

# **Le relazioni pericolose tra legalità e illegalità: il caso dei contenuti digitali**

**Paola Dubini – Francesco Saviozzi**  
**ASK – Università Bocconi**  
**19/10/2007**

# Di cosa parliamo

Bocconi

- Il dibattito in corso
- Minaccia o opportunità: le relazioni pericolose tra legalità e illegalità
- Scenari futuri

# Scene quotidiane

Bocconi

## Ha scaricato 24 canzoni: multa da 220 mila dollari

18:28 | BLOG | Clamorosa sentenza Usa a danno di Jammie



## Viacom fa causa a YouTube per un miliardo di dollari

Viacom ha annunciato di voler fare causa a Google per una cifra pari ad un miliardo di dollari. Il motivo sono circa 160.000 sui contenuti presenti su YouTube, visualizzati almeno 1,5 miliardi di volte. Secondo un calcolo approssimativo Viacom chiede circa 65 centesimi di dollaro per ogni visione.

Viacom sostiene che gran parte del valore di YouTube deriva dalla presenza di materiali protetti pubblicità proprio sfr **P2P, identificati quasi 4mila utenti italiani**



Roma - Sono **3.636** i nominativi che Telecom Italia dovrà fornire entro 15 giorni alla società discografica di Hannover Peppermint Jam Records GmbH, nomi di

utenti Internet italiani e clienti Telecom che, secondo l'azienda tedesca, tramite le piattaforme di sharing hanno **posto in condivisione un gran num musicali protetti da diritto d'autore e senza autorizzazione.**

## © Eldred v. Ashcroft

PHASE 1: [Eldred v. Ashcroft](#) | [legal docs](#) | [links](#)  
PHASE 3: [Save Orphan Works](#) | PHASE 2: [Public Domain Enhancement Act](#)

### Introduction

This site collects material related to the constitutional challenge of the Sonny Bono Copyright Term Extension Act, which extended by 20 years both existing copyrights and future copyrights.

Eric Eldred is the lead plaintiff on the case ([for other plaintiffs, click here](#)), and on May 20, 2002, opening briefs were filed in the Supreme Court. Arguments will be heard **October 9th, 2002**, and a decision is expected next spring. Watch here for the latest news, and click on ["how you can help"](#) to join our (e) campaign.

**Link up!**  
join our link campaign by grabbing a button like this one and linking to <http://eldred.cc/>



## Siae: paghi chi pubblica online foto di opere

Prima pagare (pagina 1 di 3)

Roma - Finire sul lastrico per amore dell'arte e dopo tanto tempo dedicato al proprio sito culturale-didattico. Tutta colpa di alcune fotografie (74) che rappresentano appunto le opere d'arte di artisti viventi - o morti da meno di 70 anni - utilizzate per 54 mesi. Già, perché secondo la legge sul diritto d'autore (Legge 22/4/1941, n. 633) s' d'arte altrui.

Commenti  
giovedì 25 gennaio 2007

- Stampa
- Segnala via email
- Tutto in una pagina
- Sharing
- Commenti (259)

## Ultimate 'Indy' Flick: Fanboys Remake *Raiders of the Lost Ark*

Jason Silverman 05.17.07 | 2:00 AM



The three young filmmakers, Chris Strompos, Eric Zala and Jayson Lamb, hang out in Mississippi on the '64 Ford truck they used in their Indiana Jones fan film. View Slideshow

giovedì 15 marzo

- Stampa
- Segnala via
- Sharing
- Commenti (3)

In 1982, three 12-year-olds from Mississippi set out to remake *Raiders of the Lost Ark*. This was no weekend project: Eric Zala, Jayson Lamb and Chris Strompos intended to replicate the 1958 George Lucas film as from

## Pirateria, Felten dà scacco matto

San Francisco (USA) - Una vittoria importante quella che il professore Edward Felten di Princeton e i suoi collaboratori hanno portato a casa in queste ore, annunciando la fine delle ostilità legali contro le majors della musica.

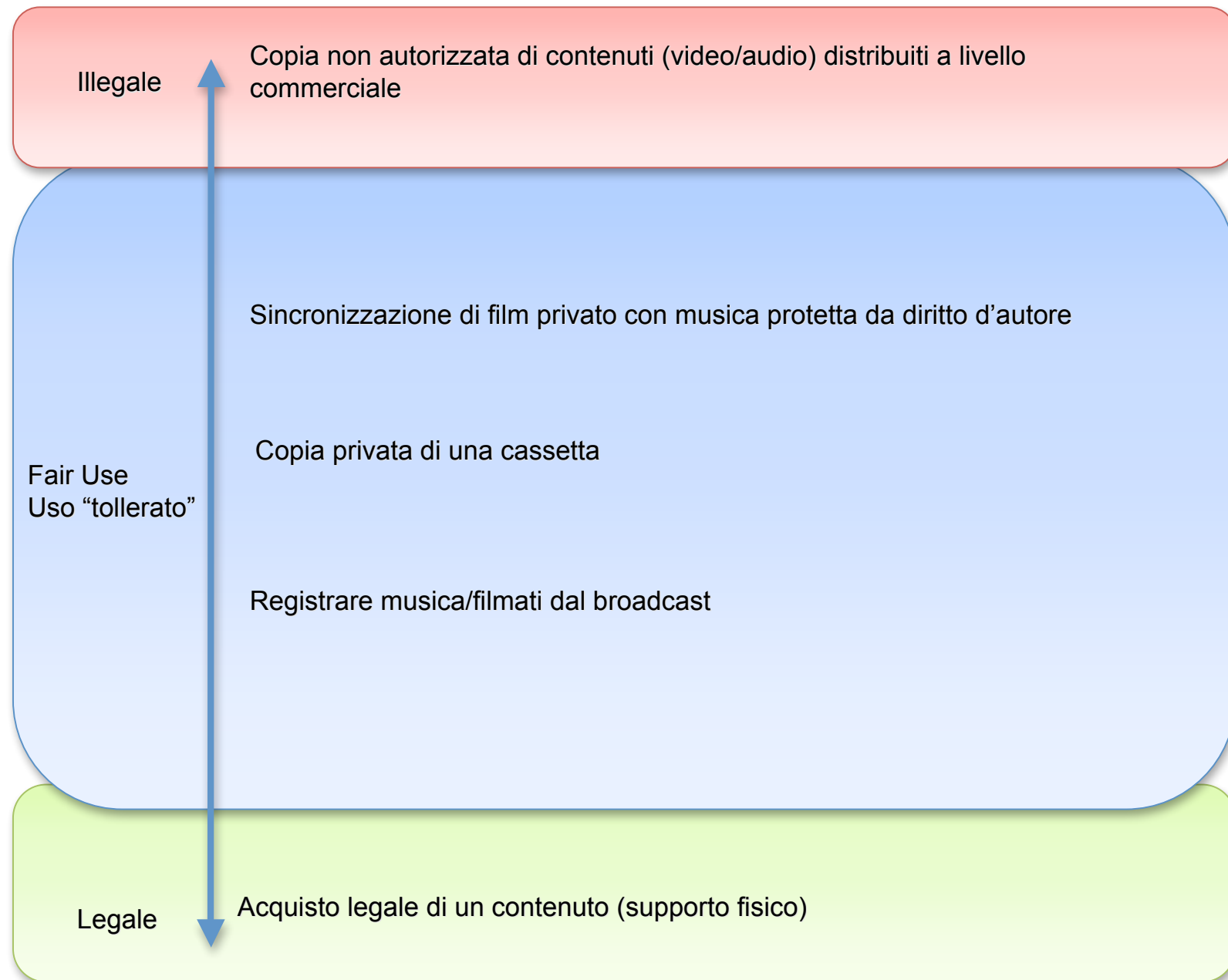
News  
venerdì 08 febbraio 2002

- Stampa
- Segnala via email
- Sharing
- Commenti (4)

Come si ricorderà, Felten e i suoi avevano partecipato ad un concorso realizzato dalla Secure Digital Music Initiative (SDMI) durante il quale hanno messo a nudo le vulnerabilità dei sistemi di protezione musicale messi a punto dall'industria discografica. Da quel momento è successo di tutto, con Felten da una parte desideroso di rendere pubbliche le proprie scoperte e dall'altra la SDMI e la RIAA che hanno cercato in ogni modo di impedirglielo, per non svelare quelle debolezze.

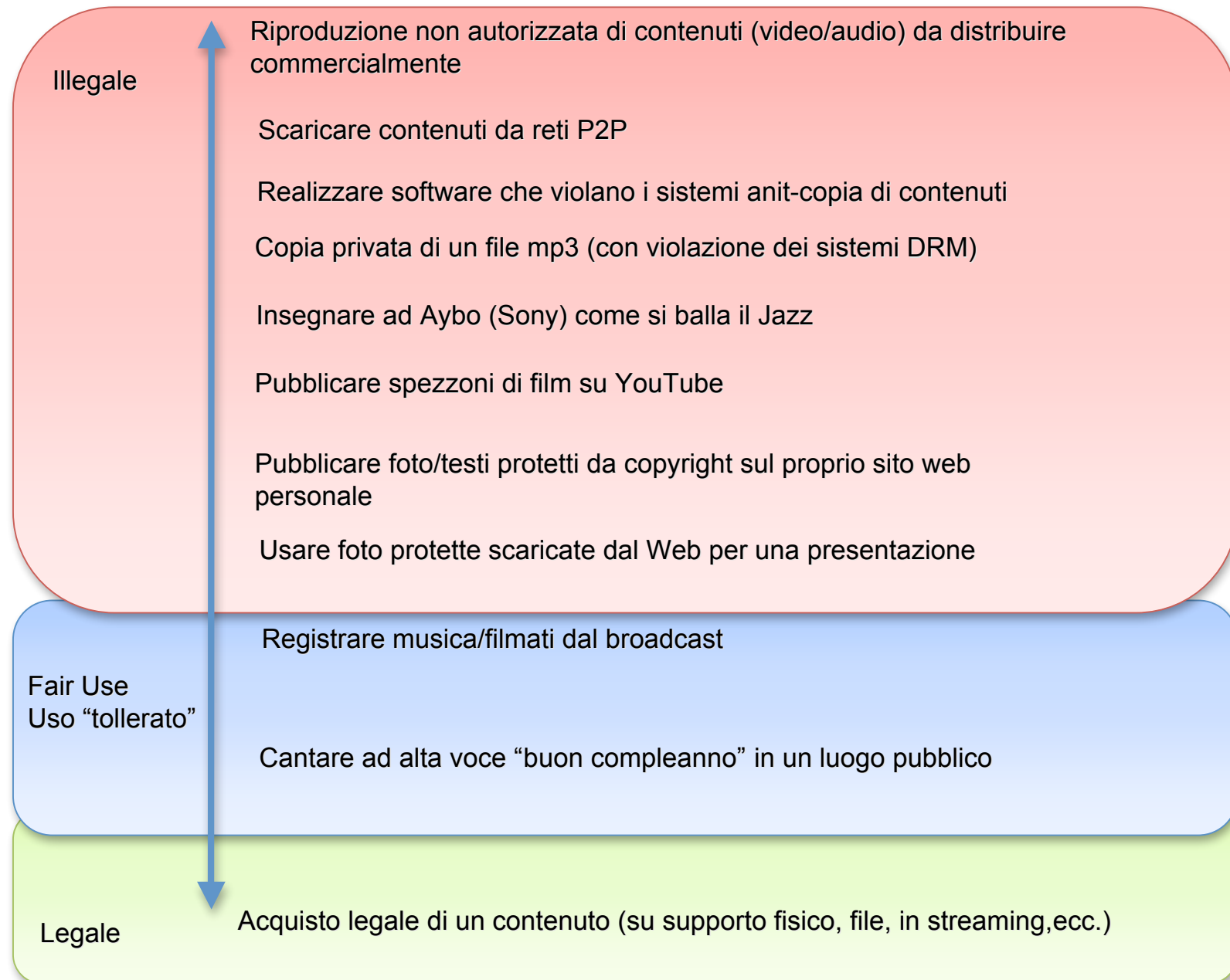
# Ieri: domina "l'uso tollerato"

Bocconi



# Oggi: verso l'applicazione alla lettera

Bocconi



# Il dibattito in corso

- Ampliamento esponenziale della distribuzione e del consumo non autorizzato di contenuti. I mercati sono fermi, se non in crisi (es. Musica);
- Aumentano drasticamente le forme, modalità e le tipologie di attori coinvolti nella produzione e di pubblicazione dei contenuti;
- L'industria della produzione e distribuzione dei contenuti applica una strategia "tolleranza zero" con azioni repressive rivolte non solo a organizzazioni criminali, ma anche a singoli individui;
- Alcuni player in settori contigui entrano nelle filiere dei contenuti con elevato potere contrattuale;
- Una parte consistente dell'opinione pubblica è preoccupata: sviluppo della creatività, privacy, libertà di informazione, libertà di parola e di pensiero.

## **MA:**

**Le filiere legali e illegali di diffusione e fruizione dei contenuti sono davvero forze antagoniste che competono per l'attenzione del consumatore finale?**

# Quattro fattori di comunanza

- **Comportamento del consumatore finale**
  - le persone fruiscono contemporaneamente legalmente e illegalmente di contenuti con fenomeni di reciproca influenza tra le due forme di consumo
  - ad es. parte del consumo non legale di contenuti può essere ricondotto al “sampling”
- **Tecnologia:**
  - alcune soluzioni tecnologiche innovative si sono diffuse a causa della distribuzione illegale dei contenuti
  - queste tecnologie sono ora diventate standard per servizi commerciali legali, es. formati di compressione (mp3, Divx, etc.) o piattaforme di distribuzione dei contenuti
- **Settori correlati:**
  - il fenomeno della pirateria coinvolge a livello di filiera una pluralità di soggetti appartenenti a settori correlati con interessi non sempre coincidenti (produttori di media electronics, software, ISP, etc.)
- **Contesto giuridico**
  - i policy maker e le istituzioni coinvolte nella tutela del copyright non sono ancora stati in grado di offrire una risposta convincente al problema della copia digitale che è “perfetta, in ogni momento, in ogni luogo” (Ricolfi)

# Quali opportunità?

- A quali condizioni è possibile considerare il fenomeno della pirateria come una fonte potenziale di creazione di valore?
    - Quali concrete opportunità nascono dalle relazioni fra filiera legale e illegale?
    - Quali nuovi modelli di business e iniziative imprenditoriali stanno nascendo attorno a queste opportunità?
- Analisi attraverso caso del settore discografico



# Quali opportunità? Il caso del settore discografico

- **Un'enorme audience potenziale**
  - Circa 10 milioni di utenti contemporanei; un computer ogni cinque ha installato un software per il p2p (digital music news)
  - Quattro teenagers americani su cinque (80%) hanno scaricato musica negli ultimi sei mesi e più di metà dei giovani tra i 18 e i 26 anni possiede musica proveniente dalle reti P2P. Il 25% degli utenti internet tra i 30 e i 40 anni effettua regolarmente download di brani attraverso il p2p (Pew Internet Report)
- **Marketing**
  - Il P2P può essere utilizzato come strumento di viral marketing per gli artisti che vogliono farsi conoscere ma anche per quelli già affermati o che vogliono rilanciarsi.
- **Marketing Intelligence**
  - Le reti P2P possono essere monitorate per tracciare i contenuti che vengono scambiati tra gli utenti
  - Il campione di riferimento è molto ampio – strumento interessante rispetto alle tecniche di ricerca classiche (focus groups, interviste telefoniche, ecc.) in particolare per una domanda variabile e criptica come quella legata al consumo di contenuti
  - Possibilità di monitorare costantemente e sistematicamente la reattività dell'audience rispetto ai canali tradizionali
- **Distribuzione**
  - Ancora poco evoluta, se non per piattaforme dedicate (es. BBC)
  - Difficile immaginare la distribuzione di contenuti a pagamento insieme a contenuti illegali nella piattaforme P2P più diffuse
  - Nascita di forme di distribuzione sponsorizzate

# Alcuni esempi: BigChampagne



- BigChampagne, nata nel 2000, è un'azienda che si occupa di business intelligence legata allo scambio di file nelle principali piattaforme P2P
- Clienti:
  - grandi editori (i.e. Sony-Bmg, EMI)
  - broadcasters (Radio One, CBS, Clear Channel e altri)
  - agenzie pubblicitarie
  - artisti

- L'attività sulle reti P2P è costantemente monitorata. Le informazioni sono integrate anche con i dati di ascolto dei canali legali. I dati sui singoli utenti non sono registrati.
- I dati e le informazioni consentono di :
  - Stimare i consumi
  - Misurare la reattività dell'audience
  - Profilare potenziali clienti e artisti

TOP SWAPS				BROADCAST				RETAIL			
LW	TW	ARTIST	SONG	LW	TW	ARTIST	SONG	LW	TW	ARTIST	ALBUM
1	1	Sean Kingston	Beautiful Girls	1	1	Foo Fighters	The Pretender	2	1	MATCHBOX TWEN	Exile On Mainst...
2	2	Fergie	Big Girls Don't...	2	2	Linkin Park	Bleed It Out	2	2	Alter Bridge	Blackbird
3	3	Akon	Sorry, Blame It...	3	3	Common f Lily ...	Drivin Me Wild	1	3	Bruce Springst...	Magic
7	4	Nickelback	Rockstar	4	4	Kanye West	Can't Tell Me N...	4	4	Colbie Caillat	Coco
11	5	Kanye West	Stronger	5	5	Fall Out Boy	The Takeover, T...	3	5	Rascal Flatts	Still Feels Goo...
9	6	J. Holiday	Bed	6	6	Mark Ronson f ...	Stop Me	5	6	Kanye West	Graduation
6	7	Rihanna	Umbrella (Jay-...	7	7	Chamillionaire	Hip Hop Police	7	7	Puddle of Mudd	Famous
10	8	Rihanna	Shut Up And Dri...	8	8	The Starting L...	Island	8	8	LeAnn Rimes	Family
4	9	Fabulous	Make Me Better ...					11	9	Foo Fighters	Echoes, Silence...
5	10	T-pain	Bartender					31	10	Queen Latifah	Trav'lin' Light

# Alcuni esempi: BigChampagne

Bocconi

Chart performance (P2P, Airplay, Singles, Digital Singles, Album) of artist "Madonna" related to the release of album "Confessions on the Dancefloor"

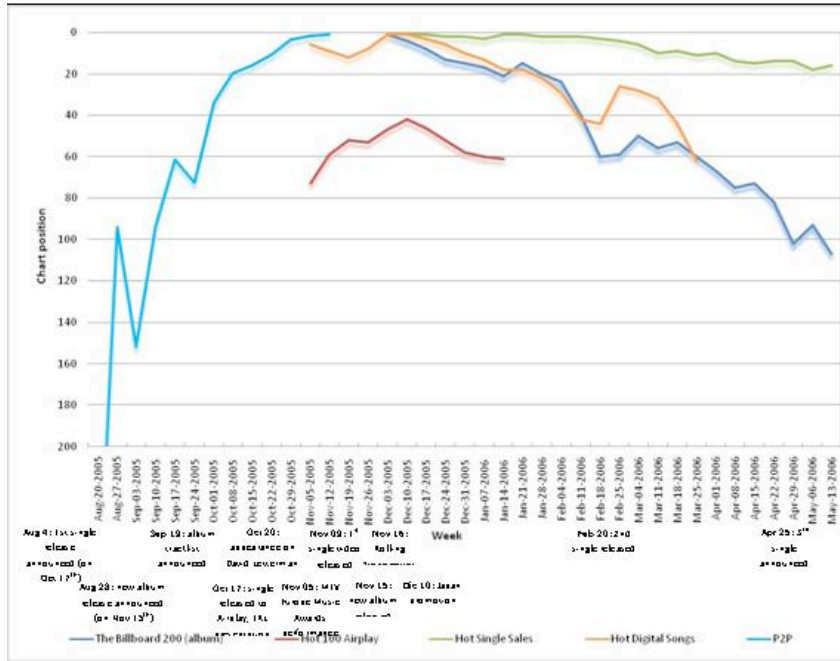


Chart performance (P2P, Airplay, Digital Singles, Album) of band "Weezer" related to the release of album "Make Believe"



# Alcuni esempi: Jun Group



- Jun Group nasce nel 2002 facendo leva su 3 assunti fondamentali
  - il P2P è una realtà e sarà tale anche nel futuro
  - I consumatori sono ormai radicati a un modello di fruizione gratuita dei contenuti
  - È necessario trovare soluzioni che permettano la remunerazione dei diritti di proprietà intellettuale.
- Modello di business: replicare il modello delle televisioni private – contenuti pagati da spazi pubblicitari
- Jun Group produce e diffonde contenuti sponsorizzati attraverso le reti P2P
- Esempi:
  - Corti Video “Marcus Hates His Job” sponsorizzato Sprite
  - Backstage concerto Jay-Z con Coca Cola
- I clienti di Jun Group sono aziende Fortune 500:
  - costo per contatto molto basso
  - target molto interessante
  - propagazione potenzialmente infinita.
  - feedback diretto attraverso misurazione dei download
- Il business di Jun Group è cresciuto del 150% nel 2006 e continua a crescere.

# Quali scenari futuri?

- Come uscire dal limbo?
  - Licenze obbligatorie: Noncommercial Use Levy (Netanel), Tassazione (Fisher)
  - Soluzione a monte: Creative Commons (Lessig)
  - ISP come distributori (Sobel)
  - DRM flessibile (software, hardware)

Per il momento poco riscontro da parte dei policy maker.
- Qualsiasi soluzione deve partire da una riflessione che coinvolga tutta la filiera superando il conflitto editori-consumatori
- Quali modelli competitivi?
  - La competizione si sposta sempre più sui modelli e le piattaforme distributive
  - Un fattore critico di successo è legato al governo delle informazioni associate ai contenuti e non più solo al contenuto stesso