

Siae, un monopolio da non difendere

Alessandro De Nicola

“**M**i ricordo che anni fa/ di sfuggita dentro a un bar/ ho sentito un juke-box che suonava...”: il giovane Edoardo allora non lo immaginava ma, mentre la sua fantasia volava, la Siae ne ricavava qualche liretta. Nata nel 1882 come associazione privata con soci quali Giosuè Carducci, Edmondo De Amicis e Giuseppe Verdi, negli anni la Siae si è trasformata in uno di quegli ircocervi del diritto, “ente pubblico economico”: si obbliga con atti di diritto privato, fa votare lo statuto ai suoi associati ma allo stesso tempo deve ottenere l’approvazione dello stesso da vari ministeri ed è dotata di poteri autoritativi e privilegi di legge, primo tra tutti il monopolio nell’intermediazione dei diritti d’autore. Nella musica, la Siae associa autori e produttori e concede in licenza agli utilizzatori (radio, tv, organizzatori di concerti) la possibilità di fruire dei brani o delle performance dietro pagamento di una tariffa. Lo schema si ripete per arti visive, film, spettacoli, libri.

Se invitate 20 amici a vedere un film a casa dovrete avere la licenza Siae: lo stabilisce la legge 633 del 1941, che pur subendo varie modifiche ha mantenuto l’assetto monopolistico del mercato. Monopolio garantito per legge solo in Italia e Cechia mentre nel resto del mondo ogni autore è libero di affidare a chi vuole la tutela dei propri diritti. La Siae non gode di buona stampa. Bilanci in perdita per decine di milioni, scarsa trasparenza nei rapporti con gli autori e i produttori, numero pleorico di sedi inefficienti, familismo nelle assunzioni, applicazione di penali punitive per violazioni insignificanti, insoddisfazione degli autori molti dei quali pagano più per associarsi di quanto ricavano dalle loro opere. In questo contesto, la tecnologia e l’Europa hanno cominciato a sgretolare il monolite. La musica via web è difficile da accalappiare e la Direttiva Europea 84 del 2014, prevede una liberalizzazione dell’intermediazione. Sfruttando il Trattato di Roma e la giurisprudenza della Corte di Giustizia, alcuni operatori, soprattutto start-up, si son fatti furbi e hanno costituito in Europa società di gestione di repertori musicali e di diritti di autore. Per il principio

della libertà di prestazione di servizi, la legge del 1941 non può impedire che questi enti abbiano come clienti autori o produttori stranieri e diano ad esempio in licenza una propria music list da mettere come sottofondo alla grande distribuzione o a un dentista. Questo è quello che ha stabilito il Tribunale di Milano in una sentenza a favore di Soundreef, start-up costituita a Londra ma attiva in Italia, diventata famosa quando Fedez, un rapper che inspiegabilmente viene considerato un opinion leader, ha mollato la Siae per diventarne cliente in nome della concorrenza e del merito.

La Direttiva 84 del 2014 prima menzionata, giace nel frattempo in Parlamento, in ritardo rispetto alla data del 10 aprile 2016 entro la quale avrebbe dovuto essere recepita nell’ordinamento italiano. Qual è l’oggetto del contendere? Il ministro Franceschini non vuole far perdere il monopolio alla Siae in via definitiva e senza ambiguità interpretative. Parla di riforma, di efficienza, di trasparenza ma non di concorrenza, aggrappandosi ad una interpretazione restrittiva degli obblighi di liberalizzazione previsti dalla UE (“I titolari dei diritti dovrebbero avere il diritto di autorizzare un organismo di gestione collettiva di loro scelta a gestire i diritti...”). E sbaglia di grosso: i “pirati” di Soundreef, grazie ad un’ottima organizzazione, riescono a fare prezzi più bassi ed attrarre clienti seppur in una condizione di incertezza normativa, il che vuol dire che in una situazione di piena e legale concorrenza sorgerebbero nuovi protagonisti dell’intermediazione ed autori e produttori avrebbero più libertà di scelta. In effetti, niente quanto la competizione stimolerebbe l’efficienza della Siae e non ci sarebbe bisogno di prescriverla per legge. D’altronde, se Franceschini pensa che questo mercato sia un “monopolio naturale” e l’attuale monopolista possa riformarsi, quest’ultimo non ha nulla da temere dai nuovi entranti: ha i clienti, la presenza sul territorio, il know how e quindi non può che sbaragliare la concorrenza e magari diventare un player europeo.

Comunque la si giri il risultato è identico: preservare lo status quo monopolista, soprattutto in un contesto tecnologico in continua evoluzione, non può che soffocare l’innovazione, salvare i perdenti e distruggere ricchezza. Non sono solo canzonette.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

