'ultimo non rivesta anche il ruolo di produttore;
- con riferimento alla sola concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, fermo restando l'indirizzo seguito nella risoluzione adottata dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi la quale introduce disposizioni vincolanti in ordine alle prassi aziendali da seguire nella contrattualizzazione degli artisti, si sottolinea che le citate misure vanno tenute in debita considerazione allorché la concessionaria rivesta il ruolo di produttore, in ragione dei vincoli di finanza pubblica, nonché dei principi di economicità cui la medesima è sottoposta in quanto percepisce il canone, tenendo tuttavia in debito conto il contributo che specifiche professionalità esterne, in ragione anche della continuità storica della loro presenza televisiva, possono generare anche i termini di *audience* e dunque di entrate aggiuntive tramite inserzionismo pubblicitario, nei limiti di affollamento previsti dalla legge;

RITENUTA altresì auspicabile, ferma restando la giurisprudenza in materia, l'adozione della forma scritta per il mandato che viene firmato nel momento in cui l'agente decide di collaborare con un attore/attrice e a mezzo del quale si impegna a proporlo/a per i *casting* in lavorazione. Il mandato deve contenere le condizioni di collaborazione, nonché le politiche di remunerazione connesse allo svolgimento della prestazione professionale oggetto del contratto medesimo. Nello specifico, l'agente ha diritto ad un compenso, ovvero ad una commissione, che può essere commisurata ai corrispettivi derivanti all'artista dal contratto con il produttore.

RILEVATO che, al fine di procedere in via definitiva all'adozione di linee guida che diano completa efficacia e completa attuazione al dettato normativo di cui all'art. 44-*quinquies*, comma 1, *lett. d*), del *Testo unico*, in considerazione dell'impatto che le medesime possono avere sulle dinamiche produttive e contrattuali del mercato di riferimento, appare necessario sottoporre le stesse ai soggetti interessati al fine di acquisire ulteriori elementi



Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

di valutazione. L'Autorità, alla luce della prima esperienza applicativa connessa all'entrata in vigore delle linee guida, si riserva di intervenire nuovamente sulla materia con misure ulteriori;

UDITA la relazione del Commissario Francesco Posteraro, relatore ai sensi dell'art. 31, del *Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità*;

DELIBERA

1. La conclusione della prima fase della consultazione pubblica indetta con delibera n. 185/18/CONS, dell'11 aprile 2018, recante "*Consultazione pubblica finalizzata all'adozione delle misure di cui all'art. 44-quinquies, comma 1, lett. d), del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*";
2. L'avvio di una nuova consultazione avente ad oggetto le linee guida di cui all'Allegato A del presente provvedimento, di cui costituiscono parte integrante.
3. Le modalità di consultazione sono riportate nell'Allegato B alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante.

Napoli, 6 marzo 2019

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Francesco Posteraro

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Riccardo Capecchi