

Sistemi informativi, management e controllo

Il governo delle aziende copyright-based nell'era digitale

Profili teorici e dinamiche evolutive
nella prospettiva economico-aziendale

Raffaele Trequattrini, Alessandra Lardo

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



La collana *Sistemi Informativi, Management e Controllo* accoglie monografie scientifiche che studiano i sistemi informativi nei diversi ambiti dell'economia d'azienda. L'attenzione è sulle interconnessioni tra l'information and communication technology, i processi informativi, la gestione, l'organizzazione e il controllo d'azienda. La collana intende essere un punto di riferimento per la comunità italiana di studiosi e ricercatori che indagano la modellizzazione, i comportamenti, le opportunità, le implicazioni e gli impatti nell'implementazione e nell'utilizzo della tecnologia per la gestione delle informazioni a supporto dei processi di pianificazione, di decisione, di gestione e di controllo nelle diverse aree aziendali (governo e strategia, amministrazione finanza e controllo, auditing e compliance, marketing e commerciale, produzione e approvvigionamenti, organizzazione, ricerca e sviluppo, logistica, ecc.), nei diversi settori economici, nei diversi sistemi (aziende private, pubbliche, di servizi, di produzione, non profit, ecc.), sottosistemi (commesse, progetti, business unit, rami d'azienda, ecc.) e aggregati aziendali (accordi e alleanze, reti d'azienda, gruppi, ecc.).

Sono inoltre di interesse della collana i lavori di ricerca che propongono un'analisi:

- dei riflessi delle ICT sui modelli di business e sul rapporto azienda-ambiente;
- della misurazione, valutazione e comunicazione dell'impatto dell'implementazione e dell'uso della tecnologia per la gestione e il controllo di attività e processi;
- delle implicazioni della tecnologia sui ruoli e sulle competenze dei diversi attori aziendali, sui modelli decisionali, sugli strumenti utilizzati.

La collana intende essere un'opportunità di divulgazione, nel rispetto dei criteri di double blind peer reviewing, di lavori scientifici monografici e di contributi di conferenze scientifiche di alto livello, basati su differenti metodologie di ricerca, di tipo teorico o empirico.

Direttore: Daniela Mancini (Università di Napoli Parthenope)

Co-Direttori: Nicola Castellano (Università di Macerata), Katia Corsi (Università di Sassari), Paolo Spagnoletti (LUISS)

Comitato editoriale: Federico Barnabè (Università di Siena); Francesco Bellini (UniNettuno), Enrico Bracci (Università di Ferrara); Adele Caldarelli (Università di Napoli Federico II); Andrea Cardoni (Università di Perugia); Francesca Cesaroni (Università di Urbino); Maria Serena Chiucchi (Università di Ancona); Mariano Corso (Politecnico di Milano); Francesca Culasso (Università di Torino); Daniele Dalli (Università di Pisa); Paola Dameri (Università di Genova); Fabrizio D'Ascenzo (Università di Roma La Sapienza); Marco De Marco (UniNettuno); Giuseppe D'Onza (Università di Pisa); Andrea Fradeani (Università di Macerata); Michele Galeotti (Università di Roma La Sapienza); Lucia Giovanelli (Università di Sassari); Giuseppina Iacoviello (Università di Pisa); Stefano Garzella (Università di Napoli Parthenope); Arianna Lazzini (Università di Modena); Rosa Lombardi (Università di Roma La Sapienza); Maria Pia Maraghini (Università di Siena); Luciano Marchi (Università di Pisa); Concetta Metallo (Università di Napoli Parthenope); Rosalba Miraglia (Università di Catania); Antonella Paolini (Università di Macerata); Luisa Pulejo (Università di Messina); Cecilia Rossignoli (Università di Verona); Alessandro Spano (Università di Cagliari); Enrico Supino (Università di Bologna).

Membri internazionali: Elisabetta Magnaghi (Université Catholique de Lille, Lille, France), Lapo Mola (Skema Business School, Sophia Antinopolis, France), Joshua Onome Imoniana (University of São Paulo, São Paulo, Brasil), Enrique Bonson (University of Huelva, Spain).

La presente pubblicazione è stata realizzata con il contributo dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Sistemi informativi, management e controllo

Il governo delle aziende copyright-based nell'era digitale

**Profili teorici e dinamiche evolutive
nella prospettiva economico-aziendale**

Raffaele Trequattrini, Alessandra Lardo

FrancoAngeli

Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

A chi ci è stato vicino nelle difficoltà

Che ne sanno i poeti dei soldi?
I poeti amano il mondo e lo raffigu-
rano in un verso.

Don DeLillo, *Cosmopolis*

INDICE

Premessa	pag.	11
1. Il diritto d'autore: profili economici e istituzionali	»	21
1.1. L'economia culturale nella società della conoscenza	»	21
1.2. Prodotto artistico e creatività: i benefici per gli individui, per il mercato e per la collettività	»	25
1.2.1. Creatività e prodotto artistico	»	25
1.2.2. Prodotto artistico e benefici individuali	»	29
1.2.3. Prodotto artistico e domanda di mercato	»	31
1.2.4. Prodotto artistico e benefici per la collettività	»	34
1.3. La tutela del prodotto artistico	»	36
1.3.1. Le ragioni dell'esistenza del diritto d'autore	»	36
1.3.2. Gli elementi essenziali del diritto d'autore: l'oggetto della protezione, la durata, il pubblico dominio e il <i>fair use</i>	»	40
1.3.3. La disciplina italiana in tema di diritto d'autore	»	43
1.4. Conclusioni	»	53
2. Nuovi paradigmi strategici nella gestione del diritto d'autore	»	55
2.1. Il ruolo della strategia e del <i>business model</i> nelle aziende a elevata intensità cognitiva: profili introduttivi	»	55
2.2. La gestione strategica della proprietà intellettuale nelle aziende <i>copyright-based</i> : aspetti generali	»	60
2.3. L'evoluzione dei paradigmi tradizionali di gestione della <i>library</i> nell'odierno ambiente competitivo	»	62

2.3.1. I paradigmi elementari e la gestione dinamica della proprietà intellettuale nelle aziende <i>copyright-based</i>	pag.	62
2.3.2. L'individuazione e l'acquisizione dei diritti costituenti la <i>library</i> dell'azienda	»	63
2.3.3. L'implementazione e lo sfruttamento della <i>library</i> nelle aziende <i>copyright-based</i>	»	66
2.4. Nuovi paradigmi di gestione della proprietà intellettuale nelle aziende <i>copyright-based</i> : l' <i>open innovation</i>	»	70
2.5. La gestione della proprietà intellettuale nella prospettiva collaborativa	»	75
2.6. Conclusioni	»	80
3. Il diritto d'autore nella prospettiva valutativa e contabile	»	84
3.1. Introduzione	»	84
3.2. La stima del valore economico del diritto d'autore: profili teorici e applicativi	»	87
3.2.1. I presupposti soggettivi e oggettivi della stima del valore economico del diritto d'autore	»	87
3.2.2. I metodi di stima del valore economico del diritto d'autore tra teoria e prassi	»	90
3.2.2.1. Premessa	»	90
3.2.2.2. I metodi diretti	»	92
3.2.2.3. I metodi basati sui costi	»	93
3.2.2.4. I metodi finanziari ed economico-reduttuali	»	94
3.2.2.5. I metodi empirici	»	98
3.3. Il trattamento contabile ed extracontabile dei diritti autorali: considerazioni critiche	»	99
3.3.1. Aspetti introduttivi al trattamento contabile dei beni immateriali nella teoria del bilancio d'esercizio	»	99
3.3.2. Il trattamento contabile del <i>copyright</i> nella pratica del bilancio d'esercizio: il modello civilistico italiano	»	104
3.3.3. Il trattamento contabile del <i>copyright</i> nella pratica del bilancio d'esercizio: il paradigma IAS/IFRS	»	109
3.3.4. Modelli di rendicontazione extracontabile del <i>copyright</i> : il report del capitale intellettuale e l' <i>integrated reporting</i>	»	114

3.4. L' <i>IP audit</i> avente a oggetto il portafoglio di diritti auto- rali: finalità e contenuti del processo di analisi	pag.	121
3.5. Conclusioni	»	125
4. Le aziende <i>copyright-based</i> in azione: il caso delle società di <i>collecting</i> nel contesto italiano	»	129
4.1. Il ruolo delle società di <i>collecting</i> : le ragioni economiche della loro esistenza	»	129
4.2. L'evoluzione normativa in tema di <i>collecting society</i> in ambito nazionale e internazionale	»	136
4.2.1. La normativa europea	»	136
4.2.2. Il recepimento della Direttiva 2014/26/UE in Ita- lia	»	141
4.3. La storia delle società di gestione collettiva del diritto d'autore	»	145
4.3.1. La nascita delle <i>collecting society</i> nella prospet- tiva internazionale	»	145
4.3.2. Il caso SIAE: itinerario storico e profili evolutivi	»	150
4.4. Il modello di <i>business</i> di SIAE	»	154
4.5. Considerazioni conclusive: due modelli di <i>business</i> a confronto	»	162
5. Le aziende <i>copyright-based</i> in azione: l'evoluzione dei mo- delli di <i>business</i> delle aziende culturali centrali	»	168
5.1. Le aziende culturali centrali	»	168
5.1.1. Profili definatori delle aziende culturali centrali	»	168
5.1.2. I tratti distintivi delle aziende culturali centrali	»	172
5.2. L'evoluzione dei modelli di <i>business</i> delle imprese cul- turali centrali nell'era digitale: dai modelli tradizionali agli <i>online business model</i>	»	175
5.2.1. La trasformazione dei modelli di <i>business</i>	»	175
5.2.2. Il contenuto culturale nell'ambiente digitale: nuovi modelli proprietari e creatività collettiva	»	177
5.2.3. L'evoluzione dei modelli di <i>business</i> delle aziende culturali centrali	»	180
5.3. La generazione di valore dai contenuti culturali per gli intermediari tecnici	»	186
5.4. L'innovazione tecnologica come fulcro del modello di <i>business</i> per rispondere al fenomeno della pirateria digi- tale	»	188
5.5. Il caso delle imprese editoriali	»	191

5.6. Il paradigma dell' <i>open science</i> nell'ambito delle case editrici scientifiche: il futuro dell' <i>academic publishing</i>	pag.	199
5.6.1. L' <i>open access</i> e l' <i>academic publishing</i>	»	199
5.6.2. Verso una nuova organizzazione della ricerca scientifica: il paradigma dell' <i>open science</i>	»	203
5.7. Considerazioni conclusive	»	205
6. Il governo del diritto d'autore nell'era digitale: riflessioni conclusive	»	209
Bibliografia	»	219

PREMESSA

Negli ultimi anni, si stanno manifestando alcuni fenomeni di rilevanza mondiale, che, in modo combinato, stanno esercitando un innegabile impatto sul comportamento e il governo delle grandi imprese¹.

Molti studiosi hanno definito il complesso di tali fenomeni “società della conoscenza” o “economia della conoscenza”. In tale contesto, in profonda evoluzione, il tema oggetto della presente indagine è legato alla gestione della creatività tramite il ricorso alla proprietà intellettuale nella forma del diritto d’autore; in particolare, l’obiettivo è di illustrare sotto il profilo economico-aziendale, l’utilizzo del diritto d’autore all’interno dei *business model* delle imprese creative. Nel testo, si intende analizzare le strategie di gestione del diritto d’autore da parte delle aziende *copyright-based* e, dunque, verificare il funzionamento dei modelli teorici individuati nella prospettiva gestionale, contabile e valutativa.

Il presente lavoro prende le mosse dall’idea che, indipendentemente dalla posizione che si intende assumere circa l’attuale configurazione del modello normativo di tutela dei diritti di proprietà intellettuale, l’efficace gestione di tali diritti costituisce una prerogativa fondamentale per le imprese che desiderano assicurarsi un vantaggio competitivo sostenibile nella moderna economia della conoscenza.

Inoltre, costituisce obiettivo della ricerca studiare l’impatto di Internet e delle tecnologie digitali sui modelli di *business* delle imprese creative, poiché tali tecnologie hanno reso possibile una distribuzione rapida e capillare delle opere protette dal diritto d’autore a costi contenuti o nulli, andando a mutare notevolmente i mercati in cui tali imprese operano e le necessità dei consu-

¹ G. Zanda, *Il governo della grande impresa nella società della conoscenza*, Giappichelli, Torino, 2009, pp. 183 e ss.

matori. In definitiva, si esporranno le conoscenze in grado di garantire un vantaggio competitivo alle imprese basate sulla gestione e uso del *copyright*.

Negli ultimi anni si sta affermando il fenomeno della c.d. “società dell’immateriale”, caratterizzata dall’espansione delle industrie ad alta intensità di conoscenza e dalla crescente importanza del lavoro qualificato. In questo senso, la società dell’immateriale si sta progressivamente delineando come “società della conoscenza” e come “società dei servizi”, il cui carattere innovativo è strettamente collegato all’applicazione delle nuove tecnologie.

Tra i servizi innovativi, hanno assunto un ruolo di particolare rilievo quelli che influenzano la valorizzazione delle prestazioni intellettuali e, più in generale, il vasto campo della cultura.

La crescente centralità della proprietà intellettuale negli attuali mercati competitivi si riflette nella rilevanza che le aziende che sfruttano tali *asset* hanno per l’innovazione e per il raggiungimento di obiettivi economici nazionali.

In ambito italiano e internazionale, la letteratura ha ampiamente indagato il tema della proprietà intellettuale, considerando, in un primo momento, preminente il profilo giuridico-normativo. Dal punto di vista normativo, il termine “proprietà intellettuale” era utilizzato come sintesi di una varietà di concezioni differenti, sorte storicamente in relazione alla proprietà industriale (brevetti, segreti commerciali, marchi) e alla proprietà artistica (diritto d’autore). Tuttavia, la proprietà intellettuale non esiste in *rerum natura* ma rappresenta una costruzione del diritto; giuridicamente, la divisione tra proprietà privata e pubblico dominio si pone come un concetto strettamente legato alle necessità della cultura e del sistema di interazione collettivo che essa ha edificato.

Inoltre, in un’epoca in cui ognuno può essere produttore di nuovi contenuti digitali grazie alla diffusione di nuove tecnologie digitali e *social* e, dunque, in grado di essere attore e non semplice spettatore, le pratiche tradizionali del *copyright* sembrano non assecondare appieno le necessità degli utenti della cd. “società liquida”².

Tuttavia, nella prospettiva economica, lo studio della proprietà intellettuale ha da sempre riguardato, a livello microeconomico, gli incentivi che determinano le scelte degli agenti economici e, a livello macroeconomico, il legame con il benessere sociale.

Considerando il primo aspetto, la proprietà intellettuale è intesa come un meccanismo incentivante, designato per incoraggiare le attività creative e per assicurare che gli *output* di tali attività siano traslati in prodotti adeguati agli standard dei mercati, affinché possano essere goduti dai consumatori. In

² Z. Bauman, *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari, 2012.

questo senso, i diritti di proprietà intellettuale sono meccanismi che teoricamente portano a una maggiore produzione di beni. L'aumento della quantità e qualità dei beni prodotti incrementa le opportunità che tali prodotti siano facilmente fruibili ai consumatori.

Tale fenomeno, osservato a livello macroeconomico, ha come effetto finale il miglioramento complessivo del benessere sociale. Ciò è, inoltre, giustificabile considerando il cosiddetto "effetto carro del vincitore", come individuato da David, ossia quella serie di vantaggi di cui il consumatore può godere semplicemente perché altri hanno usato lo stesso prodotto o lo stesso servizio.

Ad ogni modo, la proprietà intellettuale rappresenta una delle principali forze propulsive dell'innovazione. Per tale motivo, anche l'Unione Europea, al fine di creare un'economia più competitiva e contraddistinta da un più elevato tasso di occupazione, ha approvato un documento che contiene le strategie di crescita di respiro decennale, come ad esempio "Europa 2020", in cui l'innovazione rappresenta uno dei cinque obiettivi-chiave previsti.

L'innovazione è il frutto di sforzi intellettuali per creare nuove tecnologie, sviluppare nuovi prodotti e servizi ed espandere la ricchezza culturale della società; tutto ciò confluisce in *asset* immateriali che possono avere valore economico se immessi in uso nel mercato. Tali attività sono racchiuse all'interno dei diritti di proprietà intellettuale, nel momento in cui consentono la tutela dei frutti dell'invenzione e dell'ingegno dei titolari. I ritorni economici per la creazione della proprietà intellettuale dipendono dai costi di realizzazione, dalla desiderabilità per i potenziali utilizzatori, dalla struttura dei mercati in cui sono venduti, nonché dai diritti legali stabiliti per consentire ai proprietari di controllarne l'utilizzo.

Pertanto, la tutela legale della proprietà intellettuale fornisce a privati e aziende incentivi per intraprendere l'attività creativa e innovativa, tramite diritti legali esclusivi di natura patrimoniale e morale per i risultati del lavoro di creatività e di ricerca e sviluppo.

In un panorama sempre più caratterizzato da fenomeni quali la globalizzazione dei mercati, il processo virtuoso che consente il passaggio dall'innovazione alla crescita economica sembra dipendere da una pluralità di fattori; tra questi, assume una rilevanza cruciale la presenza di un efficiente sistema di gestione dei diritti di proprietà intellettuale, a cagione della capacità che ad essi viene riconosciuta di incoraggiare la creatività e l'innovazione in tutte le sue forme.

Inoltre, in passato, le imprese hanno prestato scarsa attenzione ai propri beni immateriali e alla conoscenza accumulata, anche per difficoltà legate alla loro valutazione; in particolare, non si riteneva necessaria un'attenta pianificazione strategica, anticipata e pluriennale, degli asset di proprietà intel-

lettuale che fosse coerente con le scelte e le strategie commerciali e finanziarie dell'impresa.

Al fine di comprendere appieno il significato di quanto affermato, appare opportuno il ricorso a qualche dato numerico che consenta di chiarire l'impatto economico che in Europa e in Italia hanno assunto i settori che fanno un uso intensivo dei diritti di proprietà intellettuale.

Nel 2013, uno studio congiunto a opera dell'*European Patent Office* e dell'*Office for Harmonization in the Internal Market* ha rivelato che circa la metà delle industrie europee possono essere considerate "Intellectual Property Right (IPR)-intensive". Esse contribuiscono in via diretta e indiretta al 26% del totale dell'occupazione e al 39% del valore aggiunto prodotto all'interno dell'Unione Europea.

Con riferimento all'Italia, la seguente tabella³ pone a confronto le percentuali di addetti e di valore aggiunto prodotto dal nostro Paese rispetto al totale dell'Unione Europea nell'ambito dei settori *IPR-intensive*:

Settori IPR-intensive basati sull'utilizzo del:	% Addetti sul totale		% Valore aggiunto prodotto sul totale	
	UE	IT	UE	IT
Marchio	20,8	21,5	33,9	36,1
Design	12,2	14,4	12,8	14,9
Brevetto	10,3	10,2	13,9	12,6
Diritto d'autore	3,2	2,4	4,2	3,7
Indicazioni geografiche	0,2	0,3	0,1	0,2
Totale imprese IPR-intensive	25,9	26,8	38,6	40,8

Appare evidente che, nel contesto italiano, la proprietà intellettuale assume una rilevanza superiore alla media europea sia in termini di percentuale di addetti sia di valore aggiunto prodotto totale.

In particolare, nel lavoro di ricerca si intende indagare le aziende che si avvalgono del diritto d'autore e della protezione dei diritti connessi, inquadrando i temi del diritto d'autore dal punto di vista normativo, contabile e valutativo.

Secondo la World Intellectual Property Organization (WIPO), sono indicate come aziende *copyright-based* o industrie creative o culturali tutte le società impegnate nella creazione, produzione e fabbricazione, esecuzione,

³ Nostra elaborazione su dati dell'Office for Harmonization in the Internal Market, *Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union*, Industry-Level Analysis Report, September 2013.

trasmissione, comunicazione, esposizione o distribuzione e vendita di opere e altri materiali protetti dal diritto d'autore. La WIPO riconosce, inoltre, che l'impatto economico può riguardare sia le aziende del *copyright* di base, ossia quelle che producono beni protetti da *copyright*, sia quelle che non lo sono, ovvero quelle che sostengono o sono correlate alle industrie del *copyright* di base; infatti, si distinguono quattro settori di aziende *copyright-based*: aziende basate sul diritto d'autore di base, interdipendenti, parziali e non dedicate.

La capacità di sfruttare il valore economico legato all'opera o ad altri materiali protetti è importante per i titolari di tali diritti. Ad oggi, alcuni materiali protetti, come opere letterarie, fonogrammi o *software* per computer, possono essere copiati e riprodotti con relativa facilità. Inoltre, la crescita di Internet e delle tecnologie digitali ha reso possibile una distribuzione rapida e capillare delle opere a costi contenuti o nulli. La protezione del diritto d'autore è necessaria per garantire che il creatore di un'opera o il titolare dei diritti di altri materiali protetti sia ricompensato per lo sfruttamento dell'opera o di altre produzioni. Creando salvaguardie legali per il materiale protetto e applicando le misure legislative, le nazioni possono trasformare lo sviluppo delle aziende *copyright-based* in importanti settori commerciali. Esse generano contributi diretti e indiretti ai risultati economici e allo sviluppo e sono considerate di crescente importanza per il raggiungimento di importanti obiettivi economici e sociali⁴.

In definitiva, l'analisi della letteratura si svolgerà sul diritto d'autore sotto il profilo giuridico e gestionale, sui profili contabili e valutativi del diritto d'autore, nonché sui modelli di *business* di natura tradizionale e innovativi delle aziende *copyright-based*.

Nel presente lavoro, il tema del governo della creatività è trattato in un'ottica prettamente aziendalistica ed è articolato in cinque capitoli.

Nel primo capitolo, si ritiene opportuno studiare il ruolo dell'economia culturale nella società della conoscenza ed effettuare una sintetica sistematizzazione degli strumenti giuridici della proprietà intellettuale. L'indagine si focalizza sul diritto d'autore, andando a definire, innanzitutto, il concetto di creatività e di prodotto artistico. In merito a quest'ultimo, tutelato dal diritto d'autore, si analizzano i benefici per gli individui, il mercato e la collettività.

Con riferimento alla tutela, giova precisare come in dottrina, allo stato attuale, non si ravveda una posizione univoca rispetto all'utilità della proprietà intellettuale; infatti, esiste un acceso dibattito tra coloro i quali si schie-

⁴ WIPO Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries, 2015.

rano a favore della difesa dei diritti sui prodotti della conoscenza e coloro che, invece, auspicano una cultura il più possibile libera.

Pertanto, si intende verificare l'importanza strategica del diritto d'autore, indagandone gli elementi essenziali e le ragioni della sua esistenza. Infine, si intende esaminare la disciplina italiana in tema di diritto d'autore.

Il secondo capitolo del lavoro si focalizza sulle strategie di gestione della proprietà intellettuale, con l'obiettivo di sistematizzare i nuovi paradigmi strategici nella gestione del diritto d'autore.

Più precisamente, nelle imprese a elevata intensità cognitiva, la gestione della proprietà intellettuale si esplica nella creazione di prodotti che incorporano nuove invenzioni, nella sua integrazione con la progettazione del modello di *business* aziendale, nella strategia aziendale e nello sfruttamento economico dei suoi diritti, prevedendo nuove forme di accesso alla conoscenza basate sulla collaborazione fra aziende. In generale, una strategia di gestione della proprietà intellettuale comprende la fase dell'acquisizione, dell'utilizzo, del controllo e dell'applicazione e implica il suo allineamento agli obiettivi e alle strategie aziendali.

Al fine di comprendere i *trend* emergenti per le aziende *copyright-based*, lo studio considera, inizialmente, l'evoluzione dei paradigmi tradizionali di gestione della *library* nell'odierno ambiente competitivo. Si effettua un'analisi dell'implementazione e sfruttamento della *library*, giungendo a studiare le nuove frontiere della gestione della proprietà intellettuale, ossia l'impresa collaborativa.

Infine, il capitolo intende delineare un nuovo modello che mostri per ciascuna impresa, sulla base di talune caratteristiche distintive, quale sia la strategia di gestione più opportuna per lo sfruttamento e la valorizzazione del diritto d'autore.

Nel terzo capitolo, partendo dalla considerazione che per sfruttare e valorizzare il diritto d'autore si debba necessariamente implementare un'adeguata strategia di gestione dello stesso, si dimostra come la valutazione dei singoli diritti divenga un elemento fondamentale ai fini di un più completo apprezzamento del loro apporto al valore del capitale economico dell'azienda.

In tale ottica, il capitolo sottolinea come gli operatori economici siano alla continua ricerca di metodologie in grado di valutare e correttamente collocare nell'informativa esterna d'impresa tali risorse intangibili. Nel lavoro si tenta di spiegare come la valutazione delle *library* non possa limitarsi a una mera misurazione e stima di elementi oggettivi, quali, ad esempio, i costi sostenuti per la creazione degli *asset* immateriali, ma debba necessariamente andare oltre, fino a considerare talune dinamiche economiche, giuridiche e geografiche riconducibili agli stessi, che conducono alla definizione di un

processo valutativo integrato che consideri un quadro informativo e di conoscenze ampliato.

Sono approfondite le problematiche connesse al trattamento contabile dei beni immateriali, esaminando le possibili soluzioni offerte dalla dottrina con riferimento agli ordinamenti contabili attualmente vigenti in Italia, costituiti dal paradigma IAS/IFRS e dagli articoli del codice civile in tema di redazione del bilancio delle società.

Nel quarto capitolo, si analizzeranno nello specifico le società di gestione collettiva dei diritti d'autore e connessi. Si intende fornire una completa definizione di tali società e delle funzioni economiche svolte dalle stesse.

A tale scopo, si ritiene necessaria una disamina dal punto di vista storico-normativo della nascita e dell'evoluzione delle *collecting society*, con particolare riferimento alla normativa europea e nazionale, che è stata notevolmente innovata negli ultimi anni. In seguito, si procederà con l'analisi del caso della Società Italiana Autori ed Editori (SIAE), studiandone i bilanci degli ultimi cinque anni, dal 2013 al 2017, per analizzare sia il particolare ciclo operativo delle società di gestione collettiva italiane sia l'andamento della gestione in seguito ai recenti cambiamenti legati alle innovazioni tecnologiche e normative. Infine, si metteranno in evidenza i principali cambiamenti intervenuti nel modello di *business* della SIAE, effettuando anche un confronto con la principale concorrente nel mercato italiano, costituita da Soundreef-LEA.

Nel quinto capitolo, l'obiettivo è di analizzare i modelli di *business* delle industrie culturali centrali, con particolare riferimento al settore degli intermediari tecnici e dell'editoria. In particolare, si porrà l'accento su come i modelli di *business* si siano necessariamente adeguati all'era digitale; pertanto, si analizzeranno i contesti del cambiamento e della continuità nelle industrie culturali centrali relativi all'estensione delle attività al mercato digitale e dei nuovi media.

Infine, si tratterà delle imprese editrici e del passaggio da modelli di *business* tradizionali a modelli basati sull'*open access*. Oggetto del quinto capitolo sarà, infatti, anche lo studio del nuovo paradigma emergente dell'*open science* per l'accesso alle conoscenze scientifiche che sta pervadendo e modificando il *business* delle case editrici scientifiche.

Il lavoro intende fornire un contributo scientifico all'analisi del tema del governo della creatività nell'era digitale, utilizzando diverse metodologie di ricerca secondo un approccio logico deduttivo.

La metodologia di analisi sistematica della letteratura si affianca all'analisi di un caso di studio nel quarto capitolo e, nel quinto capitolo, a un'analisi verticale di uno specifico settore delle industrie creative.

I principali risultati della ricerca sono collegati a chiarire gli elementi essenziali della gestione della creatività e, dunque, del diritto d'autore che tutela le opere creative, considerato come fattore strategico in diversi settori e, soprattutto, per quelli *copyright-based*. Pertanto, si definisce il governo della creatività come modalità tramite la quale le aziende riescono a produrre valore in tale contesto.

Nella configurazione tradizionale, le decisioni in tema di proprietà intellettuale e di gestione del diritto d'autore sono prevalentemente di natura tattica e vengono generalmente assunte a livello di aree funzionali: in particolare, la gestione viene affidata all'area legale in stretto collegamento con la funzione di ricerca e sviluppo.

Nel presente lavoro si dimostra come la suddetta impostazione sia stata modificata attraverso l'introduzione del diritto d'autore come fattore strategico in una serie di decisioni che si collocano in un'area intermedia tra la strategia e la tattica; si tratta dei c.d. "modelli di business", per i quali la dottrina ha sviluppato *framework* teorici e *best practice* finalizzati a catturare la complessa relazione tra creazione e appropriazione del valore e a comprendere le logiche organizzative della creazione di valore.

Si può affermare che esista una stretta connessione tra innovazione, proprietà intellettuale e modello di *business*: gli elevati costi necessari per la realizzazione di prodotti innovativi, anche legati alla tutela della proprietà intellettuale, possono essere contenuti se la gestione della proprietà intellettuale è integrata all'interno di un modello di *business* innovativo. Ne deriva che la *business model innovation* può consentire ai *manager* delle imprese a elevata intensità cognitiva di risolvere l'apparente *trade off* tra costi e benefici dell'innovazione, rivedendo le caratteristiche del proprio *business* e coinvolgendo i *partner* in nuovi modelli per la creazione del valore.

La principale conseguenza di tale impostazione è che la gestione della proprietà intellettuale, dovendo essere inserita all'interno di un modello di *business* innovativo, non può più essere gestita a livello di singole funzioni aziendali, ma diviene un problema di natura manageriale, con importanti riflessi sulle decisioni strategiche dell'impresa.

In definitiva, a seguito delle instabili condizioni macro-economiche, del mercato del lavoro debole e dell'incremento del debito pubblico, le istituzioni e le organizzazioni internazionali sono state indotte a ricercare una nuova fonte di crescita rispetto ai tradizionali strumenti utilizzati, facendo emergere una maggior consapevolezza della funzione strategica della proprietà intellettuale. Essa può ricoprire, infatti, sia un ruolo difensivo dell'avviamento delle imprese, sia un ruolo di supporto alla competitività delle stesse, attraendo fonti di finanziamento esterne.

Inoltre, lo squilibrio indotto dall'introduzione e dall'espansione delle tecnologie digitali e dei nuovi media ha determinato profonde revisioni dei modelli di *business* delle aziende *copyright-based*.

Infatti, acclamate come mezzi per produrre e distribuire i contenuti in modo più efficiente, l'impatto delle nuove tecnologie e del mercato digitale ha portato a cambiamenti in tutta la catena del valore delle aziende *copyright-based*. Diversi autori hanno sottolineato l'impatto del digitale sulla disintermediazione e la reintermediazione; parallelamente a questi cambiamenti di mercato, sono aumentate le sfide all'applicazione della proprietà intellettuale, in particolare del diritto d'autore, come mezzo per assicurare la remunerazione delle vendite di contenuti creativi digitali. Ne deriva che l'unico mezzo per racchiudere questi cambiamenti in un unico concetto è quello del *business model*. Al fine di operare con successo nei mercati internazionali, è necessario sviluppare una piena consapevolezza del valore dei diritti intellettuali e del loro regime di protezione poiché, in una *knowledge-based economy*, il bene più prezioso è rappresentato dalla conoscenza intesa in tutte le sue forme. Pertanto, tra le principali implicazioni del progetto di lavoro è possibile annoverare l'individuazione di modelli teorici per il funzionamento delle aziende *copyright-based* e una rassegna dei paradigmi emergenti in alcuni dei settori basati sulla creatività.

* * *

Questo lavoro è il risultato dell'incrocio della passione e della curiosità degli autori per un argomento che ha già suscitato in passato, ed è destinato a suscitare in futuro, un dibattito sempre più ampio in ambito nazionale e internazionale. Sappiano i lettori che queste pagine, comunque saranno valutate, sono state scritte e pensate in buona fede; in ogni caso, restano a carico degli Autori le lacune e i limiti che sarà dato riscontrare nel volume.

RAFFAELE TREQUATTRINI
Cassino, Università degli Studi
di Cassino e del Lazio Meridionale

ALESSANDRA LARDO
Napoli, Università degli Studi
di Napoli "Parthenope"

Maggio 2019