



FONDAZIONE
LUIGI
EINAUDI

per studi di politica
ed economia - Roma

Progetto di ricerca

I comportamenti di consumo nel *file sharing*.
Il caso italiano

Indice

Progetto.....	p.3
Elenco dei partner.....	p.9
Comitato scientifico	p.10
Dati anagrafici della Fondazione Einaudi	p.11
Recapiti.....	p.12

Progetto

I comportamenti di consumo nel *file sharing*. Il caso italiano

Problema.

Il *file sharing*, ovvero lo scambio di materiale in formato digitale che sfrutti tecnologie *internet based* (P2P), rappresenta un'opportunità e un problema per il crescente mercato della banda larga.

Un'opportunità in quanto più fonti sono concordi nel ritenere che la crescita del fenomeno sia alla base del costante aumento della domanda di collegamenti internet ad alta velocità.

Un problema in quanto molto del materiale scaricato tramite queste tecnologie – spesso prodotti musicali e cinematografici – è protetto dal diritto d'autore.

Dal punto di vista liberale che caratterizza le ricerche prodotte dalla Fondazione Einaudi, poi, il problema del *file sharing* acquista ancora maggior rilievo, trattandosi di dirimere il conflitto fra due diritti entrambi legittimi e importanti. Da un lato la libertà dell'utente di fruire del materiale multimediale di cui è in possesso come meglio crede – ad esempio la libera duplicazione e diffusione a scopi non commerciali. Dall'altro lato il diritto delle imprese di contenuti audio/video a tutelare il proprio prodotto da uno scambio "selvaggio" – ossia attuato senza che venga pagato il doveroso corrispettivo economico.

Ma il *file sharing* non è semplicemente un campo di battaglia fra portatori di diversi diritti: esso è anche un potente indicatore di quali potrebbero essere i futuri comportamenti di consumo dell'utente di contenuti digitali. Da più parti – infatti – emerge con forza la necessità di comprendere fino in fondo comportamenti di consumo, atteggiamenti e percezioni degli utenti dei programmi di *file sharing*, per due ordini di motivi.

In primo luogo perché questa pratica indica che il vero motore dell'offerta di servizi online sono senza dubbio i contenuti, ed è sui contenuti che si giocherà la futura battaglia del mercato. Da una competizione fra piattaforme diverse si andrà sempre di più verso una competizione fra contenuti diversi. Ed è impossibile la progettazione di contenuti pregiati se non si conosce fino in fondo la composizione sociale e culturale del proprio *target* di riferimento

In secondo luogo perché più ricerche sembrano confermare che non basta la semplice componente economica a rendere conto della diffusione di tali sistemi di scambio di materiale multimediale. Alla base di questi

comportamenti sembrerebbe esserci una forte componente simbolica legata a valori che vengono declinati in modo molto diverso, e che vedono nella rete l'unico elemento che li accomuna. Come se non bastasse, alcuni *profiling* dettagliati mostrerebbero che la diffusione di *file sharing* è spinta anche dalla carenza di modelli commerciali che vadano incontro alle esigenze di una nuova classe di consumatori che potremmo chiamare e-consumers. In quest'ottica, il consumo di *file sharing* rappresenterebbe la risposta ad una "fame" di contenuti disattesa dalle industrie del settore.

Un ulteriore elemento di riflessione è inoltre rappresentato dalle possibili soluzioni che l'industria musicale sta cercando di elaborare per arginare il fenomeno (e che in prospettiva anche l'industria cinematografica potrebbe utilizzare). Fra tutte, la più promettente sembra l'implementazione tecnologica di sistemi di riconoscimento dei diritti (DRM – *Digital Rights Managements*).

Su questa strategia grava però una grossa incognita: come reagirà l'acquirente potenziale di musica (e film) a quelle che potrebbero essere percepite come tecnologie che limitano le possibilità di utilizzo del prodotto acquistato *online*?

Obiettivi.

La ricerca proposta ha lo scopo di elaborare un quadro dello stato del *file sharing* in Italia, e dei comportamenti di consumo relativi, che dia conto dei seguenti aspetti:

1. Dimensione del fenomeno in Italia, Europa e Stati Uniti
2. Mappatura della legislazione vigente in queste aree geoeconomiche.
3. Strategie messe in atto dall'industria discografica/cinematografica per rispondere al fenomeno, con particolare riferimento a:
 - a. proposte di regolamentazione legislativa del *file sharing*;
 - b. modelli di business che coinvolgano la distribuzione via internet.
4. Delineazione dei più diffusi comportamenti di consumo, prestando particolare attenzione a:
 - a. profili socio-economici dei consumatori di file sharing;
 - b. strategie d'uso dei sistemi di *file sharing*;
 - c. motivazioni e atteggiamenti sottesi a tali comportamenti;
5. Percezione da parte dell'utente di alcuni temi connessi al file sharing, e in particolar modo:
 - a. componenti che rendano sempre più appetibile per l'utente l'utilizzo di sistemi legali di distribuzione dei contenuti digitali (per esempio la disponibilità all'acquisto di contenuti *online*);
 - b. composizione ottimale di tali componenti necessarie a convincere l'utente a migrare dal *file sharing* illegale alla distribuzione di contenuti via internet di tipo legale.
 - c. consapevolezza dell'illegalità del fenomeno, nel momento in cui si applica a contenuti coperti da copyright;
 - d. consapevolezza dell'utente verso le tecnologie di tipo DRM;
 - e. percezione dell'utente delle tecnologie DRM rispetto a dimensioni quali: privacy, affidabilità, usabilità

Metodologia.

Allo scopo di elaborare un quadro completo e sufficientemente articolato del file sharing, si è deciso di procedere integrando differenti metodologie di ricerca (strategia di triangolazione).

In sintesi, sono previste tre fasi, ognuna destinata a fornire un tassello utile per l'investigazione del fenomeno nel suo complesso; ovvero:

Fase 1: raccolta delle informazioni utili a stilare un quadro complessivo del fenomeno

Fase 2: realizzazione di un piano di rilevazione dei comportamenti di consumo

Fase 3: realizzazione di un piano di rilevazione della percezione di alcuni aspetti rilevanti del fenomeno

Fase 1: ricerca desk

La ricerca desk focalizza la sua attenzione sulle componenti sociali, giuridiche ed economiche del *file sharing*, attraverso un'analisi della letteratura e delle ricerche empiriche già esistenti su: comportamenti di consumo, legislazione, strategie e modelli di business.

Gli obiettivi di questa fase sono:

1. Raccogliere i risultati delle più importanti ricerche sul *file sharing*, elaborate in ambito europeo e statunitense.
2. Delineare un quadro delle strategie di business messe in atto dall'industria discografica e cinematografica per contrastare il fenomeno.
3. Elaborare un modello generale per valutare se esistano specificità nazionali nei modi d'uso del *file sharing*.

Fase 2: ricerca field quantitativa

La ricerca sul campo quantitativa (*survey*) si pone l'obiettivo di rilevare quali siano i comportamenti di consumo di *file sharing*, con lo scopo di stimare le dimensioni del fenomeno in Italia, anche alla luce dei risultati già raccolti da altre ricerche.

In particolare gli obiettivi sono:

1. Quantificare entità del fenomeno;
2. Tipologizzare i comportamenti di consumo del file sharing;
3. Mappare le diverse motivazioni socio-economiche alla base del fenomeno;
4. Elaborare un quadro della diversa tipologia di prodotti multimediali ricercati tramite il file sharing;
5. Verificare la congruenza tra i comportamenti di consumo legali e

- illegali;
6. Verificare la propensione allo switching dai comportamenti illegali a quelli legali e identificazione delle componenti alla base del fenomeno.
 7. Verificare la diffusione di sistemi tecnologici per la protezione del copyright (DRM);

Fase 3: ricerca field qualitativa

La ricerca sul campo qualitativa ha lo scopo di analizzare la diversa gamma di atteggiamenti che sottendono i comportamenti di consumo, focalizzando l'attenzione su quanto le differenti modalità di percezione del fenomeno siano alla base della diffusione di questa pratica.

Per poter rilevare gli atteggiamenti in un campo così delicato, si ricorrerà allo strumento delle *open consultation*, che ha mostrato la sua efficacia in ambito comunitario per la valutazione delle *policies* europee.

In maniera particolare si presterà attenzione a:

1. Percezione del fenomeno in termini di comportamento illegale.
2. Percezione e consapevolezza delle strategie di protezione dei contenuti digitali (DRM).
3. Motivazioni sociologiche alla base del fenomeno.
4. Ideologizzazione del comportamento.
5. Predisposizione all'“emersione”

Risultati attesi.

1. Elaborare un quadro delle dimensioni del fenomeno in Italia.
2. Stilare una rassegna dei casi studio più interessanti dal punto di vista del modello di business adottato
3. Proporre modelli di regolamentazione e di business alternativi che salvaguardino i diritti del consumatore e i diritti delle imprese coinvolte nel fenomeno.
4. Valutare la percezione dei sistemi di DRM.
5. Descrivere uno scenario che renda conto delle azioni da compiere per rendere la fruizione di contenuti digitali appetibile e conveniente rispetto ai comportamenti illegali.

Elenco dei partner



Telecom Italia



Fastweb



FEDERCOMIN - Federazione delle Imprese delle Comunicazioni e dell'informatica



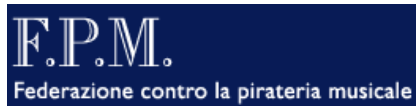
ANICA - Associazione Nazionale Industrie Audiovisive e Multimediali



Univideo - Unione Italiana Editoria Audiovisiva



FAPAV - Federazione Anti Pirateria Audiovisiva



FPM – Federazione contro la Pirateria Musicale



IMAIE – Istituto per la tutela dei diritti degli artisti interpreti esecutori

Comitato scientifico

Direttore della ricerca

Davide Bennato

Comitato scientifico

Alberto Abruzzese

IULM - Milano

Alberto Marinelli

Università "La Sapienza" - Roma

Fausto Colombo

Università Cattolica – Milano

Giuseppe Corasaniti

LUISS Guido Carli – Roma

Presidente del Comitato Consultivo Permanente per il Diritto D'Autore

Gustavo Piga

Università Tor Vergata – Roma

Dati anagrafici della Fondazione Einaudi

Fondazione Luigi Einaudi per studi di politica ed economia
Largo dei Fiorentini, 1
00186 – ROMA
Tel. 06.6871005 – 06.6871446
C.F. 80213770581

Recapiti

Fondazione Luigi Einaudi
Via Giovanni Antonelli,49 - 00197 Roma
Tel. 06/97.74.63.67
Fax: 06/97.74.63.70
Email: info@opef.it