

Premesse

La Commissione Europea considera la firma del Trattato di libero scambio con gli USA una priorità per la crescita e l'occupazione europea. E' ugualmente una priorità per gli USA, come menzionato dal Presidente Obama nel suo discorso sullo Stato dell'Unione.

L'Europa negozia sulla base del mandato ricevuto dal suo Commissario competente, Karel de Gucht, da parte dei Paesi membri.

Si deve purtroppo rilevare, diversamente da quanto avvenuto nella storia delle relazioni commerciali bilaterali (a partire dall'Uruguay Round, tra il 1986 e il 1994), che la bozza di mandato attualmente in discussione per la prima volta include l'audiovisivo tra i settori da "liberalizzare".

Questo significa un ripensamento radicale rispetto alla posizione precedente, per la quale la cultura era annoverata tra le eccezioni alle regole generali del commercio, concetto noto come "eccezione culturale". L'Unione Europea aveva sempre finora riconosciuto all'opera audiovisiva una duplice natura, economica e culturale, tale da impedire che venisse trattata come qualsiasi altro bene o servizio solo economico.

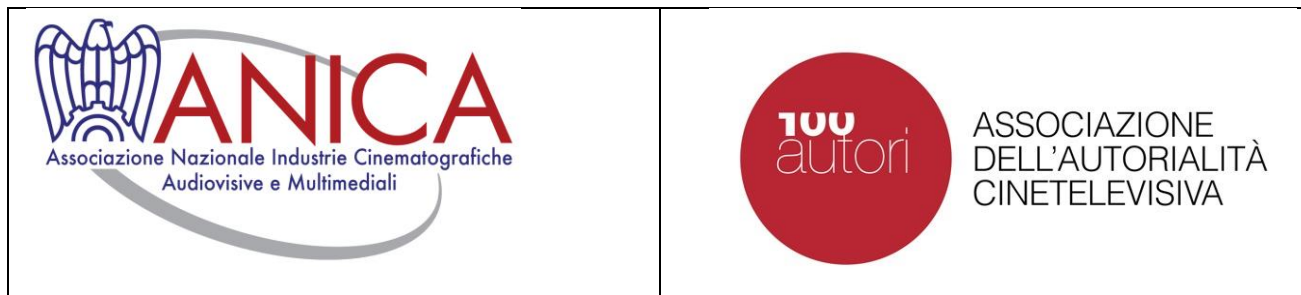
Conseguenze

Aprire il settore audiovisivo modificherebbe l'intera regolamentazione del settore, con un forte impatto sull'identità culturale europea e sui livelli occupazionali. Questo avrebbe conseguenze immediate in tutti i Paesi membri su almeno due aree di attività:

- 1) Broadcasting: segnerebbe la fine della Direttiva sui Servizi Media Audiovisivi, che impone ai broadcaster quote di opere europee o nazionali. Verrebbe quindi meno anche il criterio di nazionalità per la gestione dei canali tv nazionali.
- 2) Produzione: verrebbe meno il criterio di nazionalità europea per l'accesso ai fondi pubblici riservati a produzione e coproduzione, distribuzione, programmazione in sala e attraverso gli altri canali, promozione di opere cinematografiche e audiovisive, sia nazionali che sovranazionali e territoriali.

Di fatto, significherebbe l'equiparazione tra soggetti statunitensi ed europei in qualunque area economica afferente l'audiovisivo.

Accettare di negoziare sui servizi audiovisivi (produzione, distribuzione, esercizio sale, televisione, servizi on line) significa aprire tutti gli attuali sistemi di finanziamento alle compagnie statunitensi.



Impatti prevedibili

Gli USA sono il Paese più forte del mondo nel settore audiovisivo. Questo discende dalla crescente potenza della sua industria fin dai primi decenni del Novecento, coniugata con due rilevanti vantaggi competitivi “natural”:

- prodotto originale in lingua inglese, qualità che apre alla distribuzione le platee globali senza necessità di versioni linguistiche diverse;
- mercato interno di dimensioni equiparabili all'intera Unione Europea, estensione che permette ai produttori originali di recuperare tutti gli investimenti già nella fase di distribuzione domestica e di realizzare margini significativi dalla vendita in ogni territorio estero. Dal punto di vista del commercio internazionale, grazie a questa situazione di partenza, la strategia storica è stata quindi quella di vendere a prezzi decisamente molto più competitivi rispetto a quelli di qualsiasi prodotto concorrente proveniente da mercati di dimensioni minori, in quantità superiori.

Malgrado l'Europa abbia finora escluso l'audiovisivo dagli Accordi, gli Stati Uniti raccolgono nel solo mercato sala, in tutti i Paesi europei, almeno il 50% degli incassi. Simile percentuale è rilevabile nella programmazione televisiva europea. La quota diventa molto superiore, fino oltre l'80%, nei Paesi dove non esiste una produzione culturale nazionale sufficientemente forte a fare da contrappeso.

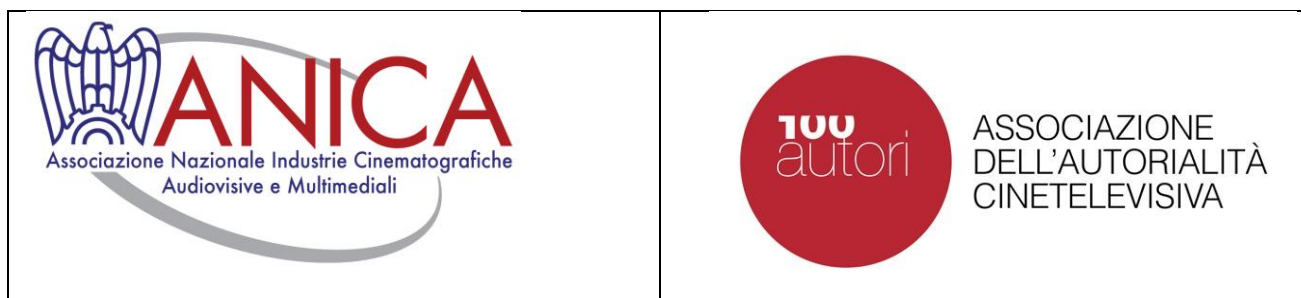
La Francia e l'Italia sono gli unici due Paesi europei dove il prodotto nazionale riesce a competere, pur senza mai raggiungere la stessa soglia, con la forza del prodotto americano.

Il prodotto europeo non esiste, se non in forza di complesse e delicate coproduzioni tra Paesi che hanno dimensioni, competenze, professionalità, imprese, mercati, lingua e valori culturali anche profondamente diversi.

Si tratta di una parte minoritaria del prodotto circolante, che tuttavia mostra un positivo trend di crescita negli ultimi anni, a confermare una capacità di collaborazione culturale ed economica che va difeso come uno dei migliori risultati della coesione europea in ambito audiovisivo.

Quando si parla di “quote di mercato del prodotto europeo” si parla tuttavia, ancora, della somma di quote di mercato di prodotti nazionali. Non esiste quindi un “prodotto audiovisivo europeo” in grado di beneficiare di un accordo di libero scambio con gli Stati Uniti.

A breve termine, in caso di liberalizzazione, non si avrebbe più distinzione tra opere nazionali, coproduzioni europee e prodotti americani. Ne gioverebbero solo le aziende meno responsabili o i broker di diritti, verrebbe meno la produzione nazionale su cui negli ultimi 20 anni hanno investito tutti gli operatori cinematografici e televisivi nazionali, si perderebbero imprese indipendenti e forza-lavoro locale (circa 250mila persone solo in Italia).



I fondi pubblici investiti in cinema e audiovisivo, frutto delle imposte sui redditi dei soggetti fiscalmente residenti in Europa, non sarebbero più vincolati all'impiego sul territorio europeo.

A medio termine, con ogni probabilità, le PMI che caratterizzano il tessuto produttivo dell'audiovisivo in Europa sarebbero coinvolte nel processo di concentrazione per acquisizione che ha già caratterizzato la produzione americana, dove pochissime *Majors*, a loro volta bracci operativi di conglomerate finanziarie, controllano il mercato cinematografico e televisivo, sub-appaltando progetti produttivi.

Rimanendo sul solo versante economico, un'ulteriore variabile si è imposta con forza negli ultimi anni e deve essere tenuta in estrema considerazione. Le più grandi compagnie di servizi di distribuzione audiovisiva non lineare operanti nel mondo sono di origine statunitense, anche se in alcuni casi fiscalmente residenti in Paesi terzi: Google, con YouTube, Apple con iTunes e Apple tv, Amazon, Netflix, Hulu sono solo i principali esempi.

Si tratta di operatori cosiddetti *over-the-top*, che utilizzano reti e contenuti su cui non investono in alcun modo e che hanno le proprie radici in settori complementari (*hardware*, *software* ed *e-commerce*, principalmente). L'apertura del settore audiovisivo europeo a giganti di questa portata decreterebbe senza dubbio la scomparsa di qualsiasi iniziativa imprenditoriale europea che si volesse proporre come competitor sul mercato del futuro. Nel 2017, secondo Cisco, il 56% del traffico sull'Internet mondiale sarà di contenuti video.

Se l'Europa non sostenesse l'eccezione culturale, sarebbe territorio di conquista.

In questo, così come nei servizi media lineari e nel mercato sala, peraltro, non è possibile prevedere alcun vantaggio derivante dalla reciprocità. Per le ragioni esposte (dimensioni del mercato interno USA, struttura industriale verticalmente e orizzontalmente integrata, forza economico-finanziaria), il territorio statunitense non è permeabile alla distribuzione di prodotto europeo, se non nella dimensione di nicchia che attualmente la caratterizza. Si tratta di barriere all'entrata di natura non regolamentare, ma per questo ben più alte e impossibili da superare.

Il venire meno della specificità delle nazioni europee e dell'Europa grazie alla liberalizzazione – e quindi l'omologazione – sarebbe il prezzo da pagare e il frutto della reciprocità, un paradosso da cui è impossibile uscire.

Oltre alle ragioni economiche, infatti, c'è qualcosa di più profondo che ci impone di difendere l'eccezione culturale. Il Trattato di Lisbona recita nell'art 167, comma 4, "L'Unione tiene conto degli aspetti culturali nell'azione che svolge a norma di altre disposizioni, dei trattati, in particolare ai fini di rispettare e promuovere la diversità delle sue culture". Disattendere questi impegni comporterebbe il venir meno di quello che è il fondamento della crescita della coscienza europea, che deve basarsi sullo sviluppo di valori e culture diversi ma condivisi, che devono costituire l'ossatura del nuovo "cittadino europeo".