

Approvato il recepimento della Direttiva “Servizi Media AudioVisivi” (Smav) che impone anche alle piattaforme un incremento degli obblighi di investimento nella produzione nazionale. IsICult stima che l'Italia produca almeno 500 milioni di euro l'anno di ricavi per Netflix.

Giovedì scorso 4 novembre, come è noto, il Consiglio dei Ministri ha approvato ben 18 decreti legislativi di *recepimento* in Italia di *direttive europee*, di cui almeno 4 determineranno conseguenze non indifferenti nell'economia audiovisiva italiana: perché, a parte “**Key4biz**”, non ne parla (scrive) nessuno?

Nel nostro intervento di venerdì scorso su queste colonne (vedi “*Key4biz*” del 5 novembre 2021, “[Recepita la Direttiva Copyright, tutte le novità introdotte](#)”), ipotizzavamo che questo strano silenzio fosse stato causato dalla notizia diramata dalla Presidenza del Consiglio soltanto alle 20:30 di giovedì, e quindi fuori tempo massimo per la ricaduta sui quotidiani dell'indomani.

Ed in effetti, soltanto “*Il Sole 24 Ore*” ha dedicato un breve articolo di **Andrea Biondi** alla Direttiva “Copyright”, nell'edizione di venerdì 5 novembre, segnalando il commento positivo del Presidente della **Federazione Italiana Editori Giornali** (Fieg), **Andrea Rifesser Monti**; ed un trafiletto emerge anche sul “*Corriere della Sera*”.

Tutto tace però anche nel fine settimana, soprattutto sull'altra importante Direttiva recepita, “**Servizi Media Audiovisivi**” (Smav): non una dichiarazione una dalle tante lobby del settore, tra **Anica** ed **Apa** e **Confindustria RadioTelevisioni**... Silenzio totale anche da parte delle associazioni degli autori (da **Anac** a **100autori**).

Sulla “Direttiva Copyright”, si è registrato per primo l'entusiasmo della **Società Italiana Autori Editori** (Siae), come abbiamo ben segnalato.

Procediamo con ordine, dedicando prima attenzione giustappunto alla cosiddetta “Direttiva Copyright”.

In materia, dopo la sortita di **Giulio Rapetti** alias **Mogol** (“*ho vinto la mia battaglia per i diritti degli autori*”), si registra una dichiarazione di apprezzamento di “**Artisti 7607**” (da parte della Presidente **Cinzia Mascoli**), poi da parte dell'Ordine dei Giornalisti (nella persona di **Carlo Verna**, presidente del Consiglio Nazionale dell'Ordine - Cnog), e, ancora della **Fapav** (manifestata da **Federico Bagnoli Rossi**, Segretario generale della Federazione per la tutela dei contenuti audiovisivi e multimediali, alias “anti-pirateria”; vedi

“Key4biz” del 5 novembre 2021, [“Direttiva copyright, Bagnoli Rossi \(Fapav\): “Passo decisivo per la tutela del diritto d’autore online in Italia”](#))... Apprezzamento anche da parte dell’**Associazione Italiana Editori (Aie)**, ovvero del suo Presidente **Ricardo Franco Levi**, così come della Federazione Nazionale della Stampa Italiana (Fnsi), nelle parole del Segretario Generale **Raffaele Lorusso**.

A livello politico, dopo le già segnalate dichiarazioni mattutine (di venerdì 5) di **Federico Mollicone** (Fratelli d’Italia) e **Maurizio Gasparri** (Forza Italia), si registra una presa di posizione della deputata **Flavia Nardelli Piccoli** (Partito Democratico) già Presidente della Commissione Cultura della Camera, che nel pomeriggio di venerdì parla di un “recepimento rapido ed equilibrato”, sostenendo: *“è un passaggio molto importante, sono felice che ci sia stato questo recepimento in un tempo accettabilmente breve tenendo conto di quello che poteva essere. Noi abbiamo lavorato molto nelle settimane scorse per migliorare il testo, tenendo conto anche delle richieste che gli stakeholder presentavano, nella considerazione che chi poi deve usarlo quel testo è anche in grado di indicare al legislatore che cosa può andare e che cosa invece è difficile da applicare... Mi sembra che alla fine la soluzione sia equilibrata e tiene conto delle pressioni e delle preoccupazioni che si erano avute sia sul diritto d’autore che sulla direttiva che prevedeva la produzione italiana all’interno del palinsesti di Rai, Mediaset e delle piattaforme digitali come Netflix. Erano problemi pesanti e sono contenta che si siano affrontati e mi pare risolti equilibratamente”*.

Discretamente critico invece **Gianluca Vacca**, deputato del Movimento 5 Stelle in Commissione Cultura: *“con il recepimento della direttiva Ue sul Copyright, il nostro Paese compie innegabili passi in avanti verso un maggiore equilibrio tra i diritti di autori, editori, prestatori di servizi e fruitori dei contenuti sul web. Il decreto legislativo approvato in Consiglio dei ministri prende atto delle grandi trasformazioni avvenute negli ultimi anni con la rivoluzione digitale e adegua ad esse il contesto normativo, anche recependo i pareri espressi dal Parlamento. Tuttavia non possiamo dirci pienamente soddisfatti della soluzione individuata dal Governo per aumentare le tutele a musicisti e interpreti per gli utilizzi delle loro opere in streaming on demand. Quella per il diritto all’equo compenso di questi professionisti è una battaglia fortemente sostenuta dal Movimento 5 Stelle, che non ha mancato di far avere le sue osservazioni in merito durante il passaggio del decreto in commissione Cultura. Poco comprensibile, da questo punto di vista, la posizione di Siae, che anche in occasione delle audizioni in Parlamento non ha condiviso la richiesta degli artisti di un equo compenso per lo streaming”*. E precisa: *“il nuovo impianto normativo avrebbe potuto essere più incisivo nel modificare lo scenario già esistente, che vede ingiustamente penalizzati musicisti e gli interpreti rispetto a piattaforme streaming e produttori. È nelle mani di questi ultimi due, infatti, che la maggior parte del potere rischia ancora di*

concentrarsi, perpetrando così uno squilibrio evidente”.

Il Direttore Generale della Siae **Gaetano Blandini** replica al deputato Vacca a stretto giro di posta (dispacci di agenzia, peraltro non ripresi sabato 5 da nessuno): *“in merito alla questione degli artisti interpreti ed esecutori, con riferimento alla Direttiva Copyright di “poco comprensibile”, per non dire di “stupefacente”, c’è solo la dichiarazione dell’Onorevole Vacca. Siae, sia in sede parlamentare che in sede istituzionale e governativa, aveva sottolineato che il suo parere contrario era esclusivamente riferito alla circostanza che gli artisti interpreti esecutori sono completamente fuori dal perimetro della Direttiva Copyright, e quindi la stessa sarebbe potuta essere oggetto di impugnativa o peggio di censura da parte della Ue, ritardando quindi la messa in onda del provvedimento”.* La scelta di mediazione fatta dal governo italiano, ha sostenuto Blandini, *“può non piacere, ma certamente rende meno probabile questa ipotesi. Quando si parla di materie complesse che si conoscono solo superficialmente, il rischio di dire cose gravemente inesatte è alto, a meno che non si tratti di dichiarazioni demagogiche e di captatio benevolentiae, considerato i nomi dei firmatari dell’appello [PayPerformers](#)”.* Blandini conclude con stoccata finale: *“mi permetto tuttavia di ricordare che quando la Direttiva Copyright era all’esame del Parlamento Europeo, gli europarlamentari del Movimento 5 Stelle votarono contro, e lo stesso Onorevole Vacca, che all’epoca aveva la responsabilità di essere Sottosegretario al Ministero della Cultura, non sembrava favorevole all’approvazione della stessa ritenendo che potesse limitare la libertà degli utenti”.* In effetti, la posizione del M5S su queste tematiche non appare esattamente coerente, anzi emergono non pochi elementi di contraddittorietà.

Nella giornata di domenica 6 novembre, si registra l’apprezzamento de Presidente de **L’Eco della Stampa** spa, **Paola Frugiuele**, che ha commentato positivamente il decreto varato giovedì scorso: *“la norma vara il concetto dell’equo compenso a favore degli editori e si sviluppa in modo da tutelare tutte le parti che saranno coinvolte nella fase di negoziazione dello stesso per quanto riguarda l’utilizzo dei contenuti... L’individuazione poi in Agcom di un arbitro super partes per la definizione di un equo compenso e regolamentazione dei rapporti tra editori e imprese di media monitoring e’ la conferma del percorso già intrapreso da L’Eco della Stampa”.* Si ricordi che sono stati stipulate intese tra editori e fornitori di contenuti giornalistici, come ad esempio l’accordo con **Promopress**, società di servizi della Fieg - Federazione Italiana Editori Giornali, cui aderiscono 64 aziende editoriali con 381 testate...

Nessun’altra presa di posizione, sulla *“Direttiva Copyright”*.

Sulla Direttiva “Servizi Media Audiovisivi” (Smav) prevale un complessivo e curioso “no comment”

Ed invece sulla direttiva cosiddetta “Smav”?!

Incredibile, ma vero: a distanza di tre o quattro giorni dall’approvazione da parte del Governo, silenzio assoluto.

Tace **Giancarlo Leone**, Presidente di **Apa** (Associazione Produttori Audiovisivi).
Tace **Francesco Rutelli**, Presidente di **Anica** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Digitali). Tace **Francesco Ranieri Martinotti**, Presidente di **Anac** (Associazione Nazionale Autori Cinematografici).

Tacciono tutte le anime - economiche ed artistiche - del sistema audiovisivo italiano.

Cosa accade?! Nessuno ha reagito al comunicato stampa del feroce Ministro della Cultura **Dario Franceschini**, che giovedì sera ha rivendicato che imporre un obbligo di investimento al 20 % (dall’anno prossimo sarà il 17 %, che salirà al 18 % nel 2023, per saltare al 20 % nel 2024) è una decisione che farà crescere l’industria audiovisiva nazionale in modo significativo, che - rivendica il titolare del Collegio Romano - “*conferma la volontà di sostenere i produttori indipendenti*”. Di queste quote, almeno il 50 % dovrà essere riservato a opere di “espressione originale italiana”.

I produttori indipendenti, però, sempre pronti a diramare comunicati quando il Franceschini accoglie le loro tesi, questa volta tacciono...

Tentiamo di riassumere l’oggetto della **querelle**: questa quota del 20 % dall’anno 2024 rappresenta senza dubbio, al tempo stesso (1.) un salto notevole verso l’alto rispetto all’attuale 12,5 %, con un incremento del 60 per cento; (2.) un livello notevolmente ridotto rispetto a quel 25 % che il Governo aveva stabilito ad inizio agosto, con lo schema di decreto legislativo (che avrebbe rappresentato un incremento del 100 per cento).

La lobby Netflix si è scatenata

Da agosto (non appena il Governo ha approvato, il 5 agosto, gli schemi di decreti legislativi: vedi “Key4biz” del 6 agosto 2021, “[Copyright, adottata la direttiva. Cosa cambia per l’equo compenso a editori, autori, giornalisti e artisti](#)”), **Netflix** ha scatenato la propria lobby.

Ha speso molto danaro, stressando molti parlamentari, acquistando anche pagine intere del “*Corriere della Sera*” (8 pagine sull’edizione del 10 settembre) per lamentare come questa

imposizione sarebbe stata iniqua, ed avrebbe ridotto la disponibilità della multinazionale ad investire in Italia.

La versione originaria proposta dal Governo prevedeva un obbligo di investimento del **17 %** fino a fine dicembre 2022, **20 %** dal 1° gennaio 2023, **22,5 %** dal 1° gennaio 2024, e quindi il **25 %** dal 1° gennaio 2025.

La proposta di obbligo verso quota 25 % è stata definita da **Netflix** *“decisamente iniqua e sbagliata nelle modalità”*, addirittura punitiva... E manifestava velata minaccia: in caso di approvazione, potrebbero venir meno molti fattori, tra cui quelli di una *“corretta competitività”* (secondo Netflix ovviamente), che si ripercuoteranno sicuramente sui prezzi e sulla qualità delle produzioni.

In occasione del Mercato Internazionale Audiovisivo (Mia) di Roma, **Eleonora Andreatta**, che guida la produzione italiana di Netflix, aveva *“rivelato”* che gli abbonati di **Netflix** in Italia hanno superato la soglia di **4 milioni**: dato inedito, considerando che la multinazionale di **Reed Hastings** adotta da sempre una politica molto ritentiva rispetto ai propri *“numeri”*. Non soltanto quelli del misterioso algoritmo interno, ma quelli di mercato.

Quanto fattura realmente **Netflix** dal mercato italiano?! Nessuno lo sa realmente: lo abbiamo ben spiegato su queste colonne nel nostro intervento di un mese e mezzo fa (vedi *“Key4biz”* del 17 settembre 2021, [“Netflix, non si sa quanto fattura in Italia ma teme l’incremento degli obblighi di investimento”](#)).

E quindi - come giustamente scriveva **Vincenzo Vita** su *“il Manifesto”* del 31 agosto - in un articolo ben intitolato [“Netflix: gli affari vanno fuori quota”](#), che senso ha criticare, lamentarsi, fare resistenza nei confronti di una norma, rispetto alla quale soltanto Netflix conosce la *“vera verità”* delle conseguenze sulla propria economia interna?! Scriveva l'ex Sottosegretario alle Comunicazioni (Governi Prodi, D'Alema, Amato): *“si critica decisamente la percentuale prevista di obbligo di investimenti (...). Tuttavia, non si dice la verità: la cifra è riferita agli introiti netti conseguiti in Italia. E qui cascano l'asino e tutto il resto. Qual è davvero l'entità regolarmente tassata dal fisco italiano? Dove sono gli stabilimenti dell'agguerrita entità sovranazionale? Quante persone stanno e lavorano qui?”*.

Il solito governo “nasometrico” del sistema culturale italiano

Come quasi sempre accade in Italia, **si governa “nasometricamente”**: nessuno ha studiato realmente cosa accadrebbe nell'economia audiovisiva italiana, se si passasse dall'attuale 12,5 % al 25 %. Né il **Ministero della Cultura** né l'**Autorità per le Garanzie**

nelle Comunicazioni.

Si procede per impressioni e per intuizioni (“*tu chiamale, se vuoi... emozioni*”, per citare il saggio **Lucio Battisti**): *approssimativamente*.

In ogni caso, dal **Parlamento** (che non ha sollecitato in alcun modo di fare chiarezza numerica su questi provvedimenti, con indagini di scenario o analisi predittive) piuttosto che dall'**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni** (ma è possibile che nemmeno l'Autorità possa pretendere da Netflix dei numeri chiari e trasparenza delle proprie operazioni sul mercato italiano?!) sono giunti inviti a moderare, a stemperare, ad evitare un salto... eccessivo: oggettivamente passare dall'attuale 12,5 % di obbligo al 25 % avrebbe significato imporre obblighi raddoppiati a **Netflix & Co.**

Certo, “raddoppiati” rispetto ad un... “**quantum**” che è oggi ignoto!

Un po' una presa in giro, si converrà, se si vuole realmente dire... “*pane*” al pane e “*vino*” al vino.

L'unico dato fornito da Netflix è il seguente, nelle parole di **Stefano Ciullo**, Direttore delle Relazioni Istituzionali (si ricordi che ha lavorato fino all'agosto 2019 a **Sky Italia**, per oltre 14 anni, dopo 6 anni in **Cleary Gottlieb Steen & Hamilton** e 5 in **Baker & McKenzie**), qualche settimana fa: “*dal 2017 al 2020 abbiamo investito più di 300 milioni di euro in Italia*” (che corrisponde a circa 356 milioni di dollari Usa).

Bene, ma un qualche dato **lievemente** più dettagliato sarebbe apprezzato.

Netflix: 4 milioni di abbonati, 300 milioni di euro investiti in 4 anni, ma quanto miliardi di euro ha ricavato finora e quanto ricava dal mercato italiano?

E, soprattutto, questo investimento di 300 milioni in 4 anni, che percentuale rappresenta dei ricavi di **Netflix** in Italia nel quadriennio (2017-2020) stesso?

Il mistero aleggia, come nelle serie di punta della piattaforma, da “*Stranger Things*” a “*Riverdale*” per arrivare alla ormai mitica “*Squid Game*”. Deve trattarsi di una sorta di “cultura aziendale” molto ben curata: ritentività assoluta, trasparenza zero.

Si può soltanto prospettare una ipotesi di lavoro, sulla base di una stima dell'Istituto italiano per l'Industria Culturale - ISICULT: se in Italia Netflix ha 4 milioni di abbonati, essi rappresentano meno del 2 per cento del totale planetario (per la precisione, l'1,9 %) del totale di 214 milioni di abbonati in tutto il mondo; se vi fosse una equiripartizione tra ricavi

ed abbonati, se nell'esercizio 2020 Netflix ha registrato **25 miliardi di dollari di ricavi** in tutto il mondo (erano stati 20,2 miliardi nel 2019), ***l'Italia potrebbe aver apportato almeno 500 milioni di dollari*** nelle casse del colosso di Los Gatos.

Questa somma è verosimile, anche sulla base di un altro calcolo: considerando un "*average monthly revenue per paying membership*" nell'ordine di 11,6 dollari Usa, si arriva (per 4 milioni di abbonati) ad una stima di 464 milioni di dollari per l'anno 2020.

Quindi, ***IsICult stima*** che Netflix abbia ricavato dal mercato italiano ***circa 500 milioni di dollari*** Usa nel 2020, e nel 2021 raggiungerà almeno 550 milioni di dollari.

L'"*Annual Report 2020*" (il famoso modello "*Form 10-K*" della borsa americana, l'United States Securities and Exchange Commission) non consente grandi approfondimenti: ricavi ***dagli Usa*** nell'ordine di ***11.455 milioni*** di dollari; ***dall'Europa e dal Medio Oriente e dall'Africa*** (l'Emea), ***7,772 milioni***; dall'America Latina (Latam), ***3,157 milioni***; dall'***Asia-Pacifico*** (Apac), ***2,372*** milioni. Quanti dei 7,7 miliardi dell'Emea dall'Italia, non è dato sapere.

Se l'Italia ha una quota del 2 % e se il totale dei dipendenti a livello planetario è di circa 12.100, si potrebbe poi anche stimare che nel nostro Paese potrebbero lavorare per la piattaforma una trentina di persone... A fine 2020, si stimava che lo staff dedicato all'Italia operativo ad Amsterdam fosse nell'ordine di 30 persone. In verità, ad inizio 2021, Netflix ha prospettato di poter disporre presto di una "forza-lavoro" italiana nell'ordine di 40 persone, definendo una sede stabile, anche fiscalmente, a Roma (ha scelto il ***Villino Rattazzi***, in via Boncompagni, zona via Veneto, non lontana dall'Ambasciata Usa). In verità, già nell'ottobre del 2019, il fondatore ***Reed Hastings***, in visita in Italia, aveva preannunciato le intenzioni del gruppo di aprire una sede stabile in Italia: ci sono voluti due anni, per passare dalle parole ai fatti.

Si ricordi che finora i flussi numismatici dall'Italia sono andati a favore di ***Netflix International Bv***, nei Paesi Bassi, mentre dal 2020 verranno gestiti da ***Netflix Italy*** (nuova denominazione della pre-esistente ***Los Gatos Service Italy***, che ha registrato nel 2019 soltanto 19 milioni di ricavi, cui si affianca ***Los Gatos Entertainment Italy***, che ha fattura meno di 4 milioni di euro). Sarà veramente interessante leggere il bilancio dell'anno 1° (2022) della novella Netflix in Italia (si ricordi che nell'autunno del 2019 ***la Procura di Milano*** aveva aperto un fascicolo nei confronti di Netflix, per eventuale *evasione fiscale*).

Da ricordare che, secondo stime della società di consulenza francese ***Ampere***

Analysis fatte proprie dall'**Osservatorio Audiovisivo Europeo**, in Italia, nel 2020, Netflix avrebbe avuto una quota di mercato del 28 %, seguita da **Amazon** con il 18 % e da **TimVision** con il 16 %. In Italia, il totale degli abbonati a servizi di tipo "Svod" (ovvero "Subscription video-on-demand") degli "Over-The-Top" sarebbe di 13,1 milioni. Il totale dei ricavi di Netflix nella sola Europa sarebbe di 5,3 miliardi di euro, a fronte di 1,9 miliardi di Amazon. Ben distanziati **Dazn** con 376 milioni e **Disney** con 365 milioni. Da segnalare che, secondo Ampere, in Italia Netflix avrebbe 3,8 milioni di abbonati, a fronte di 2,3 milioni di Amazon Prime.

Intanto, nelle more dei novelli obblighi, la piattaforma di Los Gatos... ha aumentato i prezzi. Si ricordi che fino al 2 ottobre **Netflix** aveva 3 piani diversi di abbonamento, così differenziati: il "piano base" valido per 1 schermo a 7,99 euro; il "piano standard" con 2 schermi a 11,99 euro; il "piano premium" con la possibilità di vedere i programmi su quattro schermi a 15,99 euro. Ovviamente nessuna chance di comprendere qual è la ripartizione percentuale delle diverse modalità sul totale dei contratti. Questi piani hanno registrato un aumento di prezzo da inizio ottobre: il "piano base" resta fermo a 7,99 euro; quello "standard" sale da 11,99 a 12,99 euro (+ 8,3 %); quello "premium" da 15,99 e 17,99 euro (+ 12,5 %).

Intanto Netflix cresce a livello globale: a fine settembre, 214 milioni di abbonati in tutto il mondo

Il 20 ottobre 2021, **Netflix** ha rivelato che l'utile trimestrale è sopra le attese e che continuano a crescere gli abbonati. I ricavi dell'ultimo trimestre hanno raggiunto quota 7,48 miliardi di dollari statunitensi, gli abbonati nel mondo sono a quota **214 milioni**. Dopo il forte rallentamento della prima metà dell'anno, nei mesi *tra luglio e settembre* 2021 Netflix ha raccolto 4,38 milioni di nuove sottoscrizioni, raggiungendo quota 213,6 milioni in tutto il mondo.

La maggior parte dei nuovi clienti nel trimestre proviene dal mercato dell'Asia-Pacifico, dove Netflix ha ora 30 milioni di abbonati. Alcuni analisti del settore ritengono che, tra tre o cinque anni, la regione potrà iniziare a competere con gli Usa e il Canada, attualmente il più grande mercato di Netflix.

Netflix, che continua a mantenere **segreti** gran parte dei suoi dati sugli spettatori, ha anche dichiarato che rilascerà informazioni più frequentemente rispetto al solito, e sposterà la sua principale "metrica" riportata pubblicamente sulle ore visualizzate, piuttosto che sul numero di account che hanno guardato un titolo per almeno 2 minuti (si ricordi che le rilevazioni di Netflix, infatti, si basano sui primi due minuti visti da ogni "account" e su una

finestra temporale di 28 giorni dal rilascio sulla piattaforma; secondo la piattaforma, quei 2 minuti indicherebbero l'interesse dell'abbonato nel contenuto)... Il Ceo **Ted Sarandos**, in occasione "Code Conference" di Vox Media, a Beverly Hills, ha dichiarato: "stiamo cercando di essere **più trasparenti con i talent e con il mercato**". Interessante notare che il Ceo si è riferito ai dati Netflix come a una "scatola nera" (!). Interessante anche un'altra dichiarazione della piattaforma "streaming" più grande del pianeta, rivelando questi dati: "siamo ancora abbastanza piccoli con molte opportunità per crescere. Nel nostro mercato più grande", gli Stati Uniti, "siamo a meno del 10 % del tempo trascorso davanti alla televisione".

Rispetto alle azioni di "lobbying" di Netflix, merita essere ri-segnalata la presa di posizione del "think tank" iper-liberista **Fondazione Istituto Bruno Leoni** (Ibl), che ha "ovviamente" evidenziato come un irrigidimento degli obblighi determinerebbe il rischio di emarginazione dell'Italia dal mercato audiovisivo planetario (vedi l'intervento di **Filippo Cavazzoni** su "LeoniBlog" del 9 settembre 2021, "[Netflix e le quote di investimento](#)")...

Il dossier sulla Direttiva Sma elaborato da ItMedia, che guarda al "modello spagnolo"

In assenza di dati di scenario, senza dubbio utile il dossier prodotto dalla società di consulenza **ItMedia**, reso noto ad inizio della scorsa settimana, lunedì 2 novembre (proprio tre giorni prima la riunione del Consiglio dei Ministri), intitolato "**Obblighi d'investimento in opere europee dei servizi a richiesta. Il caso Italia in una prospettiva internazionale**". Lo studio non è stato rilanciato da nessuna testata giornalistica (se non da "Start Magazine"), ma l'indomani martedì 3 novembre, è lo stesso Preta a proporre una sintesi del dossier, sulle colonne del sito "lavoce.info", con un articolo intitolato "[Direttiva Sma: troppi obblighi allontanano gli investimenti](#)". Sostiene ItMedia: "è in dirittura d'arrivo la legge che recepisce la direttiva sui servizi di media audiovisivi. Impone obblighi molto rigidi agli operatori on demand. Ma è una scelta che non difende la nostra industria audiovisiva, anzi finisce per penalizzarne lo sviluppo". Secondo Preta, una elevazione della quota eccessiva avrebbe pesanti contro-indicazioni, osservando comparativamente quel che accade in altri Paesi europei: "la direttiva Sma non prevede infatti obblighi specifici sulle quote di investimento in produzione, lasciandone la discrezionalità agli stati membri. È dunque l'Italia che ha scelto la linea più rigida, con l'imposizione di quote molte alte per i servizi a richiesta: si stabilisce infatti un aumento graduale anno per anno, fino al 25 per cento degli introiti netti fatturati in Italia nel 2025 da destinare alla produzione di opere europee (con sotto-quote italiane). La Francia, da sempre paladina delle quote, impone, a seconda dei casi, obblighi inferiori (20 per cento) o analoghi all'Italia (25 per cento) sulla base dell'uscita di almeno un film online prima del periodo di dodici mesi (finestra) previsto

in esclusiva per la sala. Se guardiamo anche gli altri principali paesi europei, la Spagna ha obblighi molto bassi (5 per cento), ininfluenti sulle strategie degli operatori, mentre la Germania (che ha una tassa che può raggiungere un massimo del 2,5 per cento) e il Regno Unito non ne hanno affatto. Va peraltro considerato che questi ultimi due paesi hanno l'industria audiovisiva più sviluppata in Europa".

La tesi di Preta è verosimilmente condivisa da tutti coloro che credono che l'intervento dello Stato, coi suoi "lacci e laccioli", inibisca le dinamiche di un "**libero mercato**" che è bene si **autoregoli**, stimolando processi di attrazione degli investimenti (vedi alla voce "tax credit") piuttosto che imponendo regole coercitive.

L'infinita dialettica tra Stato e mercato...

È l'infinita **dialettica** tra Stato e Mercato.

È lo **scontro** sempiterno tra liberisti e statalisti...

ItMedia guarda al "modello spagnolo", proprio rispetto a **Netflix**: *"la Spagna ha già intuito le opportunità nascenti e ha messo a disposizione dei grandi operatori a richiesta le migliori condizioni per operare. Così Netflix nel 2019 ha creato in Spagna l'hub della sua produzione europea e dal 2016 il colosso dello Svod ha finanziato 50 titoli, partecipato a 70 film e lavorato con 35 partner, acquisendo società di pre- e di post-produzione. Il limitato livello di regolazione si affianca dunque alle altre iniziative intraprese e oggi la Spagna è uno dei principali centri di produzione in Europa. Così Madrid si appresta a fare dell'industria audiovisiva nazionale uno dei settori trainanti dell'economia nazionale e, nel frattempo, in linea con l'aumento della produzione, sono cresciuti occupazione e indotto".*

Che dire?! Tesi rispettabili.

Va comunque notato che nel dossier curato da Preta (nella "Nota metodologica") si legge "va precisato che contenuti e opinioni espressi nel rapporto impegnano esclusivamente **ItMedia Consulting**", ma assai onestamente è scritto anche che "si ringrazia **Amazon** per il sostegno economico" (e naturale sorge inevitabilmente una qualche perplessità sulla effettiva indipendenza del dossier).

Chi redige queste noterelle crede invece nel "**modello francese**", che - almeno in materia di **politica culturale** - riteniamo rappresenti una risposta più sana dello Stato nei confronti del Mercato: una risposta che dimostra come la "mano pubblica" non debba limitarsi soltanto ad "assecondare" l'economia.

Si ricordi che in **Francia** (sulla base della nuova legge approvata a fine giugno 2021), i servizi “streaming” come **Netflix, Amazon e Disney+** debbono investire nel Paese tra il 20 e il 25 % dei ricavi nella produzione di contenuti nazionali. La quota è così differenziata, tra il 25 % ed il 20 %: gli operatori “on demand” debbono investire il 25 % dei loro ricavi annuali, se programmano almeno 1 lungometraggio cinematografico l’anno entro i 12 mesi dalla sua uscita nelle sale cinematografiche francesi; i servizi che non propongono film entro i 12 mesi dalla loro uscita cinematografica debbono invece investire il 20 % dei ricavi nelle opere europee. Si ha notizia che Netflix ha presentato un *ricorso* contro la nuova legge francese. Riguardo alle quote, l’80 % (del 20 % dei ricavi) dovrà essere investito in opere audiovisive francesi (serie, film, documentari), mentre il restante verrà investito in film per la sala. Si tratterebbe di circa il 4 % del giro d’affari degli “streamer” in Francia.

E ci domandiamo comunque sulla base di quali *dati, analisi, tesi, argomentazioni...* sulla base di quale “**dataset**” a Palazzo Chigi (ovvero tra il Collegio Romano e Santa Croce in Gerusalemme, perché il recepimento della “Direttiva Smav” è avvenuto soprattutto ad opera del Capo di Gabinetto **Lorenzo Casini**, del Segretario Generale **Salvo Nastasi**, del Direttore Generale Cinema e Audiovisivo **Nicola Borrelli**), il Governo abbia deciso di ridurre da quel 25 % che aveva deciso il 5 agosto scorso al 20 % stabilito il 5 novembre...

Questo il passaggio, tra “prima” ed il “dopo”:

- “prima” (*Cdm del 5 agosto 2021*):

un obbligo di investimento del **17 %** fino a fine dicembre 2022, **20 %** dal 1° gennaio 2023, **22,5 %** dal 1° gennaio 2024, e quindi il **25 %** dal 1° gennaio 2025...

- “dopo” (*Cdm del 5 novembre 2021*):

un obbligo di investimento del **17 %** fino a fine dicembre 2022, **18 %** dal 1° gennaio 2023, **20 %** dal 1° gennaio 2024...

Perché questa modificazione in itinere? Cosa è successo in questi ultimi tre mesi?!

La risposta è *nel vento*. Il “*dietro le quinte*” assai arduo da esplorare...

È vero che **Agcom** è intervenuta (in audizione in Senato il 12 ottobre il Presidente **Giacomo Lasorella**; il 14 settembre aveva inviato un parere), ma senza pronunciarsi sulle quote (se non con alcune perplessità sulle cosiddette “sotto-quote”), e limitandosi a proporre una semplificazione dei meccanismi ed invocando comunque flessibilità...

È pur vero che non più di due settimane fa, il 20 ottobre il **Senato della Repubblica** ha espresso un parere al Governo nel quale si chiedeva di muoversi entro una “forbice” del 15 / 20 %: nel parere sull’[Attodel Governo n. 288](#) approvato dalla 8^a Commissione Lavori Pubblici, Comunicazioni, ovvero nel “parere favorevole con osservazioni”, si legge (in relazione all’articolo 55, comma 2, lettera b): “si valuti l’opportunità di quantificare gli obblighi di investimento dei fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta in opere audiovisive europee prodotte da produttori indipendenti in una percentuale **tra il 15 per cento e il 20 per cento** degli introiti netti annui in Italia, alla luce dei principi di proporzionalità e non discriminazione previsti dall’articolo 13 della direttiva 2010/13/UE, come modificato dalla direttiva (UE) 2018/1808”. Relatori **Massimo Mallegni** (Forza Italia) e **Salvatore Margiotta** (Partito Democratico). Sull’argomento, vedi anche “Key4biz” del 22 ottobre “[Nebbie Rai, fra incertezze finanziarie e nuova identità](#)”

È probabile che questo parere di Palazzo Madama sia stato determinante nel convincere il Ministro della Cultura **Dario Franceschini** a scendere dal 25 % di agosto al 20 % di novembre.

Comunque, anche se il Governo avesse deciso di confermare la propria scelta originaria (25 %), nessuno (ma proprio nessuno, nemmeno **Netflix & Co.**) gli avrebbe potuto contestare la legittimità della scelta, contrapponendo un *dataset* che ne dimostrasse l’inefficacia.

Non si tratta quindi esattamente di un caso encomiabile di “**evidence-based policy making**”.

Si tratta di una scelta quindi squisitamente *politica*, di opportunità *diplomatico-relazionale* (Netflix avrà forse minacciato di lasciare l’Italia?!). Ha prevalso prudenza. Forse troppa. O timore di quella che “*The Hollywood Reporter*” ha definito un paio di anni fa “**The Netflix Lobbying Machine**”.

Ovvero, più semplicemente, hanno vinto le “lobby” **Netflix** ed **Amazon** ed altri ancora. Chapeu!

Prima di analizzare oltre (e provare una qualche stima sulle ricadute, un qualche cenno di valutazione di impatto), attendiamo la pubblicazione dei decreti legislativi, nella loro versione definitiva, in Gazzetta Ufficiale: pubblicazione imminente, ad inizio della corrente settimana.

Nota: nelle more della pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale, si ricorda che, dei 18 decreti legislativi licenziati dal Consiglio dei Ministri giovedì 4 novembre 2021, quelli che

riguardano direttamente il sistema culturale mediale nazionale sono 4, due a firma del Ministero della Cultura e due a firma del Ministero dello Sviluppo Economico:

DIRETTIVA COSIDDETTA “SMAV” OVVERO “AVMS” (fornitura servizi audiovisivi)

Attuazione della Direttiva (Ue) 2018/1808 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della Direttiva 2010/13/Ue, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi, in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato

(Ministro dello Sviluppo Economico)

DIRETTIVA COSIDDETTA “DIRITTO D’AUTORE” O “COPYRIGHT”

Attuazione della Direttiva (Ue) 2019/789 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, che stabilisce norme relative all’esercizio del diritto d’autore e dei diritti connessi applicabili a talune trasmissioni online degli organismi di diffusione radiotelevisiva e ritrasmissioni di programmi televisivi e radiofonici e che modifica la direttiva 93/83/Cee del Consiglio

(Ministro della Cultura)

DIRETTIVA COSIDDETTA “DIRITTI CONNESSI”

Attuazione della Direttiva (Ue) 2019/790 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d’autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/Ce e 2001/29/Ce

(Ministro della Cultura)

DIRETTIVA COSIDDETTA “CODICE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE”

Attuazione della Direttiva (Ue) 2018/1972 del Parlamento Europeo e del Consiglio, dell’11 dicembre 2018, che istituisce il Codice Europeo delle Comunicazioni Elettroniche (rifusione)

(Ministro dello Sviluppo Economico)

[Clicca qui](#), per leggere “Obblighi d’investimento in opere europee dei servizi a richiesta. Il caso Italia in una prospettiva internazionale”, ItMedia Consulting, curato da Augusto Preta,

pubblicato il 2 novembre 2021

[Clicca qui](#), per leggere “Trends in the Vod market in Ee28”, European Audiovisual Observatory - Eao (Consiglio d'Europa), curato da Christian Grece, pubblicato il 9 febbraio 2021

[Link all'articolo originale >](#)