

L'UNIONE EUROPEA E L'AUDIOVISIVO

di FRANCESCA MEDOLAGO ALBANI*

1. Fra opera e servizio sul mercato: il ritardo dell'audiovisivo

Quello che il settore dell'editoria ha fatto nel campo degli *standard* è quanto anche l'audiovisivo dovrebbe, ma deve ancora, iniziare a fare. Un terribile ritardo è stato infatti accumulato nel corso del tempo.

L'audiovisivo ha però forse un *atout* da giocare: attraversa oggi trasversalmente tutte o quasi le sedici azioni previste dalla strategia della nuova Commissione Europea per la costruzione del *Digital Single Market* (DSM), priorità per la quale è stata attribuita una delega specifica per un Vice Presidente, l'estone Andrus Ansip. Quindi, un po' di attenzione l'audiovisivo la può catturare, magari lavorando trasversalmente anche con gli altri settori delle industrie culturali.

Ma come si è arrivati ad accumulare questo terribile ritardo in Europa, di pensiero prima ancora che di azione? La risposta può essere ricondotta a due considerazioni iniziali.

L'audiovisivo, prima dell'avvento dell'*home video*, del supporto fisico *consumer*, non ha mai avuto un rapporto diretto con il consumatore, ma è sempre stato mediato. Dalla sala cinematografica per moltissimi anni prima, e poi dalla televisione. Negli anni Ottanta si è verificato, non riconosciuto come tale, il primo contatto diretto dell'oggetto fisico contenente audiovisivo con il consumatore. Fino a quel momento non c'era mai stato – fatto, ovviamente, in sé diverso da quanto accaduto per i libri e per la musica. Quindi questo è un grande elemento di ritardo, che ha portato molto a indirizzare, a forzare le *policy* nei confronti della distribuzione, dei contenitori.

L'altra considerazione è che l'audiovisivo è ontologicamente bifronte – un lato artistico, l'altro industriale – ed è stato affrontato a livello europeo – in una continua dialettica ascendente/discendente tra Paesi membri e Unione Europea – non considerando questa complessità, tenendo volutamente distinto l'approccio rivolto all'opera, da una parte,

403

* Responsabile Pianificazione Strategica ANICA – V.le Regina Margherita, 286 – 00198 Roma, e-mail: f.medolago@anica.it