

# La distribuzione dei film nel mercato tradizionale e nella rete. Criticità e prospettive

Carlo Eligio Mezzetti

*In Il Mondo degli Archivi, n. 2-3/2007*

[www.ilmondodegliarchivi.org](http://www.ilmondodegliarchivi.org)

Sotto il profilo economico, il film è tradizionalmente considerato come un prodotto creativo complesso, che richiede investimenti ingenti contrassegnati dall'incertezza dei ritorni, ed al cui successo contribuiscono in modo determinante taluni "elementi segnaletici" (attori, regista, ecc..). Pur appartenendo alle arti rappresentative, il film vive come prodotto dell'industria culturale, con un ruolo notevole dal punto di vista finanziario del distributore (prevalente nel mercato americano) o del settore pubblico (in Europa).

Tradizionalmente, non vi è rapporto diretto tra "creatore" e pubblico, ma un rapporto trilaterale creatore / industria (e distribuzione) / pubblico. L'utilizzazione economica dell'opera cinematografica è poi duplice: all'immissione del prodotto sul primo mercato, di solito le sale, seguono le c.d. utilizzazioni secondarie, con la sua immissione in ulteriori mercati, spesso tramite gestione collettiva. Queste ultime sono oggi le utilizzazioni più remunerative, ma dipendono dal successo dell'utilizzazione primaria: di solito, più grande è la testa della cometa (successo delle utilizzazioni primarie), più grande e lunga è la sua coda (utilizzazioni secondarie).

L'ordinamento giuridico ha predisposto, nella disciplina del diritto d'autore, una molteplicità di strumenti per la gestione della "coda della cometa": dal principio di indipendenza delle facoltà esclusive, che consente la segmentazione del mercato sotto il profilo merceologico o distributivo, all'esclusione del principio dell'esaurimento per le c.d. attività ripetitive (quali proiezione, noleggio, messa a disposizione del pubblico), all'esclusione dell'esaurimento internazionale per la distribuzione di supporti materiali, favorendo la segmentazione geografica dei mercati.

La tecnologia digitale modifica sensibilmente il quadro sopra descritto: se ancora non possiamo dire che gli strumenti per realizzare (e distribuire) un film sono alla portata di tutti, "come carta e matita", siamo molto vicini a tale situazione. Certamente, gli investimenti necessari sono meno ingenti, e gli "elementi segnaletici" (fama di attori e regista) rivestono un ruolo meno determinante. La tecnologia digitale, sul versante distributivo, consente poi un accesso diretto del "creatore" al mercato, senza necessità di intermediazione dell'industria culturale o delle società di gestione collettiva. E lo fa in modo duplice: con un meccanismo "classico" prezzo/incentivi, imperniato sul *digital rights management*, e con un meccanismo in parte inedito di cooperazione/reciprocità, imperniato sul *social networking* o sul *file sharing*.

La distinzione tra utilizzazioni primarie ed utilizzazioni secondarie (la testa e la coda della cometa), poi, sfuma.

Non è la fine del cinema proiettato nelle sale, delle *major* o dello *star-system*, è piuttosto l'emersione di un nuovo modello che si affianca a quello tradizionale. La vera questione di politica legislativa non è quale favorire, ma piuttosto se tenerli separati o favorire le interazioni tra essi.