

*Per cogliere alcuni stimoli della sessione di questa mattina e degli interventi prima di me, preferisco rinunciare a leggere il testo che avevo preparato, scusandomi per l'esposizione di conseguenza meno ordinata.*

La prefazione del “Libro Bianco sui Contenuti” pubblicato da AGCOM nel gennaio del 2011 recitava, tra l'altro, “Quando si moltiplicano i canali per veicolare i contenuti, il gioco non è per forza a somma zero: la fruizione di contenuti aumenta. Anche grazie all'ibridazione tra media e tecnologie”. E' quello a cui mirano le imprese associate a UNIVIDEO, nazionali o filiali di multinazionali, attive sia nella commercializzazione dei supporti (DVD e Blu-ray) sia nella cessione alle piattaforme online dei diritti di opere audiovisive dei quali sono detentrici, tanto a titolo originario quanto a titolo derivato, senza distinzione di nazionalità o di genere anche se al cinema italiano viene ovviamente dedicata una particolare attenzione. La complessa filiera distributiva dell'audiovisivo (Sala, TV free, Pay TV, Home Video, Online), interviene nella catena di valore (spesso, a fronte di costi di produzione delle opere elevatissimi, anche finanziariamente sin dall'inizio della produzione) cercando la più ampia diffusione possibile, e con modelli di offerta diversificati. Vanno tenute però presenti le peculiari caratteristiche nelle modalità di usufruzione dell'audiovisivo, ben diverse, da quelle di altri settori. Un film, per essere “goduto” pienamente, richiede l'attenzione dello spettatore per l'intera sua durata con una qualità video e audio adeguata, e raramente, a differenza ad esempio dalla musica, viene rivisto molte più volte. L'affermazione di un precedente interlocutore secondo cui la fruizione di un'opera, anche attraverso una diffusione illecita, può favorirne la successiva vendita permettendo di “provarla” potrebbe valere al limite per il trailer, non per il film completo.

Per soddisfare le attese dei consumatori, l'Home Video ha sviluppato modalità di offerta specifiche quali il noleggio dei supporti, non percorse da altri. Ciò assolvendo i diritti spettanti ai produttori delle opere, agli autori e agli interpreti. L'interesse e l'impegno della nostra industria è ora quello di ampliare l'offerta online, che, anche se ancora incompleta, da un paio d'anni sta crescendo decisamente; valorizzando, d'intesa con i provider, i contenuti, nel rispetto della libertà di impresa e della corretta concorrenza, per sviluppare le necessarie attività di marketing. Quanto ai “prezzi”, spesso chiamati in causa, ferma la legittimità e l'opinabilità dei pareri, un'offerta “gratuita”, ancorché illegittima, sarà sempre più conveniente e di semplice accesso rispetto ad una onerosa. La ricerca di un equilibrio tra domanda e offerta va ricercato nel mercato senza il condizionamento di una sorta di concorrenza sleale. Oggi la massiva offerta illegale danneggia gravemente il mercato dei supporti e, ancor più direttamente, quello dell'offerta online nella sua delicata fase di sviluppo con danno per l'occupazione, l'economia e le finanze statali.