

Diritto d'autore e Siae

Creatività fra passato e futuro

Ecco perché un giovane autore di canzoni non trova nell'attuale sistema di gestione dei diritti la giusta remunerazione.

Se avete scritto una bella canzone e volete farla conoscere con la speranza di diventare un giorno ricchi e famosi che fate? Nell'era della condivisione totale, resa possibile da internet grazie alla multiforme offerta di siti, social network e piattaforme di file sharing, la decisione più logica sembra quella di mettere il proprio pezzo online. Un'indagine Istat sull'uso delle nuove tecnologie in Italia evidenzia che il 15,7% degli utilizzatori di internet usa lo strumento per "caricare contenuti autoprodotti sui siti web per condividerli". Tra coloro che hanno tra 11 e 34 anni la percentuale sale al 20%. Questi sono gli autori di domani: alcuni di loro scriveranno libri, incideranno dischi, creeranno opere che noi saremo interessati a leggere e ascoltare. Come li pagheremo per la creatività che hanno espresso? Vediamo cosa succede adesso.

Autori in monopolio

L'autore può vantare due tipi di diritti sulle proprie opere: quello morale, che riguarda il riconoscimento della paternità dell'opera, e quello economico sugli utilizzi che ne vengono fatti. Questi si divido-

no in un diritto contrattuale, che deriva dal rapporto diretto tra autore ed editore, e un diritto di utilizzo: riproduzione, distribuzione, comunicazione dell'opera.

In Italia la gestione dei diritti d'autore ha per protagonista un unico soggetto: la Siae, Società italiana autori ed editori. Fondata alla fine dell'Ottocento, questa associazione, che è un ente pubblico, è l'unica preposta a fare da intermediario tra l'autore di un'opera e chi vuole utilizzarla.

Per un autore l'iscrizione non è obbligatoria ma "consente di avere a disposizione un'organizzazione capillare, in Italia e nel mondo, che provvede a seguire le utilizzazioni delle opere ovunque e comunque avvengano", come si legge sul sito Siae. Insomma, potreste controllare voi stessi quando vengono usati i vostri brani, riscuotere i diritti e verificare che non vi siano abusi, ma sarebbe un lavoraccio.

Il giro dei soldi

Vale la pena investire 220 euro alla prima iscrizione e altri 91,50 ogni anno successivo per lo scrupoloso monitoraggio delle opere? Non proprio. Qualunque locale

che faccia musica dal vivo, pianobar o che diffonda musica da ballo, come le discoteche, deve stilare il "programma musicale" con la lista di tutti i brani eseguiti con titolo e autore. I programmi vanno poi consegnati o spediti alla Siae unitamente al compenso che è stabilito secondo criteri di capienza del locale o, nel caso delle discoteche, in percentuale sull'intero incasso della serata (10%). Pensereste che la Siae raccolga tutte queste liste e le usi per scoprire quante volte è stata eseguita una canzone di Ligabue e quante volte una del giovane autore Mario Rossi per poter distribuire a ciascuno l'esatta quota di diritti. In realtà i diritti riscossi per i cosiddetti "balli e concertini" sono basati in massima parte sulle verifiche campionarie: almeno 500 visite anonime ogni semestre nei locali del Paese, annotano di persona i brani che stanno suonando o diffondendo. È su questi verbali che si basa il 75% della ripartizione dei diritti per i concertini e il 50% per le discoteche. La percentuale rimanente dei diritti si basa su un campione pari a 1/5 dei programmi musicali pervenuti. Bastano 1.000 ispezioni all'anno per tutta l'Italia a determinare oltre il 50% dei diritti da distribuire? Come potrà Mario Rossi, autore in erba, vedersi riconosciuti i diritti per tutte le pubbliche esecuzioni nei locali della sua cittadina se i programmi compilati sono tenuti in così poco conto? Più che a un sistema proporzionale di distribuzione questa assomiglia per lui a una lotteria.

Pezzi grossi e giovani promesse

Il sistema di ripartizione cambia per i concerti veri e propri e per i passaggi radio, per la vendita di cd e dvd e per gli utilizzi telematici. In tutti questi casi i diritti sono effettivamente determinati sulla ba-

Il 20% dei giovani usa internet per caricare contenuti autoprodotti

GIORGIO ASSUMMA - SIAE

"Gestione collettiva: unica via"



Intervista via email al presidente della Società italiana autori ed editori, che difende il ruolo di Siae. Il testo completo dell'intervista sul nostro sito.

HT Quanti sono i soci che ogni anno incassano meno della quota che pagano?

Per la sezione Musica la percentuale va dal 50 al 60%, come avviene nelle altre Società autori di tutto il mondo.

HT Se sono un autore senza contratto discografico perché mi conviene iscrivermi alla Siae?

Un autore ha interesse ad aderire alla Siae, indipendentemente dalla circostanza che abbia o meno firmato un contratto discografico, affinché gli utilizzi dei brani da lui creati (anche quelli non discografici, incluse le esecuzioni dal vivo), siano autorizzati e remunerati. Senza lo sforzo organizzativo di una Società di autori sarebbe pressoché impossibile rilevare tutti i diversi tipi di utilizzo, assicurando una tutela economica agli aventi diritto. Inoltre una società di gestione collettiva consente a tutti gli autori un trattamento economico paritario.

HT Quanto è applicato il bollino?

Il contrassegno librario è frutto della libera negoziazione tra l'autore e l'editore, e la Siae lo applica su richiesta di uno dei due. L'apposizione del bollino sui prodotti fonovideografici e multimediali è invece obbligatoria in base al combinato disposto dell'art. 181bis della legge sul diritto d'autore e del regolamento di esecuzione. Dall'operatività del regolamento dipende l'efficacia dell'obbligo. Le percentuali sfiorano il 100% dei prodotti legittimi, nonostante la confusione indotta dalla sentenza Schwibbert (con la quale la Corte di giustizia europea ne mescolando in discussione la legittimità - ndr).

Comunque la presenza del regolare bollino dà la certezza che si sta acquistando un prodotto lecito.

HT A quanto ammonta il danno da pirateria?

La pirateria è un fenomeno incalcolabile. Nel 2007 sono stati sequestrati oltre un milione e mezzo di cd e oltre due milioni di dvd, denunciate 9.838 persone e arrestate 1.130. Per i danni, la Siae concorda con i dati forniti dal professor Masi del Comitato anti-pirateria (5 miliardi di euro) comprensivi di tutti i prodotti contraffatti.

HT Perché non si può aprire alla concorrenza nel campo dell'intermediazione dei diritti d'autore?

Ad eccezione di alcune realtà, le Società di autori nel mondo agiscono in ambito nazionale in regime di monopolio di fatto se non di diritto. Se così non fosse, se ci fossero "n" Società, gli utenti avrebbero difficoltà a fare "n" contratti: per esempio una discoteca (o un'emittente) dovrebbe fare 10, 20 contratti a tariffe diverse con altrettante Società e quindi affrontare 20 contabilità diverse. E comunque ogni autore può scegliere la Società alla quale conferire mandato, non necessariamente quella del proprio Paese, sulla base di considerazioni di efficienza operativa, capillarità della struttura... La ragione della gestione collettiva e unitaria consiste nel fatto che una società che opera per conto di tutti gli aventi diritto può garantire nei rapporti con gli utilizzatori un trattamento economico paritario, sia per i repertori di grande successo che per quelli di nicchia o locali.

Lista delle spese



Balli e concertini

331 milioni di euro: li abbiamo spesi nel 2007 in discoteche e locali con musica dal vivo. Alla Siae, fra la parte che trattiene e che distribuisce agli autori, è andato il **40%**.



Musica

9%: è la percentuale del prezzo di vendita di un cd che va alla Siae. **12%:** è quanto prende la Siae sui brani scaricati o ascoltati in streaming su internet. Se si copiano i brani su altro supporto si paga anche l'equo compenso.



Suonerie

12%: è il diritto d'autore che paghiamo su ogni suoneria, con un minimo di 10 centesimi l'una.



Web

30 euro: costo annuale per ciascun brano, di autore associato Siae, caricato su una propria pagina web.



Cd e dvd

50%: è la parte di equo compenso che paghiamo su una confezione di 25 Cd vergini da 19,90 euro.

55%: è l'equo compenso su un pacco di 10 Dvd da 15,90 euro.

se dei programmi musicali compilati dalle emittenti, sulle vendite, sul numero esatto dei download e degli streaming. Ma si tratta sempre di autori che hanno inciso dischi. Il sistema quindi funziona per chi ha un contratto con una casa discografica e ha scritto almeno qualche brano di grande successo. "Quello che è capitato a noi con i pezzi fatti all'epoca non ti capita spesso nella vita. È una cosa abbastanza incredibile, è andata bene". A parlare è Johnson Righeira, membro del duo che negli anni Ottanta ha fatto ballare mezza Italia con una serie di pezzi fortunati ("Vamos a la playa", "No tengo dinero", "L'estate sta finendo") e che dopo oltre 25 anni percepisce ancora quella che definisce una "pensione" dai diritti d'autore per le utilizzazioni di quei brani. "Certo ricevere ancora soldi per cose fatte tanto tempo fa, forse impigrisce un po', ma vale anche il principio che se continui a produrre canzoni i guadagni comunque aumentano". E non dimentichiamo che le opere continuano a fruttare diritti fino a 70 anni dopo la morte dell'autore. La Siae è utile? "Non puoi fare i soldi senza: se il tuo pezzo fa successo come fai tu a controllare chi lo suona?"



MATRIMONI DI LUSSO

A un matrimonio con più di 150 invitati e una spesa di oltre 75 euro a testa, bisogna versare alla Siae per la musica dal vivo 294 euro per i diritti d'autore; 477 euro se si balla.

Rossi va in rosso

Ma l'autore che non ha ancora inciso un pezzo di successo difficilmente riuscirà a fare soldi grazie alla Siae: lo dimostra il fatto che circa il 60% degli autori musicali iscritti (cioè più di 44.000), per ammissione della Società stessa, è in perdita: spende ogni anno per l'iscrizione più di quanto guadagni in diritti. E una volta divenuto socio Siae, Mario Rossi non può più curare direttamente i propri diritti, perché la Società è l'unica delegata a farlo. Che non si azzardi quindi a mettere a disposizione per l'ascolto su Internet i suoi brani, come fanno tutti gli autori in cerca di fama: per non essere "fuorilegge" deve chiedere un permesso a Siae e pagare da 60 a 360 euro l'anno, perciò correte a ripulire i vostri profili su MySpace...

La copia si paga

Un consumatore paga i diritti d'autore su ogni opera che acquista. Il bello è che li paga anche quando non compra opere ma supporti vuoti. Si tratta dei cosiddetti "diritti per copia privata", un sovrapprezzo che grava su tutti i supporti registrabili (dal cd ver-

Le altre licenze

Chi non desidera delegare la Siae per il rilascio delle licenze ma vuole fare da sé, ha a disposizione diverse alternative.

Le licenze libere (no-copyright) sono quelle che mettono l'opera a disposizione per la libera riproduzione. Se il vostro scopo è far conoscere il più possibile il vostro lavoro e non vi interessa per il momento guadagnarci, questa è senza dubbio la strada giusta. Certo il rischio è che qualcun altro si attribuisca il copyright dell'opera. Per questo motivo è nato il Copyleft, cioè una licenza libera di diffusione che consente a chiunque di riutilizzare e redistribuire l'opera a scopo non commerciale. A patto che, se io prendo la foto di Caio, cito la fonte e la modifico con un programma di editing, poi la rimetta a disposizione lasciando gli altri

liberi di modificare la mia copia e diffonderla.

Le licenze Creative Commons sono licenze libere rilasciate da un'organizzazione no-profit statunitense. Pensate per testi, immagini, musica e opere diverse dal software, queste consentono all'autore di decidere autonomamente quali diritti riservarsi ed eliminano alcune protezioni, incoraggiando sia la diffusione sia i riutilizzi creativi dell'opera stessa. Per sapere di più si può visitare il sito www.creativecommons.it.





COCKTAIL MUSICALI

Le discoteche versano alla Siae per la musica che diffondono un compenso pari al 10% degli incassi. In pratica il cliente paga la Siae anche sui cocktail.

gine al videoregistratore, dal dvd registrabile al masterizzatore del computer). Ogni volta che compriamo un cd vergine, magari con l'innocente intenzione di riversarvi le foto delle vacanze, paghiamo su di esso un "equo compenso" che ci dà il diritto di fare su quel cd una copia privata di un'opera su cui esistono dei diritti d'autore. Questo incide sul prezzo di cd e dvd per almeno il 50% e di circa il 3% sugli apparecchi (e il consumatore non se ne accorge). Assistiamo quotidianamente alla moltiplicazione dei supporti registrabili; oggi la definizione calzerebbe a pennello, per esempio, alla maggior parte dei telefonini, e infatti i tentacoli del diritto per copia privata si stanno allungando anche su questi apparecchi: c'è la volontà di estendere l'equo compenso anche sui cellulari.

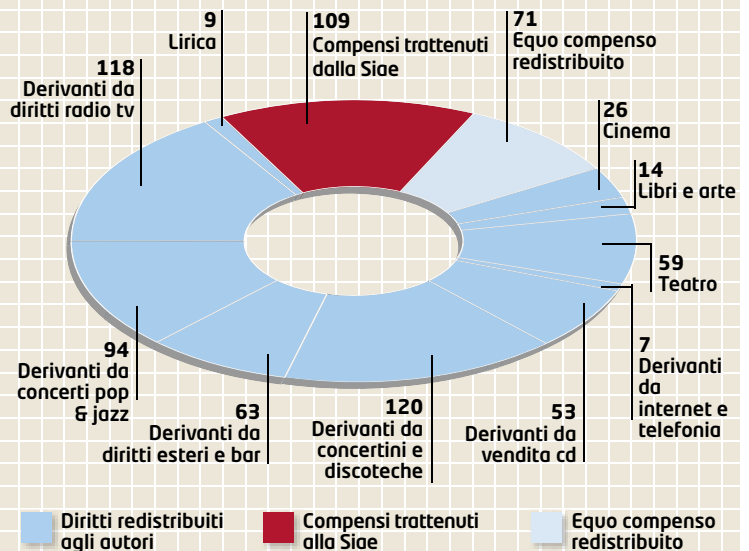
Nel 2007 questi diritti sono costati ai consumatori quasi 71 milioni di euro, redistribuiti dalla Siae ai propri soci, mentre oltre 3,6 milioni li ha incassati la Società per il proprio ruolo di gestore monopolista. Quanti ne avrà intascati il nostro giovane autore? Siae dichiara che per la musica la riparti-

È molto probabile che un autore che non ha ancora inciso un pezzo sia in perdita con la Siae

Fuori i numeri*

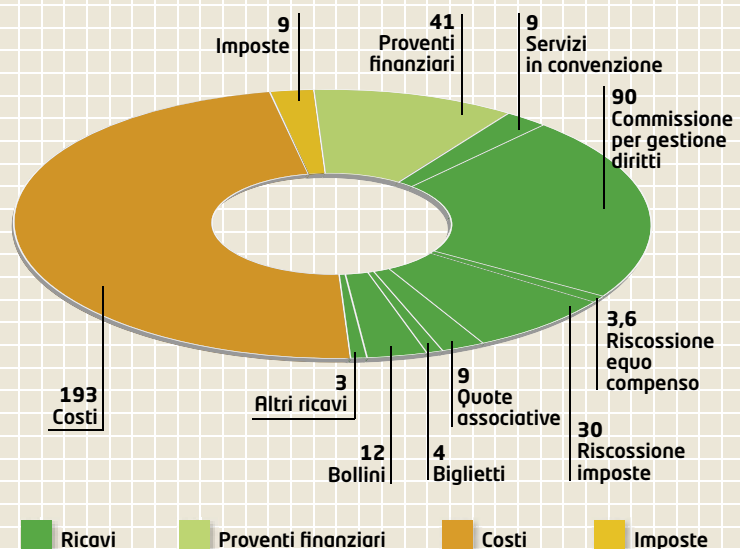
Quanto costa la Siae (in milioni di euro)

Il grafico mostra dove vanno a finire i soldi che in un anno gli italiani pagano per la fruizione di opere o l'acquisto di prodotti su cui Siae rivendica diritti. Su 743 milioni di euro incassati, la Siae ne trattiene 109 come compenso. I diritti distribuiti ammontano a 634 milioni di euro: di questi, 71 milioni non provengono dalla fruizione delle opere, ma dall'acquisto di supporti per registrare (il cosiddetto equo compenso).



Bilancio Siae 2007 (in milioni di euro)

I costi superano di 31 milioni di euro i ricavi: il bilancio perciò andrebbe in rosso se non fosse per quei 41 milioni di proventi da investimenti finanziari. Tra i ricavi spiccano i 3,6 milioni per la gestione monopolistica dell'equo compenso, i 30 milioni ottenuti dallo Stato per la riscossione di imposte e i 12 milioni del bollino.



*Dati tratti dal bilancio Siae 2007



QUEI SALATISSIMI SPETTACOLI GRATUITI

Chi organizza uno spettacolo di cabaret gratuito in una sala di oltre 100 posti deve pagare 236,64 euro alla Siae. Se fa pagare l'ingresso, il compenso minimo è solo di 66,18 euro.



CALENDARIO INESTIMABILE

Un iscritto Siae che fa un calendario (44x30 cm o più) con proprie opere da regalare a 100 amici deve alla Siae 144,25 euro per ogni immagine e 286,87 per la copertina. Totale: 2.017,87 euro.

zione avviene in base a "parametri proporzionali, che si riferiscono sia agli incassi per la vendita di supporti audio, emissioni radio e utilizzazioni su internet e telefonia, sia agli incassi generali". Anche di questa fetta a Mario Rossi non restano neppure le briciole.

Bollini d'oro

Li troviamo su tutti i cd e i dvd in vendita nei negozi: hanno il logo della Siae e riportano titolo e autore dell'opera. Sono i bollini che dovrebbero essere un baluardo contro la pirateria. Se il sistema

è davvero così efficace chissà perché in Europa ce l'abbiamo solo in tre: noi, la Romania e il Portogallo. "I bollini costano 0,0365 oppure 0,0187 euro ciascuno, a seconda che il prodotto sia venduto da solo o in abbinamento editoriale (allegato a riviste)", spiega Guido Scorza, avvocato esperto di diritto digitale. "Gli importi sono stabiliti per decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri nel 2001". L'obbligatorietà del bollino era stata sospesa perché la Corte di giustizia dell'Unione europea ha sollevato un'obiezione sulla sua legittimità. "La Corte dice che il Governo italiano avrebbe dovuto comunicare alla Commissione il progetto del decreto, che può avere un effetto restrittivo della concorrenza", spiega Scorza. Se un editore musicale tedesco vuole esportare i suoi cd in Italia deve pagare un balzello in più. "E sopportare le lungaggini imposte dal sistema, che rallenta la produzione. Perfino la Fimi, Federazione che rappresenta i discografici italiani, sostiene che il bollino rallenta le vendite e non serve contro la pirateria", prosegue Scorza.

Un nuovo regolamento, pubblicato di recente in Gazzetta ufficiale, non solo conferma l'obbligatorietà

del bollino, ma lo estende anche ad altri supporti come chiavi Usb, microchip e cd distribuiti insieme ai cellulari. In barba alla decisione della Corte di giustizia.

Le alternative

A un giovane autore non conviene iscriversi alla Siae per inseguire i diritti. Meglio produrre in proprio e lasciare la libertà di utilizzo dei brani. Per dimostrarne la paternità esistono varie alternative a costi assai ridotti.

> Depositare la propria opera presso un notaio.

> Criptare e spedire l'opera via email (anche a se stessi) con firma digitale.

> Spedirla a se stessi con raccomandata a/r: fa fede il timbro postale.

> Usare Copyzero (www.costozero.org/wai/copyzero.html) o il servizio gratuito Copyzero online, che tutela le opere dell'ingegno attraverso la firma digitale qualificata e la marca temporale.

> È poi possibile iscriversi a una società straniera: Sacem in Francia (119 euro), Sgae in Spagna (15 euro), PRS in Gran Bretagna (10 sterline). Per i diritti maturati in Italia le società si appoggiano alla Siae, ma l'iscrizione costa meno e si paga una volta soltanto. ✳

Il costo della creatività

Oggi la tecnologia mette favolosi strumenti al servizio di chi sia dotato di un po' di creatività, consentendogli di produrre opere di buona qualità in totale autonomia e di distribuirle grazie agli strumenti disponibili gratuitamente online. L'approccio della legislazione e del sistema di protezione dei diritti d'autore sembra lontano anni luce dalle effettive esigenze di gran parte degli autori, che sempre di più autoproducono file multimediali e li diffondono in libertà. I sistemi digitali consentono di mettere a punto meccanismi di

monitoraggio utili per remunerare al centesimo l'autore. La Siae costa uno sproposito rispetto alle attività di intermediazione effettivamente necessarie e il suo monopolio anche sui contenuti distribuiti in rete è anacronistico e contrasta con la progressiva liberalizzazione dei mercati. È ora di riconoscere e rispettare i diritti digitali dei consumatori, rendendo appetibili offerte legali di contenuti sul web con prezzi accettabili. Nell'era digitale la contrapposizione netta fra gli interessi di autori e consumatori è ormai obsoleta.