

L'Italia Audiovisiva nell'era digitale

La tematica del diritto d'autore nell'era di Internet è uno dei punti nevralgici che l'industria culturale si trova ad affrontare in modo non più procrastinabile. Lo scontro tra broadcaster come Mediaset e gruppi come Google ha visto i tribunali italiani dare piena ragione al gruppo di Cologno, costringendo il gruppo di Mountain View a rimuovere i video dei canali Mediaset pubblicati su YouTube, mentre è atteso il varo di un regolamento dell'Agcom che dovrebbe stabilire linee guida precise. Che si tratti di un problema internazionale è di tutta evidenza, tanto che la Commissione europea sta a sua volta preparando un aggiornamento delle normative in materia di diritto d'autore on line e di lotta alla pirateria.

In questo scenario complesso e delicato, il gruppo Mediaset ha promosso un ambizioso progetto di ricerca, all'interno di una iniziativa internazionale sostenuta dalla Act, l'associazione delle televisioni commerciali europee.

La ricerca 'Italia Audiovisiva: diritto d'autore e creatività', realizzata dall'IsiCult - Istituto italiano per l'industria culturale - propone una inedita radiografia dell'industria culturale italiana. Il lavoro fornisce un set di dati aggiornati e di analisi accurate per stimolare la riflessione sulla centralità dell'industria audiovisiva (con particolare attenzione alla televisione, nella sua mediamorfosi verso la 'tv 3.0', cioè il fenomeno di ibridazione che porta la tivù nel web e il web in tivù), nel contesto complessivo delle "industrie creative", rispetto allo sviluppo socio-economico nazionale.

La ricerca punta ad argomentare come, per uno sviluppo sano dell'industria creativa, sia necessario tutelare i diritti degli

autori e degli editori (intesi in senso lato, broadcaster televisivi inclusi), implementando ma mantenendo un caposaldo del sistema, qual è il copyright. Insomma la ricerca sostiene la convinzione di Mediaset che la convergenza multimediale e l'integrazione multiplatforma debbano essere basate su fondamenta solide, che garantiscano un'economia sana del sistema per stimolare la produzione di conte-

nuti di qualità. E non a caso è stata promossa dal presidente di Mediaset, Fedele Confalonieri, e seguita da Gina Nieri, consigliere di amministrazione e direttore della divisione Affari istituzionali, legali e analisi strategiche del gruppo, da Carolina Lorenzon, direttrice delle relazioni istituzionali estero, e dal direttore marketing, Marco Paolini.



Gina Nieri con Fedele Confalonieri.

'Italia Audiovisiva: diritto d'autore e creatività' verrà presentata a Roma, alla Biblioteca Casanatense, il 5 ottobre, presenti i ministri Giancarlo Galan dei Beni culturali, e Paolo Romani dello Sviluppo economico, che insieme a Confalonieri, a Paolo Garimberti, presidente della Rai, e a Riccardo Tozzi dell'Anica discuteranno sui temi della ricerca.

Il 10 novembre la versione inglese di 'Italy: A Media Creative Nation' - che si inserisce nel contesto di un progetto di respiro europeo, con dossier autonomi dedicati a ogni singola nazione dell'Unione europea (con particolare attenzione ai 5 maggiori mercati: Francia, Germania, Italia, Regno Unito, Spagna) - verrà presentata al Parlamento europeo di Bruxelles.

Il testo completo di 'Italia Audiovisiva: diritto d'autore e creatività' verrà pubblicato allegato al numero di ottobre di *Prima Comunicazione*.