

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CASSINO
E DEL LAZIO MERIDIONALE



CORSO DI DOTTORATO IN IMPRESE, ISTITUZIONI E
COMPORTAMENTI
curriculum-ISTITUZIONI E AZIENDA
XXXIV CICLO

*Analisi e valutazione economica del diritto d'autore nello
streaming musicali: i fattori impattanti sulla percezione dello stesso*

SSD. SECS-P/07 ECONOMIA AZIENDALE

Coordinatore del corso

Chiar.ma Prof.ssa

Rosella Tomassoni

Dottorando

Giovanni Calcagni

Tutor

Prof.

Bruno Marsigalia

INDICE

INTRODUZIONE.....	4
CAPITOLO I “La gestione collettiva del diritto d’autore dalle origini al giorno d’oggi”	8
1. Gli obiettivi e la definizione generale della nuova direttiva europea di armonizzazione della gestione collettiva.	8
2. I rapporti tra i titolari dei diritti e gli organismi di gestione collettiva.	12
2.1 I rapporti tra titolari dei diritti e organismi di gestione collettiva nel quadro della direttiva.	16
3. La regolazione dei rapporti tra titolari dei diritti e organismi di gestione collettiva.....	18
4. Il recepimento in Italia della Direttiva Barnier: il d.lgs 35/17 e il d.lgs 148/17 23	
5. Il rapporto tra SIAE e i nuovi attori nel mercato.....	33
5.1 I nuovi attori nel mercato: Soundreef.....	33
5.2 La querelle giudiziaria SIAE-Soundreef.....	36
CAPITOLO II “I principali metodi di valutazione dell’IP: la normativa e i metodi” 42	
1 Il Ruolo Dei Principi Contabili Internazionali IAS 36 E IAS 38 nella Determinazione Contabile delle Attività Immateriali.	42
2. I diritti IP nella rendicontazione finanziaria	46
2.1 L’ambito applicativo del Principio IAS 36 e la determinazione del valore recuperabile.	49
2.2 Determinazione del valore recuperabile di un’attività immateriale con vita utile indefinita	54
2.3 Il Principio internazionale IAS 38	56
3. I principali metodi di valutazione dell’IP	61
3.1 Il metodo del costo	61
3.2 Il metodo di mercato	63
3.3 Il metodo del reddito	64
3.4 Il metodo del discounted cash flow	65
3.5 La correlazione dei tre metodi.....	66
4 La vita economica e legale delle opere creative.....	67
4.1 La valutazione e la verifica IP come strumento di gestione	70
5 L’applicazione dei principi nella valutazione delle risorse per il copyright	71
5.1 Il metodo del costo	71
5.2 Il metodo di mercato	72

5.3 Il metodo del reddito	73
5.3.2 La durata e modello del beneficio economico futuro	74
5.4 La valutazione del patrimonio protetto da copyright utilizzando la tecnica del 'Relief from Royalty'	76
5.5 La valutazione del patrimonio del copyright in base al Premium Pricing	77
6. Gli step di un audit IP e di una valutazione IP	77
6.2 Il contenuto di un rapporto di audit IP	79
6.3 Tendenze future sulla valutazione IP	80
6.4 I benefici delle valutazioni IP	82
6.5 La massimizzazione del valore delle risorse sul copyright	84
CAPITOLO III "Il caso studio: il ruolo dei social network nella percezione del diritto d'autore e prospettive future"	87
1. Problemi e opportunità dei social network	87
2. L'influenza dei social networks nelle decisioni degli utenti	88
3. Metodologia	90
4 Risultati e discussione	115
4.1 Primo step	115
4.2 Secondo step	115
4.3 Risultati finali	117
CONCLUSIONI	119
BIBLIOGRAFIA	123

INTRODUZIONE

Negli ultimi anni, la forte competizione sui mercati ha spostato l'attenzione delle imprese dalle risorse materiali, che in passato costituivano l'elemento chiave per l'ottenimento di un vantaggio competitivo, alle risorse immateriali o intangibili. L'economia negli anni e nel suo complesso, a causa di diversi fattori, è profondamente mutata. Tra i principali sono l'intensificarsi della competizione, la globalizzazione dei mercati e lo sviluppo di tecnologie avanzate dovuto alla diffusione di informazioni e conoscenze per via telematica.

I mercati premiano coloro i quali sono in grado di valorizzare l'uso corretto di risorse come ad esempio la comunicazione, la conoscenza, l'innovazione e le competenze interne all'impresa. In sostanza si è passati ad un'economia basata sul tangibile, cioè su investimenti in beni e risorse materiali, ad un'economia basata sull'intangibile e cioè su fattori come la conoscenza e l'innovazione. Per gli investitori e i manager il patrimonio intangibile e in particolare modo il Capitale intellettuale rappresentano la risorsa in grado di generare vantaggio competitivo per eccellenza.

Il Capitale intellettuale indica l'insieme delle risorse a disposizione di un'azienda rilevanti per la sua capacità competitiva e il suo valore, esso è costituito dal capitale organizzativo cioè il talento dei dipendenti che rappresenta la componente; dal capitale strutturale ovvero l'efficienza dei sistemi di gestione; e in fine dal capitale relazionale cioè la natura dei rapporti con i clienti. Il termine "diritto della proprietà intellettuale" comprende un ampio spettro della creatività umana. L'articolo n.2 della Convenzione che istituisce l'Organizzazione per la Proprietà Intellettuale Mondiale (WIPO) afferma che i diritti di proprietà intellettuale riguardano:

"... opere letterarie, artistiche e scientifiche; esibizioni di artisti performanti, fonogrammi e trasmissioni; invenzioni in tutti i campi dello sforzo umano; scoperte scientifiche; disegni industriali; marchi di fabbrica, marchi di servizio

e nomi commerciali e designazioni; protezione contro la concorrenza sleale; e tutti gli altri diritti derivanti dall'attività intellettuale nei campi industriale, scientifico, letterario o artistico.”

La proprietà intellettuale è spesso descritta come "proprietà industriale", comprendendo brevetti, modelli di utilità, disegni industriali, marchi, marchi di servizio, marchi di deposito, indicazioni di ricerca o denominazioni di origine e repressione di ingiusta concorrenza, e/o "copyright", che si riferisce a opere letterarie e artistiche. In effetti, l'uso corretto del termine "proprietà intellettuale" comprende sia la proprietà industriale che il diritto d'autore.

L'attività di ricerca realizzata, per la stesura dell'elaborato finale, risponde alla domanda “*Quali fattori impattano sulla percezione del diritto d'autore?*” e ha ad oggetto lo studio e l'individuazione di quei fattori che incidono ed impattano sulla valutazione economico-finanziaria e sulla percezione dello stesso.

Partendo dall'analisi e dallo studio della dottrina in materia, è stato illustrato come il legislatore europeo è dovuto intervenire per armonizzare e sanare il divario nella normativa vigente nei vari Stati europei.

La Direttiva Barnier (2014/26/UE), infatti, regola il diritto d'autore che i creativi possono affidare la tutela dei propri diritti alla società che preferiscono all'interno dell'Unione europea.

I servizi di gestione collettiva di diritti d'autore e di diritti connessi dovrebbero consentire a un titolare dei diritti di poter scegliere liberamente l'organismo di gestione collettiva cui affidare la gestione dei suoi diritti, sia che si tratti di diritti di comunicazione al pubblico o di riproduzione, o di categorie di diritti legati a forme di sfruttamento quali la trasmissione radiotelevisiva, la riproduzione in sala o la riproduzione destinata alla distribuzione online, a condizione che l'organismo di gestione collettiva che il titolare dei diritti desidera scegliere già gestisca tali diritti o categorie di diritti. Infatti, la norma rafforza e migliora in generale la governance e la trasparenza delle società di gestione collettiva dando ai titolari dei diritti la possibilità d'essere anche più coinvolti nel processo decisionale.

La normativa italiana ha alla base la legge 633/1941 che da un inquadramento sistematico del diritto d'autore, che disciplina il regime delle opere intellettuali.

L'articolo uno della legge 633/1941 tutela le opere dell'ingegno di carattere creativo che appartengono alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, all'architettura, al teatro ed alla cinematografia, in qualunque modo e forma siano espresse.

Ai sensi della Convenzione di Berna sulla protezione delle opere letterarie ed artistiche, ratificata e resa esecutiva con la legge n.399 del 20 giugno 1978, sono protetti i programmi per elaboratore, le banche di dati che, per la scelta o la disposizione del materiale, costituiscono una creazione intellettuale dell'autore. L'Italia, rispetto agli altri Stati Membri, ha tardato il recepimento della direttiva Barnier che doveva avvenire entro il 10 aprile 2016 ed è, invece, avvenuta il 15 marzo 2017 ed ha optato per il mantenimento del monopolio da parte della SIAE. Il secondo scopo di questo studio è presentare strumenti finanziari e di valutazione che possono consentire la quantificazione della valutazione monetaria degli sforzi creativi riusciti.

A differenza di altre forme di proprietà intellettuale, le opere creative tendono a provenire da individui o piccole imprese. Per questo motivo, alcuni dei problemi di valutazione che tipicamente insorgono nell'impostazione aziendale non sono discussi. Questo studio sottolinea quindi la valutazione e la monetizzazione delle opere creative nell'ambiente dello streaming musicale.

Infine, è stata effettuata un'analisi, attraverso una metodologia quali-quantitativa, basata sulla correlazione lineare, ponendo come obiettivo di individuare quali fattori, come ad esempio i social networks, legati alle caratteristiche individuali del cantautore, incidono maggiormente sul numero di ascoltatori mensili dello stesso.

L'obiettivo, quindi, individuando questi fattori/variabili, è quello di fornire un contributo utile alla dottrina, che permetta di studiare e ideare nuove metodologie e strumenti che consentano la valutazione e la relativa monetizzazione delle opere creative, in questo caso, del mondo musicale.

Infatti, i social media sono considerati drivers per la diffusione, anche involontaria, del valore del capitale intellettuale agli utenti a cui è indirizzata la divulgazione esterna. Pertanto, è rilevante anche cercare di definire se

l'involuntary disclosure, misurata da variabili legate ai profili dei social media, sia rilevante nella definizione della performance economico-finanziaria.

Inoltre, lo sviluppo delle ICT facilita la diffusione e lo scambio, a grandi velocità e volumi, di dati relativi alle organizzazioni, che queste ultime non hanno prodotto e non sono in grado di controllare. Ciò è una diretta conseguenza dell'evoluzione nelle dinamiche relazionali e comunicative proprie della nostra economia globale¹ e, ovviamente, sta avendo un profondo impatto sul modo in cui le organizzazioni rilasciano all'esterno le informazioni sul proprio conto, e nel modo in cui queste interagiscono con gli stakeholders.

Il presente lavoro è strutturato in tre capitoli: nel primo capitolo verrà affrontato il concetto del capitale intellettuale e delle sue componenti e verrà analizzata la normativa in materia; nel secondo capitolo verranno argomentati i principali metodi di valutazione della proprietà intellettuale; infine, nel terzo capitolo, sarà effettuata un'analisi empirica su un campione di cantautori italiani stratificato, andando ad individuare una variabile dipendente e alcune indipendenti, da poter correlare ai fini dello studio; saranno discussi i risultati finali che permetteranno di porre le basi per l'individuazione di nuovi aspetti e fattori utili, in futuro, all'individuazione di nuove metodologie di valutazione.

¹ J.C DUMAY, J. GUTHRIE: *Involuntary disclosure of intellectual capital: is it relevant?* in *Journal of Intellectual Capital*, 2017.

CAPITOLO I

La gestione collettiva del diritto d'autore dalle origini al giorno d'oggi

1. Gli obiettivi e la definizione generale della nuova direttiva europea di armonizzazione della gestione collettiva.

La creazione di un mercato unico digitale per la circolazione delle opere musicali è stato l'obiettivo finale che ha indotto le istituzioni europee ad intervenire in maniera più stringente sul tema della gestione collettiva. Infatti, la Commissione nel 2011 attraverso una nuova Comunicazione icasticamente definita «Un mercato unico dei diritti di proprietà intellettuale»², ha avviato la costituzione di un quadro normativo comune per la gestione collettiva dei diritti d'autore e connessi in ambito europeo, rivelando che questo intervento sarebbe stato solo una delle molteplici misure per agevolare la concessione di licenze transfrontaliere ponendosi all'interno del più ampio progetto segnato dalla cd 'Agenda digitale per l'Europa'³. A tal proposito sono seguiti altri interventi di soft-law, prima di giungere al varo definitivo della direttiva.

Il 4 aprile del 2014 il Parlamento europeo approva la direttiva «sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multi-territoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno»⁴.

² Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, del 24 maggio 2011. Un mercato unico dei diritti di proprietà intellettuale. Rafforzare la creatività e l'innovazione per permettere la creazione di crescita economica, di posti di lavoro e prodotti e servizi di prima qualità in Europa, COM(2011)287. Def., reperibile in www.parlamento.it.

³ Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni, 19 maggio 2010. Un'agenda digitale per l'Europa, COM(2010) 245. Def., reperibile in europa.eu.

⁴ Dir. UE n. 26 del 26 febbraio 2014 del Parlamento europeo e del Consiglio su proposta della Commissione, «Sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multiterritoriali per i diritti su opere musicali per l'uso on-line nel mercato interno», pubblicata in GUUE il 20 marzo 2014.

La direttiva, oltre concepita come atto di armonizzazione, si pone alcuni obiettivi volti a rendere più efficiente l'operato degli enti di gestione collettiva. In particolare, pone l'attenzione nell'innalzare il livello di governance dell'ente da parte dei titolari dei diritti al fine di consentire a questi soggetti di incidere maggiormente sulle politiche adottate dall'organismo di gestione collettiva; e ciò, naturalmente rappresenta – anche – un presidio dell'effettività dello sfruttamento dei diritti loro conferiti da questi organismi intermediati⁵.

Al fine di prevenire abusi, attraverso una maggiore trasparenza, la Direttiva Barnier si propone di rendere efficiente e sicura la gestione finanziaria di questi enti, la quale in passato ha dato vita a casi di cattiva gestione come *emersead* esempio in seguito ad alcune vicende che hanno toccato la stessa SIAE. Attraverso questi obiettivi, questo intervento legislativo, vuole consegnare agli operatori di questo mercato un modello di gestione dei diritti più leggero ed efficiente soggetto all'applicazione delle regole di concorrenza al fine di prevenire possibili abusi⁶. Tuttavia, fino alla direttiva, l'assenza di vincolatività degli atti e di un effetto sanzionatorio per il mancato adempimento non aveva portato al rinnovamento auspicato del mercato della gestione collettiva. Per queste ragioni il legislatore europeo ha ritenuto opportuno intervenire mediante l'adozione di un atto di armonizzazione, nel rispetto dei principi di sussidiarietà e di proporzionalità⁷.

È stata lasciata quindi agli Stati membri una certa libertà nel recepimento, infatti questi ultimi possono mantenere o prevedere regole più stringenti relativamente alla governance, alla trasparenza ed ai controlli che gravano sull'organismo di gestione collettiva rispetto quelli stabiliti dalla direttiva.

La direttiva Barnier non va ad incidere direttamente sulla forma giuridica degli enti collettivi, in tal modo gli organismi di gestione collettiva hanno la possibilità

⁵ una maggiore governance consente infatti di incidere su alcune scelte di indirizzo dell'attività dell'organismo di gestione collettiva ivi comprese le politiche di distribuzione delle royalties.

⁶ Cfr. considerando 56 Dir. Ue n. 26 del 2014, secondo cui «[l]e disposizioni della presente direttiva non pregiudicano l'applicazione del diritto in materia di concorrenza». Per alcuni rilievi critici relativamente all'applicazione del diritto antitrust nel nuovo modello di gestione collettiva armonizzato v. SARTI, *La categoria delle collecting*, cit., 10; e ID. *Concorrenza e level playing field*, cit. 865 ss.

⁷ Sul tema dell'efficacia di questo atto e sulla sua funzione armonizzatrice v. RUSSO, *op. cit.*, 42 s.

di adottare la struttura organizzativa, associativa o societaria, che ritengono più opportuna e vantaggiosa⁸.

La scelta di libertà delle forme organizzative rivela una certa esitazione del legislatore europeo. Infatti, sarebbe parso più coerente una regolamentazione dei modelli organizzativi che virasse dai tradizionali modelli associativi, adottati dalle principali *collecting* europee, in direzione di modelli societari capitalistici⁹. Difatti le regole di concorrenza faticano a coordinarsi con modelli associativi che non perseguono logiche strettamente efficientiste e di mercato. Per queste ragioni sarebbe forse stato preferibile non rimettere alle sole dinamiche di mercato l'evoluzione delle strutture organizzative delle *collecting* ma stabilire fin da subito una regolamentazione comune attorno ad uno specifico modello valutato congruo in relazione al perseguimento di una specifica programmata finalità.

Dopo aver discusso in generale alcune basi della nuova normativa e gli obiettivi perseguiti, è opportuno ora approfondire la struttura della direttiva stessa. Quest'ultima, infatti, consta di due discipline tra loro autonome. Il primo insieme di regole è racchiuso nei Titoli I, II e IV nelle quali si detta la disciplina di armonizzazione della gestione collettiva dei diritti d'autore e connessi, e contiene regole sul governo dell'ente, sulla trasparenza, sulla gestione finanziaria¹⁰. Stabilisce alcuni obblighi di informazione, regola il funzionamento e, in parte, i rapporti tra i titolari dei diritti e le *collecting*. Il secondo insieme di regole è dato al Titolo III e riguarda la concessione delle licenze multi-territorio dei diritti d'autore, ed è pertanto indirizzato ai soli soggetti intermediari che gestiscono tali diritti su opere musicali per le utilizzazioni su reti telematiche¹¹.

⁸ Cfr. considerando 14 Dir. Ue n. 26 del 2014. E v. anche GUIBAULT e VAN GOMPEL, *Collective Management in the European Union*, cit., 139 ss. Sul tema dell'assetto associativo o societario delle *collecting* v. anche i rilievi critici di SARTI, *Gestione collettiva e modelli*, cit., 30 ss. CETRA, *Gli IMAIE e lo statuto dell'impresa (collettiva non societaria)*, in AIDA 2012, 76 ss.

⁹ V. SARTI, *Gestione collettiva e modelli*.

¹⁰ La direttiva «mira a coordinare le normative nazionali sull'accesso all'attività di gestione dei diritti d'autore e dei diritti connessi da parte degli organismi di gestione collettiva, le modalità di governance e il quadro di sorveglianza» (cfr. considerando n. 8 dir. UE n. 26 del 2014).

¹¹ In Italia pertanto solo SIAE è chiamata in causa. Ad ogni modo come specificato all'art. 2 par. 2 e ribadito all'art. 34 par. 2 la soggezione delle sole *collecting* di diritti d'autore e non anche delle società che gestiscono diritti connessi, dipende con ogni probabilità dal fatto che solitamente i diritti degli artisti sono ceduti al produttore di fonogrammi ed è pertanto il produttore che autorizza licenze multi-territoriali sul proprio repertorio occupandosi poi di

Nella prima parte trovano la collocazione alcune previsioni di grande interesse, come ad esempio all'articolo 5, ove si definiscono i diritti dei titolari: la concessione dell'autorizzazione a un organismo di gestione collettiva a loro scelta per le opere, le tipologie di facoltà e i territori di loro scelta e dall'altra parte l'obbligo dell'organismo di accettarla salvo ragioni oggettive, la concessione di licenze per usi non commerciali, il ritiro di dette autorizzazioni con un preavviso di massimo sei mesi senza che la *collecting society* possa pretendere che la gestione dei diritti sia concessa a enti similari¹².

Nei successivi articoli (art. 6 e art. 7) vengono disciplinati i legami tra le società d'intermediazione e gli aventi diritto (che siano membri o meno): l'adesione come membro deve rispettare criteri oggettivi, trasparenti e non discriminatori che sono contenuti nello statuto e gli associati devono essere coinvolti nella partecipazione al processo decisionale con un'equa rappresentanza delle diverse categorie; per quanto concerne gli aventi diritto non membri gli obblighi dell'ente sono principalmente di natura informativa e di garanzia nella concessione di licenze multi territoriali.

In sintesi, la direttiva, al fine di assicurare la miglior gestione possibile dei singoli enti in termini di trasparenza e efficienza, delinea anche le caratteristiche di alcuni organi sociali come l'assemblea generale (art. 8), di cui enuncia i tempi di convocazione e introduce il meccanismo delle deleghe per garantire partecipazione, l'organismo di sorveglianza (art.9), di cui si delineano le modalità di riunione e funzione, e gli amministratori (art.10), la scelta dei quali deve garantire una gestione sana e prudente evitando inoltre conflitti d'interesse. Infine, il capo quinto, dall'articolo 18 all'articolo 22, specifica in maniera esaustiva gli obblighi informativi delle società di intermediazione verso gli stessi titolari dei diritti, altri enti di gestione collettiva, agli utilizzatori o il pubblico in generale¹³.

ripartire secondo quanto pattuito contrattualmente con l'artista i compensi percepiti per i loro diritti e per quelli del produttore medesimo (v. BIXIO, op. cit., 419, nota 15).

¹² ALLEE, K.D., DEANGELIS, M.D. AND MOON JR., J.R. (2018) 'Disclosure scriptability', *Journal of Accounting Research*, Vol. 56, No. 2, pp.363–430.

¹³ DI CATALDO, VANZETTI, *Manuale di diritto industriale*, Giuffrè editore.

2. *I rapporti tra i titolari dei diritti e gli organismi di gestione collettiva.*

La direttiva disciplina, attraverso diverse regole, i rapporti tra gli organismi di gestione collettiva e i titolari dei diritti.

Infatti, fin dall'art. 4, la direttiva pone un principio generale in tema dei suddetti rapporti, stabilendo che «[g]li Stati membri fanno sì che gli organismi di gestione collettiva agiscano nell'interesse dei titolari dei diritti di cui rappresentano i diritti e non impongano loro nessun obbligo che non sia oggettivamente necessario per la protezione dei loro diritti e interessi o per la gestione efficace dei loro diritti»¹⁴.

La dottrina ne ha tradotto due interpretazioni. Una prima interpretazione è quella che muove da un modello efficientista e dedicato e dunque l'interpretazione più conforme potrebbe essere quella secondo cui attraverso questa norma si siano legiferati alcuni degli approdi maturati in sede di applicazione del diritto antitrust.

Una seconda lettura potrebbe essere invece quella che muove dalla considerazione che in Europa sussistono modelli generalisti e solidaristici e pertanto per efficienza della gestione non si intende mirare alla sola efficienza economica ma prima ancora all'efficienza della gestione collettiva quale strumento ausiliario ai diritti d'autore e connessi¹⁵.

La direttiva, successivamente all'art. 5, si occupa poi di regolare anche la fase genetica del rapporto tra titolare dei diritti e organismo di gestione collettiva. La disposizione fondamentale al riguardo è quella contenuta nel secondo paragrafo dell'articolo che contiene due precetti di particolare importanza, uno relativo alla libertà dei titolari dei diritti di scegliere l'organismo di gestione collettiva europeo ritenuto più idoneo a gestire i diritti d'autore e connessi, e l'altro che impone un obbligo di gestione a carico degli organismi di gestione collettiva.

¹⁴ GUIBAULT e VAN GOMPEL, *Collective Management in the European Union*.

¹⁵ SARTI, *Il d.lgs. n. 35/17 di attuazione della direttiva collecting: accesso al mercato, controlli e governance* in *Nuove leggi civili commentate*.

Il primo afferma che tutti i titolari hanno «il diritto di autorizzare un organismo di gestione collettiva di loro scelta a gestire i diritti, le categorie di diritti o tipi di opere e altri materiali protetti di loro scelta, indipendentemente dallo Stato membro di nazionalità, di residenza o di stabilimento dell'organismo di gestione collettiva o del titolare dei diritti». Questo precetto esprime un principio di libertà del titolare al quale viene lasciata autonoma decisione nel determinare quale sia la *collecting* più idonea ad amministrare i suoi diritti¹⁶.

Risulta chiaro però che gli organismi di gestione collettiva vengono in parte messi in concorrenza tra loro sia sul piano interno, sia sul piano internazionale¹⁷. Sul piano interno ovvero sia del singolo Stato membro il possibile dispiegarsi di una dinamica concorrenziale è meramente eventuale, e dipende dal modello attualmente in vigore all'interno di quello Stato.

Sul piano internazionale la svolta concorrenziale risulta innegabile. Dalla costituzione di un mercato concorrenziale a livello europeo derivano effetti sui mercati nazionali attraverso la pressione concorrenziale esercitata dalle *collecting* straniere nei vari mercati interni. In particolare, porta le società di gestione collettiva ad adottare modelli più efficienti così da assicurare *royalties* più elevate ai singoli titolari dei diritti ed incide sulle strutture organizzative, costringendo progressivamente le *collecting* a virare verso modelli di società di capitali tendenzialmente più compatibili ad assicurare un'efficienza di mercato¹⁸.

Come già detto, il paragrafo 2 dell'art. 5 prevede espressamente che ai titolari sia consentita piena libertà di scelta di affidare la gestione dei diritti all'organismo di gestione collettiva che prediligono indipendentemente dalla nazionalità, residenza o stabilimento dell'organismo stesso. Dal testo della disposizione, però, non si evince se tale libertà sia riferita solo alla scelta tra organismi di gestione collettiva o se alternativamente contempla pure le entità di gestione indipendente.

¹⁶ SARTI, *Concorrenza e level playing field europeo nella gestione collettiva dei diritti d'autore e connessi in Nuove leggi civili commentate*, 2016.

¹⁷ V. BIXIO, *Le sfide del recepimento*.

¹⁸ V. SARTI, *Gestione collettiva e modelli associativi*.

Il secondo precetto di cui al secondo paragrafo dell'art. 5 della direttiva esprime quel principio della porta aperta. Attraverso questa disposizione si calмира la concorrenza fra i titolari dei diritti. Per l'appunto il secondo precetto di cui al par. 2 dell'art. 5 stabilisce che l'organismo di gestione collettiva «[a] meno che non abbia ragioni oggettivamente giustificate per rifiutare la gestione, [...] è obbligato a gestire tali diritti, categorie di diritti o tipi di opere e altri materiali protetti, purché la gestione degli stessi rientri nel suo ambito di attività».

L'obbligo di gestione imposto all'organismo di gestione collettiva è una norma assolutamente apprezzabile all'interno dell'economia del sistema disegnato dalla direttiva, uno dei – pochi – presidi che la disciplina di armonizzazione inserisce a favore del pluralismo culturale. Infatti, la disposizione dovrebbe ridimensionare l'eventualità che un organismo di gestione collettiva rifiuti di gestire i diritti di minor valore ossia quei diritti a marginalità decrescente ossia il cui costo di gestione rispetto al profitto che determinano non consente di produrre utili marginali. Non vi è dubbio infatti che gli organismi di gestione collettiva qualora potessero opporre un rifiuto a questi titolari dei diritti a marginalità decrescente si troverebbero nella posizione di poter operare una scrematura volta a privilegiare i soli diritti a marginalità crescente, i quali sarebbero gli unici a poter accedere al sistema di gestione collettiva¹⁹.

L'eventuale permesso dell'organismo di gestione collettiva di opporre discrezionalmente il rifiuto genererebbe un ulteriore effetto distorsivo. Infatti, i titolari dei diritti vedrebbero ridotto il loro potere negoziale sicché, potrebbero essere indotti ad accettare condizioni inique pur di poter accedere ad un rapporto con un organismo di gestione collettiva che abbia ottenuto medio tempore una posizione di preminenza nel mercato. Si verrebbe a costituire perciò una condizione di disparità di trattamento nell'accesso alla gestione collettiva fra i titolari dei diritti con il concreto rischio di sterilizzare la funzione incentivante alla creazione ed allo sviluppo culturale collettivo che sottende al sistema del diritto d'autore.

¹⁹ TROLLER, *Diritto di autore e giustizia distributiva*, in IDA 1961, 342 ss.; FABIANI, *Le società di autori. Funzioni e natura giuridica*, in Riv. soc. 1964, 31 ss.; SARTI, *Collecting societies e mutualità*, cit., 14 ss., Id., *Gestione collettiva e modelli*, cit., 219.

Per scongiurare questi effetti, la direttiva prevede appunto l'obbligo di gestire a carico dell'organismo di gestione collettiva nel solco del principio della porta aperta. Il principio della porta aperta risponde alla funzione di assicurare l'accesso alla gestione collettiva – e perciò al mercato – al più elevato numero possibile di opere dell'ingegno.

Bisogna comprendere che cosa si intende per «ragioni oggettivamente giustificate» per capire la reale intensità della tutela che il legislatore intende prestare ai titolari dei diritti e se tra queste ragioni rientri o meno l'antieconomicità della gestione²⁰.

Occorre precisare in cosa consista l'antieconomicità della gestione. La dottrina avanza alcune ipotesi; la prima ipotesi di antieconomicità è quella di diritti su opere dell'ingegno i cui utili prodotti non producono utilità marginali ma sono sufficienti a coprire i costi di gestione ed a produrre una utilità economica. Vale a dire che nonostante l'incremento degli utili complessivi raccolti dalla *collecting*, tale incremento non basta ad assicurare pure un incremento delle royalties distribuite ai singoli, dovendosi considerare il contestuale aumento dei soggetti legittimati a percepire degli utili²¹.

La seconda ipotesi è quella che potrebbe verificarsi quando il valore dei diritti del titolare richiedente l'accesso alla gestione collettiva sia inferiore al costo medio di gestione ma superiore al costo marginale. Questa seconda ipotesi realizza un apporto di utili a marginalità decrescente riducendo la quota di royalties spettante a ciascun autore.

Infine, la terza ipotesi è quella in cui il valore dei diritti non produce utili marginali ed è inferiore sia al costo medio che al costo marginale. Si tratterebbe di una diseconomia in senso assoluto posto che neppure sfruttando la riduzione dei costi determinata dalle economie di scala, le *royalties* riscosse dalla gestione

²⁰ Già in sede di proposta della direttiva la dottrina italiana non aveva accolto di buon grado questa previsione, v. SANFILIPPO, *La gestione collettiva*, cit., 446; RICCIO, *Copyright collecting*, cit., 180;

²¹ Si è osservato in letteratura che «l'ingresso di nuovi titolari può pregiudicare il livello delle remunerazioni percepite dai precedenti aderenti al sistema di *collecting*: in quanto le royalties complessivamente incassate aumentano in misura meno che proporzionale all'aumento dei soggetti legittimati alla relativa ripartizione», così SARTI, *La categoria delle collecting*, cit., 25.

di questi diritti non sarebbero sufficienti neppure a coprire i costi di gestione che determinano.

Quindi tra le «ragioni oggettivamente giustificate» che consentono alla *collecting* di rifiutare la gestione dei diritti si ricomprensano l'antieconomicità della gestione non crea particolari preoccupazioni a condizione che per antieconomicità si intenda solo la terza accezione tra quelle ora delineate, vale a dire che i diritti gestiti non producano utili sufficienti a coprire neppure il costo marginale di gestione²².

Se per un verso l'obiettivo ultimo di progresso culturale e sviluppo sociale esigerebbe che tutte le opere dell'ingegno potessero accedere alla gestione collettiva, per converso non si potrebbe neppure stravolgere un principio di economicità imponendo un sacrificio eccessivo ai titolari di opere dell'ingegno maggiormente appetite sul mercato. Difatti se si imponesse una gestione del tutto antieconomica si determinerebbe una drastica riduzione degli utili percepiti da ciascun titolare, al punto da spegnere quella dinamica incentivante che caratterizza la struttura premiale del sistema di diritto d'autore.

2.1 I rapporti tra titolari dei diritti e organismi di gestione collettiva nel quadro della direttiva.

La Direttiva prevede due possibili configurazioni per quanto riguarda la regolazione dei rapporti tra organismi di gestione collettiva e titolari dei diritti. Un rapporto di affiliazione, dove il titolare dei diritti assume la qualità di membro regolato dall'art.6 della direttiva; un rapporto di affidamento (o di mandato) in cui il titolare dei diritti non diviene membro dell'organismo di gestione collettiva, regolato dall'art.7 della direttiva.

La distinzione tra membri della *collecting* e semplici affidanti, sebbene prevista nella direttiva, pone alcuni problemi.

²² MARCHETTI, *Boicottaggio e rifiuto di contrattare*, Cedam, Padova, 1969, 422;
LIBERTINI, *Le condizioni generali di contratto del monopolista legale*, in *Contr. impr.* 1991, 580 s.

La dimensione universale, e non dedicata, della gestione collettiva tradizione, trova difficoltà a coordinarsi con la distinzione, all'interno di un organismo di gestione, tra soci e mandanti.

L'interposizione di uno sbarramento all'adesione attraverso determinati criteri può risultare pericolosa. Infatti, può verificarsi che la distinzione tra soci e mandanti possa basarsi su condizioni censorie, ovvero quelle per cui il titolare membro debba garantire un determinato ammontare minimo di introiti economici per la *collecting*.

In base all'art.7, i titolari possono scegliere di affidare la gestione dei loro diritti per via di «un rapporto giuridico diretto, in forza della legge o in base a una cessione dei diritti, una licenza o qualsiasi altro accordo contrattuale» ma senza assumere la qualifica di membri. In questo caso, può determinarsi una gestione dedicata, vale a dire su base individuale.

La norma evidenzia una certa vaghezza nella configurazione dei rapporti tra titolare non membro e organismo di gestione collettiva. Precisamente possono immaginarsi due ipotesi di questi rapporti: la prima vede i titolari non membri in posizione assolutamente distaccata dalla *collecting* alla quale affidano la gestione dei diritti maturando un credito nei confronti dell'ente intermediario, venendo così a costituire un rapporto privo di ogni carattere associativo, riconducibile piuttosto ad un rapporto contrattuale di prestazione di servizi²³; la seconda ipotesi, vede i titolari non membri costituire con l'organismo un rapporto contrattuale plurilaterale diretto al conseguimento di uno scopo comune, senza tuttavia assumere la qualità di membro della *collecting*. Infatti, questi titolari pur non avendo i medesimi poteri dei titolari membri (i.e. associati) si caratterizzano per fornire un apporto identico a quello dei titolari di diritti membri che nel caso che qui si esamina consiste sempre in diritti patrimoniali sul risultato del lavoro creativo o artistico²⁴. Ed è bene notare che a seconda

²³ OPPO, *Creazione intellettuale, creazione industriale e diritti di utilizzazione economica*, in Riv. dir. civ. 1969, I, 44; REGOLI, *Natura e caratteristiche dell'attività della SIAE*, in IDA 1985, 365 s.; GITTI, *La comunione del diritto d'autore e i rapporti dei coautori con la SIAE*, in AIDA 1994, 356; V.M. DE SANCTIS e FABIANI, *I contratti di diritto d'autore*, in *Trattato di diritto civile e commerciale*, a cura di CICU e MESSINEO, e continuato da MENGONI, Giuffrè, Milano, 2000

²⁴ Osserva Preite «[n]ell'individuare quali tipi di destinazione dei risultati siano ipotizzabili nei contratti associativi è opportuno procedere separatamente all'esame, prima dei diversi destinatari

dell'impostazione che si intende adottare si segnerà la distanza dal modello tradizionale di gestione collettiva.

3. La regolazione dei rapporti tra titolari dei diritti e organismi di gestione collettiva.

Esaminando le norme volte ad assicurare al titolare dei diritti poteri di governo e di controllo affinché si possa partecipare attivamente all'indirizzo dell'attività dell'organismo di gestione collettiva, «la direttiva si propone di rafforzare gli obblighi d'informazione e controllo delle attività da parte dei titolari, partendo dal presupposto che la titolarità dei diritti debba spettare a chi abbia prodotto l'opera»²⁵.

In verità, non vi è traccia nella direttiva di un simile presupposto e a ben guardare nella nozione di titolare dei diritti vi rientra «qualsiasi persona o entità, diversa da un organismo di gestione collettiva, che detiene diritti d'autore o diritti connessi ai diritti d'autore o a cui, in base a un accordo per lo sfruttamento dei diritti o alla legge, spetta una parte dei proventi»²⁶.

Il titolo II rappresenta il fulcro delle regole operative che il legislatore europeo ha dettato per l'attività degli organismi di gestione collettiva. Precisamente agli

[...]. I destinatari possono essere distinti in tre categorie. La prima ricomprende coloro che sono parti contraenti nel contratto associativo, cioè quei soggetti che oltre a conferire degli inputs per lo svolgimento dell'attività hanno anche il potere, in limiti più o meno ampi, di deciderne le modalità e la durata. In tal caso si può parlare di contratto associativo con autodestinazione del risultato. La seconda è rappresentata da quei soggetti in posizione di terzietà rispetto al contratto associativo che fruiscono del risultato in funzione di una loro qualità soggettiva: si possono chiamare beneficiari in contratti associativi con eterodestinazione dei risultati. La terza categoria è quella particolare sottoclasse di quei terzi che forniscono all'attività inputs, di vario genere. Essa si distingue dai contraenti del contratto associativo perché non ha poteri spettanti a questi ultimi, ma si distingue altresì dalla più vasta categoria dei creditori [...] che per definizione ottengono per le loro prestazioni il valore di mercato. La sottoclasse dei terzi cui si vuol qui fare riferimento è invece costituita da tutti quei soggetti che ottengono condizioni più favorevoli [...] in cambio del loro apporto [...]. Questa categoria di terzi presenta, in quanto percettrice di un risultato dell'attività dell'ente e allo stesso tempo fornitrice di inputs, un'evidente analogia con la categoria delle parti contraenti del contratto associativo: entrambe possono essere accomunate sotto un'unica denominazione – quella di “patrons” – con la relativa distinzione tra “member patrons” e “non member patrons”» così PREITE, *La destinazione*.

²⁵ BIXIO, *Le sfide del recepimento*, cit., 420.

²⁶ art. 3 lett. c) della Direttiva UE n. 26 del 2014.

artt. 4 e ss. della direttiva sono contenuti gli standard minimi in tema di governo, rappresentanza, trasparenza, comunicazioni e sorveglianza. Per quanto riguarda il governo dell'organismo di gestione collettiva le disposizioni centrali sono quelle contenute agli artt. 8 e 9 della direttiva.

All'art. 8 è delineata la composizione e stabilisce i poteri dell'assemblea generale dei membri che è l'organo centrale per il governo dell'organismo di gestione collettiva.

Per quanto riguarda la composizione di quest'organo, dalla lettura della disposizione in esame e alla luce di altri riferimenti normativi contenuti nel medesimo testo emergono una serie di indicazioni. In particolare, i membri sono i titolari dei diritti o altre entità che – comunque – rappresentano i titolari dei diritti²⁷. Ai par. 9 e 10 dell'art. 8 sono indicati i poteri di voto attribuiti ai membri, i limiti nell'esercizio di questo diritto e la possibilità di delegare il voto medesimo. La delega non può essere attribuita ad un soggetto in conflitto di interessi, ciò che potrebbe accadere quando «il membro che effettua la designazione e il rappresentante autorizzato appartengano a categorie diverse di titolari dei diritti all'interno dell'organismo di gestione collettiva»²⁸. Quest'ultima disposizione risulta di fondamentale importanza per assicurare il corretto bilanciamento dei diversi interessi di soggetti appartenenti a categorie distinte come accade ad esempio quando autori ed editori siano – come tipicamente avviene, si pensi alla SIAE²⁹ – riuniti all'interno della medesima *collecting*.

Se l'ente collettivo dovesse assumere proporzioni di particolare grandezza, al par. 11 dell'art. 8 si stabilisce che gli Stati membri possono prevedere che in luogo dell'assemblea generale venga istituita un'assemblea dei delegati stabilendo al contempo alcuni presidi a garanzia della rappresentatività dei membri in seno a quest'organo. L'Assemblea dei delegati deve essere eletta ogni quattro anni dai membri dell'organismo di gestione collettiva, si stabilisce che debba sempre essere garantita un'effettiva e adeguata partecipazione nel

²⁷ art. 6, Dir. Ue n. 26 del 2014.

²⁸ art. 8 par. 10, Dir. Ue n. 26 del 2014

²⁹ KRETSCHMER, *The failure of property rules in collective administration: rethinking copyright societies as regulatory instruments*, in *EIPR* 2002.

processo decisionale, e che «la rappresentanza delle diverse categorie di membri in seno all'assemblea dei delegati sia equa ed equilibrata»³⁰.

Per quanto riguarda invece più specificamente il governo dell'organismo di gestione collettiva all'art. 8 della direttiva si conferiscono all'organo assembleare diversi poteri al fine di assicurare la piena partecipazione al processo decisionale a tutti i membri. I poteri dell'Assemblea dei membri sono piuttosto ampi ed il ruolo giocato dai titolari dei diritti – i quali sono membri – risulta rafforzato sia per le regole di voto ora accennate sia per gli specifici poteri decisionali ad essi attribuiti.

L'Assemblea assume tutte le decisioni relative alle politiche generali e agli atti di indirizzo dell'organismo di gestione. In tale sede si determinano le politiche generali di distribuzione degli importi dovuti ai titolari dei diritti, le politiche di utilizzo degli importi non distribuibili, le scelte di investimento dei proventi dei diritti e degli utili derivanti da questi investimenti, la politica di gestione dei rischi, l'approvazione di qualsiasi acquisto, vendita o ipoteca di beni immobili, di fusioni e alleanze, l'eventuale costituzione di controllate, nonché l'acquisizione di altre entità o di partecipazioni o diritti in altre entità, ed infine l'approvazione dell'assunzione e della concessione di prestiti o della fornitura di garanzie per prestiti³¹.

Allo scopo di garantire ai membri un effettivo controllo, la direttiva prevede all'art. 9 «che ogni organismo disponga di una funzione di sorveglianza». Per quanto attiene il tema della trasparenza, nella gestione dei diritti vengono dettati particolari doveri informativi e stringenti disposizioni in materia di gestione finanziaria, segnatamente con lo scopo di indirizzare la gestione verso prudenti modalità, si richiedono solide procedure amministrative e contabili e si raccomanda l'adozione di meccanismi di controllo interno idonei ad evitare conflitti d'interesse.

Al fine di assicurare l'indipendenza delle persone che gestiscono e controllano l'organismo di gestione, la direttiva prevede all'art. 10 una serie di cautele e

³⁰ SARTI, *La «privatizzazione dell'attività della SIAE. Diritto d'autore, reti telematiche e libere utilizzazioni per scopi didattici*, in NLCC 2009.

³¹ art. 8 par. 5 dalla lettera a) alla lettera f) della Dir. UE n. 26 del 2014. BIXIO, *Le sfide del recepimento*.

oneri di comunicazione a carico dei gestori e dei sorveglianti piuttosto stringenti³². Per quanto riguarda la gestione e riscossione dei diversi proventi derivanti dall'attività dell'organismo di gestione, la direttiva all'art. 11 prescrive che i proventi vengano gestiti e riscossi secondo uno standard di diligenza e nel rispetto del principio di separatezza impone che l'organismo di gestione collettiva tenga adeguatamente distinte le diverse voci contabili³³.

Infine, all'art. 12 prevede poi un regime di detrazioni per le prestazioni da questa fornite.

Rimanendo in tema di gestione, la direttiva richiede poi agli stati membri di prendere provvedimenti che garantiscano la ripartizione esatta e diligente delle royalties stabilendo altresì il che il pagamento avvenga «non oltre nove mesi a decorrere dalla fine dell'esercizio finanziario nel corso del quale sono stati riscossi i proventi dei diritti, a meno che ragioni oggettive correlate, in particolare, agli obblighi di comunicazione da parte degli utenti, all'identificazione dei diritti, dei titolari dei diritti o al collegamento di informazioni sulle opere e altri materiali protetti con i corrispondenti titolari dei diritti, impediscano di rispettare tale termine»³⁴. Nell'eventualità in cui il termine

³² art. 10 della Dir. UE n. 26 del 2014, secondo cui gli Stati membri li Stati membri provvedono affinché: «ciascun organismo di gestione collettiva prenda le misure necessarie affinché le persone che gestiscono le sue attività lo facciano in maniera sana, prudente e appropriata, applicando solide procedure amministrative e contabili nonché meccanismi di controllo interno» provvedono [inoltre] affinché gli organismi di gestione collettiva istituiscano ed applichino procedure tali da evitare conflitti di interesse e, qualora non sia possibile evitare tali conflitti, procedure volte a individuare, gestire, controllare e rendere pubblici i conflitti di interesse effettivi o potenziali in modo da evitare che incidano negativamente sugli interessi collettivi dei titolari dei diritti che l'organismo rappresenta. Le procedure [...] prevedono altresì che ciascuna delle persone in oggetto [...] trasmetta annualmente una dichiarazione individuale all'assemblea generale dei membri, che contenga le seguenti informazioni: a) eventuali interessi detenuti nell'organismo di gestione collettiva; b) eventuali compensi ricevuti nell'esercizio precedente dall'organismo di gestione collettiva, incluso sotto forma di regimi pensionistici, le prestazioni in natura e altri tipi di benefici; c) eventuali importi ricevuti nell'esercizio precedente dall'organismo di gestione collettiva in qualità di titolare dei diritti; d) una dichiarazione su qualsiasi conflitto effettivo o potenziale tra gli interessi personali e quelli dell'organismo di gestione collettiva o tra gli obblighi verso l'organismo di gestione collettiva e i doveri nei confronti di qualsiasi altra persona fisica o giuridica».

³³ V. HARCOURT, *The Unlawful Deduction Levied Upon Uk Composers' Performing Rights Income*, in *Copyright World* 1996

³⁴ art. 13 della Dir. UE n. 26 del 2014. Per tale via le istituzioni dell'Unione europea indirizzano il legislatore italiano a fissare imperativamente un termine per l'adempimento delle obbligazioni pecuniarie in vista del perseguimento di un interesse di dimensione generale; ciò che era già accaduto, per la prima volta con la direttiva Ce n. 35 del 2000 relativa alla lotta contro i ritardi dei pagamenti nelle transazioni commerciali, arg. ex art. 4 comma 2 del d.lgs. del 9 ottobre del 2002, n. 231.

ora detto non potesse essere rispettato a causa dell'impossibilità di identificazione o localizzazione del titolare dei diritti, le royalties dovute dovranno essere conservate separatamente nei conti dell'organismo di gestione collettiva, in attesa che quest'ultimo si adoperi con ogni mezzo necessario per identificare e localizzare i titolari dei diritti. Precisamente, non oltre i tre mesi dalla scadenza del termine dei nove mesi prima detto, gli organismi di gestione collettiva dovranno mettere a disposizione le informazioni sulle opere per le quali i titolari non sono stati identificati o localizzati, titolari dei diritti che rappresentano o alle entità che rappresentano titolari dei diritti, qualora tali entità siano membri di un organismo di gestione collettiva ed a tutti gli organismi di gestione collettiva con cui hanno concluso accordi di rappresentanza³⁵.

All'interno del titolo II al Capo III, si prevede la disciplina inerente alla gestione dei diritti per conto di altri organismi di gestione collettiva in virtù di un accordo di rappresentanza, stabilendo che in queste ipotesi trovi applicazione il principio di non discriminazione.

All'art. 16 la direttiva prevede poi che i titolari dei diritti devono ricevere «una remunerazione adeguata per l'uso dei diritti». Adeguatezza che andrà misurata sulla base di una serie di parametri che il medesimo articolo enuncia a titolo meramente esemplificativo come si evince dall'inciso «tra l'altro»: valore economico dell'utilizzo dei diritti negoziati, la natura e della portata dell'uso delle opere e di altri materiali protetti, nonché il valore economico del servizio fornito dall'organismo di gestione collettiva³⁶. Concludendo l'ultimo capo del titolo II contiene disposizioni finalizzate ad assicurare la trasparente informazione dei titolari sulla gestione dei loro diritti (162). Precisamente ai sensi dell'art. 18 si stabilisce l'obbligo di comunicare – almeno una volta all'anno – a ciascun titolare dei diritti una serie di informazioni attinenti la gestione e l'impiego degli utili riscossi da parte dell'organismo di gestione collettiva. Contestualmente all'art. 21 si prevede che gli organismi di gestione rendano pubblici: lo statuto, le condizioni di adesione e di ritiro dell'autorizzazione a gestire i diritti, i contratti standard per la concessione di

³⁵ art. 13 par. 3 della Dir. UE n. 26 del 2014.

³⁶ SPEDICATO, *Interesse pubblico e bilanciamento nel diritto d'autore*, Giuffrè editore.

licenze nonché le tariffe standard applicabili comprese le riduzioni, l'elenco degli accordi di reciprocità³⁷.

All'art. 22 della direttiva è previsto l'obbligo di pubblicazione – entro otto mesi dalla fine dell'esercizio finanziario – di una relazione sulla trasparenza contenente i principi di governo adottati dall'organismo di gestione collettiva, la loro applicazione e i documenti di bilancio.

Le regole di governo e i requisiti di trasparenza sin qui esaminati valgono solo per gli organismi di gestione collettiva. Per le entità di gestione indipendente vengono richiamate, infatti, solo alcune di queste norme³⁸.

Occorre anche evidenziare che le regole di trasparenza, volte in prima battuta a ridurre le asimmetrie informative intercorrenti tra titolari dei diritti e organismi di gestione collettiva³⁹, hanno anche un'altra specifica missione, ovvero quella di rendere più agevole in un mercato concorrenziale la scelta della *collecting* che possa offrire le migliori condizioni ai titolari dei diritti⁴⁰. Infine, al titolo IV della direttiva, si prevedono alcuni poteri di intervento⁴¹ stabilendo delle procedure di reclamo⁴², e delle procedure di risoluzione alternativa delle controversie⁴³.

4. *Il recepimento in Italia della Direttiva Barnier: il d.lgs 35/17 e il d.lgs 148/17*

³⁷ SARTI, *L'abrogazione del monopolio SIAE (art. 180 l.a.) nel contesto dell'attuazione della direttiva collecting* in Nuove leggi civili commentate.

³⁸ STOKKMO, *Transparency, Accountability, Good Governance of CMOs*, in Wipo Ministerial Conference, 4 november 2015, Dakar, reperibile al sito wipo.int.

³⁹ RICCIO, *Copyright collecting*, cit., 189.

⁴⁰ PALMIERI, *Il mercato della gestione collettiva*, in AIDA 2013.

⁴¹ Per quanto attiene le procedure di reclamo desta qualche perplessità la previsione per cui queste debbano necessariamente essere predisposte a favore dei – soli – membri, e degli organismi di gestione collettiva per conto dei quali gestiscono i diritti. Non si comprende per quale ragione un titolare dei diritti che non sia membro non possa accedere a questo strumento che secondo il dettato della direttiva dovrebbe garantire «procedure efficaci e tempestive [...] per quanto riguarda l'autorizzazione a gestire diritti e il relativo ritiro o la revoca di diritti, le condizioni di adesione, la riscossione degli importi dovuti ai titolari dei diritti, le detrazioni e le distribuzioni».

⁴² art. 33 Dir. UE n. 26 del 2014.

⁴³ art. 34 Dir. UE n. 26 del 2014. - DREXL, NÉRISSON, TRUMPKE, e HILTY, *Comments of the Max Planck*.

L'Italia, rispetto agli altri Stati Membri, ha tardato il recepimento della direttiva Barnier che doveva avvenire entro il 10 aprile 2016 ed è, invece, avvenuta il 15 marzo 2017. La discussione politica a proposito del monopolio della SIAE ha dato il via ad alcune proposte di legge favorevoli alla completa liberalizzazione del mercato della gestione dei diritti d'autore. In particolare, la proposta governativa che sosteneva una clausola di non interferenza (includente i principi di sussidiarietà e proporzionalità), la quale prevedeva il mantenimento del monopolio detenuto dalla SIAE, ha alla fine prevalso sulle altre. La discussione divise trasversalmente le diverse formazioni politiche. L'Autorità Garante per il Mercato e la Concorrenza sosteneva che la mancata apertura del mercato di gestione dei diritti d'autore avrebbe ostacolato la crescita del settore e lo avrebbe danneggiato dal punto di vista economico. Con queste motivazioni, l'AGCM ha trovato l'occasione per contrastare la concessione del monopolio alla SIAE e il punto di partenza per dare in mano alla concorrenza l'attività di intermediazione. A favore del mantenimento del monopolio della SIAE c'erano la sua funzione di contribuire al progresso culturale ed allo sviluppo sociale, pur mantenendo la diversità culturale italiana. Un'altra considerazione era che la frammentazione del mercato dovuta all'entrata in gioco di altri operatori, magari anche stranieri, riduceva la parte di gestione in mano all'Italia⁴⁴.

Il Governo italiano, nel recepimento della direttiva, ha optato per il mantenimento del monopolio da parte della SIAE. La direttiva è un atto normativo definito 'gentile', perché in effetti lascia a ciascun Stato Membro libertà di recepimento entro un certo limite e poi perché deve sottostare a Trattati che comunque si rendono disponibili a dialogare educatamente con i vari principi base della costituzione degli Stati Membri. Questa direttiva non esclude l'instaurarsi di una concorrenza a livello europeo e nemmeno a livello nazionale⁴⁵. Perciò viene a porsi la questione di adottare a livello nazionale un modello di monopolio che si adatti a supportare una concorrenza di mercato sovranazionale. La SIAE esercita in Italia funzioni di interesse pubblico perché

⁴⁴ MAZZIOTTI, *Luci e ombre nel decreto legislativo di attuazione della direttiva "Barnier" in Il diritto industriale*.

⁴⁵ SARTI, *Concorrenza e level playing field europeo nella gestione collettiva dei diritti d'autore e connessi* in Nuove leggi civili commentate.

è correlata al lavoro creativo e intellettuale che conferisce dignità all'individuo, quindi acquisisce il valore di diritto fondamentale. Una remunerazione adeguata per valore di mercato e per dignità viene concessa all'autore come riconoscimento del lavoro in quanto frutto del proprio ingegno⁴⁶. A questo proposito è stato istituito anche il sistema di gestione collettiva italiano, il quale assicura tutela e remunerazione a tutti gli autori che con il loro lavoro arricchiscono il patrimonio culturale collettivo all'insegna del pluralismo, della diversità e dell'identità nazionale. L'ordinamento prevede anche il riconoscimento della libertà dell'individuo di mostrare la sua personalità. Per questo è stato inserito il diritto patrimoniale d'autore tra i diritti che hanno valore anche esistenziale.

In Italia, il recepimento della direttiva Barnier è stato tortuoso, tanto che la prima applicazione⁴⁷ è giunta in ritardo di circa un anno rispetto i termini fissati dal legislatore europeo⁴⁸. Infatti, è stata necessaria una revisione a stretto giro temporale con il d.lgs 148/17. Per sollecitare l'intervento legislativo si è adoperata anche l'AGCOM (l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) che il 01 giugno 2016 ha trasmesso un parere al Parlamento e al Governo “sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multi territoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno”⁴⁹.

L'intervento del presidente AGCOM è stato necessario per avviare l'aggiornamento delle discipline nazionali, inadeguate al nuovo contesto tecnologico, senza considerare confini nazionali ma agendo nella direzione di un mercato unico per la gestione collettiva del diritto d'autore: «il valore e la ratio stessa dell'impianto normativo europeo risultano gravemente compromessi dalla

⁴⁶ CONTINI, GALLI, *Collecting societies e SIAE: con il d.l. 148/2017 un altro passo verso una vera liberalizzazione* in Web & Tech.

⁴⁷ DECRETO LEGISLATIVO 15 marzo 2017, n. 35 - Attuazione della direttiva 2014/26/UE sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multiterritoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno;

⁴⁸ direttiva 2014/26/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 26 febbraio 2014 sulla gestione collettiva dei diritti d'autore e dei diritti connessi e sulla concessione di licenze multiterritoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno;

⁴⁹ <https://agcm.it/media/dettaglio-notizia?id=ff4cee62-f5b9-49fd368c6878222a63f&parent=News&parentUrl=/media/news>

presenza, all'interno dell'ordinamento nazionale, di una disposizione ormai isolata nel panorama degli ordinamenti degli stati membri»⁵⁰.

L'AGCOM ha riaffermato così quei principi di libertà d'iniziativa economica e di libertà di scelta alla stregua dell'idea di pluralismo presente nella Direttiva e ammoniva sul fatto che il testo al tempo in discussione in Parlamento non appariva conforme a questi principi, ancor più grave rilevando che in materia di diritti connessi il Parlamento era già intervenuto nel 2012⁵¹.

L'AGCOM ha affermato quindi non solo quei principi di trasparenza e analiticità delle rendicontazioni presenti nella legislazione europea ma ha chiesto la revisione del ruolo totalizzante di SIAE, ad esempio approfondendo i compiti di accertamento e percezione dei compensi o di vigilanza «in quanto idonee a porre la stessa in una posizione di privilegio che potrebbe tradursi in un ostacolo allo sviluppo concorrenziale dell'attività di intermediazione oggetto di liberalizzazione». Le preoccupazioni dell'AGCOM e di parte della dottrina si sono rivelate fondate quando il d.lgs 35/2017 ha sostanzialmente confermato il monopolio di SIAE: l'articolo 4 del decreto in commento infatti afferma la libertà di scelta «fatto salvo quanto disposto dall'articolo 180, della legge 22 aprile 1941, n. 633, in riferimento all'attività di intermediazione di diritti d'autore»⁵².

La sezione I del Capo II, dall'articolo 4 all'articolo 8, riprende in gran parte i contenuti riguardanti principi generali e le norme di adesione di membri e non membri ad eccezione del già citato mantenimento dell'articolo 180 e dell'altrettanto interessante articolo 8 in cui si riconosce esplicitamente la liberalizzazione in materia di diritti connessi, a condizione che i nuovi enti o società indipendenti assumano forma giuridica «che consenta, con riferimento agli organismi di gestione collettiva, l'effettiva partecipazione e controllo da parte dei titolari dei diritti» e che comunichino l'inizio della propria attività all'AGCOM, preposta a verificarne i requisiti⁵³.

⁵⁰ ALIPRANDI, *Siae: funzionamento e malfunzionamenti*, Ledizioni.

⁵¹ ALIPRANDI, *Siae: funzionamento e malfunzionamenti*, Ledizioni;

⁵² CONTINI, GALLI, *Collecting societies e SIAE: con il d.l. 148/2017 un altro passo verso una vera liberalizzazione in Web & Tech*;

⁵³ MENEGON, *L'intermediazione dei diritti d'autore. Perché il monopolio è costoso e inefficiente* in IBL Briefing Paper.

I contributi della letteratura, in particolare quello di Mazziotti, hanno aiutato ad inquadrare la vicenda dei diritti connessi in tale ambito che non sono da intendere come i diritti esclusivi di artisti interpreti esecutori o produttori di fonogrammi ma «si riferisce quindi alla negoziazione, riscossione e ripartizione dell'equo compenso previsto dagli artt. 73 e 73 bis LDA per la trasmissione radiotelevisiva, la comunicazione al pubblico via satellite e le utilizzazioni (anche senza scopo di lucro) nelle pubbliche feste danzanti, in pubblici esercizi e in occasione di qualsiasi altra pubblica esecuzione»⁵⁴.

Nella sezione II vengono invece riprese e trasposte, nel contesto italiano, le regolamentazioni riguardanti gli organi sociali e le loro modalità di funzionamento, prevedendo all'articolo 9 quattro organi in particolare: l'assemblea generale dei membri, l'organo di amministrazione, l'organo di sorveglianza e l'organo di controllo contabile. Si confermano quindi disposizioni quali la frequenza minima annuale delle assemblee (art. 10 co. 1), il meccanismo delle deleghe (art. 10 co. 9), il voto per via elettronico (art. 10 co. 8), un occhio di riguardo per i conflitti di interesse degli amministratori (art. 12 co. 2). Altre sezioni sostanzialmente coincidenti con il testo della direttiva sono quella sulla gestione dei proventi (sezione 3), sul rapporto con le altre organizzazioni e con gli utilizzatori (sezione 4) e sui nuovi standard di trasparenza e d'informazione (sezione 5).

Nella prima vengono quindi riprese i principi per cui i proventi dai diritti possono essere riservati solo alla distribuzioni ai titolari (art. 14) fatte salve le spese di gestione (art. 15), oltre all'introduzione del termine temporale di nove mesi dalla conclusione dell'anno finanziario (art. 17 comma 2); la seconda disciplina gli accordi di rappresentanza e i meccanismi di proventi e spese in tale casistica (art. 21) e gli strumenti delle licenze, in particolare dando garanzia di risposte veloci e anche per via elettronica (art. 22 co. 5) e includendo criteri equi per l'erogazione (art. 22 co. 3); infine la terza è dedicata a tutte le modalità e

⁵⁴ MAZZIOTTI, *Luci e ombre nel decreto legislativo di attuazione della direttiva "Barnier"* in *Il diritto industriale* 4/2017, 2017, pag. 349

tempistiche di comunicazione verso i titolari dei diritti, gli utilizzatori e il pubblico in generale⁵⁵.

Rilevante è il capo III riservato alle licenze multi-territoriali su opere musicali diffuse su reti di comunicazione elettronica online che conferma la peculiarità del mercato digitale e la facoltà di allargamento del raggio d'azione di un organismo di gestione collettiva per tali utilizzazioni, con la pretesa verso gli enti di standard tecnologici e amministrativi adatti.

Infine, il capo IV mette in evidenza il ruolo dell'AGCOM a cui sono affidati poteri di vigilanza «esercitando poteri di ispezione e di accesso ed acquisendo la documentazione necessaria» (art. 40 co. 1), oltre a essere un centro di riferimento per reclami da parte di qualsiasi soggetto coinvolto (art. 40 co. 2) o per osservazioni e proposte (art. 44). I reclami possono anche essere attuati dagli iscritti direttamente alle società d'intermediazione ed è stato fissato un termine massimo di 45 giorni per la risposta nel caso di questioni sull'affidamento della gestione dei diritti, la revoca, le condizioni di adesione, la riscossione e la distribuzione degli importi (art. 38). Si può dunque affermare che il recepimento della direttiva Barnier è stata puntuale (quantomeno nei modi) ad eccezione però dell'aspetto, non certo secondario, dell'apertura del mercato a enti differenti da SIAE. Se l'idea originale era di migliorare le performance delle *collecting societies* in generale, in Italia queste disposizioni possono essere applicate solo a SIAE⁵⁶.

Rimane aperta la possibilità per i titolari di diritti di accordarsi con società collettive o enti di gestione indipendente stabiliti all'estero, i quali però dovranno necessariamente passare dall'ente monopolista per accedere al mercato italiano (ad esempio attraverso accordi di rappresentanza)⁵⁷. Parte della dottrina ha sollevato numerose perplessità su questa scelta conservatrice del legislatore che si ostina a mantenere un monopolio legale anche laddove è già stato dimostrato che eventualmente si formerebbe naturalmente una struttura centralizzata come

⁵⁵ SARTI, *Il d.lgs. n. 35/17 di attuazione della direttiva collecting: accesso al mercato, controlli e governance* in Nuove leggi civili commentate.

⁵⁶ VISCO, GALLI, *Il diritto della musica*, Hoepli, Milano.

⁵⁷ MAZZIOTTI, *Il monopolio SIAE e la Direttiva Barnier: come stanno davvero le cose* in Il diritto industriale.

in altri paesi d'Europa; questa situazione suscita ancor più perplessità alla luce delle parziali aperture fatte verso enti al di fuori dei confini italiani e all'eterogenea gestione dei diritti connessi la cui liberalizzazione avvenne nel 2012 con un decreto e dove convivono il vecchio monopolista (il nuovo IMAIE, Istituto Mutualistico per la Tutela degli Artisti Interpreti e Esecutori) e nuove società commerciali⁵⁸. La situazione italiana rimane con questo decreto un unicum nel panorama europeo tale da sollevare l'attenzione della Commissione europea che ha aperto una procedura di infrazione, evitata solo grazie all'impegno del Governo italiano nel modificare il testo, nonostante alcune difficoltà nell'organizzare tempi e modalità del nuovo intervento legislativo⁵⁹. Il legislatore italiano ha così adottato la disciplina correttiva con il già citato d.lgs 148/2017, significativamente intitolato "Disposizione urgenti in materia finanziaria e per esigenze indifferibili", ove trova spazio l'articolo 19, "Liberalizzazione in materia di *collecting* diritti d'autore", comprensivo di una serie di modifiche alla legge 633/1941. Tale intervento ha modificato l'originale articolo 180 aggiungendo «altri organismi di gestione collettiva di cui al decreto legislativo 15 marzo 2017, n. 35» ai soggetti che detengono l'esclusiva nell'attività di intermediazione, oltre a SIAE. Inoltre, al terzo comma, che una volta recitava «L'attività dell'ente si esercita altresì secondo le norme stabilite dal regolamento in quei paesi stranieri nei quali esso ha una rappresentanza organizzata», il riferimento non è più all'ente ma specificatamente alla SIAE. All'articolo 2 del decreto in commento si stabilisce che l'AGCOM verifichi i requisiti anche per questi organismi di gestione collettiva inseriti al comma 1. Infine, il comma 3 elimina, all'articolo 20 del d.lgs 35/2017 concernente gli accordi di rappresentanza, il riferimento agli organismi di gestione collettiva lasciando intatto invece quello agli enti di gestione indipendente; da ciò discende il fatto che quest'ultimi, che possono essere solo enti stranieri, per operare in Italia devono stringere un accordo con SIAE o con un altro organismo di gestione collettiva. Pur trattandosi di un'ulteriore apertura del legislatore, non si tratta

⁵⁸ MAZZIOTTI, *Luci e ombre nel decreto legislativo di attuazione della direttiva "Barnier" in Il diritto industriale*;

⁵⁹ MENEGON, *Siae, la Direttiva Barnier e una riforma in cerca d'autore* in IBL Focus, 2017, pag. 2.

ancora di una totale liberalizzazione: infatti questi enti di gestione collettiva inseriti tra i soggetti deputati all'esclusiva affianco alla SIAE, ai sensi del d.lgs 35/2017, sono «collettivi di natura non profit, precludendo l'esercizio di tali attività alle organizzazioni che rappresentano gli artisti in forza di mandati di natura commerciale, non collettiva»⁶⁰. Difatti il precedente decreto nelle disposizioni generali all'articolo 2 distingueva tra un organismo di gestione collettiva, controllata dai propri membri e senza fini di lucro, e gli enti di gestione indipendente, non detenuti direttamente o indirettamente dai titolari dei diritti, orientate alla remunerazione degli investimenti e che perseguono fini di lucro.

In definitiva l'iter normativo è, per ora, terminato con un'apertura ampia ma non massima del mercato dell'intermediazione del diritto d'autore. In dottrina si sono sviluppate posizioni contrapposte a commento di questo intervento di liberalizzazione: chi come Sarti ritiene che l'articolo 180 possa sopravvivere con la nuova direttiva, pur se applicato solo alle *collecting* italiane, chi come Contini e Galli considera la parziale liberalizzazione innanzitutto non compatibile con il principio costituzionale di uguaglianza e inoltre ancora «contraria al diritto della concorrenza e alle stesse disposizioni della Direttiva n. 2014/26/UE»⁶⁵, prospettando ulteriori procedure d'infrazione a carico dell'Italia. Ricapitolando, la legge originale del diritto d'autore è stata aggiornata da un decreto legislativo (il d.lgs 148/2017) che ha seguito altro intervento legislativo di poco precedente (il d. lgs.35/2017) di recepimento della Direttiva europea Barnier: la matassa giuridica che si è venuta a creare non è di facile analisi e rischia di presentare problemi di coordinamento tra le diverse norme; i contributi di Sarti⁶¹ aiutano a ridefinire alcune criticità emerse. Come già ravvisato a proposito della Direttiva, permangono le differenti discipline applicate a organismi di gestione collettiva e enti di gestione indipendente e, a livello nazionale, si aggiunge la questione dell'accesso al mercato da parte delle società d'intermediazione straniera⁶².

⁶⁰http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/dirittoCivile/2017-10-24/siae-luce-decreto-fiscale2018--siamo-giunti-termine-un-monopolio-165323.php?refresh_ce=1

⁶¹ SARTI, *L'abrogazione del monopolio SIAE (art. 180 l.a) nel contesto dell'attuazione della direttiva collecting* in NLCC 5/2018;

⁶² SARTI, *Il d.lgs 35/17 di attuazione della direttiva collecting: accesso al mercato, controlli e governance* in NLCC 6/2017.

L'articolo 8 del d.lgs 35/2017 delinea infatti alcuni requisiti per le *collecting societies* con alcuni dubbi sulla loro applicabilità verso soggetti non italiani anche se tale volontà è abbastanza chiara nel legislatore nazionale quando contempla tra le prerogative «la forma giuridica prevista dall'ordinamento italiano o di altro Stato membro dell'Unione europea»; si può anche argomentare con il criterio di territorialità dato che queste società straniere intendono operare con diritti relativi al territorio italiano. Nondimeno Sarti rileva la debolezza di questa posizione in relazione alla stessa Direttiva da cui il decreto trae ispirazione: questa non deve essere analizzata sotto la prospettiva di autorizzazioni concesse agli Stati dato che «in linea generale, comunque, l'assenza nella direttiva di riferimenti ad atti di licenza o autorizzazione fa venir meno la ragion d'essere per qualsiasi norma di efficacia transfrontaliera di simili atti» ma più sotto l'ottica dei sistemi di controllo, il vero fondamento dell'impianto legislativo della Direttiva. La disciplina europea riconosce come soggetto del controllo nazionale la *collecting society* nel luogo in cui ha sede⁶³, non assumendo così rilevanza altri luoghi in cui essa può trovarsi ad operare; da ciò deriva che la normativa nazionale, specialmente quella correlata ai poteri dell'AGCOM, è applicabile solo a soggetti con sede in Italia coerentemente con l'idea che l'autorità di controllo sia prossima ai centri decisionali. Un quesito simile si ripropone in seguito alla modifica dell'articolo 180 della LDA con il d.lgs. 148/17 e Sarti, alla ricerca del criterio internazionale privatistico che permetta di collegare la disciplina italiana a *collecting* e autori stranieri, semplicemente sposta il punto di osservazione dal decreto legislativo 35/17 all'articolo 180 ora mutato. Una prima opzione interpretativa può essere ricondotto a una sentenza del Tribunale di Milano del 2014 in cui si afferma l'inapplicabilità dell'articolo 180 LDA a soggetti stranieri basando tale risoluzione ermeneutica sul testo del successivo articolo 185 che confina il campo di applicazione agli autori italiani e alle opere di stranieri domiciliati in Italia se alla prima pubblicazione⁶⁴; in realtà lo stesso articolo 185 al comma 3

⁶³ SARTI, *Il d.lgs 35/17 di attuazione della direttiva collecting: accesso al mercato, controlli e governance* in NLCC 6/2017;

⁶⁴ A. MIGLIETTA, R. DE CARIA, E. ROSATI, *L'esclusiva legale della SIAE. Profili di diritto interno, comparato ed europeo* in Iuse Press.

rimanda a una successiva serie di articoli in cui si rinvia ai contenuti delle convenzioni internazionali le quali intendono proteggere tutte le creazioni senza discriminazioni. Una seconda possibile lettura si fonda sul principio di territorialità dei diritti intermediati secondo cui la disciplina è destinata a qualsivoglia diritto maturato nel territorio italiano. Innanzitutto «parrebbe artificioso immaginare che il criterio internazional-privatistico basato sulla territorialità dei diritti, implicitamente abrogato in sede di prima attuazione della direttiva, sia stato poi reintrodotta da una norma che lasciato inalterato l'impianto sistematico di questa attuazione»⁶⁵; inoltre data la profondità con cui l'articolo 180 LDA entra in aspetti significativi, già affermati precedentemente alla Direttiva Barnier e che non trovano spazio nella stessa direttiva come può essere il comma 5, è difficile immaginare un'applicazione dell'articolo a soggetti stranieri che quindi si trovino a rispettare tali disposizioni. Un'eventuale non ottemperanza provocherebbe il disconoscimento della *collecting* dall'attività di intermediazione, in contrasto con l'articolo 5 della Direttiva che garantisce libertà ai titolari nella scelta degli organismi di gestione collettiva, anche stranieri; è anche artificioso pensare che alcuni commi dell'articolo in commento siano riferibili a intermediari stranieri e altre esclusivamente a quelli italiani secondo differenti principi di collegamento. Come concluso nell'analisi precedente, il più congruo criterio di collegamento rimane il luogo di stabilimento della *collecting*. Ulteriori problematiche che emergono dalla normativa italiana riguardano il coordinamento tra essa e le regole di governance nazionali specialmente in caso di società lucrative, come se «il problema della gestione collettiva possa essere disciplinato in modo “neutrale” rispetto ai profili del diritto societario»⁶⁶ non preoccupandosi di un adattamento delle regole stabilite in sede comunitaria. Si evidenziano profili critici in merito al rapporto tra alcuni principi di fondo tra le regole societarie, come quello di fissità del capitale sociale o dell'uscita del socio, con la natura aperta dell'organismo di gestione collettiva; nella seconda fattispecie, ad esempio, può nascere un

⁶⁵ SARTI, *L'abrogazione del monopolio SIAE (art. 180 l.a) nel contesto dell'attuazione della direttiva collecting* in NLCC 5/2018, pag. 1061

⁶⁶ SARTI, *Il d.lgs 35/17 di attuazione della direttiva collecting: accesso al mercato, controlli e governance* in NLCC 6/2017, pag. 116

contrasto tra le norme che consentono la libertà di ritiro da parte dell'autore e la possibilità di rimanere socio da parte dello stesso soggetto, con il rischio che la *collecting* venga controllata da coloro che non hanno più diritti nel repertorio. Infine, si riscontrano scostamenti fra le funzioni tradizionalmente assegnate all'assemblea, estromessa da decisioni gestionali, e l'assemblea configurata dalla disciplina sulle società d'intermediazione a cui sono affidati innumerevoli compiti.

5. Il rapporto tra SIAE e i nuovi attori nel mercato

La SIAE non è considerata una pubblica amministrazione, ma si tratta di un ente pubblico economico privo di uno scopo di lucro e la sua economicità è volta a coprire solo i costi di gestione.

Il modello italiano, attraverso l'attribuzione alla SIAE di un monopolio, assicura la tutela all'artista del suo lavoro creativo intellettuale e del suo ingegno ed anche la promozione e la diffusione delle sue opere, sempre per favorire il progresso culturale collettivo⁶⁷.

Questo modello abbraccia anche il principio della porta aperta che serve a rendere possibile l'accesso al mercato per quante più opere possibile.

5.1 I nuovi attori nel mercato: Soundreef

La Soundreef nasce a Londra nel 2011 da un'idea di imprenditori italiani. Bisogna innanzitutto distinguere tra la società Soundreef LTD e Soundreef S.p.A: la seconda ha sede legale in Italia, nasce nel 2015 e produce la tecnologia necessaria a monitorare le riproduzioni; la prima, con sede legale a Londra e controllata dalla prima, è un ente di gestione indipendente, una figura

⁶⁷ GIANNACCARI A., *SIAE, gestione collettiva dei diritti e monopolio al vaglio antitrust*, Il Mulino;

riconosciuta nella Direttiva Barnier⁶⁸. Ai fini di questo elaborato si tratterà principalmente di quest'ultima in quanto soggetto deputato all'intermediazione del diritto d'autore ma bisogna comunque tenere presente anche la rilevanza di Soundreef S.p.A, in particolare per il ruolo nella qualità dell'offerta; da qui in poi si userà maggiormente la semplice nomenclatura Soundreef che verrà ulteriormente specificata solo per casi particolari. Soundreef LTD opera con circa 35.000 autori e editori in tutto il mondo, più della metà in Italia. L'obiettivo di Soundreef è quello di «offrire una valida alternativa alle tradizionali strutture di gestione collettiva dei diritti d'autore, combinando l'utilizzo di tecnologie innovative a un customer support personalizzato e accurato»⁶⁹; nel solco della liberalizzazione iniziata in sede europea, questo soggetto vuole dunque porsi come concorrente dei tradizionali organismi di gestione collettiva proponendo un'offerta migliore attraverso l'innovazione in un settore tradizionalmente rigido e restio a approcciare in modo positivo le novità. Nel tempo la popolarità di questo soggetto è cresciuta tanto che con il passare del tempo alcuni importanti artisti italiani, come ad esempio Enrico Ruggeri, Fedez e Gigi D'Alessio hanno scelto di usufruire dei servizi Soundreef, e nel febbraio 2017 al Festival di Sanremo, la principale kermesse canora italiana, erano presenti cinque artisti legati a Soundreef. Il primo servizio con cui si presenta a inizio 2012 è "Soundreef In-Store", l'offerta di licenze a titolari di esercizi commerciali, per poi aprirsi agli eventi live con il prodotto "Soundreef Life!" nel 2014 e dal 2017 ha allargato il suo raggio d'azione a varie tipologie di royalty. Ad oggi Soundreef tutela gli autori per la musica In-store, esibizioni live, radio e tv, online, stampa, eventi privati e collabora con BeatPick su licenze per film, pubblicità, video internet e gaming. Dal lato degli utilizzatori, l'offerta si differenzia per la personalizzazione del servizio e il continuo customer support: per quanto concerne il primo aspetto si può prendere come riferimento le diverse playlist tematiche (ad esempio breakfast & brunch, relax & spa, fitness & workout) messe a disposizione degli esercizi commerciali o la presenza di figure come i Music Supervisor destinate alla sonorizzazione e alla personalizzazione

⁶⁸ PRISCO F., *Diritto d'autore: finisce la guerra tra SIAE e Soundreef. Ecco cosa cambia*, in *ilsole24ore*;

⁶⁹ <https://soundreef.app.box.com/s/mk417uu7f5jz5g3m4awtwfdy5niam4ay/file/291694010944>

musicale di eventi; per il secondo aspetto sono rilevanti la convenienza, il supporto ai processi di iscrizione e acquisizione di licenze, la fornitura di garanzie e protezione legale gratuita. Dal lato degli autori Soundreef si fa forza di alcune interessanti soluzioni tecnologiche, come la tracciabilità e l'analiticità delle informazioni e conseguentemente delle rendicontazioni, oltre alla velocità dei pagamenti. Queste funzionalità sono raggiunte attraverso la digitalizzazione dei report e l'utilizzo di tecnologia avanzata, come quella di audio monitoring (utilizzata in modo incrociato con i tradizionali report compilati dai broadcaster) che permette di eseguire una scansione dei canali radio e tv del mondo in modo che l'autore comprenda quali sue opere vengono eseguite e dove. In questa direzione, è interessante la partnership siglata a inizio 2018 tra Soundreef e Youtube con la prima che è diventata la prima società d'intermediazione a rendicontare mensilmente le utilizzazioni delle opere sulla piattaforma di Google: grazie a tale accordo l'ente di intermediazione otterrà report riguardanti l'utilizzo delle opere da lei tutelata nei prodotti multimediali presenti su Youtube. Il rilievo di Soundreef come player del settore viene anche testimoniato da questi accordi strategici stipulati non solo con i soggetti più innovativi ma anche con quelli più tradizionali come SIAE, il rapporto con la quale verrà analizzato nel prossimo paragrafo, o Suisa, lo storico organismo di gestione collettiva svizzero con cui ha negoziato condizioni per le utilizzazioni multi-territoriali online⁷⁰. Pur mancando uno storico e una letteratura che analizzi criticamente punti di forza di debolezza dal punto di vista economico-funzionale del nuovo concorrente, è comunque possibile ottenere alcune indicazioni di massima: Soundreef si è imposta come un soggetto⁷¹ rilevante del settore e, pur SIAE vantando un'importanza storica che le procura un vantaggio non indifferente, in un'ottica di innovazione assume il ruolo del *first mover*. Agli occhi del pubblico ha assunto la figura della startup che ha sfidato i giganti del settore attraverso l'innovazione tecnologica e che ha costretto gli enti

⁷⁰ SANDEI C., *Blockchain, Big Data e diritto d'autore* in *Revista Rede de Direito Digital, Intellectual & Sociedade*;

⁷¹ Ai sensi dell'art. 41 Cost., "L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali".

tradizionali ad adeguarsi e a rincorrerla su tale piano; non a caso la modernizzazione dei processi del monopolista in termini di rendicontazione sono recenti e successivi all'ingresso in campo di Soundreef. Vi è anche una diversa filosofia di fondo tra i due modelli: coloro che si affidano al nuovo ente indipendente «abbandonano non solo la SIAE ma la gestione collettiva dei diritti nel suo complesso, vertendo il modello di gestione di Soundreef non su un'inverosimile condivisione dei repertori con i propri concorrenti ma sulla valorizzazione del singolo autore/artista e del proprio repertorio»⁷²; tale differenza si sostanzia sia dal punto di vista giuridico sia da quello del business in una maggiore frammentarietà e flessibilità nella tutela dei diritti con la predilezione per licenze più specifiche. Nonostante il vantaggio tecnologico e di offerta, rimangono delle limitazioni soprattutto per quanto concerne la capillarità della struttura che non è paragonabile a quella di SIAE, dotata di ispettori sparsi in tutto il territorio e per cui l'ente tradizionale non è al momento rimpiazzabile come riconosciuto dallo stesso CEO Davide D'Atri.⁷³

5.2 La querelle giudiziaria SIAE-Soundreef

Il percorso di Soundreef non è stato agevole ed essa si è imbattuta in numerosi scontri non solo a mezzo stampa ma anche giudiziari con SIAE o con soggetti correlati al monopolista. Effettivamente il nuovo concorrente ha iniziato la sua attività prima e durante le evoluzioni legislative che hanno poi definito la disciplina attuale operando quindi in uno spazio di ambiguità regolamentare; in realtà, anche successivamente alla nuova regolamentazione, questi conflitti non si sono placati se non recentemente attraverso un accordo tra le parti. Il primo tassello della querelle giudiziaria risale al 12 ottobre 2014 con la sentenza n° 48903 del Tribunale di Milano che ha legittimato l'attività della società londinese. Il procedimento nasce da un reclamo di un'artista e di una radio

⁷² MAZZIOTTI, *Il monopolio SIAE e la direttiva Barnier: come stanno davvero le cose?* in *Il diritto industriale* 1/2017, pag. 77.

⁷³ <https://www.wired.it/economia/business/2016/10/27/soundreef-startup-siae/>.

competente nella composizione di playlist per i centri commerciali che non riconoscono la regolarità di Soundreef ipotizzando una violazione dell'articolo 180 LDA con la conseguente necessità di dover operare solamente attraverso un accordo di rappresentanza con SIAE e il mancato rispetto dei requisiti previsti anche per l'attività di intermediazione dei diritti connessi degli artisti interpreti e esecutori, stabiliti con decretazione nel 2012. Nella sua difesa, Soundreef ha sottolineato come il monopolista non abbia mai contestato la sua attività in sede giudiziale e successivamente ha sostenuto di operare esclusivamente da Londra, licenziando eventualmente soggetti stranieri che si affidano ad essa, per cui «eventuali restrizioni imposte dal diritto nazionale dovrebbero essere disapplicate in quanto tese ad una restrizione intracomunitaria del mercato»⁷⁴. Un ulteriore argomento, condiviso dal Tribunale milanese, riguarda la limitatezza del mercato attribuibile all'azienda londinese rispetto al monopolista: la quota attribuibile alla prima era del 2% a fronte del quasi intero mercato controllato dalla seconda. Nella deliberazione finale il Collegio ha in primo luogo escluso comportamenti scorretti da parte di Soundreef e ha poi affermato la mancanza di elementi per determinarne l'illeceità nel territorio italiano ai sensi dell'articolo 180 LDA e l'obbligo di intermediazione da parte di SIAE risulterebbe in contrasto con i fondamenti comunitari. È stata inoltre contestato il principio sostenuto dal monopolista per cui le *collecting societies* straniere possano agire in altre nazioni solo in luogo di accordi di rappresentanza in quanto «quest'ipotesi si pone come facoltà rimessa alle parti, ma non come obbligo»⁷⁵; anche l'assenza dei requisiti per assumere il ruolo di intermediazione nel campo dei diritti connessi non è stata provata. Nel 2016 Soundreef è stata riconosciuta dal *Intellectual Property Office* del Regno Unito ufficializzando la sua costituzione come entità di gestione indipendente, la prima in Europa; le aperture in sede internazionale non sono state accompagnate da altrettante in Italia dato anche il ritardo nel recepimento della direttiva Barnier⁷⁶. Un secondo rilevante

⁷⁴ https://www.glp.eu/update/caselaw/att/2014-09-12_489032014_Tribunale_Milano_Soundreef_SIAE.pdf, pag. 7.

⁷⁵ https://www.glp.eu/update/caselaw/att/2014-09-12_489032014_Tribunale_Milano_Soundreef_SIAE.pdf, pag. 11.

⁷⁶ DE ANGELIS D., *La gestione individuale e collettiva del diritto d'autore alla luce del recepimento della Direttiva 2014/26/UE*, Stem Mucchi Editore.

episodio, più per il clamore mediatico che per l'effettivo impatto concreto nei rapporti tra Soundreef e SIAE, risale al luglio 2017 quando il Tribunale di Milano ha accolto un ricorso per decreto ingiuntivo nei confronti della società di promozione di un concerto dell'artista Fedez la quale aveva versato il corrispettivo per il diritto d'autore solamente a SIAE e non a Soundreef, a cui era invece iscritto l'autore. Un caso che si accumulava a molti altri in cui artisti di eventi live erano iscritti a diverse società d'intermediazione e i cui proventi non sempre rispettavano tale suddivisione anche «perché sviati e confusi da pratiche commerciali della SIAE»⁷⁷, secondo la società londinese. Dal canto suo il monopolista ha ribadito la sua esclusiva e il compito di incassare per tutte le opere che ha in tutela. Successivamente al secondo intervento legislativo del 2017, il d.lgs. 148/17, e la relativa apertura al mercato, l'attività di Soundreef ha trovato riconoscimento normativo ed ha condotto alla conclusione di un accordo tra Soundreef e l'ente no profit LEA (Liberi Editori Autori): a quest'ultimo è affidata la riscossione dei proventi da diritti d'autore nel territorio italiano incassando un aggio e d'altro lato usufruendo della tecnologia di Soundreef S.p.A. per assolvere alle sue funzioni. Questa soluzione da una parte ha permesso di rispettare il nucleo centrale della nuova disciplina normativa, ma dall'altra ha sollevato alcune controversie, specialmente da parte di SIAE, in merito all'assolvimento degli obblighi di trasparenza visto il particolare intreccio tra i due soggetti considerando anche la presidenza di LEA affidata a un membro del consiglio di amministrazione di Soundreef. A cavallo tra 2017 e 2018 si è assistito a un ulteriore capitolo della battaglia giudiziaria tra Soundreef e SIAE con il coinvolgimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato⁷⁸ (AGCM) che nell'aprile 2017 ha avviato un'istruttoria contro SIAE. Questo procedimento si è aperto dietro segnalazione di Soundreef e di altre imprese e artisti avente ad oggetto l'ipotizzata violazione della normativa antitrust da parte di SIAE⁷⁹. In particolare, sono state evidenziate condotte contro gli autori come

⁷⁷ https://www.corriere.it/spettacoli/17_luglio_25/scontro-diritti-d-autore-2acacce6-70a311e7-be1b-246fdb5746c.shtml.

⁷⁸ L'AGCM, nota anche come Antitrust, è un'autorità amministrativa indipendente italiana, responsabile della tutela della concorrenza a livello nazionale.

⁷⁹ PRISCO F., *Diritto d'autore: finisce la guerra tra SIAE e Soundreef. Ecco cosa cambia*, in *ilsole24ore*;

richieste ingiustificate di pagamento e assenza di trasparenza, contro gli utilizzatori come richieste ingiustificate di compensi e discriminazioni, contro altre società d'intermediazione non permettendo la loro possibilità di accedere direttamente al mercato italiano ma solo attraverso accordi di rappresentanza. Inoltre oggetto del procedimento antitrust erano le attività dell'organizzatore di concerti Assomusica in quanto vigeva un rapporto privilegiato tra SIAE e questo soggetto il quale avrebbe goduto di «una riduzione sulla commissione normalmente corrisposta a SIAE dagli utilizzatori» e avrebbe predisposto linee guida che precludevano il coinvolgimento e il pagamento di *collecting* diverse dal monopolista; tale documento in particolare indicava come non legittima, ai sensi dell'articolo 180 LDA, la possibilità per un terzo di operare come intermediario e come unica soluzione alternativa all'autore quella di provvedere in prima persona alla raccolta dei proventi. Infine, si dimostra come questa linea di condotta sia prevalente dato che «dalla documentazione agli atti, infatti, risulta che gli organizzatori di eventi musicali dal vivo, almeno dalla metà del 2016, rifiutano il pagamento dei diritti spettanti agli autori del repertorio della *collecting* Soundreef Ltd» a causa degli indirizzi di Assomusica. Nella sua valutazione finale, l'AGCM sottolinea come le azioni sopra riportate possono comportare la configurazione delle fattispecie di abuso di posizione dominante e intesa restrittiva della concorrenza, con particolare riferimento alle attività generali di SIAE finalizzate a «una complessiva strategia abusiva posta in essere da SIAE al fine di estromettere i concorrenti dai mercati italiani di riferimento» e riconducibili a tutte quelle condotte come bundle dei diritti, politiche di pricing non trasparenti, limiti posti ai possibili concorrenti⁸⁰. Inoltre, l'AGCM rilevava che l'accordo con Assomusica costituisse un'intesa anticoncorrenziale. Come risposta all'avvio dell'indagine, Assomusica, pur non volendo assumere una posizione rispetto agli addebiti imputatigli, ha ritirato le linee guida lasciando autonomia agli associati nella scelta. Nel 2018 l'AGCM (decisione A508 del 25 settembre 2018) ha dato risultanza dell'istruttoria confermando che, almeno dal 2012, il monopolista ha messo in atto una strategia rivolta al disturbo e contrasto

⁸⁰ GIANNACCARI A., *SIAE, gestione collettiva dei diritti e monopolio al vaglio antitrust*, Il Mulino;

dei concorrenti, consistente anche in «un assiduo monitoraggio delle attività svolte in Italia e all'estero da Soundreef Ltd» continuato anche successivamente la nascita di LEA. Nella sezione riservata alle condotte nei confronti degli utilizzatori si afferma che il monopolista ha continuamente ostacolato l'attività di Soundreef agli occhi degli utilizzatori, ha aumentato il controllo verso gli utilizzatori che dichiaravano l'utilizzo del repertorio dell'azienda londinese; in aggiunta in caso di esibizioni dal vivo ha dapprima richiesto l'intero incasso per poi rimetterlo all'utilizzatore nella quota dei diritti non di sua competenza ma diffidandolo dal rispettare le licenze con Soundreef, mentre in un secondo momento (da inizio 2017) ha preferito percepire la totalità dei proventi per versarli lei direttamente agli autori non iscritti al termine del proprio processo interno di rendicontazione e ripartizione. In conclusione, la decisione di AGCM ha riconosciuto l'apposizione di limitazioni a offerte differenti per la gestione del diritto d'autore e all'intermediazione di autori non iscritti a SIAE, oltre all'applicazione di una sanzione amministrativa a SIAE obbligata a termine tali comportamenti distorsivi. Questa situazione conflittuale dovrebbe essersi conclusa definitivamente nell'aprile 2019 con un accordo tra le parti in questione, ossia SIAE, LEA e Soundreef⁸¹. Fondamentalmente i tre soggetti si riconoscono come concorrenti e rinunciano alle cause pendenti. Entrando nel dettaglio, il monopolista riconosce la legittimità di LEA nello svolgimento del suo compito a favore di Soundreef e la necessità di completare una doppia licenza qualora siano presenti opere o artisti appartenenti a diverse collecting in quanto il pagamento esclusivo a SIAE non sarà più esaustivo nell'adempimento del pagamento del diritto d'autore e non sarà necessario un accordo di rappresentanza per accedere ai propri proventi maturati in Italia; si afferma anche che ogni soggetto si impegnerà a gestire la quota dei diritti affidata dal titolare escludendo «regole sulla comunione dei diritti sulla singola opera e a prescindere da qualsivoglia eventuale intesa tra editori e autori». Le parti s'impegnano inoltre a modificare entro il 30 giugno 2019 i propri statuti o regolamenti al fine di accogliere le nuove regole operative necessarie a garantire il rispetto del

⁸¹PRATTICO' A., *Il recepimento della Direttiva 2014/26/UE e la nuova disciplina delle società di gestione collettiva* in Rivista di diritto delle arti e dello spettacolo;

nuovo accordo e facilitare la comprensione del nuovo contesto a autori o utilizzatori. In definitiva questo accordo segna un cambiamento importante per il diritto d'autore italiano che, anche se non raggiunto in sede normativa ma attraverso un'intesa privata tra attori del mercato musicale nazionale, indica una strada verso la liberalizzazione completa del settore.

CAPITOLO II

I principali metodi di valutazione dell'IP: la normativa e i metodi

1 Il Ruolo Dei Principi Contabili Internazionali IAS 36 E IAS 38 nella Determinazione Contabile delle Attività Immateriali.

L'obiettivo di chiunque⁸² abbia la responsabilità di gestire una risorsa è aumentare il valore di quella risorsa (o almeno non diminuirne il valore). Per fare ciò, un manager deve avere una chiara comprensione degli elementi che guidano il valore.

In generale, la necessità di servizi di valutazione della proprietà intellettuale sorge quando sono necessarie ulteriori informazioni specifiche sulla proprietà intellettuale a fini gestionali⁸³.

In genere, i servizi di valutazione sono forniti da un professionista specializzato nella valutazione. La ragione di ciò è che i principi e le tecniche di valutazione non sono generalmente noti e perché, nella maggior parte dei casi, è utile avere un'opinione di valore prodotta da un'entità indipendente che abbia esperienza nella proprietà del soggetto (ad esempio immobili, impianti di produzione o unità, hardware, proprietà intellettuale).

In generale, ogni volta che si acquisisce o si vende un oggetto immobiliare (immobili, terreni, stabilimenti di produzione (beni immobili) o un'auto, cibo, mobili, attrezzature, hardware (proprietà mobile), è necessario conoscere il suo valore. Conoscere il valore di una proprietà è necessario per negoziare la transazione⁸⁴ (vendita o acquisto o affitto/leasing).

A differenza della maggior parte delle proprietà tangibili, il valore della proprietà intellettuale dipende molto più dal livello del suo utilizzo e dai benefici che può generare per il suo proprietario.

⁸² Manager o proprietario;

⁸³ M. S. SPOLIDORO, *Il risarcimento del danno nel codice della proprietà industriale. Appunti sull'art. 125 C.P.I.*, in Riv. dir. ind., 2009, 3, 149;

⁸⁴ L.C. UMBERTAZZI, *Digesto delle discipline privatistiche-sezione commerciale*, Utet, Torino, 2010.

Quando si parla del valore dei beni della proprietà intellettuale (compresi i diritti di proprietà intellettuale), si dovrebbe sempre ricordare che gli attivi IP esistono in virtù della protezione dalla legge⁸⁵ - se le attività immateriali non si qualificano per essere protette dalla legge, sono considerate generalmente come attività immateriali o capitale intellettuale.

Per avere valore, le risorse IP devono essere:

- identificabili e distinguibili dalle altre attività di un'azienda;
- in grado di produrre benefici continui per l'azienda;
- protetti e non liberi nel dominio pubblico;
- trasferibili da un venditore ad un acquirente.

Tutti gli IPR di qualsiasi tipo richiedono un po' di attenzione. Al fine di beneficiare della sua proprietà, come qualsiasi altra proprietà, la proprietà intellettuale deve essere identificata e utilizzata, e il suo valore aumenta quando viene adeguatamente mantenuto e sviluppato. Una buona gestione suggerisce che gli IPR più preziosi all'interno di un'azienda dovrebbero ricevere la maggior parte delle risorse. La valutazione diventa quindi uno strumento efficace per l'allocazione delle risorse aziendali⁸⁶.

Lo scopo principale dello sfruttamento dei IPR è ottenere un vantaggio economico⁸⁷, quindi monetizzazione. Va ricordato che il vantaggio economico è un importo netto. Può essere rappresentato da aumenti delle entrate o diminuzioni dei costi, o entrambi. La proprietà dei diritti di proprietà intellettuale non comporta automaticamente la monetizzazione, né crea un diritto a benefici economici. È essenziale riconoscere che la proprietà dei diritti di proprietà intellettuale non è esente da costi. Anche se il *copyright* di solito non è soggetto a registrazione e/o spese periodiche (come altri diritti di proprietà intellettuale come brevetti e marchi) e di solito non richiede lo stesso livello di costi legali per stabilire i diritti di proprietà intellettuale, un po' di diligenza deve essere esercitata al fine di assicurare la sua protezione - (ad esempio il monitoraggio di

⁸⁵ E. DI SABATINO, *Proprietà intellettuale, risarcimento del danno e restituzione del profitto*, in Resp. civ., 2009, 5, 442, in <http://www.bugnion.it>;

⁸⁶ LAMBOGLIA R., *La componente immateriale e organizzativa del sistema di controllo aziendale: una proposta di analisi e misurazione delle condizioni di efficacia*, Giuffrè;

⁸⁷ D. COLUCCIA, *L'economia dei beni immateriali. Riflessi sul governo aziendale e problemi di valutazione, di bilancio e di rendicontazione volontaria*, Giappichelli

possibili violazioni) e che richiede un certo sforzo umano ad un certo costo. Una valutazione fornirà informazioni utili sui rapporti costi-benefici associati ai diritti di proprietà intellettuale.

La necessità più comune delle valutazioni delle attività si riferisce al supporto delle transazioni di vario tipo. In sostanza, una valutazione è una transazione virtuale. Quando effettuiamo una valutazione, si sta tentando di stimare il prezzo che deriverebbe da una transazione negoziata tra un acquirente disposto e un venditore disponibile. Che si tratti di un acquirente disposto o di un venditore disponibile, l'informazione acquisita in una valutazione è molto utile come preparazione a una transazione effettiva⁸⁸. Una ricerca di mercato darà alcune idee sull'esistenza di potenziali acquirenti disposti e forse anche sul prezzo che questi compratori disposti sarebbero disposti a pagare.

Sempre più spesso, i diritti di proprietà intellettuale vengono accettati come garanzia per il finanziamento.

Ciò è particolarmente vero quando i diritti di proprietà intellettuale sono maturi e hanno alcune "tracce" rappresentate da un flusso di entrate positivo.

Anche la cartolarizzazione degli IPR sta diventando più comune. In generale, ciò implica la vendita di titoli (cioè obbligazioni) che forniscono un rendimento di investimento basato sul flusso di reddito futuro dei diritti di proprietà intellettuale sottostanti.

Il calcolo tradizionale dei danni⁸⁹ è quello di sottrarre il valore di mercato dopo il presunto evento dannoso dal valore di mercato prima del presunto evento dannoso. La differenza è una quantificazione e i danni subiti. Questo è un metodo che è stato impiegato per calcolare i danni in una situazione di violazione⁹⁰ del *copyright*.

Molto spesso ci sono molteplici opportunità di sfruttamento per i diritti di proprietà intellettuale; poiché potrebbero sovrapporsi, deve essere fatta una scelta tra di loro su quale sarebbe il più vantaggioso.

⁸⁸ GIULIANI M., *La valutazione del capitale intellettuale*, FrancoAngeli;

⁸⁹ V. DI CATALDO, *Compensazione e deterrenza nel risarcimento del danno da lesione di diritti di proprietà intellettuale*, in *Giur. comm.*, 2008, II, 198;

⁹⁰ R. BICHI, *La liquidazione del danno da contraffazione e le prospettive riconosciute dall'art. 125 del d.lgs. 10 febbraio 2005, n. 30*, in *Riv. dir. ind.*, 2005, I, 390; A. GENOVESE, *Il risarcimento del danno da illecito concorrenziale*, Napoli, 2005.

In genere, le domande economiche che si presentano in una transazione di licenza si concentrano sui diritti d'autore o su altri pagamenti da ricevere per l'uso specifico dei diritti di proprietà intellettuale⁹¹. Anche se questo non è un problema specifico di valutazione, i principi di valutazione sono utili per confrontare schemi di compensazione alternativi.

Gli accordi di joint venture⁹² spesso implicano il commercio di qualche tipo di diritti di proprietà intellettuale per una posizione debitoria o patrimoniale nell'impresa di joint venture. Una valutazione dell'oggetto dei diritti di proprietà intellettuale sarebbe essenziale per le parti in tale transazione.

Le fusioni e le acquisizioni si concentrano in genere attorno al valore di mercato del portfolio totale di attività che comprende l'impresa target⁹³. Nella nostra esperienza, il valore delle singole attività all'interno di un portfolio non è di solito un problema. Tuttavia, a volte accade che determinati diritti di proprietà intellettuale possano essere il vero obiettivo di un'acquisizione e in tal caso il loro valore diventa essenziale per la transazione.

Come già detto, il diritto d'autore è, nella maggior parte dei casi, un diritto internazionale automatico che è conferito al suo autore dal momento stesso in cui un lavoro è fissato in un mezzo di espressione tangibile.

Non è necessario stabilire il valore monetario del lavoro, fino a quando non si decide di monetizzarlo.

In alcuni casi, come i contratti tra un autore e un editore, all'autore viene offerto un compenso anticipato per il lavoro che lui/lei creerà e l'editore pubblicherà e distribuirà. Tuttavia, tale remunerazione non rappresenta il valore del lavoro, che sarà influenzato da molti altri fattori, come l'interesse/soddisfazione del pubblico (utenti, consumatori, ecc.), le dimensioni del mercato, l'accesso facile e il prezzo per il valore, ecc. In linea di principio, il valore di un diritto di proprietà intellettuale aumenta con il suo uso⁹⁴.

⁹¹ D. COLUCCIA, *L'economia dei beni immateriali. Riflessi sul governo aziendale e problemi di valutazione, di bilancio e di rendicontazione volontaria*, Giappichelli

⁹² HENNART J.-F., *A Transaction Cost Theory of Equity Joint Ventures. Strategic Management Journal*, 9, 361-74, 1988;

⁹³ BERG S. D., *Joint venture strategies and corporate innovation*. Cambridge: Gunn&Hain Publishers, 1982;

⁹⁴ G. GALTIERI, *La protezione internazionale delle opere letterarie e artistiche e dei diritti connessi*, Cedam, Padova 1989.

2. I diritti IP nella rendicontazione finanziaria

È utile osservare le ipotesi che sono alla base della preparazione dei rendiconti finanziari al fine di essere in grado di valutare in quale misura tali informazioni siano utili per identificare o valutare i diritti di proprietà intellettuale⁹⁵.

In prospettiva, si può illustrare graficamente le informazioni contenute in un tipico bilancio finanziario, diviso in due componenti - attività e passività:

ATTIVITA' CORRENTI → IMMOBILI E ATTREZZATURE → ALTRE
ATTIVITA' → BENI IMMATERIALI
PASSIVITA' CORRENTI → DEBITO A LUNGO TERMINE →
PATRIMONIO AZIONARIO.

In una visione alternativa, bisogna anche riconoscere che ogni impresa commerciale è costituita da un portfolio di attività che comprende attività monetarie, tangibili e intangibili, compresi i diritti di proprietà intellettuale.

Oggi, il portfolio di beni immateriali è la principale (e molto spesso l'unica) fonte di redditività e vantaggio competitivo per molte imprese. Interi settori industriali sono costruiti su beni intangibili (bancari, finanziari, tutti i tipi di servizi, intrattenimento, software) e in particolare la proprietà intellettuale, compresi i diritti d'autore - l'industria IT e software, musica, film, intrattenimento, media⁹⁶, ecc. Inoltre, gli investitori, i finanziatori, le agenzie governative e le autorità fiscali hanno sempre più bisogno di comprendere meglio la natura e il valore dei beni immateriali all'interno di un'impresa commerciale.

C'è anche una quantità sempre crescente di commercio nei diritti di proprietà intellettuale attraverso i confini aziendali e nazionali⁹⁷. Pertanto, l'aggregazione di beni immateriali e proprietà intellettuali riconoscibili che una volta erano

⁹⁵ "Contabilità per lo studio di ricerca n. 10" Stamford, American Institute of Certified Public Accountants, Inc

⁹⁶ Per maggiori dettagli sul ruolo dei diritti di proprietà intellettuale nei settori creativi, consultare gli studi di Wipo sul contributo economico delle industrie del copyright - www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/economic_contribution_analysis_2012.pdf

⁹⁷ Principi Italiani di Valutazione 2015, OIV, Milano, parr. III.5. ss.

descritti collettivamente come "buona volontà" è divenuta molto più importante e il termine "buona volontà" è sopravvissuto in larga misura alla sua utilità.

Come risultato del progresso della tecnologia e dei rapporti commerciali globali, si è sviluppata una significativa discontinuità tra i beni aziendali e il modo in cui essi sono segnalati per soddisfare gli standard contabili e le attività che sono riconosciuti da investitori e imprenditori come valore totale della loro impresa.

Si può illustrare questo come segue:

ATTIVITA' CORRENTI → IMMOBILI E ATTREZZATURE → ALTRE
ATTIVITA' → BENI IMMATERIALI
PASSIVITA' CORRENTI → DEBITO A LUNGO TERMINE →
PATRIMONIO AZIONARIO

Il patrimonio netto di un'impresa è considerato dagli azionisti in termini di valore corrente di mercato e non di costi registrati in bilancio⁹⁸. In circostanze normali, il valore di tale patrimonio è superiore al suo costo. Si ritiene che il valore maggiore del patrimonio netto degli azionisti rappresenti l'importo aggiuntivo che gli investitori azionari vedono e accumulano nel prezzo che sono disposti a pagare e che, a loro volta, sostiene il riconoscimento del valore aggiuntivo delle attività immateriali all'interno dell'impresa. In sostanza, si sta osservando una differenza di opinione sul valore dell'impresa osservato dagli azionisti e quello riconosciuto in bilancio. Questa discontinuità è stata prevalente per molto tempo, ma la differenza è diventata più evidente in quanto il valore dell'azienda diventa sempre più dipendente dal successo dello sfruttamento di beni immateriali che includono i diritti di proprietà intellettuale⁹⁹.

Mentre questa discontinuità stava crescendo, l'aumento delle transazioni commerciali e finanziarie globali ha messo in evidenza la crescente necessità di alcuni elementi comuni nei bilanci. È diventato sempre più importante per le aziende, gli investitori, finanziatori e governi essere in grado di poter 'parlare la stessa lingua' rispetto ai bilanci. Questo è particolarmente vero per le imprese che potrebbero aver bisogno di accedere ai mercati dei capitali che sono diventati

⁹⁸ R. APRILE, *I sistemi contabili patrimoniali e del reddito tra fondamenta teoriche e riflessi operativi*, Controllo di Gestione, 2020;

⁹⁹ D. COLUCCIA, *L'economia dei beni immateriali. Riflessi sul governo aziendale e problemi di valutazione, di bilancio e di rendicontazione volontaria*, Giappichelli.

sempre più di portata internazionale e dovrebbero continuare in quella strada. Il commercio internazionale era diventato una nuova torre di Babele di norme contabili nazionali e di standard di rendicontazione finanziaria.

Nel 2001 sono stati costituiti l'International Accounting Standards Committee (IASC) Foundation e l'International Accounting Standards Board (IASB). Il loro obiettivo era, in parte:

"... sviluppare, nell'interesse pubblico, un unico insieme di alta qualità, standard contabili globali comprensibili e applicabili che richiedono un livello elevato di informazioni di qualità, trasparenti e comparabili nei rendiconti finanziari e in altre relazioni finanziarie per aiutare i partecipanti ai mercati dei capitali mondiali e ad altri utenti a prendere decisioni economiche¹⁰⁰ ...".

Nel frattempo, sono stati sviluppati gli International Financial Reporting Standards (IFRS). Questi sono ora in uso in oltre 100 paesi. Parecchi grandi paesi con sistemi di contabilità di lunga data, come gli Stati Uniti, stanno lavorando per far convergere i loro sistemi contabili con gli IFRS, e sono vicini a farlo. Sebbene questi IFRS non abbiano completamente affrontato la discontinuità di cui sopra, hanno introdotto una serie di requisiti di valutazione ed è necessario per le direzioni aziendali, molte delle quali gestiscono SMEs, e che hanno la responsabilità della conformità, per comprendere questi requisiti e gli strumenti che sono stati messi in atto¹⁰¹.

Gli IFRS sono documenti voluminosi che coprono tutti gli aspetti dell'informativa finanziaria e una revisione completa va oltre la portata di questo rapporto. Inoltre, molte delle più recenti modifiche agli IFRS sono state innescate dalle difficoltà nella valutazione e nella contabilizzazione degli strumenti finanziari complessi che sono venuti fuori dalla recente recessione economica. Limiteremo la nostra discussione a quegli aspetti dell'IFRS che riguardano le attività immateriali e più specificatamente ai diritti di proprietà intellettuale nelle industrie creative¹⁰².

¹⁰⁰ IFRS for SMEs'', International Accounting Standards Board, 2009

¹⁰¹ MARCHI L., POTITO L., *L'impatto dell'adozione degli IAS/IFRS sui bilanci delle imprese italiane quotate*, Franco Angeli;

¹⁰² RICOLFI, M., *Making Copyright Fit for the Digital Agenda*, paper per 12th EIPIN Congress 2011.

2.1 L'ambito applicativo del Principio IAS 36 e la determinazione del valore recuperabile.

La finalità del Principio IAS 36 è di individuare i principi che l'entità applica per assicurarsi che le proprie attività siano iscritte a un valore non superiore a quello recuperabile¹⁰³. Un'attività è iscritta in bilancio a un valore superiore a quello recuperabile se il suo valore contabile eccede l'importo che può essere ottenuto dall'utilizzo o dalla sua vendita¹⁰⁴. In queste circostanze, si afferma che l'attività ha subito una riduzione di valore e il Principio richiede che l'entità rilevi una perdita di valore.

Esso deve essere applicato nella contabilizzazione delle riduzioni di valore di tutte le attività, eccetto che per:

- a) rimanenze (cfr. IAS 2 Rimanenze);
- b) attività derivanti da contratto e attività derivanti dai costi sostenuti per l'ottenimento o l'esecuzione del contratto rilevate conformemente all'IFRS 15 Ricavi provenienti da contratti con i clienti;
- c) attività fiscali differite (cfr. IAS 12) Imposte sul reddito);
- d) attività derivanti da benefici per i dipendenti (cfr. IAS 19 Benefici per i dipendenti);
- e) attività finanziarie che rientrano nell'ambito di applicazione dell'IFRS 9 Strumenti finanziari;
- f) investimenti immobiliari che sono valutati al fair value (valore equo) (cfr. IAS 40 Investimenti immobiliari);
- g) le attività biologiche connesse all'attività agricola che rientrano nell'ambito di applicazione dello IAS 41 Agricoltura e sono valutate al fair value (valore equo) al netto dei costi di dismissione;

¹⁰³ ALLEGRINI M., GIANNETTI R., LATTANZI N., LAZZINI S., *Elementi di bilancio e di management. Strumenti manageriali per il governo economico dell'azienda. Volume II*, Giappichelli;

¹⁰⁴ D'ONZA G., MARCHI L., *La revisione del bilancio principi, metodi e procedure*, Giappichelli.

h) costi di acquisizione differiti e attività immateriali derivanti dai diritti contrattuali dell'assicuratore in contratti assicurativi che rientrano nell'ambito dell'IFRS 4 Contratti assicurativi; e

i) attività non correnti (o gruppi in dismissione) classificate come possedute per la vendita in conformità all'IFRS 5 Attività non correnti possedute per la vendita e attività operative cessate.

Non si applica alle rimanenze, alle attività derivanti da lavori su ordinazione, alle attività fiscali differite, alle attività relative a benefici per dipendenti o ad attività classificate come possedute per la vendita (o incluse in un gruppo in dismissione classificato come posseduto per la vendita) poiché i Principi esistenti applicabili a questi tipi di attività già contengono specifiche disposizioni per la rilevazione e per la valutazione delle sopra menzionate attività¹⁰⁵.

Lo IAS 36 non è applicabile alle attività finanziarie rientranti nell'ambito di applicazione dell'IFRS 9, agli investimenti immobiliari valutati al *fair value* (valore equo) secondo quanto previsto dallo IAS 40, o alle attività biologiche correlate alle attività agricole valutate al *fair value* (valore equo) al netto dei costi di vendita secondo quanto previsto dallo IAS 41¹⁰⁶. Tuttavia, il presente Principio si applica alle attività iscritte a un valore rideterminato, ossia il *fair value* (valore equo) alla data della rideterminazione del valore al netto del successivo ammortamento accumulato e delle successive perdite per riduzione di valore accumulate, in conformità ad altri IFRS, come il modello di rideterminazione del valore dello IAS 16 Immobili, impianti e macchinari e dello IAS 38 Attività immateriali. La sola differenza tra *fair value* (valore equo) dell'attività e *fair value* (valore equo) al netto dei costi di dismissione è rappresentata dai costi incrementali diretti attribuibili alla dismissione dell'attività¹⁰⁷.

Un'attività ha subito una riduzione di valore quando il suo valore contabile supera il suo valore recuperabile.

¹⁰⁵ ALLEGRINI M., GIANNETTI R., LATTANZI N., LAZZINI S., *Elementi di bilancio e di management. Il bilancio di esercizio. Principi, schemi e criteri di valutazione. Volume I*, Giappichelli;

¹⁰⁶ MARSIGALIA B., *Le operazioni di fusione tra soggetti IAS*, Edizioni Aracne;

¹⁰⁷ GIANNETTI R., *La riduzione strategica dei costi. La gestione dei cost driver per business model economicamente sostenibili*, pp. 1-149, Giappichelli;

L'entità deve valutare a ogni data di riferimento del bilancio se esiste una indicazione che un'attività possa aver subito una riduzione di valore. Se esiste una qualsiasi indicazione di ciò, l'entità deve stimare il valore recuperabile dell'attività¹⁰⁸.

Indipendentemente dal fatto che vi siano eventuali indicazioni di riduzioni di valore, un'entità deve inoltre:

a) verificare annualmente per riduzione di valore un'attività immateriale con una vita utile indefinita o un'attività immateriale che non è ancora disponibile all'uso, confrontando il suo valore contabile con il suo valore recuperabile. Questa verifica per riduzione di valore può essere fatta in qualsiasi momento durante un esercizio, a patto che avvenga nello stesso momento ogni anno. Attività immateriali differenti possono essere sottoposte ad una verifica per riduzione di valore in momenti diversi. Tuttavia, se tale attività immateriale viene inizialmente rilevata nell'esercizio in corso, tale attività immateriale deve essere sottoposta ad una verifica per riduzione di valore prima della fine dell'esercizio in corso;

b) verificare annualmente per riduzione di valore l'avviamento acquisito in un'aggregazione aziendale secondo quanto previsto.

La capacità di un'attività immateriale di generare benefici economici futuri sufficienti a recuperare il valore contabile è solitamente soggetta a maggiore incertezza prima che l'attività sia disponibile all'uso piuttosto che dopo¹⁰⁹. Perciò, il presente Principio richiede che l'entità verifichi almeno annualmente se il valore contabile di un'attività immateriale che non è ancora disponibile per l'uso abbia subito una riduzione di valore.

Nel valutare se esiste un'indicazione che un'attività possa aver subito una riduzione di valore, l'entità deve considerare le seguenti indicazioni:

-Fonti informative esterne:

a) vi sono indicazioni osservabili che il valore di mercato di un'attività è diminuito significativamente durante l'esercizio, più di quanto si prevedeva

¹⁰⁸ D. COLUCCIA, *L'economia dei beni immateriali. Riflessi sul governo aziendale e problemi di valutazione, di bilancio e di rendicontazione volontaria*, Giappichelli;

¹⁰⁹ BERETTA ZANONI A., *Il valore delle risorse immateriali. Equilibrio economico-aziendale, beni immateriali e risorse intangibili*, il Mulino.

sarebbe accaduto con il passare del tempo o con l'uso normale dell'attività in oggetto;

b) variazioni significative con effetto negativo per l'entità si sono verificate durante l'esercizio o si verificheranno nel futuro prossimo nell'ambiente tecnologico, di mercato, economico o normativo nel quale l'entità opera o nel mercato al quale un'attività è rivolta;

c) i tassi di interesse di mercato o altri tassi di rendimento degli investimenti sono aumentati nel corso dell'esercizio, ed è probabile che tali incrementi condizionino il tasso di attualizzazione utilizzato nel calcolo del valore d'uso di un'attività e riducano in maniera significativa il valore recuperabile dell'attività;

d) il valore contabile dell'attivo netto dell'entità è superiore alla sua capitalizzazione di mercato.

-Fonti interne di informazione:

e) l'obsolescenza o il deterioramento fisico di un'attività risulta evidente;

f) si sono verificati nel corso dell'esercizio significativi cambiamenti con effetto negativo sull'entità, oppure si suppone che questi si verificheranno nel prossimo futuro, nella misura in cui o nel modo in cui un'attività viene utilizzata o ci si attende sarà utilizzata. Tali cambiamenti includono casi quali l'attività che diventa inutilizzata, piani di dismissione o di ristrutturazione del settore operativo al quale l'attività appartiene, piani di dismissione dell'attività prima della data precedentemente prevista, e il ristabilire la vita utile di un'attività come definita piuttosto che indefinita;

g) risulta evidente dall'informativa interna che l'andamento economico di un'attività è, o sarà, peggiore di quanto previsto.

Il presente Principio richiede che un'attività immateriale con una vita utile indefinita o non ancora disponibile all'uso e l'avviamento siano verificati per riduzione di valore almeno annualmente¹¹⁰. Il concetto di rilevanza si applica per identificare se l'importo recuperabile di un'attività debba essere stimato¹¹¹. Per esempio, se precedenti calcoli mostrano che il valore recuperabile di un'attività

¹¹⁰ MANFREDI S., *L'evoluzione del sistema contabile italiano dal modello civilistico al paradigma IAS/IFRS. Il caso delle immobilizzazioni materiali*, Arakne;

¹¹¹ MARCHI L., *Introduzione alla contabilità d'impresa. Obiettivi, oggetto e strumenti di rilevazione*, Giappichelli.

è significativamente maggiore rispetto al valore contabile, l'entità non ha bisogno di stimare nuovamente il valore recuperabile dell'attività, se non si è verificato alcun evento che abbia eliminato tale differenza¹¹². In maniera analoga, analisi precedenti possono mostrare che il valore recuperabile di un'attività non è condizionato.

Se i tassi di interesse presenti nel mercato o altri tassi di rendimento sugli investimenti sono aumentati nel corso dell'esercizio, l'entità non è obbligata a effettuare una stima formale del valore recuperabile di un'attività nei seguenti casi:

- a) se non è probabile che l'aumento dei tassi di mercato incida sul tasso di attualizzazione usato nel calcolo del valore d'uso;
- b) se è probabile che l'aumento dei tassi di mercato incida sul tasso di attualizzazione usato nel calcolo del valore d'uso ma una precedente analisi di sensitività del valore recuperabile mostra che:

- è improbabile che ci sarà una diminuzione significativa del valore recuperabile poiché è anche probabile che i flussi finanziari futuri aumentino (per esempio in alcuni casi, un'entità può anche essere in grado di dimostrare di poter modificare i propri ricavi per compensare eventuali aumenti dei tassi di mercato);
- è improbabile che la diminuzione del valore recuperabile comporti una rilevante perdita per riduzione di valore.

Se esiste una indicazione che un'attività può aver subito una riduzione di valore, questo può indicare che la vita utile residua, il criterio di ammortamento (svalutazione) o il valore residuo dell'attività necessitano di essere riconsiderati e rettificati secondo le disposizioni contenute nel Principio applicabile a tale attività, anche se non è rilevata alcuna perdita per riduzione di valore della stessa¹¹³.

¹¹² D. COLUCCIA, *L'economia dei beni immateriali. Riflessi sul governo aziendale e problemi di valutazione, di bilancio e di rendicontazione volontaria*, Giappichelli;

¹¹³ GIULIANI M., *La valutazione del capitale intellettuale*, FrancoAngeli.

2.2 Determinazione del valore recuperabile di un'attività immateriale con vita utile indefinita

È stabilito che un'attività immateriale con vita utile indefinita sia verificata annualmente per riduzione di valore confrontando il valore contabile con il valore recuperabile, a prescindere se esistano o meno indicazioni che possa aver subito una riduzione di valore¹¹⁴. Tuttavia, il calcolo dettagliato più recente del valore recuperabile di tale attività fatto in un periodo precedente può essere utilizzato nella verifica per riduzione di valore per quell'attività nell'esercizio in corso, a condizione che tutti i seguenti criteri siano soddisfatti:

- a) se l'attività immateriale non genera flussi finanziari in entrata derivanti dall'uso continuativo che sono ampiamente indipendenti da quelli di altre attività o gruppi di attività ed è quindi verificata per riduzione di valore come parte di un'unità generatrice di flussi finanziari cui appartiene, le attività e le passività che compongono quell'unità non sono variate significativamente dal più recente calcolo del valore recuperabile;
- b) il più recente calcolo del valore recuperabile è risultato un valore che ha superato il valore contabile dell'attività di un sostanziale margine;
- c) sulla base di un'analisi di fatti intervenuti e delle circostanze modificatesi dal momento del più recente calcolo del valore recuperabile, la probabilità che una nuova determinazione del valore recuperabile sia inferiore al suo valore contabile è remota.

La migliore evidenza del *fair value* (valore equo) dedotti i costi di vendita è il prezzo pattuito in un accordo vincolante di vendita stabilito in una libera transazione rettificato dei costi incrementali che sarebbero direttamente attribuibili alla dismissione del bene¹¹⁵.

Se non c'è alcun accordo vincolante di vendita, ma un'attività è commercializzata in un mercato attivo, il *fair value* (valore equo) dedotti i costi di vendita corrisponde al prezzo di mercato dell'attività dedotti i costi di dismissione. Il

¹¹⁴ INVERNIZZI G., MOLTENI M.M., *Analisi di bilancio e diagnosi strategica. Strumenti per valutare posizione competitiva, vulnerabilità, patrimonio intangibile*, Etas Libri;

¹¹⁵ MARCHI L., *Introduzione all'Economia Aziendale-Il sistema delle operazioni e le condizioni*, Giappichelli.

prezzo di mercato corretto è solitamente il prezzo dell'offerta attuale. Quando non sono disponibili i prezzi correnti d'offerta, il prezzo dell'operazione più recente può fornire un criterio con il quale poter stimare il *fair value* (valore equo) dedotti i costi di vendita, purché non siano intervenuti significativi cambiamenti nel contesto economico tra la data dell'operazione e quella in cui la stima è effettuata.

Se non esiste alcun accordo vincolante di vendita né alcun mercato attivo per un'attività, il *fair value* (valore equo) dedotti i costi di vendita è determinato in base alle migliori informazioni disponibili per riflettere l'ammontare che l'entità potrebbe ottenere, alla data di chiusura dell'esercizio, dalla dismissione dell'attività in una libera transazione tra parti consapevoli e disponibili, dopo che i costi di dismissione siano stati dedotti. Nel determinare questo ammontare, l'entità considera il risultato di recenti transazioni per attività simili effettuate all'interno dello stesso settore industriale. Il *fair value* (valore equo) dedotti i costi di vendita non riflette una vendita forzata, a meno che la direzione aziendale sia costretta a vendere immediatamente¹¹⁶.

I costi di dismissione, diversi da quelli già rilevati come passività, vengono dedotti nel determinare il *fair value* al netto dei costi di dismissione¹¹⁷. Esempi di tali costi sono le spese legali, l'imposta di bollo e altre simili imposte connesse alla transazione, i costi di rimozione dell'attività, ed i costi incrementali diretti necessari per rendere un'attività pronta alla vendita. Tuttavia, i benefici dovuti ai dipendenti per la cessazione del rapporto di lavoro (come definiti nello IAS 19) e i costi associati alla riduzione o alla riorganizzazione dell'azienda successivi alla dismissione di un'attività non sono costi incrementali diretti per la dismissione della stessa¹¹⁸.

Talvolta, la dismissione di un'attività richiede che il compratore debba assumersi contestualmente all'attività anche una passività ed è disponibile solo un *fair*

¹¹⁶GARZELLA S., *Governo strategico dell'azienda*, Giappichelli

¹¹⁷ D. COLUCCIA, *L'economia dei beni immateriali. Riflessi sul governo aziendale e problemi di valutazione, di bilancio e di rendicontazione volontaria*, Giappichelli

¹¹⁸ LAMBOGLIA R., *La componente immateriale e organizzativa del sistema di controllo aziendale. Una proposta di analisi e di misurazione delle condizioni di efficacia*, Giappichelli Editore.

value (valore equo) dedotti i costi di vendita complessivo per l'attività e per la passività.

I seguenti elementi devono essere riflessi nel calcolo del valore d'uso di un'attività:

- a) una stima dei flussi finanziari futuri che l'entità si aspetta di ottenere dall'attività;
- b) aspettative in merito a possibili variazioni del valore o dei tempi di tali flussi finanziari futuri;
- c) il valore temporale del denaro, rappresentato dal tasso corrente di interesse privo di rischio di mercato;
- d) il prezzo di assumersi l'incertezza implicita nell'attività;
- e) altri fattori, quali la mancanza di liquidità, che coloro che partecipano al mercato rifletterebbero nei prezzi dei flussi finanziari futuri che l'entità si aspetta di ottenere dall'attività.

La stima del valore d'uso di un'attività comporta le seguenti operazioni:

- a) stimare i flussi finanziari futuri in entrata e in uscita che deriveranno dall'uso continuativo dell'attività e dalla sua dismissione finale;
- b) applicare il tasso di attualizzazione appropriato a quei flussi finanziari futuri.

2.3 Il Principio internazionale IAS 38

Il principio IAS 38¹¹⁹ è applicato per l'acquisizione di attività immateriali e preferibilmente in modo anticipato. Lo scopo del principio è quello di definire il trattamento contabile delle attività immateriali che non vengono trattate in altri principi e richiede che vengano rilevate attività immateriali esclusivamente ove siano soddisfatte delle specifiche condizioni; precisa anche come determinare il valore contabile di un'attività immateriale e richiede delle informazioni specifiche in merito.

¹¹⁹ D. COLUCCIA, *L'economia dei beni immateriali. Riflessi sul governo aziendale e problemi di valutazione, di bilancio e di rendicontazione volontaria*, Giappichelli

Esso non viene applicato quando le attività immateriali sono sotto l'applicazione di un altro principio, quando si tratta di attività finanziarie o riguardo alle spese di risorse non rigenerabili¹²⁰.

A volte, le attività immateriali possono essere contenute in oggetti fisici, come:

- un compact disc, nel caso si tratti di un software per computer,
- una documentazione legale, nel caso si tratti di una licenza o di un brevetto,
- un filmato.

Questo principio si applica anche alle spese di pubblicità, formazione, avviamento, attività di ricerca e sviluppo, che sono rivolte allo sviluppo di conoscenze¹²¹. Nonostante queste attività possano essere rappresentate da un oggetto fisico, come un prototipo, hanno in primis bisogno della loro componente immateriale, cioè la conoscenza contenuta nella loro componente fisica, che risulta perciò secondaria.

L'applicazione del principio viene meno anche quando le attività sono specifiche e mostrano quindi problematiche che vanno risolte con un diverso trattamento e non si applica, dunque, per sopperire alle spese di questo diverso trattamento¹²². Si applica, invece, ad altre attività immateriali come software per computer o spese per costi di avvio¹²³.

Un mercato in cui si verificano le seguenti condizioni si definisce attivo:

- elementi commercializzati omogenei,
- disponibilità in qualsiasi momento di acquirenti e venditori,
- disponibilità per il pubblico dei prezzi.

Una volta avvenuto l'accordo tra i partecipanti dell'aggregazione aziendale, la data dell'avvenuto accordo viene comunicata pubblicamente.

L'attività viene definita una risorsa:

- controllata in base agli eventi passati,
- da essa sono attesi benefici futuri.

¹²⁰ D. COLUCCIA, *Le attività immateriali. Principio contabile n.38: attività immateriali*”, in G. Zanda, *Il bilancio delle società. Lineamenti teorici e modelli di redazione*;

¹²¹ GALEOTTI M., GARZELLA S., *Governo strategico dell'azienda*, Giappichelli;

¹²² GIULIANI M., *La valutazione del Capitale Intellettuale*, FrancoAngeli;

¹²³ GALANO L., MARCHEGIANI L., *“Online business social network e strumenti per la gestione delle relazioni di business nelle PMI”*, in *Mercati e Competitività*.

Per acquisire un'attività, viene definito il suo costo, cioè l'importo monetario, detto anche "equivalente corrisposto" o "*fair value*". La definizione di attività immateriale è quella di un'attività monetaria identificabile come priva di una consistenza fisica¹²⁴.

Si definisce "valore residuo", l'ammontare di un'attività alla sua chiusura, giunta cioè alla fine della sua vita utile. Quest'ultima sarebbe sia il periodo di tempo nel quale si pensa che questa attività venga utilizzata, sia il numero di unità prodotte o ricavabili dall'utilizzo dell'attività¹²⁵.

Lo sviluppo, il mantenimento o il miglioramento delle attività immateriali, come la progettazione o attivazione di nuovi processi, licenze, i marchi etc., consumano molte risorse e possono anche contrarre debiti. Un'attività immateriale deve poter essere identificabile e prevede un costo di "avviamento", cioè una somma che l'acquirente paga in anticipazione dei futuri benefici che gli deriveranno dall'attività¹²⁶.

Un'attività rispetta il "criterio di identificabilità" quando è separabile, cioè può essere staccata, venduta, trasferita, data in licenza e sottostà a diritti contrattuali da essa separabili.

Un'entità ha il controllo di un'attività quando ha il permesso di trarre benefici economici futuri dalla stessa, un permesso garantito da diritti legali sottoposti a tutela giuridica e può limitare l'accesso a tali benefici da parte di terzi¹²⁷.

L'entità può disporre di personale qualificato e di programmi di formazione capaci di individuare i miglioramenti utili a produrre benefici economici futuri. Questi benefici economici futuri non sono altro che i proventi della vendita di prodotti e servizi, i risparmi o benefici ulteriori dell'attività stessa.

Il costo di un'attività include il suo prezzo di acquisto e qualunque costo per predisporre l'attività all'utilizzo, per esempio: i costi dei dipendenti, occorsi a

¹²⁴ LAMBOGLIA R., *La componente immateriale e organizzativa del sistema di controllo aziendale. Una proposta di analisi e di misurazione delle condizioni di efficacia*, Giappichelli Editore.

¹²⁵ CAPALDO P., *Reddito e capitale nell'economia dell'impresa*, Giuffrè;

¹²⁶ BERETTA ZANONI A., *Il valore delle risorse immateriali. Equilibrio economico-aziendale, beni immateriali e risorse intangibili*, il Mulino;

¹²⁷ CARAMIELLO C., *La valutazione dell'azienda*, Giuffrè.

portare l'attività in condizioni normali di funzionamento; i costi per verificare che l'attività stia funzionando correttamente¹²⁸.

Non fanno, invece, parte del costo di un'attività immateriale: i costi per introdurre un nuovo prodotto o servizio (costi pubblicitari e attività di promozione); i costi per gestire l'impresa trasferita in una nuova località e con una nuova clientela (costi di formazione del personale); spese generali e amministrative; i costi sostenuti quando l'attività non era ancora in uso; le perdite iniziali di quando si sta ancora formando la domanda di produttività.

Un'attività immateriale può essere acquisita anche tramite un contributo pubblico: casi di trasferimento di diritti aeroportuali, licenze per stazioni radio o televisive, licenze per importazioni.

Il processo di formazione dell'attività è distinto in due fasi: fase di ricerca e fase di sviluppo.

Nella fase di ricerca, l'esistenza di un'attività immateriale non è dimostrabile. Sono attività di ricerca: cercare di procurarsi nuove conoscenze, la ricerca di vie alternative per portare avanti progetti, processi, e impiegare nuovi materiali.

Che un'attività immateriale sia fuoriuscita da una fase di sviluppo, invece, può essere dimostrato se:

- l'attività immateriale ha una fattibilità tecnica adeguata all'uso e alla vendita;
- si intende completare l'attività per usarla o venderla;
- è in grado di usare o vendere l'attività;
- le modalità di produzione di benefici economici futuri;
- la disponibilità di risorse tecniche, finanziarie, etc.;
- la capacità di valutare economicamente l'attività nel corso del suo sviluppo.

Sono considerate attività di sviluppo la progettazione, la costruzione e la verifica di prototipi o modelli, di attrezzi e prove di nuova tecnologia.

¹²⁸ SARTI, *Liberalizzazioni e gestione collettiva dei diritti di proprietà intellettuale*, in *Impresa e mercato. Studi dedicati a Mario Libertini*, vol. II, Giuffrè

Il costo di un'attività immateriale creata internamente comprende: le spese per materiali e servizi; i costi dei benefici per i dipendenti; il diritto legale; i brevetti; le licenze¹²⁹.

Esso non comprende: le spese di vendita; le spese amministrative e generali; costi operativi iniziali; spese per formare il personale; spese di impianto di attività (costi di avvio); spese pubblicitarie e di attività promozionale.

La vita utile di un'attività può essere finita quando si può prevedere la quantità della sua produzione, indefinita quando si è certi che può produrre ad oltranza¹³⁰.

Essa viene determinata da:

- l'utilizzo dell'attività anche da parte di altri gruppi dirigenti;
- i cicli di vita produttivi standard e la durata di vita utile tipica di quel tipo di attività;
- la stabilità del settore nel quale l'attività opera e la domanda di mercato con le sue variazioni;
- le previsioni delle azioni dei concorrenti;
- le spese di mantenimento che occorrono;
- se la vita utile dell'attività dipende dalla vita utile di altre attività.

Può verificarsi che, nel corso dell'attività, la stima della vita utile della stessa non sia stata fatta in modo appropriato.

L'attività immateriale viene eliminata contabilmente quando non si prospetta più alcun beneficio futuro¹³¹. Questo può avvenire tramite vendita, contratto finanziario o donazione.

In caso di variazione di una stima contabile, essa deve essere comunicata. Il cambiamento può riguardare:

- la valutazione della vita utile di un'attività immateriale,
- il metodo di ammortamento,
- i valori residui.

¹²⁹ MARASCA S., MARCHI L., RICCABONI A., *Controllo di gestione: metodologie e strumenti. Amministrazione, finanza e controllo*

¹³⁰ GALANO L., MARCHEGIANI L., "Online business social network e strumenti per la gestione delle relazioni di business nelle PMI", in *Mercati e Competitività*;

¹³¹ CELENZA D., *L'esposizione in bilancio degli strumenti finanziari secondo i modelli IAS-IFRS*, Aracne.

3. I principali metodi di valutazione dell'IP

Una valutazione è un'opinione sugli attributi di qualcosa. Una valutazione può indirizzare l'attrattiva, lo stile, la qualità, la dimensione, il peso o il colore di un oggetto. Un modo alternativo di definire una valutazione è che descrive una transazione ipotizzata o "virtuale"¹³². Pertanto, una valutazione deve descrivere i diritti di proprietà che si presume essere il fulcro della transazione e i termini assunti al fine di chiarire il significato della considerazione stimata. Detto in altro modo, bisogna descrivere completamente la transazione virtuale per comprenderne il risultato¹³³.

Tuttavia, potrebbe scegliere di descrivere una valutazione, il suo obiettivo e stimare il valore monetario della proprietà. Anche se si potrebbe descrivere una valutazione come una "stima" o un'"opinione", non si è liberi di indovinare semplicemente il valore e seguire liberamente i sentimenti su quale dovrebbe essere il valore. Ci sono alcuni metodi molto specifici per realizzare una valutazione¹³⁴. Si sono evoluti per molti anni e si basano su principi finanziari e contabili accettati. Qualsiasi valutazione competente dovrebbe seguire queste linee guida. Esistono, in sostanza, tre metodi principali per la valutazione di qualsiasi tipo di proprietà. Sono il metodo del costo, metodo di mercato e metodo del reddito¹³⁵.

3.1 Il metodo del costo

Il metodo del costo misura i futuri benefici economici della proprietà quantificando la quantità di denaro che sarebbe necessaria per sostituire la futura

¹³² Cioè è una stima del corrispettivo, ovvero il prezzo concordato in una transazione che non ha avuto luogo.

¹³³ Sul tema, si veda anche la Nota operativa n. 11/2015 della Fondazione Accademia Romana di Ragioneria Giorgio Di Giuliomaria, "Il trattamento contabile e fiscale di software e siti web aziendali" (in http://www.ipsoa.it/~media/Quotidiano/2015/07/29/Software-e-siti-web-aziendali-asperti-contabilie-fiscali-sotto-la-lente-dell-ARR/ARR_nota%20pdf.pdf).

¹³⁴ SARTI, *Liberalizzazioni e gestione collettiva dei diritti di proprietà intellettuale*, in *Impresa e mercato. Studi dedicati a Mario Libertini*, vol. II, Giuffrè;

¹³⁵ BENKLER, Y., *La ricchezza della Rete. La produzione sociale trasforma il mercato e aumenta le libertà*, Università Bocconi Editore.

capacità di servizio della proprietà del soggetto. Il presupposto alla base di ciò è che il prezzo di una nuova attività è commisurato al valore attuale del beneficio economico che la proprietà può fornire durante la sua vita residua. Il mercato verifica continuamente l'ipotesi¹³⁶.

Se, per esempio, il prezzo di una nuova macchina fosse fissato ad un livello molto superiore al valore attuale dei futuri benefici economici della proprietà della macchina, allora nessuna sarebbe venduta. Se fosse vero il contrario, la domanda supererebbe l'offerta e presumibilmente il prezzo aumenterebbe. Il prezzo di una nuova macchina, in assenza di aberrazioni di mercato, è quindi pari al suo valore di mercato.

Con questo metodo ci sono due percorsi per arrivare alle conclusioni finali utilizzando queste stime dei costi. Il costo di riproduzione rappresenta il costo per creare una replica, mentre il costo di sostituzione è il costo sostenuto per ottenere un bene con uguale utilità¹³⁷. Uno è raramente chiamato a rendere un'opinione di valore su una proprietà nuova di zecca, e quindi l'uso dell'approccio dei costi richiede quasi sempre di quantificare la riduzione dal (nuovo) valore. Ciò avviene considerando il deterioramento fisico, l'obsolescenza funzionale e l'obsolescenza economica del bene. La corretta riflessione su tutti e tre è essenziale per stimare il valore di mercato secondo l'approccio dei costi¹³⁸.

Il deterioramento fisico è una forma di valutazione del deprezzamento è abbastanza auto-esplicativa. Tuttavia, non è applicabile alle attività immateriali o alla proprietà intellettuale e pertanto non discuteremo a lungo. Un *copyright*, un brevetto o un marchio non si "consumano" in senso fisico¹³⁹.

L'analisi dell'obsolescenza funzionale si basa sulla risposta alla domanda: "Questa attività svolge la sua funzione con la stessa efficienza ed efficacia di un sostituto nuovo di zecca e all'avanguardia?"

¹³⁶ BERRA, M.; MEO, A. R., *Libertà di software, hardware e conoscenza. Informatica solidale* 2, Bollati Boringhieri;

¹³⁷ GIULIANI M., *La valutazione del Capitale Intellettuale*, FrancoAngeli;

¹³⁸ GIANNETTI R. "La contabilità per centri di costo: alcuni aspetti rilevanti" in CINQUINI L., *Cost management*. Volume I, Giappichelli;

¹³⁹ BERETTA ZANONI A., *Il valore delle risorse immateriali. Equilibrio economico-aziendale, beni immateriali e risorse intangibili*, il Mulino.

L'obsolescenza funzionale è assente se si inizia il processo con costi di sostituzione, perché il costo attuale della sostituzione fornisce un sistema all'avanguardia.

L'obsolescenza funzionale sarà in parte applicabile a beni immateriali e diritti di proprietà intellettuale, come il diritto d'autore nei libri, musica, opere d'arte, disegni, ecc. Si hanno molti esempi di opere (contenuti creativi) creati 100 o 200 anni fa e che ancora godono dell'interesse e attenzione del pubblico.

Indipendentemente da quale forma di valore si inizia, bisogna considerare i possibili effetti dell'obsolescenza economica¹⁴⁰. Ancora una volta, si illustra questa analisi ponendo una domanda: "Il vantaggio economico futuro deve essere realizzato sfruttando abbastanza bene questo bene per giustificare il pagamento di un importo pari al suo costo di sostituzione meno ammortamento?" Si suppone per un momento che sia stato fatto un buon lavoro che riflette l'obsolescenza funzionale nella valutazione del bene. Consideriamo la stima del costo di sostituzione meno l'ammortamento del bene in oggetto. Si scopre, tuttavia, che in realtà sul mercato esiste un bene con involucro termoretraibile che realizzerà tutti gli stessi compiti che fa il bene posseduto. Se il prezzo di quel bene disponibile è inferiore al costo stimato di sostituzione meno ammortamento, allora c'è l'obsolescenza economica. In questo caso, probabilmente si scarnerà il metodo del costo e passeremo direttamente al metodo di mercato. Tuttavia, non sempre esiste un sostituto del mercato facilmente disponibile, ma possono esserci altri fattori esterni che potrebbero indurre a concludere che il costo di sostituzione calcolato al netto del deprezzamento sarebbe un cattivo investimento¹⁴¹.

3.2 Il metodo di mercato

¹⁴⁰ SARTI, *Liberalizzazioni e gestione collettiva dei diritti di proprietà intellettuale*, in *Impresa e mercato. Studi dedicati a Mario Libertini*, vol. II, Giuffrè;

¹⁴¹ GIANNETTI R. "La contabilità per centri di costo: alcuni aspetti rilevanti" in CINQUINI L., *Cost management. Volume I*, Giappichelli;

L'approccio al mercato è la tecnica di valutazione più diretta e più facilmente comprensibile. Misura il valore attuale del beneficio economico futuro ottenendo un consenso su ciò che gli altri nel mercato hanno giudicato essere. Una transazione di vendita al braccio nel mercato attuale è un forte indicatore del valore di mercato della proprietà che è stata scambiata¹⁴². Se tale proprietà è sufficientemente simile alla proprietà che si sta valutando, allora si ha un utile parametro di valutazione. I requisiti primari sono: un mercato pubblico attivo e uno scambio di proprietà comparabili contemporaneamente alla data di valutazione.

Solitamente ci si affida al metodo di mercato quando si acquista o vende una casa, un'automobile o alcune azioni della società. Si tratta di mercati attivi, quindi è probabile che si scopriranno transazioni recenti, i prezzi delle transazioni sono disponibili e c'è abbastanza somiglianza in ciò che viene scambiato per fare un confronto significativo con la mia proprietà.

L'uso del metodo di mercato consente di apportare adeguamenti ragionevoli quando le informazioni di mercato non corrispondono esattamente alla proprietà che si sta valutando¹⁴³.

Ma tali aggiustamenti non dovrebbero essere eccessivamente grandi e dovrebbero essere supportati in modo logico con informazioni concrete.

3.3 Il metodo del reddito

Il metodo del reddito si basa sulla capitalizzazione della capacità di produzione del reddito della proprietà. I beni aziendali devono fornire “un ritorno su” e “un ritorno di” dell'investimento richiesto per crearli o acquistarli. Il perito avrà il compito di stimare il prezzo al quale un acquirente virtuale sarebbe disposto a

¹⁴² MARCHI L., *Revisione aziendale e sistemi di controllo interno*, Giuffrè;

¹⁴³ GIULIANI M., *La valutazione del Capitale Intellettuale*, FrancoAngeli.

pagare e un venditore virtuale sarebbe disposto ad accettare i ritorni previsti dagli IPR¹⁴⁴.

La teoria alla base del metodo di reddito è che il valore della proprietà può essere misurato dal valore attuale del beneficio economico netto (incassi di cassa meno esborsi di cassa) da ricevere nel corso della sua vita¹⁴⁵.

3.4 Il metodo del *discounted cash flow*

La forma *Discounted Cash Flow* del metodo del reddito è di gran lunga la più utilizzata per la valutazione dei diritti di proprietà intellettuale¹⁴⁶. Il motivo è chiaro: il vantaggio economico derivante dallo sfruttamento dei diritti di proprietà intellettuale come i diritti d'autore è raramente invariato da un periodo all'altro. Né ci si può aspettare che duri per sempre (scenario uno). È anche molto improbabile che il beneficio economico futuro cresca secondo uno schema costantemente costante (scenario due).

Esso:

- stima il valore dei diritti di proprietà intellettuale calcolando il valore attuale dei flussi di cassa, attribuibili a quel pezzo di lavoro creativo o diritti di proprietà intellettuale, sulla vita utile del bene;
- quando viene utilizzato per valutare un portfolio di IPR, la tecnica DCF potrebbe non acquisire gli esclusivi rischi indipendenti associati ai singoli DPI. Tutti i rischi sono raggruppati e si presume siano opportunamente rettificati per il tasso di sconto e la probabilità di successo, piuttosto che essere suddivisi e trattati individualmente (ad esempio, rischio legale, rischio tecnologico, rischio di concorrenza, pirateria, ecc.);
- quando si utilizza la tecnica DCF, è necessario fare attenzione a riflettere tutti i flussi di reddito rilevanti. Ad esempio, se si calcola il valore attuale del

¹⁴⁴ TREVES, R., *Sociologia del diritto. Origini, ricerche e problemi*, Einaudi;

¹⁴⁵ SARTI, *Liberalizzazioni e gestione collettiva dei diritti di proprietà intellettuale*, in *Impresa e mercato. Studi dedicati a Mario Libertini*, vol. II, Giuffrè;

¹⁴⁶ BERETTA ZANONI A., *Il valore delle risorse immateriali. Equilibrio economico-aziendale, beni immateriali e risorse intangibili*, il Mulino.

beneficio economico futuro associato allo sfruttamento di un'opera sul copyright, si dovrebbero includere tutti i flussi di reddito negativi o positivi derivanti da diritti di proprietà intellettuale concessi in licenza da altri al fine di realizzare lo sfruttamento;

- gli utenti di questa tecnica spesso calcolano diversi DCF per riflettere diversi scenari di sfruttamento e ponderare i risultati in base alle stime di probabilità.

3.5 La correlazione dei tre metodi

La pratica della valutazione suggerisce che tutti e tre i metodi vengano impiegati quando possibile e appropriato¹⁴⁷. Per lo meno ognuno dovrebbe essere considerato. Questo processo è spesso definito come "correlazione".

In questo processo, il perito considera fattori come:

- l'adeguatezza del metodo utilizzato;
- la quantità e la qualità delle informazioni disponibili come input per ciascun metodo;
- la misura in cui sono stati impiegati giudizi o ipotesi alternative;
- la sensibilità dell'indicazione del valore a vari input e la relativa affidabilità;
- se si debba fare affidamento sui risultati di un singolo metodo o se sia opportuna una ponderazione dei risultati.

Nello specifico, per quanto riguarda il marchio, fattori di valutazione sono:

- caratteristiche qualitative e quantitative del/dei nome/i del marchio;
- capacità di guadagno e redditività relative al/ai nome/i del marchio;
- quota di mercato supportata da, o come risultato del/dei nome/i del marchio;
- analisi del riconoscimento del mercato del /dei nome/i del marchio;
- diritti legali e restrizioni al/i nome/i del marchio;
- contratti associati con il/i nome/i del marchio;
- concorrenza, ostacoli all'ingresso e rischi associati al/i nome/i del marchio;
- cicli di vita e posizionamento del prodotto;

¹⁴⁷ SARTI, *Liberalizzazioni e gestione collettiva dei diritti di proprietà intellettuale*, in *Impresa e mercato. Studi dedicati a Mario Libertini*, vol. II, Giuffrè;

- crescita storica e prospettive per il futuro;
- opportunità di sfruttamento del/dei nome/i del marchio in nuovi mercati/prodotti.

Invece per quanto riguarda i progetti i fattori sono:

- originalità e utilità del design;
- capacità di guadagno e redditività relative al progetto;
- l'impatto di design noti e simili;
- qualsiasi licenza attuale o precedente del progetto;
- diritti legali e restrizioni al design, inclusa la protezione sui mercati esteri;
- contratti associati al design;
- concorrenza, ostacoli all'ingresso e rischi associati al design;
- cicli di vita e posizionamento del prodotto;
- crescita storica e prospettive per il futuro.

4 La vita economica e legale delle opere creative

La saggezza convenzionale suggerisce che le opere creative sono proprietà senza tempo che durano per sempre. E sembra esserci qualche prova a sostegno di questa idea. Alcune opere d'arte, di musica e di architettura sono state con noi per centinaia di anni. Leonardo da Vinci non avrebbe potuto prevedere che la sua Gioconda avrebbe girato il mondo, riprodotta all'infinito e attratto milioni di persone al Louvre¹⁴⁸.

Naturalmente l'attenzione non è sulla 'grande arte', ma piuttosto su opere creative di natura più commerciale che devono guadagnarsi da vivere e raramente sono destinate a un museo.

Per questo motivo, bisogna mettere in discussione la saggezza convenzionale sulla vita eterna e concentrarsi su opere creative che devono trovare continuamente il favore del pubblico degli acquirenti¹⁴⁹.

¹⁴⁸ LESSIG, L., *Remix. Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, Penguin Press;

¹⁴⁹ HARTLEY J., POTTS J., FLEW T., CUNNINGHAM S., KEANE M., BANK J., *Key Concepts in Creative Industries*, Sage.

Come osservato precedentemente, sia il metodo di reddito che il valore di mercato delle opere creative dipendono dal tempo in cui sono in grado di produrre un vantaggio economico per il loro proprietario. Questa vita economica è ciò a cui si è interessati piuttosto che la vita legale per la proprietà intellettuale nel sistema giuridico nazionale pertinente. La vita economica è il periodo durante il quale è proficuo utilizzare un bene. La vita economica termina quando non è più redditizio utilizzare un bene o quando è più vantaggioso utilizzare un altro bene¹⁵⁰.

In questo elaborato finale si spiegherà come gli IPR relativi alle opere creative, solitamente protetti da *copyright*, possono essere sfruttati e monetizzati; in questo contesto, è importante conoscere il termine della protezione legale prescritta dalla legge. Nella maggior parte dei casi, tale durata legale di protezione sarà più lunga della vita economica del lavoro creativo; tuttavia, in alcuni casi la vita economica potrebbe essere molto più lunga¹⁵¹.

Il termine legale di protezione dei diritti d'autore (opere creative protette da *copyright*) varia da paese a paese. L'articolo 7 della Convenzione di Berna per la protezione delle opere letterarie e artistiche fissa il termine minimo di protezione per la vita dell'autore e 50 anni dopo la sua morte. I singoli paesi sono liberi di prevedere termini di protezione più lunghi per le opere d'autore e per altre opere creative - opere cinematografiche, opere fotografiche e opere d'arte applicata, ecc. Oggi nella maggior parte dei paesi il termine di protezione per i diritti d'autore è minimo 70 anni dopo la morte dell'autore¹⁵².

Se un *copyright* è strettamente legato a un'altra forma di proprietà intellettuale o di un prodotto o servizio fisico, la sua vita economica potrebbe essere controllata dalla redditività del mercato di altri diritti di proprietà intellettuale o di beni materiali¹⁵³. Ad esempio, l'app. per dispositivi mobili potrebbe essere resa priva di valore o obsoleta se la tecnologia dovesse avanzare fino al punto in cui il

¹⁵⁰ GOLLIN M.A., *Driving Innovation. Intellectual Property Strategies for a Dynamic World*, Cambridge University Press;

¹⁵¹ SCHULTZ, M. F., *Reconciling social norms and copyright law: strategies for persuading people to pay for recorded music*, in *Journal of Intellectual Property Law*, vol. 17, n.1, 2009.

¹⁵² Wikipedia fornisce una tabella che mostra il termine di protezione per il *copyright* nei diversi paesi;

¹⁵³ PANNO A., *Intangible assets. Profili economici e aspetti valutativi*, Giappichelli.

proprietario di un dispositivo mobile potrebbe facilmente creare le proprie app. Ancora più strettamente, un'app per un dispositivo specifico potrebbe vivere o morire in base alla vita di mercato di quel particolare dispositivo.

Ci sono altre influenze sulla vita economica di opere creative che potrebbero essere caratterizzate da obsolescenza economica:

- possono verificarsi eventi non pianificati che possono avere un effetto drammatico sulla vita economica del materiale protetto da *copyright*. Negli ultimi anni si è assistito a fallimenti di un certo numero di organizzazioni di vendita al dettaglio che avevano campagne pubblicitarie e materiali ben sviluppati. La fusione o l'acquisizione di un'azienda da parte di un altro può rendere immediatamente obsoleto un grande corpo di materiale protetto da *copyright*;

- ci sono anche questioni culturali che riflettono la nostra crescente sensibilità ai punti di vista così come a questioni religiose, etniche e legate al genere. Anche le questioni ambientali e sanitarie possono influire sulla vita economica del materiale protetto da *copyright*. Si pensi a tutto il materiale pubblicitario protetto da *copyright* che è stato creato per l'industria del tabacco e della sigaretta negli Stati Uniti. E oggi si deve considerare tutte queste questioni in un contesto internazionale;

Di fronte al compito di sviluppare un'opinione sulla vita e sul potere economico totale di un lavoro creativo, si suggerisce di prestare una forte considerazione all'osservazione dei modelli di vita storici di prodotti o servizi simili a quello che si sta studiando.

Guardando al passato recente e raccogliendo informazioni sulle vendite in dollari o sulle vendite unitarie che sono logicamente legate all'esistenza di materiale protetto da *copyright* che è rilevante per il nostro compito. Queste informazioni possono servire come un benchmark molto utile con cui stimare la vita economica rimanente¹⁵⁴.

¹⁵⁴ ORLANDI M., *Il bilancio del capitale intellettuale: gestione, valutazione e misurazione*, FrancoAngeli.

4.1 La valutazione e la verifica IP come strumento di gestione

Come accennato in precedenza, l'audit IP e la valutazione IP sono molto importanti per una gestione efficiente degli IPR e dei portfolio IP. L'audit e la valutazione sistematica dell'IP consentiranno al management di migliorare la gestione e la responsabilità delle risorse¹⁵⁵:

- sapere quali sono i diritti di proprietà intellettuale;
- sapere quali sono i diritti di proprietà intellettuale derivanti da nuovi progetti di sviluppo;

• conoscere quali IPR sono asset core (attività necessarie), secondari o surplus

Inoltre, la valutazione IP contribuirà a migliorare le prestazioni finanziarie, a sbloccare il valore nascosto o inadeguato dei DPI, a rivelare opportunità di generare liquidità dalla concessione di licenze o dalla vendita di diritti di proprietà intellettuale non redditizi.

La valutazione periodica dell'IP e l'inclusione delle attività IP in bilancio è uno strumento per misurare l'efficienza della gestione IP.

È un mezzo per migliorare il vantaggio competitivo e la "libertà di azione" dell'azienda, catturando le opere creative e le innovazioni che contraddistinguono l'azienda dalla concorrenza.

La revisione e valutazione IP contribuiscono anche a migliorare la gestione del rischio:

- minimizzare il rischio di non riuscire a identificare, proteggere i diritti di proprietà intellettuale e rinnovare la loro protezione in modo tempestivo e preservando così l'opportunità di utilizzare e commercializzare i DPI;

• minimizzare il rischio di violazione dei diritti di proprietà intellettuale di terzi.

I rischi includono non solo danni potenzialmente significativi e costi legali se viene presa una decisione negativa, ma la reputazione aziendale danneggiata, i prodotti richiamati o riprogettati, i costi di marketing sprecati, i tempi di fermo e persino i pagamenti dei diritti d'autore ai concorrenti.

¹⁵⁵ STALLMAN R. M., *L'interpretazione sbagliata del copyright - una serie di errori.*

Infine, ma non meno importante, la regolare verifica e valutazione IP consentirà al management di acquisire e aprire opportunità di crescita e investimenti strategici attraverso:

- il migliorare la reputazione del business come innovatore, leader di mercato, datore di lavoro di scelta per riconoscere la creatività e l'innovazione del personale e attività redditizie;
- il migliorare l'accesso al debito o al finanziamento azionario per continuare le iniziative strategiche proteggendo, valutando e persino ipotecando le risorse IP;
- l'attrarre partner commerciali per alleanze o joint venture in base alle risorse IP generate, possedute e protette dalla società.

5 L'applicazione dei principi nella valutazione delle risorse per il copyright

Dopo aver descritto precedentemente i principi di base dei metodi di valutazione dei costi, del mercato e del reddito, ora si andranno a dimostrare le tecniche di applicazione di essi nella valutazione delle risorse del copyright.

5.1 Il metodo del costo

Una valutazione di mercato secondo il metodo del costo inizia con una stima del costo di riproduzione nuovo o del costo di sostituzione nuovo¹⁵⁶. Ci sono diversi strumenti disponibili per aiutarsi con queste stime, esse sono:

- *la tecnica di costo originale di tendenza*: questa tecnica viene utilizzata quando sono noti i costi storici di sviluppo. Si tratta di una rideterminazione dei costi sostenuti in passato ai livelli attuali;

¹⁵⁶ GROSS R., *La «tragedia dei commons»: il rapporto tra proprietà intellettuale e diritto nell'era tecnologica e le minacce alle libertà civili e all'innovazione poste dall'espansione dell'ambito di tutela del copyright*, in ZICCARDI G. (a cura di), *Nuove tecnologie e diritti di libertà nelle teorie nordamericane*, Mucchi.

- *gli indici dei prezzi*: che servono per ridimensionare i costi alla data di valutazione;
- *la tecnica del costo aggregato*: in questa tecnica, si pianifica essenzialmente un progetto che produrrà lo stesso bene del *copyright* nelle condizioni attuali e ai costi correnti, utilizzando le attrezzature e i metodi correnti:

Questa tecnica produce una stima del costo di sostituzione del bene (ad esempio di un video) perché si è ricreata la produzione utilizzando metodi correnti che potrebbero essere o non essere uguali ai metodi effettivamente utilizzati precedentemente.

Se si sono stimati costi di riproduzione o costi di sostituzione, è necessario riflettere sulle forme appropriate di ammortamento e obsolescenza al fine di ottenere un'indicazione del valore di mercato dell'opera creativa¹⁵⁷.

5.2 Il metodo di mercato

Come notato in precedenza, il metodo di mercato indirizza verso la ricerca di informazioni sulla vendita al dettaglio di beni mobili simili a quelli che si sta valutando. Facendo sempre l'esempio del video, è altamente improbabile che la ricerca sveli le vendite di un video identico a quello preso in considerazione¹⁵⁸.

Anche se è improbabile, si potrebbe scoprire vendite di video documentari sul copyright che sono sufficientemente simili da renderle potenzialmente utili.

Il metodo di mercato consente di apportare adeguamenti ragionevoli ai prezzi di vendita di attività simili alla proprietà che si sta valutando, ma non identiche¹⁵⁹.

Ad esempio, si potrebbe scoprire la vendita di un portfolio di video documentari in connessione con un'acquisizione aziendale. Forse si potrebbe essere in grado di allocare il prezzo totale tra i video se si è in grado di scoprire abbastanza fatti su di loro come il loro oggetto, il tempo di esecuzione o il loro mercato. Tali

¹⁵⁷ ovvero al deprezzamento fisico, all'obsolescenza funzionale e quella economica.

¹⁵⁸ V. ANTONELLI, *Novità in tema di iscrizione del software nel bilancio di imprese utilizzatrici*, in *Contabilità, finanza & controllo*;

M. BRUSATERRA, *Costi per acquisto di software*, in *Guida alla contabilità & bilancio*, 2010.

¹⁵⁹ ORLANDI M., *Il bilancio del capitale intellettuale: gestione, valutazione e misurazione*, FrancoAngeli.

adeguamenti sono una questione di giudizio e sono difficili da fare. Ovviamente, questi aggiustamenti non possono essere drastici. Non esiste un modo ragionevole per supporre che la vendita di 30 episodi di mezz'ora di una serie televisiva possa essere resa informativa come indicazione del valore di mercato per il nostro video documentario.

In pratica, è molto improbabile che il metodo di mercato sia appropriato per una valutazione delle risorse del *copyright*. Una ragione è la mancanza di comparabilità tra le risorse del *copyright*. Inoltre, le risorse di *copyright* sono sfruttate più frequentemente tramite licenze e quindi il mercato delle singole risorse di *copyright* è relativamente sottile.

5.3 Il metodo del reddito

I principi finanziari di base del metodo del reddito si basano sulla definizione del valore di mercato come "valore attuale dei benefici economici futuri della proprietà". Il metodo del reddito richiede quattro input:

- l'ammontare del beneficio economico futuro atteso dallo sfruttamento;
- la durata dello sfruttamento;
- lo schema con cui saranno ricevuti i benefici economici;
- il rischio di ricevere il beneficio economico futuro come previsto.

Tutte le valutazioni e le stime sono lungimiranti. Pertanto, la previsione è inevitabile, indipendentemente dal metodo di valutazione utilizzato. Stimare l'obsolescenza economica nel metodo dei costi ci impone di guardare al potenziale sfruttamento del patrimonio soggetto¹⁶⁰. L'utilizzo dei dati di vendita come parametro di riferimento nel metodo di mercato incorpora le aspettative future di acquirenti e venditori sul mercato. Molto spesso il punto di partenza è una previsione delle vendite di prodotti o servizi sul mercato. Se deve esserci qualche vantaggio economico dallo sfruttamento di un bene di *copyright*, deve in definitiva venire dagli acquirenti del mercato che sono disposti a pagare per comprarlo, affittarlo, ascoltarlo, giocarci, leggerlo o vederlo.

¹⁶⁰ PANNO A., *Intangible assets. Profili economici e aspetti valutativi*, Giappichelli.

Con una previsione di vendita in mano, il secondo compito è di stimare la percentuale di entrate di vendita che è attribuibile alla risorsa di *copyright* in questione. Pochi, se ce ne sono, i beni protetti da *copyright* possono essere sfruttati senza incorrere in spese, come ad esempio per lo sviluppo, la consegna o il marketing. Se una risorsa di *copyright* è solo uno di un portfolio di tutti i tipi di attività che costituiscono un'impresa commerciale, l'analisi del suo particolare contributo al reddito può comportare notevoli indagini e analisi¹⁶¹.

Il beneficio economico futuro dell'IP, in generale, deriva da un miglioramento dei ricavi futuri o da una riduzione delle spese future o da entrambi. Di fronte a tutte le altre forme di diritti di proprietà intellettuale, le fonti di beneficio economico per le opere d'autore sono limitate¹⁶². Come "promotori dei ricavi", le risorse del *copyright* possono creare un nuovo flusso di reddito, contribuire ad un miglioramento di un prodotto o servizio esistente che consente di ottenere prezzi premium o essere una fonte di reddito da licenza.

Come "riduttore di spesa", il vantaggio economico di un bene di *copyright* può anche essere misurato dal fatto che la sua proprietà può sollevare un'impresa dalle spese di acquisto o di licenza di quel bene sul *copyright* da una parte esterna.

5.3.2 *La durata e modello del beneficio economico futuro*

Nel mondo reale, le risorse del *copyright* raramente godono di una vita economica pari al periodo della loro protezione legale. Sì, ci sono libri classici, film, opere musicali e sculture che si sono dimostrati senza tempo, ma questo è raro nel contesto del numero di opere protette in tutto il mondo dal diritto d'autore.

La vita economica dei DPI tecnologici è in gran parte determinata da fattori commerciali oggettivi¹⁶³. La vita economica dei diritti di proprietà intellettuale dei marchi anche, ma è anche influenzata dai cambiamenti della società. La vita

¹⁶¹ A. VANZETTI, V. DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale*, Milano;

¹⁶² ORLANDI M., *Il bilancio del capitale intellettuale: gestione, valutazione e misurazione*, FrancoAngeli.

¹⁶³ PANNO A., *Intangible assets. Profili economici e aspetti valutativi*, Giappichelli.

economica delle risorse del *copyright* è influenzata in misura molto maggiore dai sentimenti umani, dalla cultura e dai gusti sempre diversi. È quindi molto più difficile prevedere la durata e il modello della vita economica per una specifica risorsa del *copyright*¹⁶⁴.

Il nucleo del metodo del reddito è un calcolo del valore attuale del flusso futuro attribuibile alla risorsa oggetto del *copyright*¹⁶⁵. Un ingrediente del calcolo del valore attuale è un riflesso del rischio che è incorporato in un singolo valore ("tasso di sconto") espresso in percentuale. Questa percentuale è rappresentativa di tutti gli elementi di rischio e considera:

- se il reddito crescerà ad un tasso come previsto;
- se il reddito durerà tanto quanto previsto;
- se il reddito sarà stabile o volatile;
- se saranno necessari ulteriori investimenti per il marketing e la promozione;
- se ci sarà un ritardo nella ricezione del reddito potenziale;
- fattori economici come il tasso di inflazione atteso e il mercato finanziario.

La stima di un tasso di sconto può essere un argomento complesso e una discussione completa esula dallo scopo di questo documento¹⁶⁶. Si può dire, tuttavia, che il tasso di sconto da utilizzare nel metodo del reddito per la valutazione delle attività di *copyright* è derivato dal mercato finanziario. Cioè,

¹⁶⁴ nel 1961, Life Magazine negli Stati Uniti riportò che il libro di Ian Fleming "From Russia with Love" era uno dei 10 libri preferiti del presidente John F. Kennedy. Ciò ha causato un'impennata delle vendite dei libri di Fleming, che erano stati popolari per qualche tempo. Tali eventi possono influenzare notevolmente la vita economica di un bene del *copyright* ma, ovviamente, è impossibile prevederlo.

Nel 1954, lo studio Metro Goldwyn Mayer pubblicò un film, "Seven Brides for Seven Brothers". Com'è comune, la popolarità delle sue opere musicali di sottofondo diminuì dopo che il film lasciò le sale. Poi la Philip Morris Company ha lanciato una campagna pubblicitaria per il suo marchio di sigarette Marlboro, utilizzando un frammento musicale del film come sfondo per i suoi spot "Marlboro Man". Questa è stata una campagna a lungo termine e i diritti d'autore per il proprietario della musica sono aumentate drammaticamente.

Di nuovo, un evento imprevedibile.

Attualmente, Iagem Music Group, un editore musicale olandese, sta acquisendo aggressivamente i diritti di noti compositori degli anni '30, '40 e '50, come Sammy Cahn, George Gershwin, Richard Rodgers e Oscar Hammerstein. Le loro famose canzoni sono commercializzate come musica di sottofondo pubblicitario per aziende come Bank of America, Royal Bank of Canada, Emirates Airline e la zuppa Campbell¹⁶⁴. Presumibilmente, il flusso costante ma moderato di diritti d'autore di questi "standard" salirà a nuovi livelli come un risultato.

¹⁶⁵ RENOLDI A., *La valutazione dei beni immateriali*. Metodi e soluzioni;

¹⁶⁶ Pratt Shannon P., *Cost of Capital*, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1998 and Damodaran, Aswath, *Damodaran on Valuation*, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1994

non esiste un metodo astratto con cui calcolare direttamente il tasso di sconto. È stimato in base a dati di mercato, mitigati dal giudizio e dalla conoscenza del bene del *copyright* in questione.

Ogni ora di ogni giorno, gli investitori di tutto il mondo stanno prendendo decisioni finanziarie relative all'acquisto di una moltitudine di opportunità di investimento. Questi acquisti sono fatti allo scopo di ottenere redditi da investimenti. Il prezzo che gli investitori sono disposti a pagare è direttamente correlato al rischio percepito del reddito da investimento¹⁶⁷.

5.4 La valutazione del patrimonio protetto da copyright utilizzando la tecnica del 'Relief from Royalty'

La cosiddetta tecnica del “*Relief from Royalty*” dei diritti d’autore viene spesso utilizzata per la valutazione delle risorse del *copyright*. Non è un metodo di valutazione distinto, ma piuttosto una permutazione del metodo del reddito. È uno strumento con cui si può stimare l'ammontare del beneficio economico futuro, uno degli ingredienti del metodo del reddito¹⁶⁸. La teoria sottostante è che una società che sta sfruttando una risorsa per il *copyright* che ha creato è "sollevata" dal dover concedere la licenza - in quei diritti da altri e dover pagare un diritto d’autore per tale uso.

Pertanto, la redditività della società viene rafforzata dal fatto di non dover pagare un diritto d’autore ad altri per il *copyright* di sua proprietà.

Questa tecnica aiuta i periti a quantificare la quantità di beneficio economico futuro che può essere attribuito al bene del *copyright*. La durata, il modello e gli elementi di rischio del metodo del reddito devono ancora essere stimati con altri mezzi¹⁶⁹.

¹⁶⁷ Questi tassi di rendimento sono rappresentativi per i mercati dei capitali degli Stati Uniti a metà del 2013. Sono presi da un'ampia varietà di fonti prontamente disponibili di dati finanziari pubblicati;

¹⁶⁸ PANNON A., *Intangible assets. Profili economici e aspetti valutativi*, Giappichelli.

¹⁶⁹ RENOLDI A., *La valutazione dei beni immateriali. Metodi e soluzioni*.

In un certo senso, questa tecnica comprende alcuni elementi del metodo di mercato in quanto il tasso di *royalty* (diritto d'autore) utilizzato nel calcolo dovrebbe avere una base di *royalties* effettive per una proprietà comparabile evidente nel mercato delle licenze¹⁷⁰. La matematica inizia con un calcolo delle entrate attribuibili alla risorsa del *copyright*.

Questo metodo utilizza una tariffa di *royalty* dal marketplace come mezzo per stimare l'ammontare delle entrate attribuibili all'attività di *copyright* oggetto di valutazione¹⁷¹. Per questo esempio, abbiamo ottenuto dati relativi a diverse transazioni in cui i caratteri protetti da *copyright* venivano concessi in licenza per l'incorporazione in vari tipi di prodotti di consumo¹⁷².

5.5 La valutazione del patrimonio del copyright in base al Premium Pricing

Precedentemente si è notato che uno dei modi in cui un bene del *copyright* può migliorare i benefici economici è abilitarlo alla tariffazione premium di un prodotto o servizio. Il primo passo è convertire la previsione dei ricavi delle vendite in una previsione delle vendite unitarie. Questo consente di valutare le vendite unitarie con e senza la valorizzazione del bene del *copyright*. La differenza tra queste due previsioni di vendita indica i ricavi di vendita attribuibili al bene del *copyright*.

6. Gli step di un audit IP e di una valutazione IP

L'audit IP e la valutazione IP sono strutturati nel seguente modo:

-primo step: *indagine e prospezione*

¹⁷⁰ ORLANDI M., *Il bilancio del capitale intellettuale: gestione, valutazione e misurazione*, FrancoAngeli;

¹⁷¹ HODGSON A., OKUNEV J., WILLET R., *Accounting for Intangibles: A Theoretical Perspective*, in *Accounting and Business Research*;

¹⁷² Queste transazioni di licenza sono state ottenute da RoyaltySource, un servizio di AUS Consultants, Mount Laurel, New Jersey. Royaltysource.com

Elencare tutte le opere, i prodotti, i progetti, i servizi, ecc., creati, sviluppati o utilizzati dall'azienda, quali: invenzioni, formule, processi, dispositivi o altre tecnologie, lavori creativi, come musica, libri o videogiochi per computer, informazioni di impresa, tra cui pubblicità, materiale promozionale, elenchi di clienti, elenchi di prospetti, informazioni sui prezzi, dati di vendita, proiezioni finanziarie, procedure di controllo qualità e conformità e altri materiali.

-seconda step: *identificazione*

Elencare le attività immateriali esistenti, compresi i diritti di proprietà intellettuale come diritti d'autore, marchi, disegni, brevetti, competenza del prodotto / processo, conoscenze proprietarie e segreti commerciali. Identificare le attività immateriali per le quali si dovrebbe cercare la protezione IP o che dovrebbero essere altrimenti protette.

-terzo step: *categorizzazione delle risorse identificate*

Stabilire la proprietà di tutti i beni immateriali sviluppati e posseduti dall'impresa, sviluppati e posseduti da personale, acquisiti da terzi, comproprietari, ecc.. Attività necessarie all'IP (molto importante per il business). Risorse IP non necessarie (non importanti per il business - possono svilupparsi senza di loro)

-quarto step: *elencare l'impatto di fattori esterni o di mercato*

I fattori esterni sono il marchio aziendale, i marchi di prodotto, il logo e design, la buona volontà, l'approvazione di normative, la certificazione del prodotto e le certificazioni di esportazione.

-quinto step: *esaminare l'applicabilità*

L'esaminazione avviene attraverso le disposizioni legali e importanza economica, l'azione amministrativa, i passi legali, le procedure civili e le procedure criminali.

-sesto step: *stabilire il valore per le risorse IP*

Quindi stabilire il valore delle risorse IP principali (da utilizzare per il saldo), stabilire il valore delle risorse IP non necessarie (per ottenere un valore per la licenza o la vendita a terze parti), una volta completato il primo audit IP, i risultati dovrebbero essere riflessi in un inventario di audit IP che sarà uno

strumento di gestione e valutazione. Un controllo IP dovrebbe contenere almeno le seguenti informazioni:

- i diritti IP sono registrati o meno;
- non ci sono problemi con i problemi di proprietà intellettuale e il modo in cui vengono affrontati;
- chi possiede i diritti (diritti di proprietà intellettuale, diritti di produzione, diritti di distribuzione, ecc.) E, per quelli che non possiedi, identifica le condizioni che si applicano al loro uso;
- una valutazione dell'effettiva utilizzazione dei diritti di proprietà intellettuale;
- se i diritti sono stati contestati, minacciati o violati da terze parti;
- valutazione dell'efficienza del piano di gestione e manutenzione IP;
- record della creazione e della proprietà IP.

6.2 Il contenuto di un rapporto di audit IP

Il rapporto di audit IP è caratterizzato da:

- problemi di inventario:

un elenco di beni di proprietà intellettuale, inclusi divulgazioni, brevetti, diritti d'autore, marchi commerciali, segreti commerciali, contratti, accordi, ecc.;

- problemi relativi ai diritti:

descrizione degli IPR che sono stati creati o acquisiti e se sono stati correttamente gestiti; descrizione dei diritti che non sono stati acquisiti e spiegazione in quali condizioni devono essere acquisiti tali diritti di proprietà intellettuale;

- problemi di proprietà:

la società ha una chiara proprietà su queste risorse IP? Gli IPR sono stati correttamente assegnati da dipendenti/consulenti/subappaltatori?

- problemi di violazione:

l'azienda utilizza i diritti di proprietà intellettuale per i quali la società non ha diritti? Sono state adottate e corrette procedure di liquidazione dei diritti di proprietà intellettuale e sono implementate?

- questioni strategiche:

queste risorse IPR sono gestite e sfruttate correttamente in linea con gli obiettivi strategici dell'azienda? Eventuali restrizioni al loro utilizzo?

- problemi di carenza:

avete tecnologie brevettabili/risultati di ricerca che non sono protetti e perché? Esistono applicazioni per la registrazione di marchi e disegni e modelli? Quali disposizioni sono state adottate per l'uso continuato dei marchi, le spese di manutenzione per mantenere in vigore brevetti e disegni, ecc.?

6.3 Tendenze future sulla valutazione IP

I professionisti della valutazione esperti nella valutazione della proprietà intellettuale sono richiesti in tutto il mondo ora e la domanda aumenterà nel prossimo futuro¹⁷³. Diverse condizioni supportano tale opinione:

- il carattere globale del business dipenderà sempre più dalla proprietà intellettuale piuttosto che dai mattoni e dalle malte e dalle materie prime;

- le imprese esistenti, anche quelle legate alle risorse naturali o alla cosiddetta industria pesante, continueranno ad espandere la loro dipendenza dalla proprietà intellettuale come motore di guadagni e valore aggiunto;

- l'emergere di nuove forme di business, esemplificate da Google, Amazon, Facebook ed E-bay, che sono quasi totalmente dipendenti dall'IP, continuerà ad un ritmo sempre più rapido.

Si è anche osservato una “sete” mondiale di "contenuto". Per contenuto ci si riferisce a parole, musica e immagini, sia ferme che in movimento. Mentre la tecnologia continua il suo sviluppo esponenziale, i risultati saranno sempre più e ci saranno più modi per elaborare e distribuire contenuti al pubblico degli acquirenti. Le risorse del copyright, come forma di proprietà intellettuale, saranno centrali in questo sviluppo¹⁷⁴. I sistemi giuridici nazionali di proprietà

¹⁷³ A. PLAIA, *Proprietà intellettuale e risarcimento del danno*, Torino;

¹⁷⁴ HODGSON A., OKUNEV J., WILLET R., *Accounting for Intangibles: A Theoretical Perspective*, in *Accounting and Business Research*.

intellettuale potrebbero essere in ritardo rispetto a questa esplosione di contenuti, ma recupereranno terreno.

Queste condizioni commerciali determineranno inevitabilmente un aumento del commercio e degli affari basato sul capitale intellettuale e sui diritti di proprietà intellettuale su scala globale. Dove c'è commercio, sorge la necessità di valutazioni indipendenti. Ciò è stato evidente sia nello sviluppo che nelle comunità commerciali recentemente privatizzate¹⁷⁵.

Ovunque si viaggia, i governi nazionali e i membri delle comunità imprenditoriali nazionali o regionali esprimono un forte desiderio di monetizzare la loro creatività e prodotti e servizi innovativi, sia che si tratti di tecnologia o di IPR "soft" come marchi e opere d'autore. È una progressione naturale lontano dalla dipendenza dalla proprietà materiale/tangibile e dalle risorse naturali.

Si crede che ci siano due parti in questo problema di monetizzazione. In primo luogo, vi è la necessità di ottenere risorse di capitale per sviluppare innovazioni e idee creative in DPI che possano supportare prodotti e servizi commercializzati. In secondo luogo, vi è l'obiettivo di massimizzare il vantaggio economico di tali prodotti e servizi sul mercato.

Elementi essenziali nell'interfaccia tra i creatori della proprietà intellettuale e il mercato dei capitali sono un solido sistema legale di proprietà intellettuale e professionisti ben addestrati; standard contabili e finanziari che consentono una comunicazione globale efficace sui "numeri"; il terzo elemento essenziale è una professione di valutazione competente e imparziale.

Questi tre elementi professionali lubrificano l'interfaccia tra "l'inventore o il creatore e il denaro", consentendo la comunicazione tra entità aziendali che normalmente non interagiscono tra loro e fornendo competenze professionali a entrambe le parti. Queste abilità non sono richieste nella stessa misura in tutti i livelli di attività economica.

Ad esempio, un'azienda farmaceutica multinazionale (MNE) possiede le competenze e le risorse necessarie per finanziare lo sviluppo dei propri DPI essenziali e per monetizzarli dopo uno sviluppo di successo.

¹⁷⁵ ORLANDI M., *Il bilancio del capitale intellettuale: gestione, valutazione e misurazione*, FrancoAngeli;

Tuttavia, nel mondo delle piccole e medie imprese (PMI), la necessità di queste capacità e servizi è più che evidente. Ciò è particolarmente vero per quanto riguarda i diritti d'autore che sono spesso creati da individui, all'interno di piccole imprese, o da piccoli gruppi o individui. Queste tendenze e la crescente necessità di servizi di valutazione professionale competenti ed etici portano a concludere che esiste un futuro in crescita per la professione.

Sfortunatamente, e a causa dell'esperienza diffusa, frammentaria e disomogenea con gli audit e la valutazione IP in diversi paesi e regioni, esistono differenze e discrepanze significative nei risultati di valutazione e valutazioni preparati da diversi valutatori e società di valutazione in diversi paesi. Pertanto, una delle principali sfide per la valutazione e la professione di valutazione è quella di concordare e giungere a standard di valutazione universalmente accettabili e criteri che faciliterebbero il raggiungimento di risultati di valutazione comparabili e universalmente accettabili.

6.4 I benefici delle valutazioni IP

Negli ultimi 15-20 anni si è assistito ad una crescita costante di aziende che sono diventate leader di mercato attraverso l'efficace creazione, utilizzo, acquisizione e sfruttamento delle proprie risorse IP attraverso un'efficiente gestione IP. Tuttavia, in molti casi il fatto è che il ruolo dell'IP negli affari non è sufficientemente compreso. Le piccole e medie imprese, la spina dorsale delle economie nazionali, sono state lente a realizzare il potenziale della gestione della proprietà intellettuale per aumentare la propria competitività. Comprensibilmente, molti governi hanno preso posizione nella promozione di tali pratiche commerciali di gestione dell'IP.

La ragione principale per valutare IP è massimizzare il valore per il titolare del diritto e quindi anche il valore dell'azienda attraverso decisioni gestionali ottimali. In sintesi, dal punto di vista aziendale, questi sono alcuni dei motivi per la valutazione delle risorse IP:

- *raccolta di fondi* (prestiti bancari, capitale di rischio, investimenti): per finanziare i propri piani di sviluppo, molte aziende creative e innovative hanno solo le proprie risorse IP da offrire come garanzia. Ci sono un certo numero di aziende basate sulla creatività che hanno usato i loro diritti di proprietà intellettuale (ad esempio i diritti d'autore) come garanzia sia nel finanziamento basato sul flusso di cassa che nel finanziamento basato sulle attività. A causa dell'insufficiente conoscenza dell'IP e della valutazione, le banche continuano a essere riluttanti ad accettare tali attività. In futuro, questo tipo di garanzia sarà più accettato nel settore e la valutazione IP diventerà un processo standard. Il finanziamento tramite il capitale di rischio è importante anche per molte aziende (soprattutto basate sulla conoscenza). Nel prendere decisioni in merito ai possibili investimenti e ai rischi associati, queste organizzazioni devono essere chiare sul valore e sulla fattibilità commerciale delle attività IP appartenenti al beneficiario e spesso la ragione dell'investimento.

- *valutazione della società* (transazioni, IPO, joint venture, fusioni e acquisizioni, acquisizione da parte del management o buy-in, fallimento):

- l'IP è una componente fondamentale del valore dell'azienda;

- è richiesta un'accurata valutazione IP per l'acquisto o la vendita di una società, la creazione di joint venture e l'esecuzione di fusioni e acquisizioni;

In tali transazioni, ciascuna parte dovrà conoscere il valore delle risorse IP acquistate o vendute come parte della società.

In caso di fallimento o riorganizzazione aziendale, è richiesta una valutazione del valore dell'azienda, che deve includere il valore delle risorse IP e la valutazione dell'impatto dei piani di riorganizzazione proposti.

- *gestione efficiente*:

- lo sfruttamento efficace delle risorse IP può contribuire al successo di un'azienda;

- lo sfruttamento IP e la creazione di strategie commerciali richiedono una gestione efficace basata su informazioni adeguate e sufficienti.

- le decisioni in materia di ricerca, sviluppo, protezione giuridica e commercializzazione implicano livelli di rischio elevati ma misurabili.

-la valutazione IP facilita il processo decisionale a costi contenuti e aiuta a comprendere e affrontare i rischi connessi.

- *valutazione aziendale per gli azionisti;*
- *privatizzazione di entità pubbliche;*
- *rapporto finanziario/bilancio/contabilità:*

-gli standard contabili non sono generalmente utili per rappresentare l'IP nei conti delle società e di conseguenza questi sono spesso sottostimati e mal gestiti.

-è necessario un valore IP accurato per molti aspetti della rendicontazione e della contabilità, inclusa la segnalazione delle stime del valore equo nelle relazioni annuali;

- *pianificazione fiscale e conformità:*

-per le persone giuridiche, conoscere il valore del loro IP è importante per possibili detrazioni fiscali e conformità fiscale.

- *assegnazione o acquisizione di un bene IP; concedere in licenza o meno un'attività IP:*

-prima che una società acquisti o venda IPR, deve essere consapevole del suo valore.

Allo stesso modo, quando si negozia un contratto di licenza, entrambe le parti devono essere chiare sui valori coinvolti. Spesso è richiesto un rapporto di diligenza dovuta che descriva i dettagli dell'IP acquistato, venduto o concesso in licenza.

- *investimento nell'attività IP (ad esempio per ulteriori sviluppi);*
- *supporto per controversie legali e risoluzione delle controversie:*

-è necessaria un'accurata valutazione IP in caso di violazione dei diritti di proprietà intellettuale o violazione del contratto.

6.5 La massimizzazione del valore delle risorse sul copyright

L'obiettivo di una gestione efficace di qualsiasi attività aziendale è di aumentarne il valore, attraverso:

- 1) *quantità:* raggiungere la più ampia gamma possibile di opportunità di sfruttamento.

Ad esempio, è improbabile che un'opera musicale scritta esclusivamente per clavicembalo venga distribuita o venduta ampiamente. Lo stesso lavoro musicale orchestrato per strumenti più comuni ha più potenziale. Un membro di un gruppo musicale potrebbe comporre una canzone per la band. È necessario decidere se mantenere la canzone esclusiva per il gruppo o permetterne la distribuzione più ampia. L'essenza di questa decisione è se le commissioni di ingaggio della band supererebbero il reddito da diritto d'autore.

La versatilità può essere un forte vantaggio economico per le proprietà intellettuali di tutti i tipi.

Le tecnologie con molte potenziali applicazioni, i marchi che possono essere un ombrello per molti prodotti o servizi, o le risorse di copyright che hanno molte forme di espressione sono molto più preziose di quelle strettamente definite.

Guardando attraverso i potenziali exploit all'utente finale (acquirente). Quanti di loro sono lì? Qual è la loro capacità e / o inclinazione a pagare? Ogni fotografo ritiene che le sue immagini siano superlative, ma il pubblico degli acquirenti potrebbe non essere d'accordo. C'è sempre questa tensione tra arte e commercio, ma è un elemento da considerare nel contesto commerciale.

2) *durata e modello:*

Le risorse di copyright più preziose hanno una caratteristica "senza tempo". La creazione di una tendenza attuale può essere allettante a causa dell'attrazione di un rapido riconoscimento, ma il beneficio economico potrebbe essere di breve durata. Ricordando il concetto di valore attuale, è chiaro che il beneficio economico da ricevere prima è più prezioso del beneficio economico ritardato.

3) *rischio:*

Ovviamente, ogni forma di sfruttamento della proprietà intellettuale comporta alcuni rischi. Se il proprietario di un bene di copyright sceglie di sfruttarlo internamente in un'impresa, potrebbe essere necessario effettuare un investimento per impianti e attrezzature per realizzare i prodotti con i quali l'attività del copyright è associata. Ciò può comportare rischi finanziari e ridurre il time-to-market. Il proprietario del *copyright* potrebbe decidere di subappaltare la fabbricazione del prodotto, che potrebbe creare problemi di qualità e

consegna. Se il proprietario decide di sfruttare la licenza, allora la selezione dei licenziatari appropriati diventa importante.

Come per i marchi, i beni protetti da *copyright* possono essere messi a rischio estendendoli a sfruttamenti di scarsa qualità o inaccettabili sul mercato. Ad esempio, un autore con una serie di libri pubblicati di successo potrebbe vendere i diritti per una serie televisiva che risulta essere molto infruttuosa. Ciò potrebbe avere un effetto deleterio sulle vendite future dei libri esistenti e ancora non scritti dell'autore.

CAPITOLO III

Il caso studio: il ruolo dei social network nella percezione del diritto d'autore e prospettive future

1. Problemi e opportunità dei social network

I social network sono piattaforme caratterizzate in particolare dall'espressività e della socialità¹⁷⁶. Infatti, agli utenti è consentito, in quanto facili da usare, di esprimere la loro individualità, di generare nuovi contenuti e di condividerli con altri utenti all'interno di una determinata comunità. Si tratta insomma di piattaforme attraverso le quali un utente può gestire sia la propria rete sociale, sia la propria identità sociale: quella con cui si presenta ai propri contatti.

Da entrambi questi punti di vista i social network sono uno sviluppo dei blog¹⁷⁷: quello strumento del Web 2.0 mediante il quale molti soggetti mettono online storie personali o commentano pubblicamente notizie, magari sul sito di un giornale, disponibili a discutere i loro commenti con altri lettori.

I social network più diffusi oggi per le comunicazioni e le relazioni, almeno in Europa, sono Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, Twitter.

Essi però sono strutturati diversamente tra loro e svolgono il loro ruolo in modi diversi. Ad esempio Facebook, Instagram, TikTok e, in parte, anche WhatsApp consentono a un gruppo di utenti di condividere fra loro vari contenuti multimediali senza che altri possano accedere a ciò che questi utenti stanno condividendo. Si viene così a creare una comunità, tendenzialmente chiusa, ritagliata sulla base di specifici interessi e composta solo da «amici» o «amici di amici», anche se certamente essa può ampliarsi.

Twitter invece permette all'emittente di inviare a coloro che lo seguono o messaggi generali – i più diffusi – o messaggi individuali. In questo caso, però, chi riceve questi messaggi può rispondere, ma non entrare in contatto con gli altri followers dello stesso emittente. Quindi, mentre nel caso di Facebook,

¹⁷⁶ RIVA G: "I social network", il Mulino;

¹⁷⁷ termine che deriva dalla contrazione di «weblog»;

Instagram, TikTok e WhatsApp la relazione comunicativa è orizzontale e reciproca, nel caso di Twitter è verticale e gerarchica.

Questa è dunque la struttura che rende possibile l'espressione e la condivisione della propria identità e delle proprie esperienze attraverso i social network.

Tale identità non è soltanto qualcosa che viene preliminarmente dichiarato, in un profilo fatto per lo più di un testo e di un'immagine, ma è anche ciò che risulta progressivamente costruito e confermato proprio mediante i materiali tratti dalla propria vita – foto, video, commenti – che vengono di volta in volta condivisi.

2. *L'influenza dei social networks nelle decisioni degli utenti*

Come affermato precedentemente, i canali social vengono considerati drivers per la condivisione di contenuti¹⁷⁸. E' questo l'utilizzo che ne fanno personaggi famosi, artisti ed influencer, condividono contenuti e, sfruttando la loro popolarità, influenzano le scelte dei seguaci. Le scelte possono ricadere sull'acquisto e l'utilizzo di prodotti, cibo e bevande o addirittura luoghi da visitare.

Per citare un esempio, è possibile prendere in considerazione il caso di Chiara Ferragni e lo shooting fotografico realizzato, per la rivista Vogue Hong Kong, presso il Museo degli Uffizi di Firenze nel 2020. Gli analisti del settore, infatti, hanno evidenziato che gli ingressi e le visite al Museo fiorentino hanno avuto un'impennata considerevole, anche e soprattutto tra i più giovani.¹⁷⁹

I social media possono essere considerati drivers per la diffusione¹⁸⁰, anche involontaria, del valore del capitale intellettuale agli utenti a cui è indirizzata la divulgazione esterna. Il web rappresenta quindi una fitta rete in cui le informazioni degli utenti vengono facilmente condivise attraverso le molteplici

¹⁷⁸ SEARLE, N. AND BRASSELL, M., *Economic Approaches to Intellectual Property*, Osgoode Hall Law Journal-York University.

¹⁷⁹ "Effetto Ferragni sugli Uffizi"- la Repubblica del 2 aprile 2021;

¹⁸⁰ QUALMAN E., *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business*, Wiley;

connessioni reciproche tra le banche dati online (*cross-reference*¹⁸¹), le quali aumentano la divulgazione “involontaria” di informazioni personali¹⁸².

Oggi, sempre più operatori economici, in tutti i settori, si rivolgono ai canali dei social networks per pubblicizzare i propri prodotti. Si sta venendo a verificare un fenomeno, forse negativo per la nostra socialità, che sta spostando le nostre interazioni sociali dal mondo reale al mondo virtuale¹⁸³.

Questo fenomeno ha portato anche delle ripercussioni sul piano economico.

Innanzitutto, queste piattaforme tassano gli operatori economici e gli utenti per usufruire del servizio sponsorizzazione. Il servizio consiste nel pagare alla piattaforma, attraverso carta di credito/debito/prepagata, una tariffa per ottenere pubblicità e maggiore risonanza.

Al fine di pubblicizzare prodotti, eventi, azioni sociali e a sensibilizzare la popolazione su tematiche etico-morali, vengono chiamati a questo compito personaggi famosi di ogni settore dello spettacolo, dello sport e tutti coloro che hanno risonanza sugli utenti.

Molte imprese dei settori dell’abbigliamento, del cosmetico e del food infatti si rivolgono ai predetti personaggi per la sponsorizzazione dei loro prodotti creando così un ciclo economico, che vede come beneficiari la piattaforma, l’impresa e il personaggio famoso. Gli utenti, che nel mondo virtuale instaurano un rapporto di fiducia con il personaggio famoso, di conseguenza tendono a fornirsi di quel prodotto, in quanto proiettano la fiducia che hanno nel loro idolo sul prodotto¹⁸⁴.

¹⁸¹ Si definisce *cross-reference* un riferimento che permette di mettere in diretta comunicazione un documento, sia esso libro, indice o qualsiasi tipo di file ad un'altra parte di un altro documento contenente informazioni correlate. (Tratto da The AmericanHeritage® Dictionary of the English Language, Fourth Edition copyright ©2000 by Houghton Mifflin Company. Updated in 2009. Published by Houghton Mifflin Company. All rights reserved.

¹⁸² POTTS J., CUNNINGHAM S., HARTLEY J., ORMEROD P., *Social network markets: a new definition of the creative industries*, Journal of Cultural Economics;

¹⁸³ GOKCEKUS S., FIRTH J.A., REGAN C., SHELDON B.C., *Recognising the key role of individual recognition in social networks*, in <https://www.sciencedirect.com/journal/trends-in-ecology-and-evolution>;

¹⁸⁴ ARDIZZONE, BLENGINO, GLORIOSO, RAMELLO, RICOLFI, RUFFO, *Copyright digitale: l'impatto delle nuove tecnologie tra economia e diritto*, Giappichelli.

La scelta delle imprese di far pubblicizzare un proprio prodotto ad un determinato personaggio si basa su un algoritmo che valuta il numero di follower e le interazioni che si generano nei post pubblicati¹⁸⁵.

Sulla base di queste premesse, il presente lavoro di ricerca sostiene che il successo che un cantautore ha sui social-network può ripercuotersi positivamente sulla valutazione economica del proprio *copyright*.

3. Metodologia

Il presente lavoro ha l'obiettivo di rispondere alla seguente domanda di ricerca: *“Quali fattori impattano sulla percezione del diritto d'autore?”*.

Attraverso una metodologia quantitativa, basata su un'analisi di correlazione lineare, il presente contributo si pone l'obiettivo di individuare quale fattore legato alle caratteristiche individuali del cantante incide maggiormente sul numero di ascoltatori mensili dello stesso¹⁸⁶.

In particolare, è stato selezionato un campione 89 cantautori italiani (tabella 1), in egual numero per genere femminile e maschile, attraverso la consultazione di *Spotify*¹⁸⁷, un servizio di riproduzione digitale in *streaming* di musica, *podcast* e video, con accesso immediato a milioni di brani e altri contenuti di artisti provenienti da tutto il mondo.

¹⁸⁵ POTTS J., HARTLEY J., *How the Social Economy Produces Innovation*, in Review of Social Economy;

¹⁸⁶ MARSIGALIA B., CALCAGNI G. (2022), *“The impact of social factors on the economic evaluation of copyright in musical databases of firms”*, International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism.

¹⁸⁷ La piattaforma Spotify è un servizio musicale che offre lo streaming on demand di una selezione di brani di varie case discografiche ed etichette indipendenti.

La musica può essere visualizzata per artista, album, etichetta, genere o playlist così come grazie a ricerche dirette.

Spotify prevede due tipologie di utenze: una di base e gratuita, Free, già disponibile al momento della sottoscrizione del servizio accedendo con un account Facebook o Spotify, con la quale l'utente può ascoltare una quantità illimitata di musica, ma sovrapposta a pubblicità visiva e simil-radiofonica e una avanzata con abbonamento a pagamento, Premium, che consente di ascoltare musica senza interruzioni pubblicitarie ed accedere ad ulteriori funzioni come lo streaming con maggiore bitrate (fino a 320 kb/s), l'accesso offline alla musica e le applicazioni mobili.

Tabella 1: Campione oggetto di analisi

	Cantautori
1	Fedez
2	J-Ax
3	Jovanotti
4	Alex Britti
5	Cesare Cremonini
6	Francesca Michielin
7	Nesli
8	Elisa
9	Francesco Gabbani
10	Malika Ayane
11	Vasco Rossi
12	Fiorella Mannoia
13	Cristiano Malgioglio
14	Irene Grandi
15	Luciano Ligabue
16	Calcutta
17	Liberato
18	Renato Zero
19	Zucchero
20	Coez
21	Gazzelle
22	Franco Battiato
23	Paola Turci
24	Chiara
25	Anna Oxa
26	Bianca Atzei
27	Annalisa
28	Max Gazzè
29	Nina Zilli
30	Noemi
31	Giusy Ferreri
32	Sfera Ebbasta
33	Fabri Fibbra
34	Carmen Consoli
35	Levante
36	Donatella Rettore
37	Laura Pausini
38	Gianna Nannini
39	Irene Fornaciari
40	Luca Carboni
41	Federica Abbate
42	Al Bano
43	Biagio Antonacci
44	Claudio Baglioni

45	Elettra Lamborghini
46	Giovanni Caccamo
47	Vinicio Capossela
48	Edoardo Bennato
49	Eugenio Bennato
50	Samuele Bersani
51	Loredana Bertè
52	Briga
53	Stefano Borgia
54	Brunori Sas
55	Caparezza
56	Carl Brave
57	Federica Carta
58	Adriano Celentano
59	Riccardo Cocciante
60	Gigi D'Alessio
61	Francesco De Gregori
62	Diodato
63	Luca Dirisio
64	Dolcenera
65	Niccolò Fabi
66	Tiziano Ferro
67	Gianluca Grignani
68	Raphael Gualazzi
69	Irama
70	Achille Lauro
71	Mahmood
72	Marco Masini
73	Ermal Meta
74	Morgan
75	Stefania Orlando
76	Tommaso Paradiso
77	Povia
78	Raf
79	Eros Ramazzotti
80	Francesco Renga
81	Scarda
82	Ivana Spagna
83	Ultimo
84	Roberto Vecchioni
85	Antonello Venditti
86	Michele Zarrillo
87	Ivan Cattaneo
88	Roby Facchinetti
89	Nek

Quale variabile dipendente è stata selezionato il “Numero di ascoltatori mensili”, mentre quali variabili indipendenti sono state individuate differenti variabili rappresentative di ogni cantautore “Genere”, “Anno di nascita”, “Anno di esordio”, “Compagno famoso”, “Familiare artista”, “Partecipazione al Festival di Sanremo”, “Partecipazione a *Talent Show*”, “Numero di *like* pagina Facebook”, “Numero di *followers* Instagram” (tabella 2).

Tabella 2: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁸⁸

Cantautori	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Familiare artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram					
Fedez	2.451.343	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	Si	1	2.273.652	11.527.545		
J-Ax	1.738.677	1972	1990	Si	1	No	0	Si	1	No	0	2.204.559	2.412.388		
Jovanotti	1.751.724	1966	1987	No	0	No	0	Si	1	Si	1	2.669.563	1.906.606		
Alex Britti	512.574	1968	1985	No	0	No	0	No	0	Si	1	0	108.568		
Cesare Cremonini	934.756	1980	1999	Si	1	No	0	No	0	No	0	875.218	1.297.281		
Francesca Michielin	485.408	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	480.782	665.863
Nesli	114.073	1980	1999	No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	842.830	85.255
Elisa	1.733.592	1977	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.719.553	1.450.307
Francesco Gabbani	669.537	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	542.430	649.443
Malika Ayane	573.315	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	286.354	190.370
Vasco Rossi	1.391.505	1952	1977	No	0	No	0	Si	1	No	0	No	0	4.392.544	1.659.498
Fiorella Mannoia	549.545	1954	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.059.722	491.275
Cristiano Malgioglio	87.135	1945	1972	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	447.346	1.091.829
Irene Grandi	383.169	1969	1992	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	237.182	101.794
Luciano Ligabue	1.050.316	1960	1987	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	3.014.321	835.057
Calcutta	1.167.861	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	160.256	501.191
Liberato	270.144	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	127.182	347.451
Renato Zero	895.551	1950	1967	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.577.971	251.973
Zucchero	2.190.614	1954	1982	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	972.697	166.719
Coez	1.370.828	1984	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	282.075	708.734
Gazzelle	1.864.155	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	93.259	521.659
Franco Battiato	958.938	1945	1965	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	749.922	0
Paola Turci	91.479	1964	1986	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	246.901	283.515
Chiara	142.522	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	350.900	222.254
Anna Oxa	304.300	1961	1978	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	40.194	11.860
Bianca Atzei	67.367	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	287.365	834.715
Annalisa	975.890	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	931.615	1.438.643
Max Gazzè	485.979	1967	1991	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	516.978	278.985
Nina Zilli	124.694	1980	2000	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	447.102	282.048
Noemi	220.713	1982	2009	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	645.851	383.156
Giusy Ferreri	1.018.278	1979	1998	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	530.334	232.707
Sfera Ebbasta	6.846.591	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	0	306.688	3.518.218

¹⁸⁸ Dati raccolti nel mese di gennaio 2021

Fabri Fibbra	1.409.110	1976	1994	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	1.752.736	1.223.755
Carmen Consoli	230.481	1974	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	390.842	97.241
Levante	630.949	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	0	Si	1	283.451	875.993
Donatella Rettore	135.500	1955	1973	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	0	20.498	38.308
Laura Pausini	6.133.497	1974	1993	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	6.470.006	3.481.561
Gianna Nannini	917.033	1954	1974	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	1.300.207	244.986
Irene Fornaciari	3.164	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	40.342	9.898
Luca Carboni	410.899	1962	1981	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	232.985	106.860
Federica Abbate	76.001	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	20.934	48.327
Al Bano	396.545	1943	1965	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.465	7.543
Biagio Antonacci	672.386	1963	1988	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.887.543	921.891
Claudio Baglioni	821.706	1951	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	944.070	216.891
Elettra Lamborghini	1.122.056	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.064.248	6.489.352
Giovanni Caccamo	41.306	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	105.906	81.793
Vinicio Capossela	361.244	1965	1990	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	584.650	126.589
Edoardo Bennato	566.086	1946	1966	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	324.096	21.508
Eugenio Bennato	42.629	1948	1969	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	69.970	7.046
Samuele Bersani	433.056	1970	1991	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	245.817	97.230
Loredana Bertè	516.755	1950	1969	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	342.333	244.258
Briga	197.801	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	233.850	508.375
Stefano Borgia	524	1961	1984	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	5.902	1.084
Brunori Sas	558.839	1977	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	293.495	251.955
Caparezza	433.154	1973	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	856.963	298.843
Carl Brave	2.118.654	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	27.519	556.609
Federica Carta	590.693	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	168.871	700.658
Adriano Celentano	1.168.029	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	0	15.099
Riccardo Cocciante	523.782	1946	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	0	3.003
Gigi D'Alessio	705.318	1967	1992	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.182.376	556.100
Francesco De Gregori	863.408	1951	1969	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	519.566	56.476
Diodato	743.883	1981	2007	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	104.768	233.224
Luca Dirisio	92.244	1978	2004	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	28.392	17.315
Dolcenera	52.546	1977	2002	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	395.759	214.438
Niccolò Fabi	219.365	1968	1995	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	304.268	132.230
Tiziano Ferro	2.620.799	1980	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	3.005.411	2.151.579
Gianluca Grignani	2.036.393	1972	1994	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	462.553	101.972
Raphael Gualazzi	260.041	1981	2005	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	149.430	35.063
Irama	2.052.513	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	301.359	1.433.271
Achille Lauro	1.846.599	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	334.548	1.385.204
Mahmood	2.209.039	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	185.720	1.163.306
Marco Masini	324.496	1964	1988	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	390.286	105.023
Ermal Meta	364.799	1981	2006	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	415.556	575.009
Morgan	100.031	1972	1989	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	299.261	255.789
Stefania Orlando	10.835	1966	2005	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	52.580	309.301
Tommaso Paradiso	1.122.716	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	38.041	822.821
Povia	43.799	1972	2003	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	324.784	27.181
Raf	619.159	1959	1977	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	240.188	64.970
Eros Ramazzotti	4.173.403	1963	1981	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	4.914.901	1.555.138
Francesco Renga	446.652	1968	1986	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	896.985	464.031
Scarda	53.687	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	11.943	16.800

Ivana Spagna	300.547	1954	1969		Si	1		Si	1	No	0		Si	1	Si	1	131.116	21.021
Ultimo	1.778.327	1996	2016		No	0		No	0	No	0		Si	1	Si	1	592.510	2.894.800
Roberto Vecchioni	304.596	1943	1966		No	0		Si	1	No	0		Si	1	Si	1	267.914	19.699
Antonello Venditti	847.951	1949	1971		No	0		Si	1	No	0		Si	1	Si	1	797.174	60.543
Michele Zarrillo	178.588	1957	1972		Si	1		No	0	No	0		Si	1	No	0	329.949	15.990
Ivan Cattaneo	4.309	1953	1975		No	0		No	0	No	0		Si	1	Si	1	4.852	34.087
Roby Facchinetti	22.558	1944	1958		Si	1		No	0	Si	1		Si	1	Si	1	314.123	150.134
Nek	1.666.900	1972	1986		Si	1		No	0	No	0		Si	1	Si	1	968.637	1.004.919

Tabella 3: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁸⁹

Cantautori	Genere	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Familiare artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram					
Adriano Celentano	1	1.168.029	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	0	15.099
Al Bano	1	396.545	1943	1965	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.465	7.543
Roberto Vecchioni	1	304.596	1943	1966	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	267.914	19.699
Roby Facchinetti	1	22.558	1944	1958	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	314.123	150.134
Cristiano Malgoglio	1	87.135	1945	1972	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	447.346	1.091.829
Franco Battiato	1	958.938	1945	1965	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	749.922	0
Edoardo Bennato	1	566.086	1946	1966	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	324.096	21.508
Riccardo Cocciante	1	523.782	1946	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	0	3.003
Eugenio Bennato	1	42.629	1948	1969	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	69.970	7.046
Antonello Venditti	1	847.951	1949	1971	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	797.174	60.543
Renato Zero	1	895.551	1950	1967	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.577.971	251.973
Loredana Bertè	0	516.755	1950	1969	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	342.333	244.258
Claudio Baglioni	1	821.706	1951	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	944.070	216.891
Francesco De Gregori	1	863.408	1951	1969	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	519.566	56.476
Vasco Rossi	1	1.391.505	1952	1977	No	0	No	0	Si	1	No	0	No	0	4.392.544	1.659.498
Donatella Rettore	0	135.500	1953	1973	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	20.498	38.308
Ivan Cattaneo	1	4.309	1953	1975	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	4.852	34.087
Fiorella Mannoia	0	549.545	1954	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.059.722	491.275
Gianna Nannini	0	917.033	1954	1974	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	1.300.207	244.986
Ivana Spagna	0	300.547	1954	1969	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	131.116	21.021
Zucchero	1	2.190.614	1954	1982	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	972.697	166.719
Michele Zarrillo	1	178.588	1957	1972	Si	1	No	0	No	0	Si	1	No	0	329.949	15.990
Raf	1	619.159	1959	1977	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	240.188	64.970
Luciano Ligabue	1	1.050.316	1960	1987	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	3.014.321	835.057
Anna Oxa	0	304.300	1961	1978	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	40.194	11.860
Stefano Borgia	1	524	1961	1984	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	5.902	1.084
Luca Carboni	1	410.899	1962	1981	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	232.985	106.860
Biagio Antonacci	1	672.386	1963	1988	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.887.543	921.891
Eros Ramazzotti	1	4.173.403	1963	1981	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	4.914.901	1.555.138
Paola Turci	0	91.479	1964	1986	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	246.901	283.515
Marco Masini	1	324.496	1964	1988	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	390.286	105.023

¹⁸⁹ Dati raccolti nel mese di febbraio 2021

Vinicio Capossela	1	361.244	1965	1990	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	584.650	126.589
Jovanotti	1	1.751.724	1966	1987	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	2.669.563	1.906.606
Stefania Orlando	0	10.835	1966	2005	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	52.580	309.301
Max Gazzè	1	485.979	1967	1991	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	516.978	278.985
Gigi D'Alessio	1	705.318	1967	1992	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.182.376	556.100
Alex Britti	1	512.574	1968	1985	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	0	108.568
Niccolò Fabi	1	219.365	1968	1995	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	304.268	132.230
Francesco Renga	1	446.652	1968	1986	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	896.985	464.031
Irene Grandi	0	383.169	1969	1992	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	237.182	101.794
Samuele Bersani	1	433.056	1970	1991	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	245.817	97.230
Nek	1	1.666.900	1972	1986	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	968.637	1.004.919
J-Ax	1	1.738.677	1972	1990	Si	1	No	0	Si	1	No	0	Si	1	2.204.559	2.412.388
Gianluca Grignani	1	2.036.393	1972	1994	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	462.553	101.972
Morgan	1	100.031	1972	1989	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	299.261	255.789
Povia	1	43.799	1972	2003	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	324.784	27.181
Caparezza	1	433.154	1973	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	856.963	298.843
Carmen Consoli	0	230.481	1974	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	390.842	97.241
Laura Pausini	0	6.133.497	1974	1993	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	6.470.006	3.481.561
Fabri Fibra	1	1.409.110	1976	1994	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	1.752.736	1.223.755
Elisa	0	1.733.592	1977	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.719.553	1.450.307
Brunori Sas	1	558.839	1977	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	293.495	251.955
Dolcenera	0	52.546	1977	2002	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	395.759	214.438
Luca Dirisio	1	92.244	1978	2004	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	28.392	17.315
Giusy Ferreri	0	1.018.278	1979	1998	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	530.334	232.707
Cesare Cremonini	1	934.756	1980	1999	Si	1	No	0	No	0	No	0	No	0	875.218	1.297.281
Nesli	1	114.073	1980	1999	No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	842.830	85.255
Nina Zilli	0	124.694	1980	2000	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	447.102	282.048
Tiziano Ferro	1	2.620.799	1980	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	3.005.411	2.151.579
Diodato	1	743.883	1981	2007	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	104.768	233.224
Raphael Gualazzi	1	260.041	1981	2005	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	149.430	35.063
Ermal Meta	1	364.799	1981	2006	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	415.556	575.009
Francesco Gabbani	1	669.537	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	542.430	649.443
Noemi	0	220.713	1982	2009	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	645.851	383.156
Irene Fornaciari	0	3.164	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	40.342	9.898
Coez	1	1.370.828	1983	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	282.075	708.734
Tommaso Paradiso	1	1.122.716	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	38.041	822.821
Malika Ayane	0	573.315	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	286.354	190.370
Annalisa	0	975.890	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	931.615	1.438.643
Chiara	0	142.522	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	350.900	222.254
Scarda	1	53.687	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	11.943	16.800
Bianca Atzei	0	67.367	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	287.365	834.715
Levante	0	630.949	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	283.451	875.993
Fedez	1	2.451.343	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	2.273.652	11.527.545
Calcutta	1	1.167.861	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	160.256	501.191
Gazzelle	1	1.864.155	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	93.259	521.659
Briga	1	197.801	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	233.850	508.375
Carl Brave	1	2.118.654	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	27.519	556.609
Giovanni Caccamo	1	41.306	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	105.906	81.793
Achille Lauro	1	1.846.599	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	334.548	1.385.204

Federica Abbate	0	76.001	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	20.934	48.327
Sfera Ebbasta	1	6.846.591	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	1	306.688	3.518.218
Mahmood	1	2.209.039	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	185.720	1.163.306
Elettra Lamborghini	0	1.122.056	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.064.248	6.489.352
Francesca Michielin	0	485.408	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	480.782	665.863
Irama	1	2.052.513	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	301.359	1.433.271
Ultimo	1	1.778.327	1996	2016	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	592.510	2.894.800
Liberato	1	270.144	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	127.182	347.451
Federica Carta	0	590.693	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	168.871	700.658

Tabella 4: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁹⁰

Cantautori	Genere	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Familiare artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram
Adriano Celentano	1	1.214.580	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	19.669
Al Bano	1	385.170	1943	1965	No	0	Si	1	No	0	8.925
Roberto Vecchioni	1	334.325	1943	1966	No	0	Si	1	No	0	21.210
Roby Facchinetti	1	21.293	1944	1958	Si	1	No	0	Si	1	152.763
Franco Battiato	1	991.411	1945	1965	No	0	No	0	No	0	0
Cristiano Malgioglio	1	68.968	1945	1972	No	0	No	0	No	0	1.101.986
Riccardo Cocciante	1	597.170	1946	1968	No	0	Si	1	No	0	3.160
Edoardo Bennato	1	620.920	1946	1966	Si	1	No	0	Si	1	22.779
Eugenio Bennato	1	46.450	1948	1969	Si	1	Si	1	Si	1	7.221
Antonello Venditti	1	882.302	1949	1971	No	0	Si	1	No	0	63.554
Renato Zero	1	878.415	1950	1967	No	0	No	0	No	0	255.505
Loredana Bertè	0	733.564	1950	1969	No	0	Si	1	Si	1	264.216
Claudio Baglioni	1	753.727	1951	1968	No	0	Si	1	No	0	218.853
Francesco De Gregori	1	855.249	1951	1969	No	0	Si	1	No	0	59.422
Vasco Rossi	1	1.683.980	1952	1977	No	0	No	0	Si	1	1.717.126
Ivan Cattaneo	1	4.904	1953	1975	No	0	No	0	No	0	33.621
Donatella Rettore	0	151.459	1953	1973	No	0	Si	1	No	0	40.005
Fiorella Mannoia	0	653.848	1954	1968	No	0	Si	1	No	0	516.940
Gianna Nannini	0	1.005.316	1954	1974	No	0	No	0	No	0	246.828
Ivana Spagna	0	337.543	1954	1969	Si	1	Si	1	No	0	22.094
Zucchero	1	2.088.618	1954	1982	No	0	No	0	Si	1	172.740
Michele Zarrillo	1	212.011	1957	1972	Si	1	No	0	No	0	17.229
Raf	1	685.089	1959	1977	No	0	Si	1	No	0	66.012
Luciano Ligabue	1	1.065.269	1960	1987	No	0	No	0	No	0	834.013
Anna Oxa	0	422.133	1961	1978	No	0	No	0	No	0	12.272
Stefano Borgia	1	130	1961	1984	No	0	No	0	No	0	1.089
Luca Carboni	1	394.763	1962	1981	No	0	No	0	No	0	107.270
Biagio Antonacci	1	663.750	1963	1988	No	0	Si	1	No	0	920.266
Eros Ramazzotti	1	4.441.561	1963	1981	No	0	Si	1	Si	1	1.563.523

¹⁹⁰ Dati raccolti nel mese di marzo 2021

Paola Turci	0	119.033	1964	1986	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	259.758	282.192
Marco Masini	1	357.876	1964	1988	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	404.215	107.017
Vinicio Capossela	1	400.486	1965	1990	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	590.718	128.339
Jovanotti	1	1.570.317	1966	1987	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	2.703.600	1.923.342
Stefania Orlando	0	21.496	1966	2005	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	63.589	648.055
Gigi D'Alessio	1	713.084	1967	1992	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.161.617	556.762
Max Gazzè	1	1.041.685	1967	1991	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	540.127	289.968
Alex Britti	1	528.629	1968	1985	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	0	109.269
Niccolò Fabi	1	216.468	1968	1995	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	309.277	133.572
Francesco Renga	1	945.508	1968	1986	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	915.883	471.913
Irene Grandi	0	303.136	1969	1992	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	251.844	102.781
Samuele Bersani	1	506.984	1970	1991	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	253.738	106.114
Nek	1	1.879.863	1972	1986	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	991.683	1.007.689
J-Ax	1	1.570.317	1972	1990	Si	1	No	0	Si	1	No	0	Si	1	2.223.141	2.410.073
Gianluca Grignani	1	2.233.508	1972	1994	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	463.012	103.852
Morgan	1	108.216	1972	1989	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	307.224	267.957
Povia	1	61.419	1972	2003	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	327.193	27.579
Caparezza	1	486.676	1973	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	883.331	299.527
Carmen Consoli	0	312.080	1974	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	400.189	98.301
Laura Pausini	0	5.684.303	1974	1993	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	6.544.172	3.565.736
Fabri Fibra	1	1.816.206	1976	1994	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	1.747.778	1.216.063
Elisa	0	1.754.140	1977	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.743.597	1.449.004
Brunori Sas	1	550.441	1977	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	308.026	253.998
Dolcenera	0	70.323	1977	2002	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	458.627	213.620
Luca Dirisio	1	97.073	1978	2004	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	28.545	17.346
Giusy Ferreri	0	1.023.812	1979	1998	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	545.490	230.876
Nina Zilli	0	126.216	1980	2000	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	446.348	283.207
Tiziano Ferro	1	2.601.725	1980	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	3.027.923	2.150.642
Cesare Cremonini	1	1.003.551	1980	1999	Si	1	No	0	No	0	No	0	No	0	885.070	1.305.695
Nesli	1	131.635	1980	1999	No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	844.322	87.176
Diodato	1	847.970	1981	2007	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	109.081	246.331
Raphael Gualazzi	1	254.561	1981	2005	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	153.820	35.000
Ermal Meta	1	1.266.507	1981	2006	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	436.014	603.156
Noemi	0	1.146.534	1982	2009	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	672.702	487.384
Francesco Gabbani	1	721.394	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	583.890	647.962
Irene Fornaciari	0	4.490	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	41.516	9.990
Coez	1	1.565.895	1983	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	287.253	703.576
Tommaso Paradiso	1	973.927	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	59.200	816.453
Malika Ayane	0	990.015	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	286.380	200.443
Annalisa	0	1.922.152	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	986.666	1.507.771
Scarda	1	49.884	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	11.972	16.900
Chiara	0	180.050	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	372.953	222.942
Bianca Atzei	0	91.054	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	285.953	831.920
Levante	0	614.291	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	302.501	883.581
Briga	1	217.348	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	234.497	505.110
Fedez	1	3.280.636	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.296.041	11.730.703
Calcutta	1	1.068.694	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	161.584	515.336
Gazzelle	1	2.101.404	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	102.136	564.904
Carl Brave	1	1.888.735	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	27.751	553.121

Giovanni Caccamo	1	47.484	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	108.665	81.380
Achille Lauro	1	1.907.701	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	359.962	1.574.458
Federica Abbate	0	63.837	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	22.169	49.744
Sfera Ebbasta	1	5.394.807	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	1	307.635	3.523.381
Mahmood	1	2.619.424	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	191.760	1.174.702
Elettra Lamborghini	0	1.021.993	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.102.375	6.534.407
Francesca Michielin	0	2.140.180	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	510.556	852.943
Irama	1	2.761.991	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	314.380	1.458.289
Ultimo	1	1.570.996	1996	2016	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	624.284	2.882.012
Liberato	1	285.537	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	127.103	342.546
Federica Carta	0	603.214	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	168.534	688.367

Tabella 5: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁹¹

Cantautori	Genere	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Familiare artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram
Adriano Celentano	1	1.254.430	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	34.955
Al Bano	1	396.816	1943	1965	No	0	Si	1	No	0	9.384
Roberto Vecchioni	1	333.834	1943	1966	No	0	Si	1	No	0	21.818
Roby Facchinetti	1	22.155	1944	1958	Si	1	No	0	Si	1	154.096
Franco Battiato	1	1.032.324	1945	1965	No	0	No	0	No	0	0
Cristiano Malgioglio	1	63.944	1945	1972	No	0	No	0	Si	1	1.099.456
Riccardo Cocciante	1	593.504	1946	1968	No	0	Si	1	No	0	3.196
Edoardo Bennato	1	645.588	1946	1966	Si	1	No	0	Si	1	23.285
Eugenio Bennato	1	58.354	1948	1969	Si	1	Si	1	No	0	7.382
Antonello Venditti	1	893.106	1949	1971	No	0	Si	1	No	0	65.111
Renato Zero	1	869.376	1950	1967	No	0	No	0	Si	1	258.214
Loredana Bertè	0	814.723	1950	1969	No	0	Si	1	Si	1	275.833
Francesco De Gregori	1	899.097	1951	1969	No	0	Si	1	No	0	63.866
Claudio Baglioni	1	758.359	1951	1968	No	0	Si	1	No	0	219.824
Vasco Rossi	1	1.552.070	1952	1977	No	0	No	0	Si	1	1.739.707
Ivan Cattaneo	1	5.355	1953	1975	No	0	No	0	Si	1	33.244
Donatella Rettore	0	153.046	1953	1973	No	0	Si	1	Si	1	40.245
Fiorella Mannoia	0	619.287	1954	1968	No	0	Si	1	Si	1	520.116
Gianna Nannini	0	1.008.058	1954	1974	No	0	No	0	No	0	247.261
Ivana Spagna	0	347.910	1954	1969	Si	1	Si	1	Si	1	22.423
Zucchero	1	2.153.404	1954	1982	No	0	No	0	Si	1	175.710
Michele Zarrillo	1	205.860	1957	1972	Si	1	No	0	Si	1	17.455
Raf	1	678.040	1959	1977	No	0	Si	1	No	0	66.359
Luciano Ligabue	1	1.021.579	1960	1987	No	0	No	0	No	0	834.213
Anna Oxa	0	395.539	1961	1978	No	0	No	0	Si	1	12.446
Stefano Borgia	1	138	1961	1984	No	0	No	0	Si	1	1.097
Luca Carboni	1	395.182	1962	1981	No	0	No	0	No	0	107.486

¹⁹¹ Dati raccolti nel mese di aprile 2021

Biagio Antonacci	1	663.081	1963	1988	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.939.349	919.349
Eros Ramazzotti	1	4.521.307	1963	1981	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	4.602.050	1.566.515
Paola Turci	0	113.286	1964	1986	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	259.558	281.389
Marco Masini	1	336.266	1964	1988	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	404.222	107.905
Vinicio Capossela	1	422.426	1965	1990	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	590.629	129.077
Jovanotti	1	1.713.352	1966	1987	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	2.724.531	1.918.459
Stefania Orlando	0	24.583	1966	2005	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	64.404	657.848
Gigi D'Alessio	1	653.919	1967	1992	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.160.984	572.852
Max Gazzè	1	780.915	1967	1991	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	548.288	293.880
Alex Britti	1	504.350	1968	1985	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	0	110.709
Niccolò Fabi	1	216.672	1968	1995	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	304.714	133.675
Francesco Renga	1	687.322	1968	1986	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	915.004	480.956
Irene Grandi	0	293.961	1969	1992	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	256.177	103.429
Samuele Bersani	1	514.793	1970	1991	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	253.666	106.946
Nek	1	1.915.054	1972	1986	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.006.815	1.007.297
Gianluca Grignani	1	2.293.457	1972	1994	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	466.157	106.099
J-Ax	1	1.472.984	1972	1990	Si	1	No	0	Si	1	No	0	Si	1	2.197.756	2.416.256
Morgan	1	120.552	1972	1989	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	301.891	267.021
Povia	1	54.659	1972	2003	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	328.233	28.026
Caparezza	1	588.304	1973	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	882.223	329.086
Carmen Consoli	0	360.022	1974	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	400.461	98.693
Laura Pausini	0	5.619.409	1974	1993	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	7.028.620	3.618.355
Fabri Fibra	1	2.027.450	1976	1994	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	1.741.357	1.211.110
Elisa	0	1.694.617	1977	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.762.186	1.450.139
Brunori Sas	1	543.427	1977	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	312.795	253.576
Dolcenera	0	66.276	1977	2002	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	458.567	212.818
Luca Dirisio	1	93.055	1978	2004	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	28.730	17.382
Giusy Ferreri	0	1.003.937	1979	1998	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	544.150	230.208
Nina Zilli	0	125.022	1980	2000	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	445.911	282.952
Tiziano Ferro	1	2.592.867	1980	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	2.935.405	2.147.669
Cesare Cremonini	1	987.275	1980	1999	Si	1	No	0	No	0	No	0	No	0	882.079	1.312.369
Nesli	1	115.388	1980	1999	No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	845.377	86.675
Ermal Meta	1	904.567	1981	2006	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	437.820	615.010
Diodato	1	828.330	1981	2007	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	109.121	246.650
Raphael Gualazzi	1	244.710	1981	2005	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	153.650	34.900
Noemi	0	1.179.047	1982	2009	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	657.968	510.525
Francesco Gabbani	1	643.368	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	625.629	647.504
Irene Fornaciari	0	3.006	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	45.255	9.961
Coez	1	1.579.225	1983	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	300.603	698.616
Tommaso Paradiso	1	1.208.942	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	107.830	818.251
Mahka Ayane	0	896.763	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	286.940	204.123
Annalisa	0	1.809.518	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.027.792	1.552.927
Scarda	1	45.246	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	11.971	16.838
Chiara	0	158.112	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	380.766	223.043

Bianca Atzei	0	88.632	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	285.440	831.650
Levante	0	617.500	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	310.203	885.073
Briga	1	199.350	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	231.680	506.401
Calcutta	1	1.006.736	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	164.675	518.970
Fedez	1	3.313.232	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.435.541	12.215.515
Gazzelle	1	1.738.714	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	108.183	568.055
Carl Brave	1	2.117.056	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	27.772	548.731
Giovanni Caccamo	1	45.669	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	107.220	81.018
Achille Lauro	1	2.000.133	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	360.371	1.582.400
Federica Abbate	0	47.209	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	22.562	49.571
Sfera Ebbasta	1	4.219.185	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	1	306.680	3.520.582
Mahmood	1	2.509.559	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	191.831	1.170.885
Elettra Lamborghini	0	964.610	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.126.391	6.669.690
Francesca Michielin	0	2.391.592	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	514.568	893.212
Irama	1	2.865.828	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	341.986	1.466.940
Ultimo	1	1.426.396	1996	2016	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	624.821	2.874.740
Liberato	1	277.406	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	126.924	339.493
Federica Carta	0	534.341	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	168.343	682.457

Tabella 6: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁹²

Cantautori	Genere	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Famiglia artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram					
Adriano Celentano	1	1.264.385	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	0	38.244
Al Bano	1	418.366	1943	1965	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.845	9.632
Roberto Vecchioni	1	341.305	1943	1966	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	303.535	22.029
Roby Facchinetti	1	18.106	1944	1958	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	322.226	154.456
Franco Battiato	1	1.003.856	1945	1965	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	783.740	0
Cristiano Malgioglio	1	65.035	1945	1972	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	490.669	1.097.425
Riccardo Cocciante	1	598.205	1946	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	5.905	3.215
Edoardo Bennato	1	663.618	1946	1966	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	321.162	23.592
Eugenio Bennato	1	54.487	1948	1969	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	72.845	7.418
Antonello Venditti	1	918.421	1949	1971	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	822.569	65.768
Renato Zero	1	884.620	1950	1967	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.613.241	258.895
Loredana Bertè	0	860.182	1950	1969	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	422.483	278.606
Francesco De Gregori	1	912.911	1951	1969	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	539.924	64.481
Claudio Baglioni	1	799.444	1951	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	963.273	221.245
Vasco Rossi	1	1.577.175	1952	1977	No	0	No	0	Si	1	No	0	No	0	4.223.269	1.750.851
Ivan Cattaneo	1	5.450	1953	1975	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	4.936	33.157
Donatella Rettore	0	152.131	1953	1973	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	25.162	40.453
Fiorella Mannoia	0	624.744	1954	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.305.483	522.325
Gianna Nannini	0	1.028.111	1954	1974	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	1.327.997	247.653

¹⁹² Dati raccolti nel mese di maggio 2021

Ivana Spagna	0	352.746	1954	1969		Si	1		Si	1	No	0		Si	1		Si	1	160.033	22.592
Zuccherò	1	2.143.480	1954	1982		No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0				991.213	176.263
Michele Zarrillo	1	211.969	1957	1972		Si	1	No	0	No	0	Si	1	No	0				346.365	17.517
Raf	1	697.024	1959	1977		No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0				270.678	66.677
Luciano Ligabue	1	1.064.830	1960	1987		No	0	No	0	No	0	No	0	No	0				3.026.232	833.595
Anna Oxa	0	395.577	1961	1978		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1				45.661	13.363
Stefano Borgia	1	161	1961	1984		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0				5.939	1.100
Luca Carboni	1	414.477	1962	1981		No	0	No	0	No	0	No	0	No	0				247.004	107.499
Biagio Antonacci	1	683.332	1963	1988		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				1.947.476	919.326
Eros Ramazzotti	1	4.572.818	1963	1981		No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0				4.612.803	1.576.546
Paola Turci	0	120.825	1964	1986		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				259.355	281.040
Marco Masini	1	340.554	1964	1988		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1				404.281	108.091
Vinicio Capossela	1	420.370	1965	1990		No	0	No	0	No	0	No	0	No	0				591.503	130.033
Jovanotti	1	1.765.237	1966	1987		No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0				2.730.411	1.916.863
Stefania Orlando	0	23.790	1966	2005		No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1				64.476	653.538
Gigi D'Alessio	1	662.580	1967	1992		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				1.160.844	573.651
Max Gazzè	1	710.892	1967	1991		No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0				551.852	294.622
Niccolò Fabi	1	222.467	1968	1995		No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0				305.557	133.767
Alex Britti	1	523.439	1968	1985		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0				171.015	111.730
Francesco Renga	1	659.397	1968	1986		Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				914.741	485.237
Irene Grandi	0	294.879	1969	1992		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1				258.444	103.569
Samuele Bersani	1	524.561	1970	1991		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0				253.879	107.460
Nek	1	1.942.560	1972	1986		Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1				1.013.360	1.006.703
Gianluca Grignani	1	2.313.835	1972	1994		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				466.262	106.423
J-Ax	1	1.477.120	1972	1990		Si	1	No	0	Si	1	No	0	Si	1				2.196.913	2.421.340
Morgan	1	117.847	1972	1989		Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1				301.826	266.538
Povia	1	56.915	1972	2003		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0				328.105	0
Caparezza	1	702.647	1973	1995		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0				882.238	333.373
Laura Pausini	0	5.732.901	1974	1993		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				7.140.084	3.649.496
Carmen Consoli	0	311.450	1974	1995		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0				400.447	98.919
Fabri Fibra	1	1.697.208	1976	1994		Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0				1.739.738	1.210.152
Dolcenera	0	69.279	1977	2002		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1				458.430	212.706
Elisa	0	1.735.040	1977	1997		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				1.768.801	1.449.736
Brunori Sas	1	552.554	1977	2009		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0				313.614	253.385
Luca Dirisio	1	96.827	1978	2004		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1				28.749	17.812
Giusy Ferreri	0	1.024.171	1979	1998		Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				544.115	229.918
Nina Zilli	0	125.571	1980	2000		Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1				445.916	285.209
Tiziano Ferro	1	2.632.060	1980	1997		No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0				2.935.121	2.149.397
Cesare Cremonini	1	1.028.002	1980	1999		Si	1	No	0	No	0	No	0	No	0				882.135	1.312.742
Nesli	1	120.643	1980	1999		No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1				845.149	86.958
Ermal Meta	1	804.813	1981	2006		Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1				439.356	616.115
Diodato	1	793.106	1981	2007		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0				109.251	246.665
Raphael Gualazzi	1	235.149	1981	2005		No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0				153.608	34.874
Noemi	0	1.135.540	1982	2009		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1				668.647	523.673

Francesco Gabbani	1	643.357	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	636.392	646.512
Irene Fornaciari	0	2.852	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	45.638	9.954
Coez	1	1.662.136	1983	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	302.653	696.614
Tommaso Paradiso	1	1.658.988	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	121.063	816.805
Malika Ayane	0	751.190	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	287.030	205.579
Annalisa	0	1.705.038	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.042.750	1.571.023
Scarda	1	47.995	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	11.970	16.818
Chiara	0	167.798	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	382.001	222.925
Bianca Atzei	0	92.698	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	285.187	832.145
Levante	0	584.632	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	311.438	885.501
Briga	1	212.488	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	231.513	505.778
Calcutta	1	1.027.919	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	165.021	520.153
Fedez	1	2.935.519	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.485.993	12.502.599
Gazzelle	1	1.893.835	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	109.039	569.226
Carl Brave	1	2.060.453	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	27.828	547.999
Giovanni Caccamo	1	47.121	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	107.154	81.025
Achille Lauro	1	2.055.122	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	361.610	1.600.775
Federica Abbate	0	43.142	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	22.631	49.484
Sfera Ebbasta	1	4.092.919	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	1	306.541	3.519.739
Mahmood	1	2.568.738	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	191.809	1.170.221
Elettra Lamborghini	0	959.754	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.137.315	6.662.669
Francesca Michielin	0	1.977.813	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	514.628	897.137
Irama	1	2.901.717	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	346.589	1.465.740
Ultimo	1	1.761.593	1996	2016	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	636.152	2.911.165
Liberato	1	294.161	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	126.916	339.540
Federica Carta	0	536.594	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	168.252	680.765

Tabella 7: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁹³

Cantautori	Genere	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Famiglia artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram	
Adriano Celentano	1	1.387.704	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	7.876	44.893
Al Bano	1	467.797	1943	1965	No	0	Si	1	No	0	3.049	10.380
Roberto Vecchioni	1	364.331	1943	1966	No	0	Si	1	No	0	310.366	22.441
Roby Facchinetti	1	5.599	1944	1958	Si	1	No	0	Si	1	329.832	155.059
Franco Battiato	1	1.710.563	1945	1965	No	0	No	0	No	0	803.626	0
Cristiano Malgioglio	1	65.944	1945	1972	No	0	No	0	No	0	494.339	1.098.164
Riccardo Cocciante	1	597.957	1946	1968	No	0	Si	1	No	0	5.926	3.305
Edoardo Bennato	1	786.477	1946	1966	Si	1	No	0	Si	1	324.165	23.969
Eugenio Bennato	1	53.655	1948	1969	Si	1	Si	1	Si	1	72.984	7.466
Antonello Venditti	1	1.003.471	1949	1971	No	0	Si	1	No	0	823.444	67.349
Renato Zero	1	874.615	1950	1967	No	0	No	0	No	0	1.619.931	261.601

¹⁹³ Dati raccolti nel mese di giugno 2021

Loredana Bertè	0	1.122.754	1950	1969	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	445.042	286.733
Francesco De Gregori	1	925.692	1951	1969	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	540.157	65.426
Claudio Baglioni	1	795.313	1951	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	974.051	224.561
Vasco Rossi	1	1.658.998	1952	1977	No	0	No	0	Si	1	No	0	No	0	4.237.594	1.794.245
Ivan Cattaneo	1	5.693	1953	1975	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	4.986	32.981
Donatella Rettore	0	165.958	1953	1973	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	26.190	40.985
Fiorella Mannoia	0	605.725	1954	1968	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.306.114	524.908
Gianna Nannini	0	1.158.066	1954	1974	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	1.327.853	248.851
Ivana Spagna	0	365.593	1954	1969	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	162.733	22.903
Zuccherò	1	2.242.721	1954	1982	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	1.005.269	180.012
Michele Zarrillo	1	202.804	1957	1972	Si	1	No	0	No	0	Si	1	No	0	348.740	17.739
Raf	1	720.141	1959	1977	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	284.047	67.332
Luciano Ligabue	1	1.083.515	1960	1987	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	3.023.491	831.999
Anna Oxa	0	389.669	1961	1978	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	45.776	13.535
Stefano Borgia	1	150	1961	1984	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	5.968	1.105
Luca Carboni	1	437.013	1962	1981	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	249.719	107.706
Biagio Antonacci	1	686.408	1963	1988	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.956.876	918.257
Eros Ramazzotti	1	4.705.409	1963	1981	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	4.633.658	1.585.913
Paola Turci	0	120.267	1964	1986	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	266.262	280.948
Marco Masini	1	343.183	1964	1988	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	411.569	109.134
Vinicio Capossela	1	445.759	1965	1990	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	594.469	132.299
Jovanotti	1	1.890.754	1966	1987	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	2.739.071	1.915.450
Stefania Orlando	0	23.936	1966	2005	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	86.946	653.822
Gigi D'Alessio	1	676.496	1967	1992	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.163.259	576.192
Max Gazzè	1	714.439	1967	1991	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	559.639	296.254
Niccolò Fabi	1	244.994	1968	1995	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	314.092	134.565
Francesco Renga	1	537.480	1968	1986	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	913.855	488.202
Alex Britti	1	564.293	1968	1985	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	0	112.134
Irene Grandi	0	285.846	1969	1992	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	264.152	103.766
Samuele Bersani	1	526.084	1970	1991	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	256.767	108.268
Nek	1	1.995.509	1972	1986	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.019.626	1.005.476
Gianluca Grignani	1	2.295.615	1972	1994	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	467.415	107.268
J-Ax	1	2.311.739	1972	1990	Si	1	No	0	Si	1	No	0	Si	1	2.209.199	2.441.357
Morgan	1	114.072	1972	1989	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	305.604	266.733
Povia	1	57.161	1972	2003	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	328.981	34.490
Caparezza	1	1.063.520	1973	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	905.206	350.711
Laura Pausini	0	5.704.326	1974	1993	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	7.343.011	3.685.140
Carmen Consoli	0	301.011	1974	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	401.069	101.506
Fabri Fibra	1	1.663.083	1976	1994	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	1.736.638	1.207.273
Dolcenera	0	68.843	1977	2002	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	458.076	212.265
Elisa	0	1.820.800	1977	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.779.977	1.453.890
Brunori Sas	1	551.481	1977	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	317.125	253.430
Luca Dirisio	1	102.881	1978	2004	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	28.728	18.046
Giusy Ferreri	0	1.583.657	1979	1998	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	543.841	230.555

Nina Zilli	0	368.593	1980	2000	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	445.992	288.468
Tiziano Ferro	1	2.717.309	1980	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	2.933.610	2.150.078
Cesare Cremonini	1	1.201.921	1980	1999	Si	1	No	0	No	0	No	0	No	0	894.455	1.330.431
Nesli	1	123.675	1980	1999	No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	844.306	86.710
Ermal Meta	1	752.487	1981	2006	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	439.911	617.132
Diodato	1	826.295	1981	2007	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	109.832	246.663
Raphael Gualazzi	1	271.287	1981	2005	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	155.164	35.104
Noemi	0	1.072.700	1982	2009	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	683.984	530.715
Francesco Gabbani	1	665.292	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	645.255	644.339
Tommaso Paradiso	1	1.600.956	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	138.022	815.007
Irene Fornaciari	0	3.528	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	46.085	9.949
Coez	1	1.855.481	1983	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	304.252	693.564
Malika Ayane	0	706.808	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	286.839	206.055
Annalisa	0	1.629.590	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.075.279	1.623.305
Scarda	1	53.922	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	12.048	17.142
Chiara	0	163.105	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	385.270	222.520
Bianca Atzei	0	90.560	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	296.516	830.509
Levante	0	670.686	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	314.411	885.788
Briga	1	211.969	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	231.126	504.001
Calcutta	1	1.030.265	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	165.695	521.175
Fedez	1	3.436.571	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.515.570	12.641.260
Gazzelle	1	2.083.996	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	110.421	574.641
Carl Brave	1	2.605.725	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	27.967	548.270
Giovanni Caccamo	1	49.012	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	107.621	82.205
Achille Lauro	1	2.880.448	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	376.434	1.633.852
Federica Abbate	0	39.072	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	22.775	49.251
Sfera Ebbasta	1	4.750.918	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	1	310.177	3.534.653
Mahmood	1	3.067.486	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	195.991	1.194.164
Elettra Lamborghini	0	1.651.605	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.167.342	6.708.884
Francesca Michielin	0	1.851.165	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	539.584	894.600
Irama	1	3.409.026	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	353.070	1.468.575
Ultimo	1	1.964.890	1996	2016	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	646.751	2.933.667
Liberato	1	625.998	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	128.236	350.794
Federica Carta	0	587.061	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	168.013	683.304

Tabella 8: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁹⁴

Cantautori	Genere	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Familiare artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram
Adriano Celentano	1	1.522.448	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	49.645
Al Bano	1	572.083	1943	1965	No	0	Si	1	Si	1	11.706
Roberto Vecchioni	1	350.297	1943	1966	No	0	Si	1	Si	1	22.976

¹⁹⁴ Dati raccolti nel mese di luglio 2021

Roby Facchinetti	1	5.685	1944	1958		Si	1	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	333.066	155.690
Cristiano Malgioglio	1	72.060	1945	1972		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	496.929	1.101.292
Riccardo Cocciante	1	571.024	1946	1968		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	763	3.352
Edoardo Bennato	1	1.634.545	1946	1966		Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	326.037	25.065
Eugenio Bennato	1	53.564	1948	1969		Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	72.980	7.577
Antonello Venditti	1	967.556	1949	1971		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	826.107	69.869
Renato Zero	1	863.963	1950	1967		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.623.877	265.898
Loredana Bertè	0	1.187.013	1950	1969		No	0	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	452.665	290.650
Francesco De Gregori	1	898.550	1951	1969		No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	540.643	66.241
Claudio Baglioni	1	745.696	1951	1968		No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	978.403	226.353
Vasco Rossi	1	1.601.720	1952	1977		No	0	No	0	Si	1	No	0	No	0	4.247.966	1.811.947
Ivan Cattaneo	1	14.013	1953	1975		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	4.990	32.742
Donatella Rettore	0	189.951	1953	1973		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	27.610	41.263
Fiorella Mannoia	0	559.942	1954	1968		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.305.457	528.229
Gianna Nannini	0	1.885.850	1954	1974		No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	1.332.004	258.795
Ivana Spagna	0	368.608	1954	1969		Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	164.868	23.377
Zuccherò	1	2.213.099	1954	1982		No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	1.015.996	184.230
Michele Zarrillo	1	187.218	1957	1972		Si	1	No	0	No	0	Si	1	No	0	349.701	17.867
Raf	1	606.621	1959	1977		No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	287.481	67.573
Luciano Ligabue	1	1.056.304	1960	1987		No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	3.021.551	830.981
Anna Oxa	0	364.128	1961	1978		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	45.974	13.744
Stefano Borgia	1	159	1961	1984		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	5.973	1.105
Luca Carboni	1	427.470	1962	1981		No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	251.367	107.874
Biagio Antonacci	1	655.231	1963	1988		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.960.895	918.419
Eros Ramazzotti	1	4.803.555	1963	1981		No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	4.661.601	1.625.942
Paola Turci	0	117.439	1964	1986		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	269.152	280.912
Marco Masini	1	325.681	1964	1988		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	413.410	109.371
Vinicio Capossela	1	409.593	1965	1990		No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	597.240	133.447
Jovanotti	1	1.864.143	1966	1987		No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	2.749.296	1.925.356
Stefania Orlando	0	27.324	1966	2005		No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	94.084	653.735
Gigi D'Alessio	1	696.839	1967	1992		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.164.798	582.616
Max Gazzè	1	660.642	1967	1991		No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	562.717	296.759
Niccolò Fabi	1	225.094	1968	1995		No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	318.274	136.378
Francesco Renga	1	495.491	1968	1986		Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	913.129	490.192
Alex Britti	1	535.254	1968	1985		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	0	112.282
Irene Grandi	0	258.149	1969	1992		No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	266.307	104.389
Samuele Bersani	1	477.697	1970	1991		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	256.789	109.962
Nek	1	2.029.520	1972	1986		Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.023.079	1.007.213
Gianluca Grignani	1	2.301.076	1972	1994		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	467.778	108.122
J-Ax	1	3.040.707	1972	1990		Si	1	No	0	Si	1	No	0	Si	1	2.212.918	2.469.296
Morgan	1	100.991	1972	1989		Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	305.776	265.190
Povia	1	55.646	1972	2003		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	332.849	35.888
Caparezza	1	867.394	1973	1995		No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	909.186	353.497
Laura Pausini	0	5.580.462	1974	1993		No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	7.476.179	3.699.836

Carmen Consoli	0	264.788	1974	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	401.094	101.964
Fabri Fibra	1	1.539.600	1976	1994	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	1.734.870	1.203.703
Dolcenera	0	65.439	1977	2002	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	457.557	213.106
Elisa	0	1.760.215	1977	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.790.179	1.459.147
Brunori Sas	1	477.194	1977	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	318.613	254.934
Luca Dirisio	1	101.788	1978	2004	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	28.710	18.267
Giusy Ferreri	0	2.349.401	1979	1998	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	543.518	237.051
Nina Zilli	0	382.217	1980	2000	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	445.592	290.604
Tiziano Ferro	1	2.693.030	1980	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	2.932.439	2.152.349
Cesare Cremonini	1	1.176.480	1980	1999	Si	1	No	0	No	0	No	0	No	0	897.699	1.333.081
Nesli	1	108.955	1980	1999	No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	843.619	86.416
Ermal Meta	1	619.105	1981	2006	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	439.519	615.578
Diodato	1	685.592	1981	2007	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	110.022	245.867
Raphael Gualazzi	1	261.697	1981	2005	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	155.588	35.313
Noemi	0	2.231.902	1982	2009	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	697.076	548.443
Francesco Gabbani	1	585.334	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	649.352	641.896
Tommaso Paradiso	1	1.396.190	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	140.559	815.518
Coez	1	1.595.918	1983	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	304.652	690.556
Irene Fornaciari	0	3.169	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	46.192	9.939
Malika Ayane	0	609.262	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	287.055	208.161
Annalisa	0	2.325.428	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.091.443	1.658.177
Scarda	1	48.047	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	12.127	17.157
Chiara	0	147.466	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	385.536	221.861
Bianca Atzei	0	87.158	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	302.374	833.746
Levante	0	523.390	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	315.666	886.598
Briga	1	195.647	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	230.839	503.254
Calcutta	1	980.802	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	165.931	520.973
Fedez	1	4.492.182	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.527.921	12.709.094
Gazzelle	1	2.238.358	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	111.441	579.247
Carl Brave	1	3.417.086	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	28.448	558.263
Achille Lauro	1	4.137.471	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	390.378	1.693.674
Giovanni Caccamo	1	41.644	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	107.942	82.497
Federica Abbate	0	34.252	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	22.873	49.459
Sfera Ebbasta	1	5.613.504	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	1	316.897	3.550.900
Mahmood	1	2.717.749	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	206.001	1.202.613
Elettra Lamborghini	0	3.280.453	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.207.781	6.797.633
Francesca Michielin	0	1.612.044	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	547.041	892.937
Irama	1	3.706.002	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	356.028	1.471.640
Ultimo	1	1.632.655	1996	2016	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	648.668	2.932.105
Liberato	1	795.136	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	128.242	354.689
Federica Carta	0	487.184	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	167.844	683.202

Tabella 8: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁹⁵

Cantautori	Genere	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Familiare artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram	
Adriano Celentano	1	1.561.967	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	8.503	50.203
Al Bano	1	598.123	1943	1965	No	0	Si	1	No	0	3.167	12.309
Roberto Vecchioni	1	351.474	1943	1966	No	0	Si	1	No	0	313.893	23.145
Roby Facchinetti	1	5.743	1944	1958	Si	1	No	0	Si	1	334.430	155.972
Cristiano Malgioglio	1	70.022	1945	1972	No	0	No	0	No	0	498.957	1.108.324
Riccardo Cocciante	1	576.579	1946	1968	No	0	Si	1	No	0	762	3.362
Edoardo Bennato	1	1.660.707	1946	1966	Si	1	No	0	Si	1	326.545	25.387
Eugenio Bennato	1	54.998	1948	1969	Si	1	Si	1	Si	1	73.054	7.619
Antonello Venditti	1	981.733	1949	1971	No	0	Si	1	No	0	826.864	70.564
Renato Zero	1	896.628	1950	1967	No	0	No	0	No	0	1.626.976	266.635
Loredana Bertè	0	1.183.443	1950	1969	No	0	Si	1	Si	1	457.106	291.528
Francesco De Gregori	1	901.744	1951	1969	No	0	Si	1	No	0	540.917	66.975
Claudio Baglioni	1	758.672	1951	1968	No	0	Si	1	No	0	981.052	226.866
Vasco Rossi	1	1.650.108	1952	1977	No	0	No	0	Si	1	4.254.674	1.820.230
Ivan Cattaneo	1	12.739	1953	1975	No	0	No	0	No	0	5.007	32.693
Donatella Rettore	0	199.578	1953	1973	No	0	Si	1	No	0	27.746	41.420
Fiorella Mannoia	0	565.161	1954	1968	No	0	Si	1	No	0	1.305.524	529.124
Gianna Nannini	0	1.924.437	1954	1974	No	0	No	0	No	0	1.361.337	261.758
Ivana Spagna	0	378.412	1954	1969	Si	1	Si	1	No	0	167.296	24.148
Zucchero	1	2.306.159	1954	1982	No	0	No	0	Si	1	1.018.116	185.787
Michele Zarrillo	1	191.816	1957	1972	Si	1	No	0	No	0	350.587	17.947
Raf	1	592.607	1959	1977	No	0	Si	1	No	0	289.249	67.984
Luciano Ligabue	1	1.075.553	1960	1987	No	0	No	0	No	0	3.020.228	830.637
Anna Oxa	0	361.750	1961	1978	No	0	No	0	Si	1	45.997	13.849
Stefano Borgia	1	156	1961	1984	No	0	No	0	No	0	5.972	1.103
Luca Carboni	1	442.888	1962	1981	No	0	No	0	No	0	252.100	108.042
Biagio Antonacci	1	675.305	1963	1988	No	0	Si	1	No	0	1.965.255	918.742
Eros Ramazzotti	1	4.908.819	1963	1981	No	0	Si	1	Si	1	4.668.954	1.630.440
Paola Turci	0	117.003	1964	1986	No	0	Si	1	No	0	271.339	280.765
Marco Masini	1	333.602	1964	1988	No	0	No	0	No	0	414.843	109.489
Vinicio Capossela	1	418.172	1965	1990	No	0	No	0	No	0	599.262	134.062
Jovanotti	1	1.922.928	1966	1987	No	0	No	0	Si	1	2.757.340	1.928.671
Stefania Orlando	0	18.977	1966	2005	No	0	Si	1	No	0	100.320	646.586
Gigi D'Alessio	1	703.191	1967	1992	No	0	Si	1	No	0	1.165.342	587.578
Max Gazzè	1	697.436	1967	1991	No	0	No	0	Si	1	565.516	296.996
Niccolò Fabi	1	233.471	1968	1995	No	0	Si	1	Si	1	320.669	137.287
Francesco Renga	1	498.774	1968	1986	Si	1	Si	1	No	0	912.836	492.938
Alex Britti	1	562.105	1968	1985	No	0	No	0	No	0	0	112.452

¹⁹⁵ Dati raccolti nel mese di agosto 2021

Irene Grandi	0	264.150	1969	1992	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	267.375	104.571
Samuele Bersani	1	485.869	1970	1991	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	256.880	110.834
Nek	1	2.083.135	1972	1986	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.025.459	1.007.317
Gianluca Grignani	1	2.318.789	1972	1994	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	467.707	108.515
J-Ax	1	2.937.411	1972	1990	Si	1	No	0	Si	1	No	0	Si	1	2.212.532	2.476.437
Morgan	1	104.167	1972	1989	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	305.243	263.082
Povia	1	58.801	1972	2003	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	333.188	37.220
Caparezza	1	867.698	1973	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	910.906	353.787
Laura Pausini	0	5.681.575	1974	1993	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	7.554.218	3.704.228
Carmen Consoli	0	263.474	1974	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	401.101	102.256
Fabri Fibra	1	1.558.947	1976	1994	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	1.733.869	1.201.809
Dolcenera	0	64.907	1977	2002	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	457.126	213.041
Elisa	0	1.771.648	1977	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.793.044	1.460.192
Brunori Sas	1	484.458	1977	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	320.690	255.080
Luca Dirisio	1	110.095	1978	2004	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	28.701	18.436
Giusy Ferreri	0	2.331.629	1979	1998	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	544.327	237.921
Nina Zilli	0	399.940	1980	2000	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	445.415	291.466
Tiziano Ferro	1	2.711.784	1980	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	2.931.742	2.149.644
Cesare Cremonini	1	1.241.079	1980	1999	Si	1	No	0	No	0	No	0	No	0	900.943	1.342.753
Nesli	1	112.827	1980	1999	No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	843.215	86.296
Ermal Meta	1	598.923	1981	2006	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	439.430	615.127
Diodato	1	671.776	1981	2007	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	110.203	245.497
Raphael Gualazzi	1	278.370	1981	2005	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	155.930	35.470
Noemi	0	2.723.252	1982	2009	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	701.693	561.968
Francesco Gabbani	1	565.109	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	650.360	640.993
Tommaso Paradiso	1	1.398.385	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	143.792	813.774
Coez	1	1.597.495	1983	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	305.102	689.774
Irene Fornaciari	0	3.043	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	46.182	9.943
Malika Ayane	0	628.035	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	287.023	208.050
Annalisa	0	2.587.452	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.098.237	1.668.207
Scarda	1	49.570	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	12.129	17.232
Chiara	0	151.172	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	385.950	221.758
Bianca Atzei	0	89.297	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	305.091	835.391
Levante	0	500.494	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	316.098	886.375
Briga	1	196.930	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	230.705	503.669
Calcutta	1	999.209	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	165.959	521.101
Fedez	1	4.383.090	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.533.915	12.766.955
Gazzelle	1	2.306.953	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	112.044	580.469
Carl Brave	1	3.639.477	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	28.700	565.276
Achille Lauro	1	4.065.716	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	395.615	1.696.229
Giovanni Caccamo	1	41.293	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	108.023	82.394
Federica Abbate	0	33.156	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	22.873	49.362
Sfera Ebbasta	1	5.817.256	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	1	319.827	3.551.527
Mahmood	1	2.462.800	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	208.379	1.200.864

Elettra Lamborghini	0	3.139.970	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.222.207	6.817.335
Francesca Michielin	0	1.563.547	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	550.717	892.092
Irama	1	3.680.541	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	357.973	1.469.081
Ultimo	1	1.636.620	1996	2016	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	649.787	2.929.267
Liberato	1	722.604	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	128.230	355.533
Federica Carta	0	478.136	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	167.790	682.890

Tabella 9: Variabili dipendenti e indipendenti¹⁹⁶

Cantautori	Genere	Ascoltatori mensili	Anno di nascita	Anno esordio cantante	Ha fatto parte di una Band	Compagno/a famoso	Famiglia artista	Partecipazione al Festival di Sanremo	Partecipazione a Talent Show	Pagina Facebook	Pagina Instagram	
Adriano Celentano	1	1.551.539	1938	1957	No	0	Si	1	No	0	8.752	50.779
Al Bano	1	631.024	1943	1965	No	0	Si	1	No	0	3.211	13.463
Roberto Vecchioni	1	328.178	1943	1966	No	0	Si	1	No	0	315.670	23.584
Roby Facchinetti	1	6.106	1944	1958	Si	1	No	0	Si	1	335.668	156.315
Cristiano Malgioglio	1	67.779	1945	1972	No	0	No	0	No	0	499.765	1.116.559
Riccardo Cocciante	1	593.713	1946	1968	No	0	Si	1	No	0	769	3.405
Edoardo Bennato	1	1.156.116	1946	1966	Si	1	No	0	Si	1	327.675	25.894
Eugenio Bennato	1	61.305	1948	1969	Si	1	Si	1	Si	1	73.271	7.816
Antonello Venditti	1	999.785	1949	1971	No	0	Si	1	No	0	829.081	72.254
Loredana Bertè	0	1.201.522	1950	1969	No	0	Si	1	Si	1	459.953	293.221
Renato Zero	1	958.639	1950	1967	No	0	No	0	No	0	1.628.908	267.960
Francesco De Gregori	1	912.457	1951	1969	No	0	Si	1	No	0	544.975	68.963
Claudio Baglioni	1	779.676	1951	1968	No	0	Si	1	No	0	982.239	227.925
Vasco Rossi	1	1.668.180	1952	1977	No	0	No	0	Si	1	4.256.240	1.833.900
Ivan Cattaneo	1	12.300	1953	1975	No	0	No	0	No	0	5.028	32.621
Donatella Rettore	0	225.790	1953	1973	No	0	Si	1	No	0	27.951	41.510
Fiorella Mannoia	0	573.825	1954	1968	No	0	Si	1	No	0	1.306.238	532.916
Gianna Nannini	0	1.393.739	1954	1974	No	0	No	0	No	0	1.363.726	264.295
Ivana Spagna	0	392.345	1954	1969	Si	1	Si	1	No	0	168.088	24.443
Zucchero	1	2.283.251	1954	1982	No	0	No	0	Si	1	1.022.793	192.125
Michele Zarrillo	1	194.696	1957	1972	Si	1	No	0	No	0	351.176	18.043
Raf	1	640.915	1959	1977	No	0	Si	1	No	0	290.629	68.746
Luciano Ligabue	1	1.099.458	1960	1987	No	0	No	0	No	0	3.018.902	830.020
Anna Oxa	0	367.318	1961	1978	No	0	No	0	No	0	46.042	14.174
Stefano Borgia	1	121	1961	1984	No	0	No	0	No	0	5.974	1.101
Luca Carboni	1	452.601	1962	1981	No	0	No	0	No	0	252.781	108.494
Biagio Antonacci	1	697.041	1963	1988	No	0	Si	1	No	0	1.967.477	919.924
Eros Ramazzotti	1	488.953	1963	1981	No	0	Si	1	Si	1	4.673.829	1.633.756
Paola Turci	0	123.504	1964	1986	No	0	Si	1	No	0	273.316	280.640
Marco Masini	1	333.030	1964	1988	No	0	No	0	No	0	415.570	109.580
Vinicio Capossela	1	446.088	1965	1990	No	0	No	0	No	0	601.107	135.415

¹⁹⁶ Dati raccolti nel mese di settembre 2021

Jovanotti	1	1.934.405	1966	1987	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	2.765.529	1.940.019
Stefania Orlando	0	16.767	1966	2005	No	0	Si	1	No	0	No	0	Si	1	103.520	644.395
Gigi D'Alessio	1	691.043	1967	1992	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.165.684	589.902
Max Gazzè	1	702.914	1967	1991	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	568.178	298.115
Niccolò Fabi	1	231.168	1968	1995	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	322.987	138.262
Francesco Renga	1	494.111	1968	1986	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	912.401	495.938
Alex Britti	1	562.694	1968	1985	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	0	112.726
Irene Grandi	0	273.079	1969	1992	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	268.624	105.253
Samuele Bersani	1	498.383	1970	1991	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	257.153	116.689
Nek	1	2.145.707	1972	1986	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	1.028.409	1.008.740
Gianluca Grignani	1	2.315.763	1972	1994	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	467.733	109.543
J-Ax	1	2.764.055	1972	1990	Si	1	No	0	Si	1	No	0	Si	1	2.212.365	2.488.265
Morgan	1	99.386	1972	1989	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	Si	1	305.702	268.050
Povia	1	63.073	1972	2003	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	333.467	38.269
Caparezza	1	826.760	1973	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	912.884	355.335
Laura Pausini	0	5.723.581	1974	1993	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	7.608.984	3.716.583
Carmen Consoli	0	273.772	1974	1995	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	402.126	114.093
Fabri Fibra	1	1.569.351	1976	1994	Si	1	No	0	Si	1	No	0	No	0	1.732.888	1.197.627
Dolcenera	0	64.940	1977	2002	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	456.832	212.740
Elisa	0	1.743.022	1977	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.795.419	1.460.533
Brunori Sas	1	477.856	1977	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	321.571	255.610
Luca Dirisio	1	112.512	1978	2004	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	28.704	18.495
Giusy Ferreri	0	2.246.566	1979	1998	Si	1	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	546.431	238.965
Nina Zilli	0	398.827	1980	2000	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	445.172	291.768
Tiziano Ferro	1	2.706.842	1980	1997	No	0	Si	1	No	0	Si	1	No	0	2.931.456	2.147.707
Cesare Cremonini	1	1.248.325	1980	1999	Si	1	No	0	No	0	No	0	No	0	904.645	1.348.266
Nesli	1	111.569	1980	1999	No	0	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	842.871	85.964
Ermal Meta	1	577.416	1981	2006	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	439.553	614.110
Diodato	1	637.929	1981	2007	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	110.597	244.958
Raphael Gualazzi	1	297.641	1981	2005	No	0	No	0	Si	1	Si	1	No	0	156.342	35.624
Noemi	0	2.807.382	1982	2009	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	705.995	570.222
Francesco Gabbani	1	546.362	1982	2000	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	653.079	639.062
Tommaso Paradiso	1	1.397.463	1983	2009	Si	1	No	0	No	0	Si	1	Si	1	145.341	811.496
Coez	1	1.694.225	1983	2002	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	305.426	686.790
Irene Fornaciari	0	3.218	1983	1998	No	0	Si	1	Si	1	Si	1	No	0	46.216	9.932
Malika Ayane	0	584.617	1984	1995	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	286.944	207.598
Annalisa	0	2.636.117	1985	2004	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.104.455	1.677.337
Scarda	1	46.632	1986	2012	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	12.139	17.252
Chiara	0	174.977	1986	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	386.214	221.786
Bianca Atzei	0	86.511	1987	2012	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	306.826	838.694
Levante	0	480.164	1987	2013	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	316.912	888.463
Briga	1	193.258	1989	2010	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	230.565	502.322
Calcutta	1	1.004.966	1989	2009	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	166.003	521.684
Carl Brave	1	3.664.805	1989	2014	Si	1	No	0	No	0	No	0	Si	1	29.046	571.222

Fedez	1	4.138.402	1989	2006	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	2.540.779	12.831.633
Gazzelle	1	2.248.263	1989	2016	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	112.475	585.994
Achille Lauro	1	3.901.617	1990	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	399.334	1.727.840
Giovanni Caccamo	1	38.259	1990	2009	No	0	No	0	No	0	Si	1	No	0	108.102	82.435
Federica Abbate	0	32.777	1991	2014	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	22.877	49.331
Mahmood	1	2.325.952	1992	2012	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	210.940	1.207.401
Sfera Ebbasta	1	5.830.527	1992	2011	No	0	No	0	No	0	No	0	Si	1	321.711	3.565.829
Elettra Lamborghini	0	2.919.890	1994	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	1.232.018	6.848.210
Francesca Michielin	0	1.450.256	1995	2011	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	552.279	889.726
Irama	1	3.647.452	1995	2015	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	358.947	1.467.741
Ultimo	1	1.672.104	1996	2016	No	0	No	0	No	0	Si	1	Si	1	650.363	2.930.382
Liberato	1	656.139	1997	2017	No	0	No	0	No	0	No	0	No	0	128.180	355.382
Federica Carta	0	451.593	1999	2017	No	0	Si	1	No	0	Si	1	Si	1	167.699	679.509

Nel secondo step della ricerca tali dati sono stati suddivisi in base all'età dei cantautori in tre distinte fasce 20-40; 41-59; 60-83 (tabelle 3,4,5).

Tabella 3: Campione fascia 20-40

Cesare Cremonini
Nesli
Nina Zilli
Tiziano Ferro
Diodato
Raphael Gualazzi
Ermal Meta
Francesco Gabbani
Noemi
Irene Fornaciari
Coez
Tommaso Paradiso
Malika Ayane
Annalisa
Chiara
Scarda
Bianca Atzei
Levante
Fedez
Calcutta
Gazzelle
Briga
Carl Brave
Giovanni Caccamo
Achille Lauro

Federica Abbate
Sfera Ebbasta
Mahmood
Elettra Lamborghini
Francesca Michielin
Irama
Ultimo
Liberato
Federica Carta

Tabella 4: Campione fascia 41-59

J-Ax
Jovanotti
Alex Britti
Elisa
Irene Grandi
Paola Turci
Anna Oxa
Max Gazzè
Giusy Ferreri
Fabri Fibbra
Carmen Consoli
Laura Pausini
Luca Carboni
Biagio Antonacci
Vinicio Capossela
Samuele Bersani
Stefano Borgia
Brunori Sas
Caparezza
Gigi D'Alessio
Luca Dirisio
Dolcenera
Niccolò Fabi
Gianluca Grignani
Marco Masini
Morgan
Stefania Orlando
Povia
Eros Ramazzotti

Francesco Renga
Nek

Tabella 5: Campione fascia 60-83

Adriano Celentano
Al Bano
Roberto Vecchioni
Roby Facchinetti
Cristiano Malgioglio
Franco Battiato
Edoardo Bennato
Riccardo Cocciante
Eugenio Bennato
Antonello Venditti
Renato Zero
Loredana Bertè
Claudio Baglioni
Francesco De Gregori
Vasco Rossi
Donatella Rettore
Ivan Cattaneo
Fiorella Mannoia
Gianna Nannini
Ivana Spagna
Zucchero
Michele Zarrillo
Raf
Luciano Ligabue
Anna Oxa
Stefano Borgia
Luca Carboni
Biagio Antonacci
Eros Ramazzotti

L'analisi di correlazione lineare¹⁹⁷ è stata effettuata correlando per ogni fascia di età la variabile dipendente con quelle indipendenti.

¹⁹⁷ Quando si parla di correlazione ci si riferisce generalmente al grado di relazione tra due variabili. La più importante tipologia di correlazione è quella lineare, che viene misurata dall'indice di correlazione di Pearson o indice di correlazione lineare. Esso può assumere valori compresi tra -1 e +1:

- Quando l'indice è positivo, esiste una correlazione lineare diretta tra le due variabili osservate; la correlazione diretta è massima al raggiungimento del valore di +1.
- Quando l'indice è negativo, esiste una correlazione lineare inversa tra le due variabili osservate; la correlazione inversa è massima al raggiungimento del valore di -1.
- Quando l'indice è uguale a 0, le due variabili osservate non presentano correlazione lineare; la correlazione lineare è assente.

I dati sono stati raccolti nel periodo compreso tra gennaio 2021 e settembre 2021.

4 Risultati e discussione

4.1 Primo step

Nel primo step della ricerca la variabile dipendente (numero di ascoltatori mensili) è stata correlata con le variabili indipendenti. Nel caso di variabili non quantitative, la variabile indipendente è stata declinata attraverso una variabile dicotomica (SI = 1; NO = 0) (tabella 6).

Tabella 6: Risultati

	R
Componente di una band	0,06
Compagno famoso	-0,01
Familiare artista	0,07
Partecipazione al Festival di Sanremo	-0,33
Partecipazione a talent show	0,02
Gender	0,29
Colonna sonora film/spot	-0,12
Pagina Facebook	0,66
Pagina Instagram	0,8
Pagina Spotify	0,84

Dall'analisi del coefficiente di Pearson (R) emerge una correlazione tra il numero di ascoltatori mensili e l'impatto dei Social.

4.2 Secondo step

Nel secondo step della ricerca tali dati sono stati suddivisi in base all'età dei cantautori in tre distinte fasce 20-40; 41-59; 60-83. In base al risultato precedente, si è andati ad analizzare solo la correlazione tra il numero di ascoltatori mensili e l'impatto dei social per il periodo gennaio-settembre 2021.

In riferimento ai dati che sono emersi dalle correlazioni si può argomentare:

Tabella 7: Risultati

Fascia età 20-40 anni	Facebook	Instagram
Gennaio	0,936363	0,846576
Febbraio	0,931435	0,842585
Marzo	0,923948	0,819121
Aprile	0,920426	0,809577
Maggio	0,924193	0,811617
Giugno	0,917344	0,834047
Luglio	0,889085	0,830248
Agosto	0,890086	0,825569
Settembre	0,759299	0,821866

- in riferimento alla fascia d'età 20-40 anni è possibile evidenziare una correlazione tra il numero di ascoltatori mensili e l'impatto dei social. In particolare, la fascia 20-40anni gode di una maggior correlazione sia con il numero di followers della loro pagina Instagram che di quella Facebook. L'indice R infatti, arriva a assumere il valore di 0,84 per Instagram e lo 0,93 per Facebook.

Fascia età 41-59 anni	Facebook	Instagram
Gennaio	0,25458276	0,45118113
Febbraio	0,16452035	0,44164448
Marzo	0,31720202	0,51155745
Aprile	0,37178685	0,52971079
Maggio	0,31919889	0,49357181
Giugno	0,32347963	0,53136935
Luglio	0,43243121	0,61755735
Agosto	0,42404833	0,59106807
Settembre	0,40704512	0,56859722

- in riferimento alla fascia d'età 41-59 anni è possibile evidenziare una correlazione tra il numero di ascoltatori mensili e l'impatto dei social. In particolare, questa fascia gode di una maggior correlazione con il numero di followers della loro pagina Instagram e Facebook. L'indice R, infatti, assume un valore, in entrambe le ipotesi, che tende a 1¹⁹⁸.

Fascia età 60-83 anni	Facebook	Instagram
Gennaio	0,639875	0,360012
Febbraio	0,630429	0,358578
Marzo	0,598575	0,326406
Aprile	0,54346	0,276649
Maggio	0,56018	0,29551
Giugno	0,510958	0,245583
Luglio	0,455951	0,226967
Agosto	0,476659	0,249307
Settembre	0,519157	0,293636

- in riferimento alla fascia d'età 60-83 anni è possibile evidenziare una correlazione tra il numero di ascoltatori mensili e l'impatto dei social. In particolare, questa fascia gode di una maggior correlazione con il numero di followers della loro pagina Facebook. L'indice R, infatti, assume un valore vicino allo 0,5.

4.3 Risultati finali

A seguito dell'analisi si può dire che le variabili seguaci sui *social network* (Facebook, Instagram) incidono molto sulle correlazioni. Infatti, ne beneficiano tutti i cantautori ma in particolare:

- per quanto riguarda la piattaforma Facebook, tutte e tre le classi ne traggono vantaggio, ovvero la 20-40, seguita dalla classe 60-83 e 41-59; il valore medio infatti è maggiore o uguale allo 0,5. Con molta probabilità questo è dovuto al fatto che il social network Facebook è utilizzato da un più ampio margine di utenti, con età variabile;

¹⁹⁸ 1 è correlazione perfetta;

- per quanto riguarda la piattaforma Instagram invece, dato che l'età degli utenti è relativamente molto più giovane rispetto alla precedente, che i cantautori giovani ne fanno un maggior uso, ne beneficiano principalmente la classe 20-40, seguita dalla classe 41-59 e infine troviamo la classe 60-83.

La situazione d'emergenza dovuta alla pandemia del Sars-Covid-19 ha inciso sullo studio a causa delle continue restrizioni attuate dalle autorità governative sulla popolazione.

È possibile quindi confermare che l'obiettivo posto, ovvero quello di individuare quei fattori che incidono maggiormente sulla percezione del diritto d'autore, utili o che possono contribuire all'individuazione di nuove metodologie di valutazione e di monetizzazione dello stesso, è stato raggiunto.

Infatti, come più volte argomentato i social network e le tecnologie oggi a disposizione permettono la condivisione e la veicolazione delle opere creative molto velocemente. È il caso quindi di iniziare sfruttare alcuni di questi aspetti per individuare nuove metodologie di valutazione molto più reali e al passo con i tempi.

I risultati quindi pongono le basi per studi futuri che, al fine di individuare le suddette nuove metodologie di valutazione, vedono l'impatto dei social network come una variabile fondamentale, da tenere in considerazione, per massimizzare il valore economico dell'opera (nel nostro caso musicale) protetta da copyright.

CONCLUSIONI

Con procedere del ventunesimo secolo e dello sviluppo della tecnologia, si vedono ogni giorno nuove e inaspettate opportunità di monetizzare i diritti d'autore. Ad esempio, nel settore della musica e dell'audiovisivo, dal 2008 al 2009 c'è stata una crescita molto rapida nello streaming di musica online e nei servizi di accesso, come YouTube e Last.fm, Spotify, Pandora, ecc. Esistono, inoltre, numerosi siti Web dove i musicisti possono caricare la propria musica, consentendo agli ascoltatori di trasmettere e / o scaricare la propria musica.

Le tecnologie digitali (Internet, telefoni cellulari e le altre risorse per raccogliere, archiviare, analizzare e condividere le informazioni digitalmente) si sono diffuse rapidamente. Molte famiglie nei Paesi in via di sviluppo possiedono un telefono cellulare, mentre il numero di utenti di Internet è più che triplicato in un decennio: da un miliardo del 2005 a circa 3,2 miliardi alla fine del 2015 (Banca Mondiale, 2016). La rivoluzione digitale ha portato benefici immediati: un modo più facile di comunicare e reperire informazioni, costi minori, maggiore trasparenza ed addirittura la possibilità di reperire contenuti informativi digitali in modo gratuito e, soprattutto, ha generato un profondo senso di interconnessione e di comunità globale.

I social media consentono alle persone di creare, condividere o scambiare informazioni, idee e immagini all'interno di comunità e reti virtuali. Inoltre, lo sviluppo delle ICT facilita la diffusione e lo scambio, a grandi velocità e volumi, di dati relativi alle organizzazioni, che queste ultime non hanno prodotto e non sono in grado di controllare. Ciò è una diretta conseguenza dell'evoluzione nelle dinamiche relazionali e comunicative proprie della nostra economia globale e, ovviamente, sta avendo un profondo impatto sul modo in cui le organizzazioni

rilasciano all'esterno le informazioni sul proprio conto, e nel modo in cui queste interagiscono con gli stakeholders¹⁹⁹.

A seguito dell'analisi effettuata, è stato possibile stabilire, a livello economico-finanziario, una correlazione e quindi un legame tra il successo, dei cantautori e i social networks.

Le prospettive future impongono anche un continuo aggiornamento e adeguamento della normativa. Il Governo italiano ha optato per il mantenimento del monopolio da parte della SIAE, una scelta che, vista l'evoluzione in corso, dovrà sicuramente essere rivista.

Da una prospettiva di gestione strategica, gli autori scoprono che ci sono opportunità economiche da guadagnare dalla gestione appropriata delle piattaforme di social media e che le conoscenze derivate dai social media devono essere utilizzate efficacemente dai manager, in modo che i fan e i follower possano essere trasformati in consumatori. Un'implicazione pratica di questa ricerca è la necessità di assumere esperti di social media in grado di sviluppare, coordinare e gestire strategie di comunicazione digitale.

Dunque, la fruizione dei prodotti culturali sul Web genera proventi di una rilevante importanza che in parte vanno a sostituire quelli derivanti da altri tipi di fruizione. Ne consegue che risulta essenziale che il valore generato remunerati equamente chi ha investito per produrre quei contenuti e chi detiene posizioni di monopolio o quasi monopolio nella distribuzione digitale.

Il diritto d'autore è un valore per l'ecosistema digitale in quanto strumento di valorizzazione della creatività; in tal senso, si può fermare che molteplici sono le strategie di gestione di tali diritti che, considerando il grado di programmabilità del business di autosufficienza creativa, possono essere implementate dalle aziende a elevata intensità creativa per la gestione delle *Library*.

È opinione diffusa che le nuove tecnologie abbiano arrecato gravi danni alle aziende *copyright based* in termini di impatto negativo sui fatturati: infatti vi è l'esistenza di un elevato *displacement rate* tra le transazioni illegali effettuate

¹⁹⁹ SGRÒ, F., CURINA, I., CIAMBOTTI, M. AND CIOPPI, M., 'Social media influence on the intellectual capital growth of listed companies', in European Conference on Intangibles and Intellectual Capital, pp.262–XIV, Academic Conferences International Limited.

tramite Internet e l'acquisizione legale condotta attraverso i canali ufficiali con riferimento ai principali prodotti della creatività.

Anche se non si può fermare con un ragionevole grado di certezza che le tecnologie digitali abbiano avuto un impatto negativo sulle aziende *copyright based*, dall'altro, è innegabile che abbiano avuto un effetto significativo sull'organizzazione e sui modelli di business anche come risposta alle nuove sfide proposte dalla pirateria digitale.

Dall'analisi effettuata è emerso che, proprio per l'importanza economica che sta assumendo e per gli interessi che è in grado di coinvolgere, l'istituto giuridico del diritto d'autore è stato oggetto negli ultimi anni di un profondo dibattito anche di natura ideologica²⁰⁰.

A livello internazionale, è sorto un dibattito che ha avuto i suoi riflessi anche nel sistema giuridico italiano dal momento che la disciplina regolante il diritto d'autore ha subito una profonda evoluzione negli ultimi anni, anche allo scopo di fronteggiare le sfide derivanti dal progresso tecnologico.

La gestione, in maniera strategica, della proprietà intellettuale, già nota a molti autori, discende dall'idea che le risorse immateriali siano in grado di assicurare un vantaggio competitivo all'impresa, ove vengano integrate all'interno di adeguati modelli di business.

Le *società di collecting* già esistenti hanno provato a rispondere alla crescente rilevanza di Internet e delle tecnologie dell'informazione e comunicazione per la distribuzione e la vendita di opere tutelate dal diritto d'autore, riconfigurando i tradizionali modelli di business.

I nuovi *player* del mercato, però, hanno imposto un'interpretazione innovativa del modello di business, promuovendo una gestione dell'organizzazione e dei comportamenti aziendali completamente digitale finalizzata al conseguimento di maggior valore dallo sfruttamento dei propri repertori, abbattendo i costi del modello tradizionale, ancora basato su presidio fisico del territorio.

²⁰⁰ TREQUATTRINI R., LARDO A., *Il governo delle aziende copyright-based nell'era digitale*, FrancoAngeli.

In conclusione, con l'avvicinarsi degli eventi legati all'evoluzione digitale che stiamo vivendo, l'industria culturale sta assumendo sempre più un ruolo strategico all'interno del mercato.

Diventa se sempre più necessario elaborare nuove metodologie di valutazione economico-finanziaria e monetizzazione del diritto d'autore legato alle opere creative, non solo nell'ambito musicale, che coinvolgano sia la diffusione volontaria che quella involontaria delle stesse.

La suddetta diffusione, l'evolversi del mercato e l'evoluzione digitale porteranno sicuramente ad una modifica della normativa in materia, non solo per questioni morali, ma soprattutto per questioni giuridiche legate alla sfera del digitale.

È per questo che alcuni studiosi si stanno muovendo già in questa direzione e tanti altri stanno elaborando delle soluzioni; si tratta di studi embrionali, i quali, in futuro, saranno sicuramente ampliati.

BIBLIOGRAFIA

- ALIPRANDI S. (2015): *Siae: funzionamento e malfunzionamenti*, Ledizioni.
- ALIPRANDI S. (2012): *Copyright*, in *Dizionario di Informatica, ICT e Media Digitali*, Treccani.
- ALIPRANDI, S. (2011): *Diritto d'autore, social network e user generated content: nuove pratiche e nuova percezione*, in *Informatica e diritto*, n. 1/2009.
- ALLEE, K.D., DEANGELIS, M.D. AND MOON JR., J.R. (2018) 'Disclosure 'scriptability'', *Journal of Accounting Research*, Vol. 56, No. 2, pp.363–430.
- ALLEGRI M., GIANNETTI R., LATTANZI N., LAZZINI S. (2014): *Elementi di bilancio e di management. Il bilancio di esercizio. Principi, schemi e criteri di valutazione. Volume I*, Giappichelli.
- ANTONELLI V. (2012): *Novità in tema di iscrizione del software nel bilancio di imprese utilizzatrici*, in *Contabilità, finanza & controllo*.
- APRILE R. (2020): *I sistemi contabili patrimoniali e del reddito tra fondamenta teoriche e riflessi operativi*, Controllo di Gestione.
- ARDIZZONE, BLENGINO, GLORIOSO, RAMELLO, RICOLFI, RUFFO (2009), *Copyright digitale: l'impatto delle nuove tecnologie tra economia e diritto*, Giappichelli.
- AUTERI P. (2006): *Il paradigma tradizionale del diritto d'autore e le nuove tecnologie*, in Montagnani M. L. e Borghi M. (a cura di), *Proprietà digitale: diritti d'autore, nuove tecnologie e digital rights management*, Egea.
- AUTERI P. (2007), *Iperprotezione dei diritti di proprietà intellettuale*, in *AIDA 2007*, pp. 155-169.
- BALESTRI G. (2009): *Il bilancio d'esercizio*, Hoepli.
- BARTOCCI U. (2009), *Aspetti giuridici dell'attività letteraria in Roma antica. Il complesso percorso verso il riconoscimento dei diritti degli autori*. Giappichelli.
- BENKLER, Y. (2009): *The Idea of Access to Knowledge and the Information Commons*, in *From Intellectual Property Rights to Access to Knowledge* (a cura di G. Krikorian & A. Kapczynski), Zone Books.
- BENNATO, D. (2009): *L'utente di file-sharing oltre il senso comune*, in *Sociologia della Comunicazione*, 39, p. 61-78.
- BERETTA ZANONI A. (2005): *Il valore delle risorse immateriali. Equilibrio economico-aziendale, beni immateriali e risorse intangibili*, il Mulino.

- BERG S. D. (1982): *Joint venture strategies and corporate innovation*. Cambridge: Gunn&Hain Publishers.
- BERRA, M. MEO A. R. (2006): *Libertà di software, hardware e conoscenza*. *Informatica solidale* 2, Bollati Boringhieri;
- BERTANI M. (2012): *Diritto d'autore europeo*, Giappichelli.
- BICHI R. (2005): *La liquidazione del danno da contraffazione e le prospettive riconosciute dall'art. 125 del d.lgs. 10 febbraio 2005, n. 30*, in Riv. dir. ind., 2005, I, 390; A. GENOVESE, Il risarcimento del danno da illecito concorrenziale, Napoli.
- BIXIO M.L. (2019): *Le sfide del recepimento*, intervento in convegno.
- BRUSATERRA M. (2010): *Costi per acquisto di software*, in Guida alla contabilità & bilancio.
- CALABRÒ C. (2011): *Diritto d'autore: sì ad una rete libera, non al FarWeb*, in "Letter@gcom", newsletter Agcom, n. 3/2011.
- CAPALDO P. (2013): *Reddito e capitale nell'economia dell'impresa*, Giuffrè;
- CARAMIELLO C. (1993) *La valutazione dell'azienda*, Giuffrè.
- COGO A.E. (2010): *I contratti di diritto d'autore nell'era digitale*, Giappichelli.
- COLUCCIA D. (2010): *L'economia dei beni immateriali. Riflessi sul governo aziendale e problemi di valutazione, di bilancio e di rendicontazione volontaria*, Giappichelli.
- COLUCCIA D. (2007), *Le attività immateriali. Principio contabile n.38: attività immateriali*", in G. Zanda, Il bilancio delle società. Lineamenti teorici e modelli di redazione.
- CONTINI, GALLI (2017): *Collecting societies e SIAE: con il d.l. 148/2017 un altro passo verso una vera liberalizzazione in Web & Tech*.
- D'ONZA G., MARCHI L. (2019): *La revisione del bilancio principi, metodi e procedure*, Giappichelli.
- DAGRADI, S.A. (2006): *Informazionalismo, etica hacker e lavoro immateriale*, in Jori, M. (a cura di), *Elementi di informatica giuridica*, Giappichelli.
- DE ANGELIS D. (2019): *La gestione individuale e collettiva del diritto d'autore alla luce del recepimento della Direttiva 2014/26/UE*, Stem Mucchi Editore.
- DI CATALDO V. (2008): *Compensazione e deterrenza nel risarcimento del danno da lesione di diritti di proprietà intellettuale*, in Giur. comm., II.
- DI CATALDO, VANZETTI (2018): *Manuale di diritto industriale*, Giuffrè editore.

- DI SABATINO E. (2009): *Proprietà intellettuale, risarcimento del danno e restituzione del profitto*, in Resp. civ., 5, 442, in <http://www.bugnion.it>.
- DUMAY J., CUOZZO B., PALMACCIO M., LOMBARDI R. (2017): *Intellectual capital disclosure: a structured literature review* in Journal of Intellectual Capital.
- DUMAY J. C., GUTHRIE J. (2017): *Involuntary disclosure of intellectual capital: is it relevant?* in Journal of Intellectual Capital.
- FERRETTI A. (2012): *Il nuovo diritto d'autore- Manuale operativo*, Fag.
- FRANCIONE G. (2011): *No copy no party*, Arduini Sacco editore.
- GALANO L., MARCHEGIANI L. (2013): *“Online business social network e strumenti per la gestione delle relazioni di business nelle PMI”*, in Mercati e Competitività.
- GALEOTTI M., GARZELLA S. (2013): *Governo strategico dell'azienda*, Giappichelli.
- GALLI C.: *I nuovi livelli di tutela della forma dei prodotti, tra marchi, copyright, disegni e modelli*, in Indicam, www.indicam.it
- GALLI C., GAMBINO A.M. (2011): *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, Utet.
- GALTIERI G. (1989): *La protezione internazionale delle opere letterarie e artistiche e dei diritti connessi*, Cedam.
- GARZELLA S. (2013): *Governo strategico dell'azienda*, Giappichelli.
- GIANNACCARI A. (2019): *SIAE, gestione collettiva dei diritti e monopolio al vaglio antitrust*, Il Mulino.
- GIANNETTI R. (2017): *“La contabilità per centri di costo: alcuni aspetti rilevanti”* in CINQUINI L., *Cost management*. Volume I, Giappichelli.
- GIANNETTI R. (2013): *La riduzione strategica dei costi. La gestione dei cost driver per business model economicamente sostenibili*, pp. 1-149, Giappichelli.
- GIULIANI M. (2018): *La valutazione del Capitale Intellettuale*, FrancoAngeli.
- GIUSSANI A. (2012): *Il processo industriale*, Giappichelli.
- GLIATTA G. (2006): *Diritto d'autore e diritti degli artisti interpreti e degli artisti esecutori*.
- GOKCEKUS S., FIRTH J.A., REGAN C., SHELDON B.C. (2021): *Recognising the key role of individual recognition in social networks*, in <https://www.sciencedirect.com/journal/trends-in-ecology-and-evolution>.

- GOLLIN M.A.(2008): *Driving Innovation. Intellectual Property Strategies for a Dynamic World*, Cambridge University Press;
- GROSS R. (2007): *La «tragedia dei commons»: il rapporto tra proprietà intellettuale e diritto nell'era tecnologica e le minacce alle libertà civili e all'innovazione poste dall'espansione dell'ambito di tutela del copyright*, Mucchi.
- GUIBAULT e VAN GOMPEL (2012): *Collective Management in the European Union in Collective Management of Copyright and Related Rights*.
- HARTLEY J., POTTS J., FLEW T., CUNNINGHAM S., KEANE M., BANK J. (2013): *Key Concepts in Creative Industries*, Sage.
- HENNART J.-F. (1988): *A Transaction Cost Theory of Equity Joint Ventures*. *Strategic Management Journal*, 9, 361-74.
- HODGSON A., OKUNEV J., WILLET R. (1993): *Accounting for Intangibles: A Theoretical Perspective*, in *Accounting and Business Research*.
- IFRS for SMEs' (2009), International Accounting Standards Board.
- INVERNIZZI G., MOLTENI M.M. (1990): *Analisi di bilancio e diagnosi strategica. Strumenti per valutare posizione competitiva, vulnerabilità, patrimonio intangibile*, Etas Libri.
- IORI M. (2018): *Principi contabili nazionali e internazionali*, Hoepli.
- IVONE V. (2011): *Protezione della proprietà intellettuale e artistica*, Rubettino.
- LESSIG, L. (2008): *Remix. Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, Penguin Press.
- JARACH G., POJAGHI A. (2011), *Manuale del diritto d'autore*. Mursia.
- JOHNS A. (2011), *Pirateria. Storia della proprietà intellettuale da Gutenberg a Google*. Bollati Boringhieri.
- LACCHINI M. (2014): *Intellectual capital efficiency and corporate Performance: some empirical evidence in Management Human Capital and Human Assets: building the foundation for a multi – disciplinary, multi – level theory*, Meir Russ.
- LACCHINI M., TREQUATTRINI R. (2008): *I principi di redazione del bilancio di esercizio nel paradigma IAS/IFRS*, Cedam.
- LAMBOGLIA R. (2012): *La componente immateriale e organizzativa del sistema di controllo aziendale. Una proposta di analisi e di misurazione delle condizioni di efficacia*, Giappichelli Editore.

- MANFREDI S. (2008): *L'evoluzione del sistema contabile italiano dal modello civilistico al paradigma IAS/IFRS. Il caso delle immobilizzazioni materiali*, Arakne.
- MARCHI L. (2021): *Introduzione all'Economia Aziendale-Il sistema delle operazioni e le condizioni*, Giappichelli.
- MARCHI L. (2021): *Introduzione alla contabilità d'impresa. Obiettivi, oggetto e strumenti di rilevazione*, Giappichelli.
- MARCHI L., POTITO L. (2012): *L'impatto dell'adozione degli IAS/IFRS sui bilanci delle imprese italiane quotate*, Franco Angeli.
- MARSIGALIA B. (2012): *Le operazioni di fusione tra soggetti IAS*, Edizioni Aracne.
- MARSIGALIA B., CALCAGNI G. (2022), "The impact of social factors on the economic evaluation of copyright in musical databases of firms", *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*.
- MAZZIOTTI G. (2017): *Il monopolio SIAE e la direttiva Barnier: come stanno davvero le cose?* in *Il diritto industriale* 1/2017, pag. 77.
- MENEGON D. (2017): *Siae, la Direttiva Barnier e una riforma in cerca d'autore* in *IBL Focus*, pag. 2.
- MENEGON D. (2009): *L'intermediazione dei diritti d'autore. Perché il monopolio è costoso e inefficiente*, in *Ibl Briefing Paper*, n. 89, Fondazione Istituto Bruno Leoni.
- MIGLIETTA A., DE CARIA R., ROSATI E. (2017): *L'esclusiva legale della SIAE. Profili di diritto interno, comparato ed europeo* in *Iuse Press*.
- MORGESE G. (2011): *Il piano d'azione per un mercato unico della proprietà intellettuale*, in *Sud in Europa*.
- MORO VISCONTI R. (2017): *La valutazione economica dei database (banche dati)*, *Il Diritto Industriale*;
- MUSSOLINO D. (2018): *Il bilancio come strumento di governance aziendale*, Cedam.
- OCSE e MINISTERO ITALIANO DELL'INNOVAZIONE E DELLE TECNOLOGIE (2006): *Atti della Conferenza Internazionale sulla futura economia digitale* (Roma, gennaio 2006).
- ORLANDI M. (2012): *Il bilancio del capitale intellettuale: gestione, valutazione e misurazione*, FrancoAngeli.
- OROFINO M. (2013): *L'intervento regolamentare dell'AGCOM in materia di diritto d'autore: profili di criticità formale e sostanziale*.

- OTTOLIA A. (2010): *The public interest and Intellectual Property models*, Giappichelli.
- PANARESE P. (2007): *I nodi etici della rete. Condivisione e proprietà intellettuale*, Guerini Studio.
- PANNO A. (2011): *Intangible assets. Profili economici e aspetti valutativi*, Giappichelli.
- PIZZETTI F. (2013): *Il caso del diritto d'autore*, Giappichelli.
- PIZZOFERRATO A. (2000): *Banche dati e diritti di proprietà intellettuale*.
- PLAIA A. (2005): *Proprietà intellettuale e risarcimento del danno*, Giappichelli.
- POTTS J., CUNNINGHAM S., HARTLEY J., ORMEROD P. (2008): *Social network markets: a new definition of the creative industries*, Journal of Cultural Economics.
- POTTS J., HARTLEY J. (2015): *How the Social Economy Produces Innovation*, in Review of Social Economy.
- PRATTICO' A. (2018): *Il recepimento della Direttiva 2014/26/UE e la nuova disciplina delle società di gestione collettiva* in Rivista di diritto delle arti e dello spettacolo.
- PRISCO F., *Diritto d'autore: finisce la guerra tra SIAE e Soundreef. Ecco cosa cambia*, in ilsole24ore.
- QUALMAN E. (2009): *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business*, Wiley.
- RENOLDI A. (1992): *La valutazione dei beni immateriali. Metodi e soluzioni*, EGEA.
- RESTA G. (2010): *Diritti esclusivi e nuovi beni immateriali*, Utet.
- RICOLFI M., *Making Copyright Fit for the Digital Agenda*, paper per 12th EIPIN Congress 2011.
- RIVA G. (2016): *"I social network"*, il Mulino.
- SANDEI C. (2021): *Blockchain, Big Data e diritto d'autore* in Revista Rede de Direito Digital, Intellectual & Sociedade.
- SARTI, *Liberalizzazioni e gestione collettiva dei diritti di proprietà intellettuale*, in Impresa e mercato. Studi dedicati a Mario Libertini, vol. II, Giuffrè.
- SARTI, *L'abrogazione del monopolio SIAE (art. 180 l.a) nel contesto dell'attuazione della direttiva collecting* in NLCC 5/2018, pag. 1061.

- SARTI, *Il d.lgs 35/17 di attuazione della direttiva collecting: accesso al mercato, controlli e governance* in NLCC 6/2017, pag. 116.
- SCHULTZ, M. F. (2009) *Reconciling social norms and copyright law: strategies for persuading people to pay for recorded music*, in *Journal of Intellectual Property Law*, vol. 17, n.1.
- SEARLE, N. and BRASSELL, M. (2017): *Economic Approaches to Intellectual Property*, Osgoode Hall Law Journal-York University.
- SHERMAN B. (2009): *Developments in Copyright: the last 40 years*, Cambridge University Press.
- SHERMAN B., BENTLY L. (2008): *The Making of Modern Intellectual Property Law*, Cambridge University Press.
- SCHULTZ, M. F. (2009): *Reconciling social norms and copyright law: strategies for persuading people to pay for recorded music*, in *Journal of Intellectual Property Law*, vol. 17, n.1.
- SIROTTI GAUDENZI A. (2018): *Il nuovo diritto d'autore*, Maggioli editori.
- SPOLIDORO M. S. (2009): *Il risarcimento del danno nel codice della proprietà industriale. Appunti sull'art. 125 C.P.I.*, in *Riv. dir. ind.*, 2009, 3, 149.
- STALLMAN R. M., *Free Software Free Society: Selected Essays*.
- TERRACINA D. (2006): *La tutela penale del diritto d'autore e dei diritti connessi*, Giappichelli.
- TREQUATTRINI R. (2008): *Conoscenza ed economia aziendale. Elementi di teoria*, Edizioni scientifiche italiane.
- TREQUATTRINI R., LARDO A. (2020): *Il governo delle aziende copyright-based nell'era digitale*, FrancoAngeli.
- TREQUATTRINI R., MANFREDI S., LARDO A., CUOZZO B. (2018), *Social Media as a New Opportunity for Female Entrepreneurs: an analysis of the Fashion Industry*, in PAOLONI P., LOMBARDI R. (eds.) *Advances in Gender and Cultural Research in Business and Economics. Selections from the 2018 Ispazia Workshop on Gender*, Conference Paper, pp. 287 – 300.
- TREVES, R. (1996): *Sociologia del diritto. Origini, ricerche e problemi*, Einaudi.
- UMBERTAZZI L.C. (2011): *La proprietà intellettuale*, Giappichelli.
- UMBERTAZZI L. C. (2010): *Digesto delle discipline privatistiche-sezione commerciale*, Utet.
- VANZETTI A., DI CATALDO V. (2021): *Manuale di diritto industriale*, Giuffrè.

VISCO, GALLI (2009): *Il diritto della musica*, Hoepli, Milano.

WIPO (2012): *Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*–

www.wipo.int/ipdevelopment/en/creative_industry/pdf/economic_contribution_analysis_2012.pdf.

ZENO ZENCOVICH V. (2005): *Diritto d'autore e libertà di espressione: una relazione ambigua*, AIDA.

SITOGRAFIA

www.wikipedia.it

www.investopedia.com

www.thefreedictionary.com/monetize

www.spotify.it

www.siae.it

www.europarl.europa.eu

www.camera.it

www.senato.it