Quaderni
Fondazione Giacomo Brodolini

SERIE: Itinerari di diritto e relazioni del lavoro

Dietro le quinte. Indagine sul lavoro autonomo nell'audiovisivo e nell'editoria libraria

A cura di Sergio Bologna e Anna Soru

Fondazione Giacomo Brodolini

62

Fondazione Giacomo Brodolini
00185 Roma - Via Goito, 39
tel. 0644249625
fax 0644249565
info@fondazionebrodolini.it
www.fondazionebrodolini.it

Roma, Maggio 2022
Stampato in Italia

ISBN 9788895380568

Tutti i diritti riservati

Quaderni della Fondazione Giacomo Brodolini

SERIE: ITINERARI DI DIRITTO E RELAZIONI DI LAVORO

Itinerari di diritto e relazioni di lavoro è una collana interdisciplinare sulle "relazioni di lavoro" intese nel senso più vasto che si suole attribuire a questo sintagma. Grazie allo sviluppo tecnologico, la relazionalità incentrata sul lavoro può assumere nel tempo presente una complessità, e quindi, molteplicità, sconosciuta nel recente passato e questa collana intende offrire al lettore strumenti di aggiornamento ed integrazione che sebbene agili nella forma siano fondati su impostazioni rigorose e attendibili. Nel cercare di soddisfare queste esigenze gli Itinerari intendono distaccarsi da collane consimili per alcune caratteristiche: 1. Alternerà studi empirici a volumi di riflessione generale. 2. Attraverso la varietà delle discipline cercherà di proporre una lettura del lavoro a trecentosessanta gradi superando quella tradizionale separatezza tra i saperi che talvolta costituisce un limite per la conoscenza e regolazione dei fenomeni. 3. Non sarà una collana solo scientifico-accademica poiché la ricerca universitaria rappresenta una ma non l'unica delle possibili sedi di elaborazione dei volumi. 4. Ospiterà anche prodotti non consueti per l'editoria accademica classica, consentendo una maggiore diversificazione dei generi editoriali.
I contributi pubblicati sono sottoposti a referaggio anonimo "double blind" e vengono seguiti in ogni loro fase dai curatori e dai membri del comitato editoriale.

A cura di: Luisa Corazza (Università del Molise), Luca Nogler (Università di Trento), Orsola Razzolini (Università di Milano)

Comitato editoriale:

Maria Paola Aimo
Università di Torino

Filippo Barbera
Università di Torino

Alessandro Bellavista
Università di Palermo

Olivia Bonardi
Università di Milano

Vania Brino
Università di Venezia

Piera Campanella
Università di Urbino

Maria Teresa Carinci
Università di Milano

Chiara Cristofolini
Università di Trento

Maurizio Del Conte
Università Bocconi

Luca di Salvatore
Università del Molise

Madia D'Onghia
Università di Foggia

Elena Gramano
Università Bocconi

Federico Martelloni
Università di Bologna

Marco Novella
Università di Genova

Valeria Nuzzo
Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli

Massimo Pallini
Università degli Studi di Milano

Riccardo Salomone
Università di Trento

Wilfredo Sanguineti
Universidad de Salamanca

Achim Seifert
Friedrich-Schiller-Universität Jena

Serena Sorrentino
FP Cgil nazionale

Anna Soru
ACTA

Luca Visentini
Segretario generale European Trade Unions Confederations (ETUC)

Nota al volume: le interviste sono state condotte da Sergio Bologna, Mattia Cavani, Silvia Gola e Anna Soru per Acta.

La presente Indagine rientra nell'attività di ricerca del team "Tecniche di tutela del lavoro autonomo, imprenditoriale e non imprenditoriale", nell'ambito del Progetto di Eccellenza "Diritto, Cambiamenti e Tecnologie" del Dipartimento di Scienze giuridiche dell'Università degli Studi di Verona.

Le autrici e gli autori desiderano ringraziare AIR3, Andrea Bottalico, Emanuele Caon, Film Commission Veneto, Film Commission Friuli Venezia Giulia, Film Commission Piemonte, Frasi, Giulia Carini, Marta Casini, Silvio Maselli, Veronica Lombardi, Sara Marchesi, Smart Italia, Giampaolo Penco, Lara Piffari, Mas Silleni, Ranuccio Sodi, Sara Zanisi e tutti gli intervistati, che spesso non solo hanno accettato di collaborare, ma hanno anche fornito nuovi contatti.

Quaderni
Fondazione
Giacomo Brodolini

Dietro le quinte. Indagine sul lavoro autonomo nell'audiovisivo e nell'editoria libraria

A cura di Sergio Bologna e Anna Soru

62

Sommario

Introduzione **8**

1. Il mercato dell'audiovisivo **22**

1.1 La nascita e lo sviluppo delle OTT 24
1.2 Il mercato europeo 25
1.3 Il mercato italiano e la riorganizzazione del settore 28
1.4 La produzione cinematografica in Italia 32
1.5 Le fonti di finanziamento 34
1.6 In sintesi 36

2. Il lavoro nell'audiovisivo **39**

2.1 L'effetto "democratizzazione" della tecnologia 41
2.2 I mercati settoriali del lavoro 47
2.3 Differenze per figure professionali 61
2.4 In sintesi 72

3. Inquadramento del lavoro audiovisivo: tutele contrattuali e previdenziali **76**

3.1 Gli audiovisivi come lavoratori dello spettacolo 77
3.2 Gli audiovisivi al di fuori dello spettacolo 81
3.4 In sintesi 85
Appendice 88

4. Il mercato dell'editoria libraria **90**

4.1 Crisi ricorrenti 91
4.2 Editori e libri in Italia 92
4.3 Il modello economico 94
4.4 Editori vs piattaforme 98
4.5 In sintesi 102

5. Il lavoro nell'editoria libraria **103**

5.1 Innovazione ed esternalizzazione 103
5.2 Nuovi profili professionali 103
5.3 Esternalizzazione della redazione 106
5.4 La rappresentanza 111
5.5 In sintesi 115

6. Imprese e lavoro nell'editoria e nell'audiovisivo. Il quadro statistico (Italia, Lombardia e Veneto) **117**

6.1 L'ambito di indagine e le fonti utilizzate 117
6.2 L'evoluzione dell'occupazione in Italia 119
6.3 I dati sul lavoro: fonte ASIA e ISTAT 122
6.4 I lavoratori iscritti al FPLS dell'INPS (ex-ENPALS) 127
6.5 In sintesi 135
Appendice 136

Glossario **137**

Conclusioni **138**

1. Il rilievo dell'indagine nella prospettiva sociologica 138
2. Esiste la categoria del "lavoro culturale"? 142
3. L'inquadramento come "lavoratori dello spettacolo": problemi interpretativi recenti 145
4. Il problema della qualificazione dei rapporti di lavoro nel mercato della cultura come subordinati o autonomi 148
5. Azione sindacale, conflitto e contrattazione collettiva anche alla luce della bozza di linee guida della Commissione europea 154
6. Alla ricerca dell'equo compenso (con un cenno ai diritti d'autore e al loro assoggettamento o meno all'obbligazione contributiva). 160

Bibliografia generale **164**

Introduzione

di Sergio Bologna

L'indagine su due settori del lavoro cognitivo che presentano forti differenze ma anche alcune affinità è partita dalla percezione che lo status giuridico del lavoro indipendente non è per sé solo sufficiente a definire l'identità di un professionista né il sistema valoriale che ne caratterizza i comportamenti né il rapporto con le opportunità che gli offre il mercato. Essere freelance oggi vuol dire poco in termini di rapporto con il proprio capitale umano, le proprie competenze, con il bisogno di rappresentanza, con l'aspirazione all'autonomia, a una maggiore libertà. I parametri sui quali si è costruito l'idealtipo della lavoratrice o del lavoratore indipendente sembrano largamente superati, anche se – per altro verso – non molto è cambiato nella sua condizione di fronte allo stato e al sistema di tutele del lavoro.

Questa idea – ovvero che il lavoratore indipendente conservi intatte alcune sue caratteristiche identitarie qualunque sia la professione che esercita – può essere anche ricondotta alla volontà espressa da alcune realtà associative di offrire una rappresentanza trasversale ai freelance per superare la fase della loro frammentazione corporativa. Nella realtà italiana, ACTA si è posta all'interno di questa visione della rappresentanza, condividendola con altre importanti esperienze estere, prima di tutte con quella della Freelancers Union degli Stati Uniti. Ma il contatto quotidiano con tante storie individuali ha consentito ad ACTA di percepire che l'idea di rappresentanza trasversale continuava a funzionare quando si trattava di misurarsi con lo stato, a livello fiscale, previdenziale o assistenziale, e tuttavia funzionava di meno quando era necessario rispondere a dei bisogni e a delle domande su come tutelare se stessi nel mercato, nei rapporti con la committenza, su come gestire le proprie competenze e valutarle, su come organizzare al meglio le risorse tecnologico-organizzative indispensabili a esercitare la professione, su come affrontare le problematiche economiche, in primo luogo la questione dei compensi e così via. Per capire come poter assistere le persone in determinate situazioni era necessario conoscere le dinamiche dei singoli mercati specifici in cui si suddivide il lavoro cognitivo.

Non dobbiamo mai dimenticare che il mondo delle cosiddette "nuove professioni" non ha la rigidità né la determinatezza delle professioni ordinistiche perché è un mercato in continua evoluzione, dove il termine "professione" viene usato anche per definire

semplici ruoli dentro una catena produttiva, un mercato dai *curricula studiorum* più disparati, dove il concetto di "carriera professionale" è alquanto indefinito e sicuramente non lineare. Alcune professioni ordinistiche sono vecchie di secoli, mentre di "nuove professioni" se ne inventano ogni anno, alcune hanno un contenuto di conoscenza assai povero, altre, dove il contenuto di conoscenza è molto complesso e la competenza è un prodotto di esperienza sul mercato molto più che di formazione, non ottengono adeguato riconoscimento. I processi identitari quindi non sono semplici da decifrare, anche perché dipendono in larga parte dalle leggi non scritte vigenti all'interno di uno specifico segmento del mercato.

Nel settore audiovisivo, come quello dell'informatica, la tecnologia determina il lavoro, nel senso che definisce l'identità professionale e l'organizzazione del lavoro, cioè il rapporto tra le diverse figure professionali e il prodotto finale. In questo settore i salti tecnologici hanno prodotto fratture traumatiche: intere tipologie d'impresa sono scomparse da un giorno all'altro quando dall'analogico si è passati al digitale, alcune tipologie d'impresa si sono trasformate, altre hanno visto cambiare i loro rapporti con fornitori o clienti. L'organizzazione del lavoro e la struttura delle professionalità sono rimaste però sostanzialmente le stesse. Da allora le innovazioni sono state piuttosto di tipo incrementale, non hanno prodotto traumi ma uno stillicidio di piccoli mutamenti, che modificavano le singole figure professionali dall'interno, in genere aumentandone il patrimonio di competenze necessario a essere ancora riconosciute come professione definita. Si potrebbe descrivere il fenomeno che si è verificato dopo l'introduzione del digitale come un innalzamento della dotazione di capitale umano necessaria a stare sul mercato a fronte di una svalutazione del capitale medesimo. Lo percepisce naturalmente la generazione che ha iniziato a lavorare con l'analogico e poi ha dovuto transitare nel digitale. Anche questa è una peculiarità del settore da non dimenticare quando si analizzano i processi identitari: nel caso di salti tecnologici con conseguenze traumatiche, quando si verifica un passaggio "epocale", il fattore generazionale conta.

Oggi, con l'entrata in gioco delle piattaforme, ci troviamo di fronte a un salto di qualità nel processo di digitalizzazione, non nel senso che siamo passati a un diverso livello tecnologico ma nel senso che ci troviamo di fronte a forme organizzative e distributive capaci di cambiare radicalmente le regole del mercato; ci troviamo di nuovo davanti a un "salto d'epoca", così come con l'ingresso di Amazon ci siamo trovati di fronte a una nuova dimensione dell'express delivery, che prima non era stata raggiunta nemmeno da giganti come Federal Express, TNT, UPS o DHL (si pensi per esempio ai processi di valorizzazione dei dati dei consumatori).

Per questo la nostra indagine inizia con il tentativo di definire la natura e l'ampiezza di questo cambiamento che sta avvenendo e che si tratti di un cambiamento "epocale" lo dicono già le cifre sul mercato dell'utenza, sull'impressionante allargamento della platea dei consumatori, sull'aumento degli investimenti. Che si tratti di un salto "epocale" lo dicono i nomi e le dimensioni dei nuovi attori sul mercato, il grado di potenza finanziaria di cui debbono disporre per superare le barriere all'entrata. Lo dicono la moltiplicazione delle modalità d'accesso al mercato. Ma la nostra capacità di analisi si ferma qui ed è comunque resa provvisoria dalla mancanza di una base statistica affidabile e congrua soprattutto alle caratteristiche dell'innovazione in atto. Le conseguenze sul lavoro, sia in termini semplicemente quantitativi che qualitativi, le conseguenze sulle professionalità, sulle relazioni tra prestazione e committenza, sono ancora tutte in divenire: non ci resta che amministrare per bene il piccolo vantaggio che ci deriva dall'essercene occupati con non troppo ritardo.

Proviamo dunque a leggere questo nostro lavoro come una ricerca su diversi passaggi dell'evoluzione del settore: quello del salto dall'analogico al digitale; quello dell'innovazione incrementale del digitale; e quello dell'apparizione delle piattaforme. Una delle prime osservazioni che viene da fare è che in questo percorso, ormai trentennale, il settore non ha mai dovuto attraversare un periodo di crisi, intesa come improvvisa caduta dei profitti o improvviso collasso dell'occupazione (mentre altri settori come l'editoria libraria sembrano attraversati da una crisi cronica). Nemmeno la pandemia è riuscita a rallentare la corsa dell'audiovisivo, anzi, sembra averla accelerata, perché le persone, costrette a casa dai vari lockdown, hanno consumato più tempo davanti a uno schermo e quindi la domanda di contenuti si è risvegliata con forza. Ci siamo chiesti se la consapevolezza di entrare in un settore in espansione, dove anche in futuro ci sarà sempre lavoro, non abbia condizionato l'atteggiamento "positivo" che i nostri intervistati dimostrano verso l'ambiente esterno, anche quando denunciano le difficoltà e gli ostacoli che incontrano sul mercato, primo fra tutti l'inarrestabile peggioramento delle remunerazioni. Certamente questo atteggiamento è determinato dal fortissimo attaccamento alla professione, alla singola specializzazione, il lavoro nell'audiovisivo "è un lavoro che piace", difficilmente si trovano persone che dicono "lo faccio perché devo campare, ma se potessi farei altro". Lavorare in un settore in espansione significa poterci entrare senza lunghe attese, significa potersi mettere subito alla prova e quindi poter sperare di guadagnare qualcosa senza lunghi apprendistati, senza lunghe "gavette".

Questo può determinare un sentimento "positivo" che si traduce spesso in un atteggiamento "ottimistico" e può essere forse alla radice di un fenomeno immediatamente percepibile di scarsa disponibilità alla coalizione, di diffidenza verso

un atteggiamento rivendicativo. Al contrario, nel settore dell'editoria libraria la crisi strisciante, scaricata quasi interamente sulle spalle dei collaboratori esterni, porta a una disponibilità alla coalizione più spinta e a una ricerca di possibilità di negoziazione collettiva. Crisi in che senso? Certamente non in termini di output perché il numero di libri che si stampa in un anno tende ad aumentare, ma piuttosto crisi in termini di margini di profitto, attribuibile in parte alle dinamiche della distribuzione, in parte ai comportamenti dei consumatori. In termini di platea di utenti, l'Italia è un caso un po' particolare in quanto "Paese che legge poco", anche se dai primi dati sembra che la pandemia e la conseguente maggiore *domestication* della vita quotidiana abbia incrementato l'utenza. Nel settore audiovisivo, quando sono stati interpellati i testimoni che denunciavano il peggioramento dei compensi a fronte di un aumento dell'intensità di lavoro, sul perché non si coalizzassero per negoziare migliori condizioni, la risposta spesso è stata "Tanto non serve a niente, il rapporto di forze con il committente è troppo squilibrato a nostro sfavore" oppure "L'impegno richiesto da un lavoro di coalizione sindacale è troppo gravoso". Ma a questo alcuni hanno aggiunto un altro elemento, che dovrebbe sembrare inquietante in una civiltà di relazioni industriali decenti: "Se protesto, se dico che alcune condizioni non mi vanno bene, non lavoro più". E questo viene detto come se si facesse riferimento a un codice non scritto ma interiorizzato e come tale convalidato, legittimato. Quasi un codice mafioso, ma che non scandalizza più nessuno, come se ormai questo tipo di relazioni sociali facessero parte delle costumanze del moderno mercato del lavoro. Ciononostante qualcosa si muove, ed è stata proprio la pandemia a provocare dei piccoli cambiamenti, delle prese di coscienza che hanno portato alla formazione di associazioni di mestiere, raggruppamenti dove le persone discutono insieme dei loro problemi di lavoro, dei contratti, delle remunerazioni, della qualità e delle abitudini dei committenti. Perché, se da un lato durante la pandemia il settore della produzione di contenuti audiovisivi ha visto un aumento della domanda, settori contigui come lo spettacolo dal vivo hanno subìto un drammatico arresto.

Nel settore della produzione cinematografica e televisiva i titoli di coda hanno valore legale sotto il profilo della proprietà intellettuale, nel settore dell'editoria libraria le figure professionali che sono indispensabili alla produzione della merce-libro restano anonime. Basterebbe questa differenza per spiegare la diversa disponibilità alla coalizione e alla rivendicazione sindacale, che certe volte emerge con forza ascoltando le testimonianze degli operatori dei due settori. Gli "invisibili" della produzione libraria hanno deciso di far sentire la loro voce. All'interno del settore audiovisivo stesso, la medesima differenza si nota tra professioni autoriali e "maestranze" (elettricisti, macchinisti, tecnici del suono). Dotati di un potere contrattuale enorme nel periodo delle tecniche analogiche, questi ultimi sono riusciti a conservare anche nell'era

digitale certi vantaggi economici e alcuni diritti conquistati allora, laddove il processo produttivo non ha subìto grandi cambiamenti. Questi due esempi bastano per far capire quanto sia complesso il problema della ricomposizione del lavoro cognitivo sul piano sindacale, sia che si tratti di lavoro autonomo che di lavoro subordinato.

Riascoltando le nostre ore di interviste ci siamo chiesti dove stanno le somiglianze e le differenze tra i diversi passaggi del processo di digitalizzazione, quello del salto dall'analogico al digitale e quello dell'ingresso delle piattaforme. Abbiamo osservato, per esempio, che il primo non ha sostanzialmente cambiato la forma organizzativa del lavoro, quella che si può identificare con la troupe che opera su un set. Essa può essere considerata una specie di "cellula" costitutiva del ciclo produttivo all'interno di uno spazio particolarissimo come quello del set, per l'appunto. In questo spazio si creano dinamiche di relazioni interpersonali, di relazioni gerarchiche, che sono proprie solo del mondo dell'audiovisivo e che quindi non solo creano un forte senso identitario di appartenenza al mondo audiovisivo, ma possono creare quella mentalità radicata profondamente nell'idea del team, cioè di una comunità solidale, fortemente disciplinata e autoregolata, che finisce per incidere sulla psicologia e sull'inconscio delle diverse figure professionali, sui quali una ricerca con strumenti metodologici diversi dai nostri meriterebbe un approfondimento. La troupe è una cellula lavorativa molto diversa dalla parcellizzazione del lavoro fordista, la distingue un'autoregolazione spinta che è l'opposto dell'eterodirezione della catena di montaggio. La distingue una concezione radicalmente opposta dell'orario lavorativo. Tanto ossessivamente calcolato e regolato è l'orario di lavoro della catena di montaggio, tanto è "libero" – cioè privo di limiti – quello del set. E qui però abbiamo notato le prime incrinature nell'accettazione di questo costume, in particolare da parte di funzioni autoriali, che si vedono riconosciuta dalla retribuzione soltanto la quota di lavoro effettivamente consumata sul set e non quella di preparazione e predisposizione delle condizioni che rendono possibile ed efficiente il consumo di tempo sul set. Non abbiamo però mai incontrato atteggiamenti di messa in dubbio degli orari di lavoro, che sono di fatto *ad libitum*, tranne che nel solo mondo del cinema e solo per certe funzioni delle maestranze, dove gli orari, essendo regolati contrattualmente, possono dar luogo a delle resistenze o a degli scioperi nel caso in cui la produzione non rispetti il contratto. Comunque quello che c'interessa sottolineare è che la "cellula troupe" è rimasta sostanzialmente intatta dal passaggio dall'analogico al digitale. Sarà lo stesso con l'avvento delle piattaforme? La risposta sembra tutto sommato positiva anche se ci sono stati segnalati certi cambiamenti dovuti all'implementazione delle nuove tecnologie più che all'ingresso degli OTT sul mercato, come il caso di un regista che ormai può comandare da remoto i movimenti delle telecamere che riprendono un concerto di musica sinfonica.

Il cambiamento che ci sembra potenzialmente più rilevante è quello della contrapposizione di una figura individuale alla figura comunitaria della troupe. La produzione di contenuti passa da un mondo di figure che operano dentro il microcosmo della troupe, dove s'instaurano dinamiche solidaristiche e cooperative, a un mondo popolato da ruspanti "cavalieri solitari". La prima conseguenza è un forte incremento della *domestication* del lavoro, tutto il contrario rispetto al lavoro della troupe che si svolge su un set, cioè su un ambiente esterno, unico nel suo genere. Non nel senso che nel primo caso si lavora in ufficio/casa e nel secondo sul set, ma nel senso che il rapporto tra il tempo dedicato alla cattura dell'immagine e il tempo dedicato all'elaborazione dell'immagine stessa si sposta a favore del secondo. Processo, questo, che si era avviato prima dell'apparizione delle piattaforme.

Ci siamo chiesti anche, proprio per questo, se l'abitudine a lavorare in una troupe, il senso identitario che ne scaturisce, l'abitudine a lavorare in un team, il senso di autodisciplina conseguente (ovviamente lo spazio per conflitti c'è sempre), non influiscano in qualche modo sulla scarsa propensione alla coalizione. La risposta non l'abbiamo trovata, ma una ricerca serve anche per porre nuove domande.

Un problema generale, riconosciuto da tutti gli intervistati spontaneamente o in risposta a una nostra precisa domanda, è quello che riguarda i compensi, che, a seconda dei casi e delle professionalità, negli ultimi vent'anni sembrano essersi ridotti anche del 50% nel settore dell'audiovisivo seppure la prassi riscontrata di applicare ai lavoratori autonomi i minimi tabellari abbia in qualche modo costituito un argine. Nel settore dell'editoria, dove questo margine non c'è, questo problema è così sentito da aver costituito proprio la molla di un processo di aggregazione e di coalizione. Ci sembra molto importante sottolineare questo aspetto, in particolare considerando il periodo storico al quale andiamo incontro che, con tutta probabilità, sarà caratterizzato da un'inflazione elevata e da un aumento dei prezzi, con un'incidenza particolarmente grave sui redditi della forza lavoro residente in aree metropolitane. L'esperienza di questi anni c'insegna peraltro che sono proprio i rapporti di lavoro indipendente quelli che, in periodi di crisi, vengono maggiormente penalizzati dalla caduta dei redditi. Ora, se sin dagli anni della formazione i giovani professionisti non vengono adeguatamente informati sulle condizioni di mercato alle quali andranno incontro e non vengono adeguatamente sensibilizzati sui problemi che le condizioni di mercato pongono all'esistenza di chi lavora, c'è il rischio che entrino nel mercato del lavoro con l'atteggiamento di chi è disposto a lavorare sempre per un euro meno del collega. Riteniamo quindi che sia un dovere morale degli istituti di formazione, università pubbliche e accademie private educare i giovani alla solidarietà, intesa non come pulsione morale e problema del dover essere, ma proprio come strategia di

mercato, in quanto l'esperienza ci dice che, in tutti i settori, una volta che si abbassano le tariffe o i salari, è estremamente complicato poi aumentarli. Accettare di lavorare per un euro meno del collega significa porsi nella condizione di avere sempre qualcuno disposto a portarti via il lavoro con un altro euro di meno. È quindi una strategia suicida, che ha già portato dei guasti. Molti intervistati con un'anzianità lavorativa precedente l'introduzione del digitale denunciano questa spaccatura generazionale in atto tra di loro e i giovani che escono dalle scuole disposti a sostituirli accettando compensi irrisori. Ma difficilmente le università pubbliche o le accademie private potranno assolvere a questo, secondo noi, obbligo educativo se non abbandoneranno il ruolo di intermediarie di forza lavoro a basso costo, che continuano purtroppo a esercitare con le cosiddette politiche di "inserimento al lavoro" fondate sullo stage. La nostra Associazione ACTA conduce da anni una battaglia per l'introduzione del salario minimo legale e per l'abolizione degli stage extracurricolari. Il salario minimo legale può essere un punto, per quanto generico, di riferimento anche per le tariffe dei freelance. È una battaglia difficile perché l'opposizione dei sindacati, timorosi di perdere la loro autonomia contrattuale, finora è stata molto netta e ha rappresentato un ostacolo insormontabile all'attuazione di questa norma. Negli ultimi tempi però un numero sempre maggiore di economisti del lavoro si è schierato a favore del salario minimo e questo potrebbe indurre qualche cambiamento anche nella posizione dei sindacati. L'abolizione degli stage extracurricolari ci sembra invece necessaria per rimuovere una delle possibili cause dell'"autodisistima" dei giovani professionisti e dell'accettazione da parte della società della norma non scritta per cui, per entrare nel mercato del lavoro, i giovani debbono essere disposti a tutto, anche a lavorare gratis. Le resistenze all'introduzione del salario minimo legale sarebbero forse meno forti se potessimo disporre di una conoscenza più esatta di quelli che sono i salari di fatto oggi in Italia. Come punto di riferimento abbiamo soltanto i minimi tabellari dei grandi contratti di lavoro sottoscritti dalle maggiori sigle sindacali, ma non conosciamo la miriade di situazioni "fantasma" nelle quali le sigle più diverse, che rappresentano solo se stesse o solo una situazione aziendale, firmano contratti con salari di 4-5 euro all'ora, privi degli istituti come ferie, anzianità, trattamento di fine rapporto, etc. Non si conoscono nel senso che una rilevazione statistica è estremamente complessa, ma tutti sanno che esistono e costituiscono una parte sempre crescente di quella galassia di contratti di lavoro nazionali censiti dal CNEL (circa 900).

A questo si aggiunga la confusione creata dal termine *gig economy*, che per alcuni significa condizione lavorativa caratterizzata da occupazioni intermittenti di brevissima durata in mansioni esecutive elementari, per altri indica tutti i rapporti di lavoro che passano per piattaforme digitali, anche quelle per mansioni ad alto contenuto

professionale e cognitivo[1]. In definitiva se ci chiedessimo quale percentuale della forza lavoro occupata complessiva guadagna la metà di quello che potrebbe essere un salario minimo legale (10 euro) avremmo molta difficoltà a rispondere. La confusione è ancora maggiore quando si tratta, come nel nostro caso, di un segmento del mercato del lavoro non solo diviso tra lavoratori con posizioni di lavoro subordinato e altri con posizioni di lavoro autonomo ma anche diviso per l'esistenza di molte forme ibride che stanno tra la subordinazione e l'autonomia e per il retaggio di trattamenti previdenziali specifici, propri di certe categorie (es. il trattamento cosiddetto ex-ENPALS), a cui si aggiunge una situazione complicata dal punto di vista fiscale, frutto di una serie di provvedimenti presi in rapida successione dai governi recenti (l'apparire sempre più frequente di figure ibride ha portato la sociologia a coniare il termine di "lavoro apolide"). È una situazione che provoca spesso un forte disorientamento nei lavoratori dell'audiovisivo e accresce in loro la sensazione che ognuno rappresenta un caso a parte, per cui è inutile condividere i problemi personali con altri colleghi. E questo certo non incoraggia un atteggiamento favorevole alla coalizione, condannando questi lavoratori a una situazione di cronica debolezza contrattuale verso il committente. Per questa ragione riteniamo che il capitolo III, "Contratti e welfare", sia uno snodo cruciale del nostro rapporto, che meriterebbe un ulteriore approfondimento (v. *infra* le Conclusioni).

Quanto potrà incidere su queste problematiche il nuovo assetto che il mercato ha assunto con l'ingresso delle OTT, cioè con soggetti imprenditoriali privati di dimensione multinazionale molto più potenti in termini finanziari dei tradizionali produttori e distributori di contenuti, quindi con un potere negoziale pressoché assoluto? Ci si potrebbe rispondere che una maggiore potenza finanziaria consente a questi soggetti di praticare politiche salariali più generose per spingere i concorrenti su un terreno competitivo più avanzato oltre che per ragioni d'immagine. L'esempio recente di Amazon che ha innalzato dell'8% di propria iniziativa il salario d'ingresso nei suoi magazzini rispetto ai minimi contrattuali starebbe lì a dimostrarlo. Ma il settore in cui Amazon opera come *express delivery service* è caratterizzato in Italia da un'altissima conflittualità, per cui sembra più plausibile l'ipotesi che la mossa di Amazon sia stata dettata da ragioni di pace sociale in azienda. Nel settore dell'audiovisivo, dove la conflittualità è pressoché inesistente, la preoccupazione che i nuovi assetti del mercato e i nuovi poteri che lo dominano possano essere causa di un'ulteriore compressione dei compensi nei confronti di una forza lavoro – che in gran parte è una forza lavoro *on demand* – è più che giustificata. Ragione di più per pensare urgentemente a un nuovo ordinamento contrattuale, così come si comincia

1 *V. Castigli, 2021.*

a discuterne all'interno dell'universo dei lavoratori della cultura (musei, fondazioni, enti lirici etc., *si veda* Federculture, 2021), approfittando della svolta che sembra aver imboccato l'Unione Europea per quanto riguarda il diritto alla contrattazione collettiva dei freelance (v. *infra* le Conclusioni). Per chiarire questo punto dobbiamo fare una breve digressione.

Finora la normativa europea considerava il singolo lavoratore freelance alla stregua di un'impresa, facendo rientrare nella stessa "specie" una traduttrice che lavora in casa coi bambini che strillano e l'acqua della pasta che bolle sul fuoco e una multinazionale con sedi in palazzi di vetro piazzati nelle principali capitali europee. Per l'ideologia neoliberale che vige nella cultura dell'Unione, la traduttrice e la multinazionale stanno sullo stesso piano di fronte all'autorità della concorrenza, per cui se si coalizzano con qualche loro simile creano un trust, cioè una distorsione del libero mercato, che la vigile attenzione dell'istituzione europea ha l'obbligo di proibire. Una norma la cui assurdità è palese. Per riportare alla ragione la cultura del capitalismo nelle sue forme più estreme e grottesche c'è un solo rimedio: la coalizione sindacale, l'associazionismo mutualistico e le forme di *voice* ammesse dalla legge per farsi sentire, come la rivendicazione e lo sciopero, al fine di rinegoziare le condizioni di lavoro o di modificare le normative assurde. È accaduto in anni recenti che, sull'onda dell'esplosione dell'e-commerce, sia invalsa l'abitudine, in particolare presso gli abitanti delle grandi città – vuoi per la progressiva *domestication* del lavoro, vuoi per la riduzione o abolizione della "pausa pranzo" negli uffici – di farsi consegnare il cibo a casa o in ufficio. Si è creata in tal modo una nuova popolazione lavorativa, quella dei *rider*, che sta assumendo proporzioni consistenti. Questi lavoratori hanno dato luogo ben presto a una conflittualità del tutto anomala in un quadro generale di pacificazione, riuscendo a guadagnare una visibilità che li ha catapultati sulla scena del teatro mediatico ma soprattutto – questo il lato importante della vicenda – li ha fatti diventare "lo studio di caso" privilegiato dai giuslavoristi che si occupano di una delle problematiche centrali dell'ordinamento del mercato del lavoro, quella della contrapposizione tra lavoro subordinato e lavoro autonomo. Dalla piazza agli studi d'avvocato, ai tribunali, alle Università, ai tavoli delle istituzioni, i passaggi sono stati rapidi e brevi, quindi la questione dei *rider* da problematica settoriale è diventata il campo di prova delle esercitazioni giuridiche e dei tentativi di riforma della definizione di un rapporto di lavoro, anzi i *rider* sono diventati la figura emblematica del "finto lavoro autonomo", tanto caro ai sindacati tradizionali. Insomma è toccata alle lotte dei *rider* la fortuna di essere ascoltate, mentre ai lavoratori delle professioni cognitive, molto più numerosi dei rider, malgrado da vent'anni almeno cerchino di attirare l'attenzione dei legislatori su alcune aporie del loro inquadramento giuridico, è toccato scontrarsi con un muro di gomma. I *rider*, merito della loro combattività, sono riusciti a farsi ascoltare anche

dalle orecchie non proprio vigili delle istituzioni europee che, riflettendoci, hanno semplicemente preso atto della realtà, ossia che i *rider* formano una realtà associativa molto simile a quella dei lavoratori dipendenti tradizionali e molto lontana da quella figura giuridica che si definisce "impresa", anzi, che con la forma "impresa" non c'entrano un fico secco. Dunque non si può negare loro il diritto alla contrattazione collettiva, pur riconoscendone lo statuto di lavoratori autonomi. Ma in tal modo non si viene forse a produrre una frattura nelle norme antitrust, creando esenzioni per certe categorie, con il rischio di provocare una reazione a catena? La soluzione che sembra prospettarsi, e sulla quale l'Unione ha aperto una consultazione, è quella di riconoscere ai *rider* il diritto alla contrattazione collettiva non in quanto lavoratori autonomi o finti autonomi o subordinati ma in quanto governati da una piattaforma digitale, organizzati e valutati da algoritmi. Ovviamente questo diritto si estenderebbe a tutti i lavoratori su piattaforma, compresi quelli delle professioni cognitive, configurando quasi un *tertium genus* accanto a quello del lavoratore subordinato e del lavoratore indipendente, ossia quello del lavoratore su piattaforma.

Ci siamo dilungati sul caso dei *rider* perché, nel ribadire la necessità per i lavoratori dell'audiovisivo di coalizzarsi per resistere a eventuali nuovi peggioramenti delle loro condizioni di lavoro, è necessario che siano informati sulla complessità delle problematiche in campo ma anche sulle nuove opportunità che si aprono per coloro che scelgono il lavoro indipendente. Nel caso del lavoro su piattaforma è però necessario subito distinguere nettamente tra piattaforme che organizzano e valutano un lavoro eterodiretto dalle piattaforme che sono semplicemente dei marketplace e dalle piattaforme intese come OTT. Nella stragrande maggioranza dei casi il lavoro cognitivo non è eterodiretto, ovvero per sua natura ha bisogno di libertà e autodeterminazione per poter essere svolto. Dal nostro osservatorio di associazione che rappresenta i freelance possiamo affermare che la grande maggioranza non lavora sotto il governo e la valutazione di piattaforme digitali e che solo una parte poco rilevante lavora con piattaforme che sono luoghi virtuali di incontro della domanda con l'offerta. Da questo punto di vista l'orientamento della Commissione, pur andando nella direzione giusta, non porterà a soluzioni soddisfacenti finché non verrà abolita del tutto quell'assurda norma antitrust, consentendo a tutti i lavoratori autonomi, che lavorano o meno con piattaforme, di potersi associare per rivendicare e negoziare collettivamente migliori condizioni retributive e organizzative.

Il capitolo dedicato all'editoria ci fa vedere i grandi cambiamenti che le nuove tecnologie hanno introdotto sia nel modo di fare un prodotto antichissimo, il libro, sia nell'azione umana ancora più antica, la lettura, forse tra le attività dell'uomo la più importante come medium per l'apprendimento e dunque tecnica indispensabile allo

sviluppo di *homo sapiens* e di *homo faber*. Ed è abbastanza angoscioso pensare che, mentre poco per volta riusciamo a inventariare tutti i cambiamenti intervenuti con le nuove tecnologie nel modo di fare libri, sui cambiamenti nella nostra mente, nella sua capacità di apprendimento, prodotti dal nuovo modo di leggere su uno schermo invece che su una pagina di carta, nulla o ben poco sappiamo. L'irrompere di nuovi supporti alla lettura, oltre ad avvicinare i due segmenti di mercato che stiamo osservando (editoria libraria e audiovisivo), per esempio nel campo degli audiolibri, ha creato una serie di professioni indispensabili alla sopravvivenza delle imprese editoriali in settori, come il marketing digitale, la cui importanza è diventata fondamentale dall'irrompere sul mercato di una OTT come Amazon, che ha rivoluzionato il settore strategico del mercato librario, cioè la distribuzione. Qui le barriere all'ingresso sono ancora più elevate perché la forza di Amazon non sta tanto nella capillarità della sua rete fisica di distribuzione quanto nella capacità di gestire ed elaborare big data. Un discorso analogo può essere fatto per le OTT dell'audiovisivo, il loro successo sta nell'aver individuato e realizzato nuovi canali distributivi, ampliando enormemente la platea degli utenti. Le nuove professioni che vengono individuate in questa ricerca, come quella dell'*influencer* per esempio, per tornare all'esempio dell'editoria libraria, aprono un orizzonte nel quale probabilmente con l'uso dei social ne verranno fuori tante altre. Quindi, mentre le professioni tradizionali, editing, impaginazione, correzione bozze, etc., si trasformano o si accorpano nel *multitasking*, un campo del tutto nuovo si apre, tale per cui, se oggi può essere classificato genericamente come afferente alla funzione commerciale, un domani potrà condizionare i contenuti di quei manufatti chiamati libro o video. Ma si pensi anche al modo in cui i podcast stanno cambiando l'informazione giornalistica, la cosiddetta "notizia del giorno" e gli approfondimenti. Nella produzione editoriale il fenomeno più appariscente è quello dell'esternalizzazione. Aumenta quindi a dismisura la popolazione degli "invisibili", sulle spalle dei quali è stata scaricata la riduzione dei costi. Messa a confronto con la pletora di posizioni contrattuali che abbiamo incontrato nell'audiovisivo, la forza lavoro dell'editoria libraria appare molto più omogenea, se è vero che l'86% dei suoi componenti è un lavoratore autonomo a partita Iva che troppo spesso non riesce a mantenersi solo con quel lavoro. Ci sono quindi tutte le premesse perché tra questi lavoratori il principio di coalizione funzioni meglio e possa essere di stimolo e di esempio per altri settori del mondo del lavoro cognitivo. Innanzitutto sono persone colte sia sul presente che sul passato, sono persone che concorrono al processo produttivo ma viene negato loro il riconoscimento di questo ruolo, sono persone che rischiano di rientrare nei *working poor*, sono persone che lavorano con inquadramento giuridico simile, dunque in definitiva più disposte ad amalgamarsi e a parlare una lingua comune di altre che frequentano diversi settori, come appunto l'audiovisivo e, tutto sommato, più sfruttate. Se allarghiamo lo sguardo al settore "cultura" genericamente

inteso, troviamo purtroppo la stessa situazione. Per questo non ci stancheremo mai di dire che il lavoro nel mondo della "cultura" è il più vulnerabile all'interno dell'universo più vasto del lavoro cognitivo. Potrebbe iniziare da qui un percorso che ci permette di rovesciare completamente la tesi (diventata quasi un assioma) del cosiddetto mismatch tra domanda e offerta nel mercato del lavoro italiano, che si traduce in due enunciati: primo, il livello d'istruzione superiore produce di per sé un vantaggio competitivo sul mercato; secondo, è l'offerta di forza lavoro l'elemento di inadeguatezza che crea difficile l'inserimento lavorativo. L'esternalizzazione può essere definita come disinserimento lavorativo. Chi la produce? Il lato dell'offerta o quello della domanda? Da cosa è motivata? Da titoli di studio insufficienti? Dalla mancata conoscenza delle tecniche digitali? Il *mismatch*, insomma, viene dalla debolezza strutturale della forza lavoro o dalla debolezza strutturale dell'impresa? Il fenomeno del mismatch non può essere attribuito esclusivamente all'offerta ma anche alla qualità della domanda delle imprese, al loro insoddisfacente livello tecnologico (questo è stato più volte osservato proprio nei settori considerati high tech ed è una delle cause per cui le start up in questo settore hanno in Italia più difficoltà a crescere che in altri paesi). Una politica gestionale eccessivamente concentrata sulla riduzione del costo del lavoro ha avuto effetti depressivi sull'investimento in tecnologie che richiedono forza lavoro altamente scolarizzata. Laddove questa esiste è spesso costretta a trovare occupazione con adeguate retribuzioni all'estero. Anche la critica all'eccessiva importanza attribuita agli insegnamenti umanistici rispetto a quelli tecnico-scientifici non è convincente. In alcuni settori fortemente caratterizzati da competenze ingegneristiche, come la logistica, il mismatch non era prodotto dalla scarsità di ingegneri ma da una domanda che chiedeva soprattutto diplomati delle scuole tecniche, non laureati. Se c'è un aspetto fortemente negativo delle politiche dell'istruzione in Italia questo s'identifica con l'aver sacrificato gli Istituti tecnici superiori, non con l'aver laureato troppi filosofi. Il *mismatch* non è dovuto all'insufficienza qualitativa della forza lavoro, non è colpa dei giovani o di un sistema universitario inefficiente e antiquato, che non li prepara adeguatamente, ma è interamente attribuibile al modello di gestione delle imprese. E qui il discorso potrebbe allargarsi anche al mondo dell'industria italiana in generale. È la via italiana alla riduzione dei costi, tutta concentrata sul costo del lavoro, che non solo ci condanna a un gap tecnologico sempre più evidente ma anche a uno stato delle retribuzioni sempre più stagnante. Se poi aggiungiamo il fatto che l'orizzonte redistributivo della classe imprenditoriale italiana è limitato al cosiddetto "welfare aziendale", cioè pretende di compensare la sostanziale stagnazione delle retribuzioni con l'elargizione di "regalini" (tipo dei voucher con cui il o la dipendente possono comperarsi un paio di mutandine in un negozio di marca), si può immaginare il destino che attende chi, esternalizzato dall'azienda, si trova a dover lavorare come prestatore d'opera. Il suo destino è di restare in mutande (ma non di marca) e di non potersi pagare

nemmeno le spese per l'aggiornamento professionale, indispensabile in un'epoca di continue innovazioni tecnologiche.

Il nostro lavoro d'inchiesta è iniziato alla fine di novembre del 2020, poco prima dell'inizio delle campagne vaccinali. È comprensibile quindi che il fantasma della pandemia abbia aleggiato su di noi durante tutto il lavoro d'inchiesta. Da un lato avevamo i dati delle comunicazioni obbligatorie che ci dicevano come il settore dell'audiovisivo avesse goduto di un dinamismo occupazionale persino superiore a quello delle professioni sanitarie; dall'altro le testimonianze degli intervistati che ci trasmettevano una condizione di disagio, d'incertezza, di disorientamento ("Si lavora ma si lavora male", con riferimento soprattutto alle misure precauzionali contro il virus a tutela dei componenti delle troupe). In realtà quella che appariva come una dinamica sorprendente era in parte dovuta all'effetto ottico prodotto dalla prevalenza di contratti di breve e brevissima durata; ciononostante era incontrovertibile che l'audiovisivo fosse entrato in una nuova fase della sua storia, subendo dalle condizioni create dalla pandemia delle modificazioni strutturali che si sarebbero aggiunte a quelle già consolidatesi prima della pandemia. La stessa cosa si può dire a proposito dell'editoria: nel 2020 le vendite di libri cartacei sono aumentate dello 0,3%, per un totale di 1,43 miliardi, le vendite di e-book sono aumentate del 27% e quelle di audiolibri del 94%[2]. Quell'aumento dello 0,3% ha colto tutti di sorpresa, dal momento ci si aspettava un calo molto consistente, del 20% e più. Ma proprio questo dato sorprendente ci indica che la pagina del libro si sta trasferendo su altri media, il cartaceo rimane con tutta la sua aura misteriosa e magica che si porta dietro da secoli, ma gli occhi dei lettori ormai guardano uno schermo mentre, coerenti col multitasking, le loro orecchie ascoltano una storia letta ad alta voce. Sul web si trasferiscono contenuti culturali complessi, gli specialisti di Public History si sono accorti che il medium più diffuso di contenuti storici è diventato il videogioco. Così come il lavoro e in particolare il lavoro cognitivo non potrà non risentire del massiccio impiego di *smart-working* durante la pandemia, così la creazione di contenuti culturali uscirà trasformata da questa esperienza e altrettanto l'insegnamento, le dinamiche di apprendimento, la scuola. Alcune di queste tendenze potranno risultare particolarmente accentuate a seguito delle politiche dei "ristori" e delle misure di sostegno a lungo termine o di incentivazione all'innovazione contenute nei vari PNRR. Oggi disponiamo dei primi dati

---

2 Si veda il contributo di Paola Dubini in Federculture, 2021 "Sul fronte televisivo, sia i broadcaster tradizionali che le piattaforme di streaming TV hanno beneficiato di crescite molto significative (+37%); le piattaforme di streaming di contenuti audio (musica, podcast, audiolibri), hanno visto crescere ampiamente a doppia cifra i consumi free e in abbonamento; lo stesso vale per le piattaforme di gaming, e-sport e altri contenuti interattivi. Tik Tok ad esempio ha raddoppiato il numero di utenti attivi" (p. 107).

sui finanziamenti straordinari che sono stati stanziati per il mondo della cultura, di cui l'audiovisivo fa parte, e possiamo notare, per esempio, che il Ministero ha voluto fare uno sforzo particolare a favore del cinema (potenziare Cinecittà e rilanciare il Centro Sperimentale di Cinematografia). Il tutto però va inquadrato nelle nuove criticità che si presentano, prima tra tutte l'inflazione, che costringerà le banche centrali a rivedere drasticamente le politiche di *easy money* perseguite in questi anni, riducendo le risorse a disposizione dei piani di ripresa e rendendo ingestibili, con l'aumento dei tassi, certi debiti sovrani. Chiudiamo questo rapporto che la guerra in Ucraina è cominciata. Ci sforziamo di fare appello all'ottimismo della volontà, ma stavolta è dura...

1. Il mercato dell'audiovisivo

Nota metodologica

L'analisi del settore audiovisivo si è mossa secondo due linee di indagine complementari: un livello qualitativo (tramite interviste e analisi desk sul settore), e un'analisi delle fonti istituzionali, relativa anche al settore editoria, per ottenere dati quantitativi e avere così una cornice del mercato del lavoro italiano.

L'analisi desk, basata su osservatori europei e italiani, ricerche di settore e fonti giornalistiche, ha permesso di ricostruire il quadro delle evoluzioni del settore audiovisivo, con particolare attenzione all'impatto seguito alla nascita e allo sviluppo delle imprese OTT in Europa e in Italia sul cinema e sulla TV (cap. I).

Il cuore dell'indagine qualitativa è costituito da 51 interviste semi-strutturate e in profondità a lavoratori e lavoratrici dell'audiovisivo, realizzate quasi tutte a distanza (in modalità video-call) tra ottobre 2020 e ottobre 2021. Esse avevano l'obiettivo di esaminare i cambiamenti nelle condizioni di lavoro in seguito all'avvento delle tecnologie digitali e le modalità con cui queste trasformazioni sono state affrontate.

L'individuazione delle persone da intervistare si è basata su due criteri:

a. coprire le diverse aree dell'audiovisivo (cinematografico, televisivo, pubblicità, videoclip e organizzazione di eventi) e le diverse professionalità, con particolare attenzione alle professioni autoriali e ai lavoratori con rapporti di lavoro non stabili (lavoratori autonomi o subordinati a termine);

b. individuare, se possibile, professionisti che avessero un'ampia conoscenza del proprio ambito professionale, che potessero raccontare le condizioni lavorative anche oltre la propria esperienza personale.

A livello territoriale, focalizzandosi la ricerca su Lombardia e Veneto, si è cercato di intercettare perlopiù lavoratori e lavoratrici di queste due regioni. Ove necessario, con l'obiettivo di integrare alcune conoscenze, sono state fatte delle eccezioni: per le aree della TV pubblica, del cinema e dei videoclip, che hanno una forte concentrazione a Roma, sono stati intervistati lavoratori di stanza nella capitale. Per quanto riguarda una

particolare categoria di professionalità, quella dei sottotitolatori, la cui importanza è emersa durante la ricerca, c'è stato un incontro online con una decina di professionisti, traduttori verso l'italiano, dislocati sia in Italia sia all'estero.

Alcuni degli intervistati facevano parte di associazioni professionali o altre organizzazioni collettive (APMAL, AIR3, CNA, Centoautori, SLC CGIL, Smart Italia) e hanno potuto raccontare anche la loro esperienza associativa.

Per avere un punto di vista istituzionale si è proposta un'intervista anche a responsabili delle Film Commission di Veneto e Lombardia, ma solo il presidente della FC Veneto ha concesso l'intervista. Per avere un panorama più ampio sono stati intervistati anche i presidenti delle FC Piemonte e Friuli-Venezia Giulia.

A completamento delle interviste, al fine di individuare elementi problematici e di soddisfazione, e indicazioni puntuali sui redditi, è stato somministrato un sondaggio a cui hanno risposto 100 lavoratori dell'audiovisivo con professioni a carattere autoriale. I risultati delle interviste qualitative e del sondaggio sono riportati nel capitolo II.

Per quanto riguarda le criticità riscontrate, la più rilevante è stata riuscire ad avere una panoramica chiara dell'inquadramento dei lavoratori, dei CCNL in essere e delle tutele contrattuali e previdenziali dei lavoratori del settore. Un compito reso ancora più complicato dalle recenti evoluzioni normative. Il capitolo 3 è stato dedicato a evidenziare le problematiche emerse sotto il profilo dei contratti e delle tutele e ha richiesto alcune interviste a sindacalisti e esperti, oltre che l'analisi di relazioni parlamentari e documenti legislativi.

Infine nel capitolo 6 sono riportati i dati quantitativi derivati dalle fonti statistiche disponibili, per fornire un'indicazione di massima dell'occupazione nei due settori dell'audiovisivo e dell'editoria e del peso relativo della Lombardia e Veneto all'interno del contesto italiano. Le fonti utilizzate per il settore audiovisivo sono:

1. ISTAT - Indagine sulle forze lavoro, utile a evidenziare l'evoluzione occupazionale (dipendente e autonoma) dei due settori a livello italiano;

2. ASIA-ISTAT, fonte integrata di tipo amministrativo, che fornisce dati sui dipendenti e titolari di imprese private (sono esclusi i lavoratori autonomi non in forma di impresa e i dipendenti del settore pubblico e non profit). Essi permettono di fornire una stima del peso occupazionale dei settori indagati per le aree territoriali del Nord Ovest e del Nord Est

3. dati INPS – gestione FPLS (ex-ENPALS), una fonte amministrativa che censisce tutti coloro che lavorano con un inquadramento dello spettacolo. L'analisi dei dati è stata concentrata sulle figure professionali più rilevanti per l'attività cinematografica, per delinearne le condizioni contrattuali, l'intensità dell'impegno lavorativo e il reddito.

1.1 La nascita e lo sviluppo delle OTT

Il sistema dei media sta attraversando una fase di profondi cambiamenti inaugurati con l'avvento della digitalizzazione e alimentati dal miglioramento della connettività tramite banda larga.

Con la digitalizzazione le informazioni possono essere modificate, archiviate e trasportate con facilità, e la multimedialità permette di declinare i contenuti su più canali, interattivi e ipertestuali. Queste opportunità sono pienamente sfruttate per l'offerta di video on demand *one-to-one*, che si sta rapidamente affermando rispetto alla produzione televisiva classica *one-to-many*, grazie anche a un costo più limitato del servizio.

L'evoluzione delle tecnologie digitali è stata una precondizione per l'ingresso di una nuova tipologia di competitor, le imprese OTT (over-the-top, nate nel web e per il web, come Netflix, Amazon Prime, Apple TV+), che offrono la visione streaming appoggiandosi agli operatori delle telecomunicazioni per il trasporto dei dati, senza quindi sostenerne i costi,[3] e che si sono sviluppate inizialmente e principalmente negli Stati Uniti.[4]

---

3 Mentre nel modello tradizionale (via satellite o col digitale terrestre) il distributore paga anche i costi infrastrutturali, nel modello streaming i costi degli investimenti sono sostenuti dalle società di telecomunicazioni, spesso alimentati anche da risorse pubbliche, che però non partecipano ai profitti. Questa situazione, sostenuta nel principio di neutralità della rete, inizia a essere messa in discussione. In Corea del Sud, l'Internet service provider SK Broadband, con una battaglia legale, chiede a Netflix di contribuire all'ampliamento e manutenzione della rete, che usa intensamente per le sue attività di intrattenimento.

4 Come evidenziato da Rahman e Thelen (2019), le aziende piattaforme sono nate negli Stati Uniti perché hanno potuto sfruttare alcune condizioni: 1) il frammentato panorama normativo caratterizzato, da un lato, da decentralizzazione e sovrapposizione di giurisdizioni normative e, dall'altro, da deboli interessi organizzati (soprattutto dei lavoratori). In sostanza le imprese hanno la possibilità di sfruttare aree grigie connesse alle nuove tecnologie o nella regolamentazione del lavoro e anche di sfidare e cambiare le regole esistenti; 2) l'attenzione posta dalle istituzioni legali (antitrust) alla tutela del consumatore più che del lavoratore; 3) la disponibilità di abbondante capitale finanziario.

La crescita dello streaming, che ha trainato il mercato dell'intrattenimento già prima della pandemia, ha attirato anche grandi gruppi con una genesi diversa (Disney, WarnerMedia, ViacomCBS, Discovery, ITV, etc.) e un po' ovunque ha spinto i broadcaster tradizionali a implementare servizi on demand per sopravvivere.

La OTT offre all'utente nuove modalità di fruizione, ovvero di guardare i contenuti preferiti sul proprio *device* preferito nel momento che preferisce. La varietà di contenuti e di dispositivi determina una frammentazione degli ascolti e per gli operatori diventa più difficile raggiungere e mantenere il proprio pubblico, sempre più esigente. D'altra parte, il mercato si è molto ampliato. Molti utenti, specie più giovani, sono disposti a pagare per contenuti che reputano interessanti; l'abbonamento, infatti, non è più un lusso, anche perché caratterizzato da un costo decisamente inferiore a quello di una pay-TV.

Con la diffusione delle piattaforme OTT e la loro conseguente diversa fruizione si sono affermati anche nuovi meccanismi di monitoraggio e raccolta delle informazioni. Se l'Auditel, che misura gli ascolti sulla base di un campione rappresentativo degli utenti, resta lo strumento adoperato per le televisioni in chiaro, per gli altri canali sono in uso sistemi censuari che rilevano il totale degli ascolti in tempo reale. L'uso dei dati, raccolti in grandissima quantità, ha però nelle OTT un'altra funzione, ovvero quella di esercitare il controllo dell'interazione con gli spettatori e, attraverso algoritmi, agevolare la ricerca e spingere i consumi, oltre che orientare la produzione dei contenuti, adattandoli alle esigenze del mercato.[5]

1.2 Il mercato europeo

L'irrompere delle piattaforme OTT, che nel frattempo sono diventate anche produttrici e prime distributrici di contenuti originali, sta scomponendo i mercati e ridisegnando gli assetti competitivi, spostando gli equilibri.

Analogamente a quanto accade in altri settori, le imprese tecnologiche come Netflix e Amazon rispondono a un nuovo modello di investimento (Rahman, Thelen, 2019) in cui i proprietari di piattaforme ottengono la fiducia di investitori per un lungo periodo, con l'obiettivo di proporsi come l'infrastruttura più rilevante e creare condizioni di concentrazione che permettano ampi profitti. In questo processo gli alleati più importanti sono i consumatori che possono ottenere ciò che vogliono, quando vogliono e a prezzi più bassi.

5 *Questo vale soprattutto per Netflix, Amazon e Apple TV+, ma anche altri grandi gruppi si stanno riorganizzando in questa direzione.*

Le OTT, in quanto imprese tecnologiche, accedono più facilmente ai capitali perché gli investitori sono convinti della loro capacità di generare profitti (Marx, 2021) e sono disposti a sostenere perdite massicce nel breve e medio periodo, oltre ad anticipare ingenti capitali non recuperabili (*sunk costs*) per le infrastrutture tecnologiche, per l'acquisizione o la produzione di contenuti e per il marketing necessario a vendere gli abbonamenti. Il tutto avviene in un contesto in cui l'attività SVOD in genere è ancora in perdita e le prospettive non così definite: nel periodo pre-pandemico molti dubitavano che la crescita dell'indebitamento di Netflix fosse sostenibile (Facchini, 2019), ma successivamente il quadro è cambiato.[6]

La crescita di servizi VOD, accelerata con la pandemia, attrae nuovi competitori e costringe gli operatori tradizionali a adattarsi, in tutti i mercati, compreso quello europeo, un tempo dominato da imprese nazionali.

Nell'Unione Europea a 28, la crescita del mercato VOD è stata esplosiva negli ultimi 10 anni: i ricavi sono aumentati da 388,8 milioni di euro nel 2010 a 11,6 miliardi di euro nel 2020. Una crescita trainata dallo SVOD, passato da 12 milioni nel 2010 a 9,7 miliardi di euro nel 2020, che ha coinciso con l'ingresso e la diffusione di Netflix.[7] Nel complesso le sottoscrizioni di abbonamenti a piattaforme VOD sono passate da 300.000 nel 2010 a 140,7 milioni nel 2020, quasi raggiungendo il numero di abbonamenti alle pay-TV (144,5 nel 2020). I lockdown hanno stimolato le famiglie a sperimentare lo SVOD e nel frattempo i contenuti SVOD si sono sensibilmente ampliati, coprendo tutti i diversi generi precedentemente riuniti nei pacchetti delle pay-TV.

A differenza di quanto rilevato negli USA,[8] al momento in Europa i servizi SVOD non hanno ancora determinato, a livello complessivo, un calo degli abbonamenti alle pay-TV (*cord cutting*), anche perché ci sono stati molti accordi tra società di pay-TV e operatori SVOD per offrire ai consumatori una vasta scelta di contenuti. Ma, con la diffusione delle smart TV e di dispositivi che permettono di trasmettere contenuti multimediali sul televisore tradizionale, il rischio di *cord cutting* aumenta.

---

6 Nel 2020, l'aumento notevole del numero degli abbonamenti e la frenata delle spese conseguente al blocco delle produzioni di kolossal ha determinato un netto miglioramento della posizione debitoria. Il rapporto debt to equity è passato da 1,28 nel 2019 a 0,73 nel 2020 (Evaluation.it).

7 I dati sul mercato europeo sono tratti da European Audiovisual Observatory (2021).

8 Secondo Leichtmann Research Group (2021), sta accelerando la perdita di abbonamenti via cavo e via satellite: i fornitori a pagamento via cavo hanno perso in un solo trimestre (il terzo del 2021) circa 700mila abbonati (-1,7%) e quelli via satellite 633mila gruppi familiari (-2,3%).

Il ricavo medio per utente (*Average Revenue Per User, ARPU*) è in diminuzione, perché il costo di un abbonamento OTT è decisamente inferiore a quello di un abbonamento a una pay-TV (meno di 1/3 in Europa occidentale e meno di 1/2 in Europa orientale). Ciò complica la situazione delle pay-TV, in considerazione dei più elevati investimenti necessari a competere nel fornire contenuti esclusivi e originali, in un mercato in cui l'offerta è esplosa. All'inizio del 2020, in EU28 erano disponibili 460 cataloghi SVOD, di cui 15 in Italia.

Il dominio di gruppi extra-europei è evidente: Netflix e Amazon concentrano i 2/3 degli abbonamenti nel nostro continente. I player europei si sono affrettati a lanciare i propri servizi on demand, ma è presto per dire se quanto stanno facendo sia sufficiente, se riusciranno a restare competitivi, a stabilire alleanze e a sfruttare la conoscenza del mercato locale e dei legami con l'industria di produzione oltre che le "teche" dei grandi sistemi televisivi pubblici per fornire un'offerta differenziata.

In generale le classi dirigenti europee sono rimaste spiazzate dalla rivoluzione digitale e dalle grandi piattaforme: l'Europa comunitaria non esprime proprie piattaforme in grado di competere a livello internazionale, nonostante su questo esista un dibattito entro la rete europea delle televisioni pubbliche (European Broadcasting Union, EBU) e ve ne sia pure traccia nella nuova agenda europea.
L'Unione Europea è da sempre orientata a sostenere il settore audiovisivo, ritenuto importante in termini economici e di identità culturale; in questa direzione va, per esempio, la direttiva del Parlamento europeo del 2018[9] che prevede una quota minima del 30% di produzioni europee sulle piattaforme on demand e di streaming.

9 In Italia la direttiva è stata recepita nell'agosto 2021 e prevede l'aumento degli investimenti in prodotti europei sino al 25% nel 2025, di cui la metà su prodotti italiani (Adnkronos, 2021).

Gli equilibri sono comunque in grande evoluzione, le oscillazioni di fatturato[10] dei diversi player modificano la loro forza sul mercato e determinano processi di M&A a livello mondiale,[11] con una crescita della concentrazione che al momento non ha ancora stimolato l'introduzione di provvedimenti antitrust. Anche in Europa le fusioni e acquisizioni sono numerose, specialmente in Francia e Regno Unito, e i processi sono ancora in corso.

1.3 Il mercato italiano e la riorganizzazione del settore

Le situazioni entro l'Unione Europea sono molto differenziate. L'Italia si caratterizza per una sensibile resistenza al cambiamento; una bassa penetrazione della pay-TV (nel 2019 era presente nel 21% delle famiglie, contro il 61% dei paesi occidentali dell'Unione Europea e il 78% di quelli orientali), su cui ha inciso pesantemente l'assenza di un'infrastruttura adeguata per la TV via cavo; una presenza medio-bassa ma fortemente crescente degli SVOD (37% in Italia, contro il 57% dei paesi occidentali dell'Unione Europea e il 18% di quelli orientali (dati European Audiovisual Observatory, 2021).

I dati APA Ricerche (2020) e quelli Agcom confermano la tenuta della televisione tradizionale, grazie soprattutto al pubblico anziano, in un sistema in cui però da vari anni crescono quasi esclusivamente i ricavi delle offerte Internet OTT.

In un contesto recente di calo della pubblicità legato alla pandemia, la concorrenza delle piattaforme Internet erode le entrate di tutti i media.

A partire dal 2019, la pubblicità online ha superato la raccolta pubblicitaria televisiva e si è rafforzata nel 2020 per effetto della pandemia (+19.3% rispetto al 2019), che ha favorito un'accelerazione dell'e-commerce e lo spostamento della pubblicità su Internet. Come riporta Agcom, per quanto riguarda Internet ai primi posti si collocano Google e Facebook, subito seguiti da Amazon.

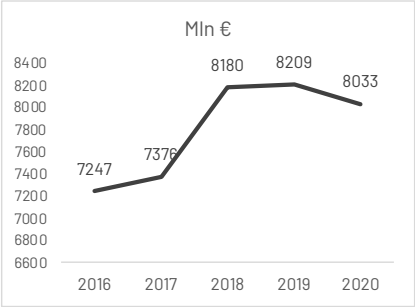
---

10 Prima della pandemia molte voci davano per scontata l'acquisizione di Netflix da parte di Disney, la pandemia ha cambiato le carte: Disney ha subìto forti perdite (parchi a tema chiusi), ma ha affrettato il lancio di Disney+ che in poco tempo ha raccolto oltre 100 milioni di abbonamenti nel mondo, forte di un marchio conosciuto e di prodotti noti e apprezzati. Netflix ha avuto un forte impulso alla crescita abbonamenti, superando i 200 milioni. Anche Amazon Prime Video ha fatto un salto nel periodo della pandemia, ed è sempre più vicina a Netflix, grazie anche a una politica commercialmente aggressiva dato che fornisce gratuitamente molti prodotti a chi è già inserito nel circuito Prime. L'attività di Amazon Prime Video mantiene l'obiettivo iniziale del gruppo: invogliare i propri utenti a rimanere all'interno dell'ecosistema e fare acquisti su Amazon.

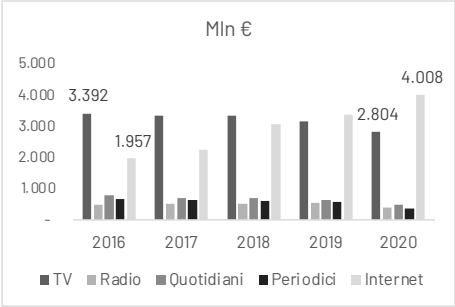
11 Tra le principali M&A, l'operazione AT&T-TimeWarner, Disney21st-CenturyFox, Comcast-Sky, e per ultima l'acquisizione di MGM da parte di Amazon (26 maggio 2021).

GRAFICO 1-1 ITALIA – RICAVI PUBBLICITARI IN MILIONI DI EURO (2016-2020)

Totali



Per tipologia di media



Fonte: elaborazioni ACTA-Ricerche su dati Agcom 2021

Il boom di ascolti nel lockdown non è stato sufficiente a far risalire la TV in chiaro a causa della caduta della raccolta pubblicitaria e della crescente competizione di Internet. Tra il 2016 e il 2020 le entrate pubblicitarie della TV in chiaro sono diminuite del 17,3% e questo trend, al di là di un rimbalzo a inizio 2021 (APA 2021), dovrebbe continuare.

Qual è l'impatto sulle strategie delle TV in chiaro?

I nostri intervistati hanno descritto la RAI come un ministero, gestito con logiche da pubblica amministrazione, appesantito da un forte indebitamento, da un'organizzazione burocratica e una dimensione superiore a quella delle altre grandi TV pubbliche europee: tutti aspetti, questi, che non ne favoriscono la capacità di reazione davanti al necessario cambiamento produttivo e tecnologico. È da vedere se il cambio al vertice e i nuovi investimenti collegati al PNRR potranno portare a una svolta.

Più pronta appare la reazione di Mediaset che, tramite la nuova holding MFE – MEDIAFOREUROPE, punta a una dimensione europea, non rimanendo legata al solo mercato italiano. Ha inoltre avviato strategie di riduzione dei costi e sta investendo sia nella distribuzione (piattaforma OTT e nuovi canali) sia nella produzione, tra cui co-produzioni con Netflix, Amazon Prime, etc. Anche in questo caso, comunque, è presto per fare un primo bilancio.

Qualche prima ripercussione emerge invece sulla TV a pagamento – in Italia rappresentata da Sky — a partire dal 2019, in corrispondenza all'aumento degli

abbonamenti online (fenomeno *cord cutting*). La crescita dello SVOD danneggia infatti – almeno inizialmente – soprattutto la pay TV, perché da un lato spinge a ridurre il costo degli abbonamenti (l'abbonamento SVOD costa circa 1/3 di quello per una pay TV) e dall'altro lato richiede maggiori investimenti per competere sui contenuti.

Il modello Netflix ha fatto saltare quello di Sky: arrivata nel mercato italiano "per ultima" e diventata il terzo player dopo aver scavalcato La7, con la OTT Now TV è ora all'inseguimento del modello Netflix, ma ha perso con DAZN la gara per i diritti sulle partite del campionato di calcio di Serie A.[12] A tutto ciò si può collegare il passivo registrato nel 2020 (690 milioni) e la recente presentazione da parte di Sky Italia di un piano per ridurre l'occupazione. Esso prevede una contrazione di 2.500-5.000 addetti su un totale di 11.000 (5.000 diretti e 6.000 indiretti) in quattro anni.[13] Contrazione che, stando alle dichiarazioni, non dovrebbe comportare licenziamenti (se ne deduce che consisteranno in pensionamenti e interruzione di rapporti di lavoro esterno).

Per quanto concerne le OTT, secondo le rilevazioni di EY (Ernst & Young) riportate da Biondi (2021) al 31 ottobre 2021 erano 13,7 milioni gli abbonamenti alle piattaforme SVOD attivi in Italia, in aumento di oltre 9,5 milioni rispetto all'inizio del 2018 e di 3 milioni rispetto all'anno precedente. Le stime disponibili sul peso dei diversi player risalgono a gennaio 2021: 3,8 milioni con Netflix, 2,3 con Amazon Prime Video, 2 con TIMVision, 1,2 con Infinity, 1,1 con Apple TV+ e 0,97 con Disney+.

Per fare un confronto, gli abbonati a Sky sono circa 5 milioni, ma nel confronto occorre considerare che gli abbonamenti Sky hanno un costo maggiore.

Le previsioni EY per il 2021 confermano le difficoltà della TV in chiaro e della pay-TV e la buona performance delle OTT. Non sono disponibili dati sul numero di abbonati alle diverse piattaforme e le stime rintracciabili non sono omogenee. EY stima gli utenti[14](complessivamente 17,4 milioni e non 13,7 milioni, perché ci possono essere più utenti per un abbonamento, a seconda del piano di pagamento scelto), ma sottostima

---

12 In seguito a un accordo con DAZN, sarà Timvision a distribuire contenuti sportivi live e on demand, mentre un precedente accordo legava DAZN a Vodafone; le società telefoniche usano questo genere di accordi commerciali per entrare in mercati ben più dinamici di quello della telefonia.

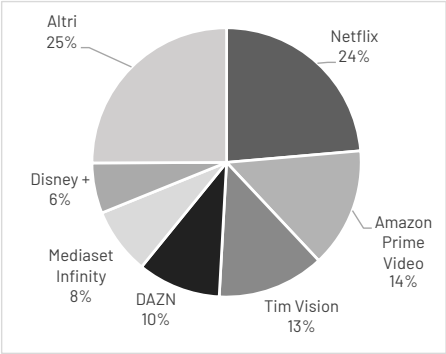
13 Repubblica, 9 aprile 2021, "Sky Italia, piano da 300 milioni di risparmi. Uscite per 2.500/3.000 lavoratori".

14 Gli utenti delle piattaforme streaming non a pagamento sono molti di più, 27 milioni secondo EY. Di questi il 95% sono su YouTube.

le piattaforme che possono essere viste grazie ad accordi con altri player, senza un abbonamento diretto. JustWatch, motore di ricerca per film, serie e show, stima l'uso delle piattaforme per prodotti cinematografici e televisivi (Lost in cinema, 2021), e sottostima quindi le piattaforme che sono specializzate nello sport o che danno molto spazio a contenuti sportivi, come DAZN (che infatti non compare tra quelle rilevanti).

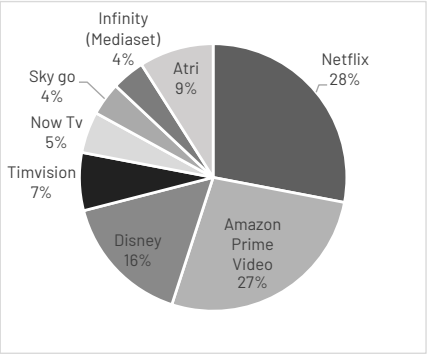
GRAFICO 1-2 PIATTAFORME IN ITALIA

N° utenti piattaforme a pagamento gennaio 2021



Fonte: EY

Uso Piattaforme (dati ottobre 2021)



Fonte: JustWatch

Qualunque fonte si consideri, i primi due posti sono occupati da Netflix e Amazon Prime video, con quest'ultima sempre più vicina alla capolista. Sulla base di elaborazioni JustWatch, al terzo posto c'è Disney+, che, pur essendo entrato sul mercato italiano solo da un anno, ha conquistato il 13%. Seguono Now TV e TimVision con il 7% ciascuna, e Mediaset Infinity con il 4%. Il peso delle due italiane è maggiore in base alle rilevazioni di EY, ma comunque nettamente minoritario.

Secondo EY, nei prossimi mesi assisteremo a una sempre maggiore convergenza tra le varie piattaforme a pagamento, con offerte che metteranno assieme più servizi e, d'altra parte, in questa direzione vanno collocati gli accordi che offrono pacchetti di diversi servizi di intrattenimento.

I dati sopra riportati non includono le piattaforme AVOD (Advertising video on demand), che trasmettono contenuti gratuiti pagati con la pubblicità, tra le quali svolge un ruolo importante RaiPlay, che nelle intenzioni RAI rappresenta il punto di partenza della sua

trasformazione. Secondo i dati riportati dalla RAI (2021), a fine marzo 2021 gli utenti iscritti a RaiPlay raggiungevano i 18,4 milioni e sono quasi 5 milioni quelli che tornano ogni mese.

Alla fine del 2021, nel mercato italiano dell'AVOD è entrato Pluto, piattaforma di streaming della statunitense ViacomCBS, un player già presente in altri 25 paesi (soprattutto USA e Europa), che offre decine di canali tematici e che prepara il debutto dello streaming a pagamento di Paramount+, con ricadute che saranno visibili nei prossimi anni.

1.4 La produzione cinematografica in Italia

Tradizionalmente gli investimenti televisivi sono stati sostenuti dai vincoli normativi e dal servizio pubblico. L'ingresso di nuovi operatori ha determinato una crescita significativa della domanda di contenuti e quindi degli investimenti in attività di produzione. Anche se l'Italia è periferica rispetto ai flussi del mercato mondiale audiovisivo, l'attenzione ai contenuti locali ha creato comunque nuove opportunità, spesso per produzioni ricche, di serie TV e anche di film.

Secondo APA Ricerche (2020), i ricavi cumulati delle prime 50 società di produzione cine-video-televisiva sul mercato italiano sono aumentati da 645 milioni nel 2013 a 1.089 milioni nel 2019, con un calo stimato del 5-8% nel 2020, dovuto alla contrazione della distribuzione cinematografica durante la pandemia, solo parzialmente compensata dalla crescita delle altre attività di distribuzione, che hanno subito dei rallentamenti e posticipi. Sempre APA stima che gli investimenti delle OTT in produzione audiovisiva siano cresciuti da 17 milioni di euro a 70 nel 2019, a 90-100 milioni nel 2020 e arriveranno a 140-195 milioni di euro nel 2022. Un dato che appare più che raggiungibile se si considera che la sola Netflix ha annunciato investimenti per 200 milioni di euro nei prossimi tre anni (Panorama, 2021).

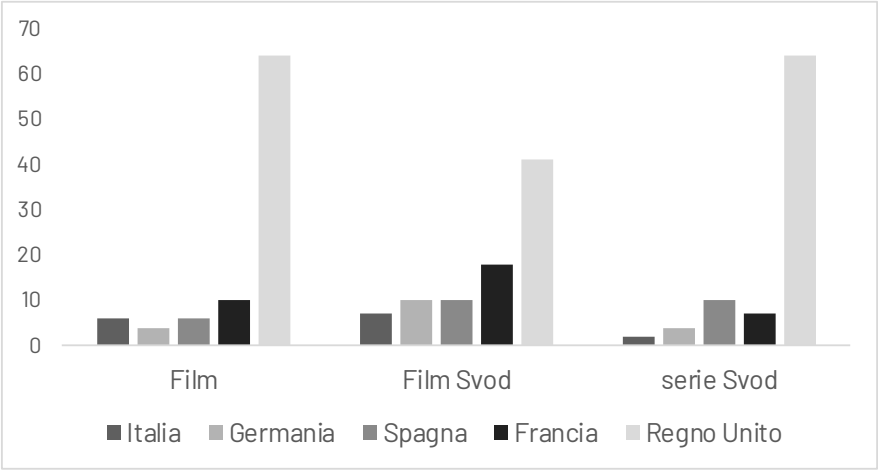
APA ha anche ricostruito i processi di aggregazione fra le imprese nazionali, che mirano a una crescita dimensionale, e l'ingresso dei gruppi esteri, che aspirano a un presidio esteso e sempre più globale.

Le operazioni più rilevanti sono quelle che hanno portato alla costituzione del gruppo Banijay-Endemol, intorno ai 3 miliardi di fatturato, a maggioranza francese ma con partecipazione italiana da parte di De Agostini.

L'Italia è soprattutto target di M&A transfrontaliere, con ingresso di capitali esteri, mentre molto più raramente diventa buyer, e in ogni caso il numero di M&A che interessa il nostro Paese è basso rispetto ad altri paesi dell'Europa, dove dominano Regno Unito e Francia (quest'ultima, come rileva Unicredit, 2019, molto attiva come buyer).

APA segnala inoltre una crescita di interesse per i prodotti italiani sui mercati esteri, ma anche i dati dell'European Audiovisual Observatory (2020) confermano che la capacità di penetrazione italiana all'estero è ancora piuttosto limitata, soprattutto per quanto riguarda film e serie nei cataloghi SVOD.

GRAFICO 1-3 – PESO % SU PRODOTTI CINEMATOGRAFICI EUROPEI FUORI DALL'EUROPA - 2019



Fonte: elaborazioni Acta - Ricerche su dati European Audiovisual Observatory

1.5 Le fonti di finanziamento

Secondo stime dell'European Audiovisual Observatory riferite al 2018, le principali fonti di finanziamento di un prodotto cinematografico sono il finanziamento pubblico (il 26% nella media europea), i broadcaster (21%; era il 24% nel 2017), gli investimenti dei produttori (17%), le pre-vendite (15%) e infine gli incentivi alla produzione (15%).[15]

Anche se le piattaforme digitali permettono a chiunque di distribuire materiale audiovisivo, per i prodotti che richiedono grandi investimenti la distribuzione deve essere garantita da canali che consentano di raggiungere un pubblico molto ampio e con esso un adeguato ritorno degli investimenti. Una produzione è sostenibile solo se trova dei canali di distribuzione capaci di anticipare in parte le spese di produzione.

È in diminuzione il meccanismo di produzione classico, in cui il telefilm o la fiction sono finanziati dal broadcaster e il film dai produttori. I film sono sempre più realizzati in prevendita, ovvero attraverso il pre-acquisto del film da parte dei distributori, oppure, con la nascita del VOD, serie e film sono finanziati direttamente da produttori che hanno anche il controllo della distribuzione. La serialità ha maggiori necessità dell'apporto della distribuzione, perché i costi di sviluppo sono altissimi.

A loro volta i distributori acquisiscono risorse direttamente dai consumatori, dalla pubblicità o possono fare affidamento sui finanziamenti pubblici, così come si nota nel seguente schema che vale per il caso italiano.

Il tax credit, che di solito copre il 30% della produzione, è rilevante soprattutto per i film. Esso interviene anche nelle serie, ma in questo caso i fondi più cospicui sono coperti dal broadcaster o dalla OTT.

---

15 La percentuale di finanziamento pubblico sale al diminuire della dimensione del mercato nazionale di riferimento ed è più elevata per i film con piccoli budget, inferiori ai 3 milioni di euro. Al contrario il peso delle prevendite sale al crescere della dimensione del mercato nazionale (European Audiovisual Observatory, 2020, 2021a).

SCHEMA 1.1 CANALI DI FINANZIAMENTO PER DISTRIBUTORI

	Canali distributivi	Finanziamento pubblico	Pubblicità	Consumatori
1	Cinema	alle sale		biglietto
2	RAI	Canone		
3	TV commerciale (Mediaset , la7...)			
4	TV locali			
5a	Pay TV (Sky)			abbonamento
5b	OTT SVOD - Subscription video on demand (Netflix, Amazon prime...)			abbonamento
6	OTT TVOD - transactional video on demand (Itunes di Apple, Google Play, Chili TV)			pay per view
7	OTT AVOD-adveritising video on demand (YouTube,RaiPlay, Mediaset Play...)			
8	PVOD - premium video on demand, anteprime cinematografiche (Curzon cinemas)			pay per view

- Cinema: finanziamenti pubblici e vendita di biglietti. La pubblicità raccoglie risorse molto limitate e la pandemia ha causato un forte calo delle presenze (secondo Cinetel, -73% nel 2021 rispetto al triennio 2017-2019) e degli incassi (-71%).
- RAI: il contributo del canone è quello più rilevante (nel 2019 ha fornito 1.799 milioni di euro su un totale ricavi di 2.629 milioni, dati Mediobanca 2021).
- TV commerciale: il canale di finanziamento è la pubblicità.
- TV locali: con alcune eccezioni vivono prevalentemente di finanziamenti pubblici, finalizzati a preservare identità culturali territoriali, oltre a qualche risorsa che viene dalla pubblicità.
- Pay tv e OTT SVOD (*Subscription video on demand*): il canale di finanziamento è l'abbonamento dei consumatori clienti.
- OTT TVOD (Tvod, *transactional video on demand*): prevedono un pagamento per visualizzazione o download (può esistere alternativa gratuita con pubblicità, in tal caso ricade nel caso successivo).
- OTT AVOD (A*dvertising video on demand*): sono canali che forniscono contenuti gratuiti con pubblicità.

- PVOD (*Premium Video on Demand*): anteprime cinematografiche presenti contemporaneamente nelle sale, che vengono trasmesse via internet grazie ad accordi esclusivi attraverso pay-per-view del singolo evento. Pagano i consumatori clienti.

Quindi ci sono alcuni canali che si contendono investimenti pubblicitari (tv in chiaro, pubblica e privata, OTT AVOD); altri che si contendono abbonamenti (pay TV, OTT SVOD e PVOD).

1.6 In sintesi

Lo sviluppo delle tecnologie digitali e l'affermazione delle piattaforme distributive tecnologiche OTT hanno trasformato il settore audiovisivo, aumentando il peso della distribuzione streaming dei prodotti audiovideo, rispetto alla distribuzione cinematografica e dei tradizionali broadcaster.
Le OTT, prevalentemente statunitensi, hanno iniziato a diventare produttrici di contenuti e hanno spinto le aziende tradizionali dell'intrattenimento e dei media – anche qui soprattutto i giganti statunitensi – a sviluppare servizi on demand, per sfruttare un mercato in forte crescita, ulteriormente alimentato dalla pandemia. Tutti attori che stanno conquistando posizioni di controllo oligopolistico a livello globale, in mercati che in precedenza erano prevalentemente nazionali.
L'Europa appare ancora spettatore passivo della veloce e dirompente penetrazione straniera.

In Italia, prima dell'ingresso delle OTT la distribuzione era controllata da tre-quattro player, di cui tre italiani: Rai, Mediaset, Sky e, su minori dimensioni, La7. Il mercato era caratterizzato da un rapporto fortemente squilibrato tra una produzione polverizzata e una domanda molto concentrata. I produttori italiani dipendevano soprattutto dalla RAI.

L'ingresso delle OTT alleggerisce questa dipendenza e fa aumentare considerevolmente la domanda di contenuti, ma non favorisce un rafforzamento dei produttori, al contrario li indebolisce ulteriormente.

Infatti i nuovi player hanno un potere ancora più forte: ad una distribuzione concentrata su scala internazionale corrisponde una produzione nazionale sempre

più frammentata.[16] Quanto più questo processo si intensifica, tanto più aumenta l'asimmetria tra distributore e produttore, con il primo che impone le sue condizioni e si appropria del valore della produzione e dei diritti.

Sono interessanti in proposito le testimonianze di due piccoli produttori.

> *Le OTT stanno drasticamente modificando lo scenario competitivo. Da una parte esse iniettano liquidità (che non c'era) con richiesta di contenuti (tre-quattro volte quella di alcuni anni fa), ma dall'altra parte schiacciano i produttori, confinandoli alla mera acquisizione. [...] Il prezzo lo fa la OTT, che si serve del produttore indipendente per accedere al tax credit (mero portatore sano di tax credit). [...] Gli investimenti sono ingenti (Netflix ha annunciato 200 milioni di euro in Italia), ma il 30% di questi sono recuperati con il tax credit (e quindi pagati dallo stato), aumentano i volumi e l'occupazione, ma pone un problema di sostenibilità industriale, si arricchiscono gli stakeholder americani, estraendo valore dalla produzione europea e si perde ogni presidio sui contenuti, non viene garantita la diversity culturale. Inizia ad esserci allarme su questo, ma è tardi. L'Europa avrebbe dovuto accorgersene tempo fa, mettere in rete i sistemi pubblici e costruire una rete di operatori pubblici (Rai e consorelle europee) a sostegno dell'industria europea e della lingua, identità e cultura europea. (Sandro, 45 anni produttore).*
>
> *Le piattaforme potenzialmente sono un canale utile, ma di fatto fanno numeri molto piccoli. Solo una decina di documentari realizzati nel 2020 hanno ottenuto in rete più di 1000 visioni/download e i compensi che vengono dati sono 3-5 euro per ogni download, di cui 1,5-2,5 euro vanno al produttore. (Giulio, 67 anni, produttore documentari).*

Emergono più questioni.

In primo luogo segnalano il potere monopsonistico dei nuovi grandi player, ovvero il potere delle aziende tecnologiche come acquirenti di beni e servizi, usato per comprimere i produttori e appropriarsi di una parte dei loro guadagni, rendendo più difficile la loro sopravvivenza finanziaria (McCann 2018; Card 2022).

Ciò avviene sia quando affidano a un produttore la realizzazione di un'opera sia quando mettono a disposizione il solo canale distributivo, con meccanismi di remunerazione

---

16 In base a dati APA ricerche (2021), nel 2019 operavano 42 imprese con oltre 10 milioni di euro di fatturato (69% del mercato) e quasi 700 imprese sotto i 10 milioni (di cui 605 sotto i due milioni).

pay-per-view o pay-per-download, che permettono di recuperare solo pochi spiccioli (analogamente a quanto avviene anche in ambiti affini come la musica).

In secondo luogo avvertono che le piattaforme si stanno appropriando interamente del valore creativo. Il modello che si sta affermando (il modello del lavoro su commissione o *work-for-hire*) e che l'Unione Europea vorrebbe contrastare (Commissione Europea 2020) prevede infatti l'acquisizione da parte delle piattaforme di tutti i diritti di proprietà intellettuale del produttore e di tutti i creatori sin dall'inizio, a livello mondiale e in perpetuo.

Infine, evidenziano il rischio di omologazione culturale, che è dovuto non tanto al fatto che le OTT sono americane (i prodotti distribuiti provengono da tutto il mondo), ma a una produzione che è sempre più costruita (grazie agli algoritmi con cui sono monitorate le scelte dei telespettatori) per incontrare le esigenze di un pubblico internazionale, lasciando sempre meno spazio alla creatività artistica e all'identità culturale territoriale.

Ma il futuro è imprevedibile e può riservare sorprese attualmente impensabili.

> *Non sono pessimista su un futuro dominato da piattaforme, penso che saranno raggiunti nuovi equilibri. Tante volte sono state preconizzate evoluzioni che non si sono avverate. Nell'editoria le scuole di scrittura creativa hanno creato tanti cloni. Per fortuna con la globalizzazione sono venuti fuori mondi originali. Occorre fare attenzione alla crescita dei futuri filmmaker, se hanno idea di indipendenza e di originalità di idee potranno trovare il modo di bypassare le grandi piattaforme. Non esistono più le major nel cinema e nella musica e nessuno l'aveva previsto.*
> *Un altro cambiamento è che i prodotti culturali non hanno età, non si guarda la data di realizzazione ma l'argomento che interessa. Negli anni '90 un prodotto veniva bruciato dopo un anno. Avranno sempre più importanza gli archivi. (Giulio, 67 anni, produttore documentari).*

2. Il lavoro nell'audiovisivo

Nel primo capitolo è stato evidenziato l'impatto delle tecnologie digitali sulla trasformazione della distribuzione e dei mercati, in seguito alla nascita e allo sviluppo delle imprese OTT.
In questo capitolo l'attenzione è concentrata sul lavoro.

L'analisi è stata compiuta sulla base di 51 interviste personali semi-strutturate e in profondità, realizzate quasi tutte a distanza tra ottobre 2020 e ottobre 2021, e di un sondaggio a cui hanno risposto 100 lavoratori dell'audiovisivo con professioni a carattere autoriale.

L'insieme delle interviste mirava a esaminare i cambiamenti delle condizioni di lavoro in seguito all'avvento delle tecnologie digitali e le modalità con cui queste trasformazioni sono state affrontate, mentre il sondaggio ha cercato di individuare elementi problematici e di soddisfazione, oltre che indicazioni puntuali sui redditi e sulla loro composizione.

Nel primo paragrafo si ricostruiscono le modalità con cui le tecnologie digitali hanno interessato tutte le fasi della filiera del valore, dalla creazione alla produzione, al marketing.

Le testimonianze raccolte sono concordi nell'evidenziare il forte impatto delle tecnologie digitali: inizialmente sottovalutate, percepite solo come un miglioramento qualitativo del segnale, esse hanno progressivamente reso possibili strumenti di produzione (per la ripresa, la post-produzione, la grafica, gli effetti) potentissimi, economici e molto più flessibili della vecchia pellicola cinematografica.

Come con ogni grande trasformazione tecnologica, è stato necessario favorire la nascita di nuove figure e marginalizzarne o trasformarne delle altre, accorpando ruoli diversi. La pervasività delle nuove tecnologie ha avuto un impatto generalizzato, e ha richiesto a tutti un adeguamento ai nuovi strumenti, ai nuovi linguaggi e stili di produzione, oltre a rivedere pratiche consolidate.

Gli intervistati sono concordi nel ritenere che il passaggio al digitale abbia favorito una semplificazione delle competenze richieste, riducendo i tempi di apprendimento

tecnico e svalorizzando un po' ovunque le competenze e i ruoli; in parallelo, gli intervistati rilevano la riduzione dei tempi di realizzazione, ma anche ritmi di lavoro più frenetici.

L'analisi del lavoro ha tuttavia mostrato situazioni molto variegate in termini di condizioni di lavoro, inquadramento contrattuale e diritti, che abbiamo cercato di leggere con una segmentazione basata su due parametri.

Il primo parametro, legato ai prodotti/mercati, ci permette di individuare grosso modo sei differenti ambiti, tre di intrattenimento e tre di pubblicità e promozione (paragrafo 2.2).

Il secondo parametro distingue invece tra professioni autoriali e professioni a maggior contenuto tecnico-artigianale o maestranze (paragrafo 2.3).

Si tratta di suddivisioni non semplici, perché ci sono commistioni tra i diversi ambiti e i confini professionali sono labili e mutevoli a seconda della tipologia di prodotto/mercato dell'audiovisivo.

Dalle interviste è anche emerso che le professioni e gli ambiti in cui il lavoro è più tutelato e riconosciuto sono anche quelli in cui i lavoratori hanno mostrato una maggiore sindacalizzazione e ciò avviene soprattutto nelle professioni operative. Quanto più aumenta il contenuto tecnico-artigianale, tanto maggiore è la consapevolezza dei propri diritti e la capacità di azione collettiva per difenderli. Al contrario, maggiore è il contenuto autoriale e artistico della professione, tanto più la risposta è individuale. Una strategia individuale diffusa è la diversificazione delle attività, per compensare ambiti e professioni a maggior contenuto artistico/autoriale con altre più tecniche o commerciali, tramite cui assicurarsi continuità di impegno e raggiungere compensi dignitosi.

2.1 L'effetto "democratizzazione" della tecnologia

Il lavoro nell'audiovisivo è profondamente cambiato negli ultimi 10-15 anni. I cambiamenti non sono tanto nei prodotti, spesso analoghi a quelli tradizionali, ma negli strumenti e nelle tecnologie usate per la produzione e la post-produzione, che hanno modificato le modalità e le condizioni di lavoro.

Si parla di "effetto democratizzazione" delle tecnologie perché hanno facilitato l'accessibilità ad attività lavorative che prima erano elitarie, indebolendo il potere dei lavoratori e in particolare del personale tecnico-creativo.

Come raccontato da molti intervistati, con il sistema analogico, la necessità di non sprecare pellicola e la disponibilità di poche strumentazioni complesse e molto costose imponeva ai lavoratori lunghi periodi di apprendistato prima di poter essere impiegati nelle attività più delicate della produzione e post-produzione. I macchinari erano pochi e riservati ai professionisti più qualificati.

Con il passaggio dalla bobina di pellicola al digitale, telecamere, sistemi di montaggio e software diventano allo stesso tempo molto meno costosi,[17] più potenti,[18] più maneggevoli e facili da usare, grazie allo sviluppo di interfacce che rendono non necessaria la conoscenza di linguaggi e codici di programmazione. La possibilità di trattare congiuntamente a costo zero e condividere in rete testi, suoni, immagini fisse e in movimento permette inoltre di rivedere le scene più volte, di correggere molti "errori" in fase di post-produzione, senza sprechi di materiali, perché non è necessario alcun supporto fisico.

> *Mettevo da parte gli avanzi delle pellicole che facevo arrotolare dall'assistente operatore, sino a quando avevo una pizza intera con cui facevo un cortometraggio e partecipavo a un festival, dove potevo vincere due pizze e continuare così. La mia gavetta è durata 10 anni. [...] La tecnologia ha aperto all'amatorialità, prima quando si girava in pellicola dovevi essere molto sicura nel lavoro per non sprecare pellicola, dovevi essere sicura di ciò che stavi facendo dal punto di vista tecnico e narrativo.*

---

17 Come racconta un intervistato (Giulio, 67 anni, produttore documentari), una telecamera negli anni Novanta costava 60-100 milioni di lire e un sistema di montaggio betacam 400-500 milioni; oggi una telecamera di buon livello costa 4-5.000 euro o anche meno e un sistema di montaggio quasi al top 6-7.000 euro.

18 Per alcune produzioni, come quella di documentari, la disponibilità di supporti tecnologici come i droni hanno determinato una vera rivoluzione a costi molto bassi.

La digitalizzazione ha democratizzato, ha aperto la strada a moltissimi giovani, anche di talento; chiunque può provare a fare regia, sono diventati tantissimi (Manuela, 46 anni, regista per il cinema e la pubblicità).

Quando ho cominciato a lavorare, le telecamere costavano in lire 150 milioni, l'alternativa era il super VHS, a bassa qualità. Strumenti così cari non li metti in mano a dilettanti o persone poco affidabili. Intorno al 2008 arrivano telecamere più piccole che registravano su mini dv (usate da trasmissioni tipo "Le Iene") che costavano poco (circa 6mila euro). Una rivoluzione che ha lasciato per strada molti operatori che non hanno voluto lasciare l'analogico.
Le produzioni hanno aumentato il numero di telecamere, si è abbassato il livello professionale, sono nate tante nuove reti come quelle sul digitale terrestre (Filippo, 45 anni, produttore freelance per TV).

Con la cinepresa solo il regista poteva guardarci dentro e decidere come inserire l'immagine nel contesto della narrazione. Con la telecamera si condivide l'attività con molti collaboratori più o meno competenti, nel lavoro condiviso il regista ha perso molto del suo potere sul set televisivo e pubblicitario. È iniziato il decadimento della professionalità.
Il direttore della fotografia e l'operatore cinematografico avevano un grosso potere nel set, passando al digitale inizialmente ne acquistano ancora perché era più complesso lavorare col digitale che con la pellicola, gestire il cambio tecnologico. Successivamente però tutto è diventato più facile ed affidabile, le tariffe sono crollate e si è passati da cifre iperboliche alla tratta degli schiavi (processo iniziato con la metà degli anni Novanta).
Le competenze tecniche con il digitale sono state semplificate (ad esempio per il mantenimento del colore) e svalorizzate. Viene valorizzato il linguaggio. Il potere oggi è degli autori e, in TV, dei conduttori, il cui potere è legato alla immagine, un valore non delegabile. Sono queste le due figure più pagate oggi, che invece facevano da corollario negli anni Sessanta e Settanta. Il resto sono i nuovi braccianti (Roberto, 68 anni, regista-produttore per TV e pubblicità).

Anche nella post-produzione il progresso tecnologico degli ultimi 10-15 anni ha consentito di passare da un'attività affidata a società specializzate, dotate di macchinari molto costosi a un'attività fai-da-te grazie a software sempre più sofisticati e ad attrezzature sempre più semplici e alla portata di tutti.

Il cambiamento ha riguardato anche la fase di montaggio, prima avid [un software per il montaggio, N.d.R.] costava in lire 500 milioni ed era molto complicato, adesso le licenze costano pochissimo in confronto e molti lavorano con copie pirata. Questo ha alzato la qualità del montaggio, ci sono ragazzini che con una buona confidenza con i nuovi programmi riescono a fare meglio di montatori più anziani rimasti al passato. L'impatto dell'innovazione è paragonabile a un meteorite, i compensi sono crollati. Per esempio, quando il mio titolare ha cominciato a lavorare, un operatore guadagnava un milione al giorno e andava a lavorare in Porsche. Adesso a Roma pagano 80 euro al giorno. Il Centro-Sud paga meno, ma le tariffe si stanno abbassando dappertutto (Filippo, 45 anni, produttore freelance per TV).

Prima la post-produzione la facevi tutta fuori, o andavi nelle sale di montaggio della RAI o andavi in quella serie di aziende di post-produzione dotate di attrezzature costosissime. Si andava lì, ci si sedeva accanto al montatore e gli si dava le indicazioni come autore, regista etc. Tutte queste grosse società dotate di attrezzature analogiche costosissime sono sparite e sono nate tante piccole società che fanno un po' di tutto, noleggio, produzione, post-produzione etc. (Mara, 68 anni, docente IED).

Per quanto riguarda i software c'è stata una grande attenzione alla facilità d'uso dell'interfaccia (es. programma Houdini): ora non è necessario che uno ci sappia fare con i codici (Matteo, 30 anni, video editor e montatore).

In prospettiva si stanno creando le condizioni per superare la distanza fisica e quindi ampliare la concorrenza tra i lavoratori per attività che prima si svolgevano in presenza, in particolare nell'animazione, ma anche per la regia, con l'uso di telecamere fisse (per esempio nei reality).

Il modello produttivo cambierà e il Covid ha dato un'accelerazione in questo senso. La tecnologia potrà permettere di fare la regia di molti eventi (per esempio le riprese della Scala o delle partite di calcio) da casa, dopo aver piazzato le telecamere sul posto. La concentrazione in grandi studi televisivi, almeno sulla parte eventi sportivi e simili, subirà un decentramento. In generale aumenterà il lavoro in remoto.
Il 5G permetterà un'altissima velocità di trasmissione dati e favorirà un decentramento a livello globale.Il regista e il montatore, che adesso devono lavorare a fianco, potranno probabilmente lavorare insieme a distanza.
Ciò apre a una concorrenza globale sul lavoro, le tariffe possono scendere anche per le funzioni tecniche (Roberto, 68 anni, regista-produttore per TV e pubblicità).

Tutte queste innovazioni semplificano attività che prima erano molto complesse e, grazie anche alla diminuzione del costo degli strumenti, hanno reso più accessibile e veloce l'apprendimento delle competenze tecniche e hanno favorito processi di despecializzazione, accompagnati dalla svalutazione delle professionalità e dalla riduzione del potere contrattuale dei lavoratori. Ne è derivato il peggioramento di compensi e contratti, oltre che l'indebolimento dell'identità professionale.

> *La conseguenza più notevole è l'abbassamento della soglia di specializzazione e la possibilità di svolgere più attività. Videomaker lavorano anche come operatori, registi, montatori... con prevedibili ripercussioni sui compensi. Anche io mi sono adattata ai tempi svolgendo più attività ma i compensi che mi propongono sono inferiori a quelli di 20 anni fa: negli anni Novanta prendevo di più per fare lo stesso lavoro (Silvia, 45 anni, operatrice di ripresa e direttrice della fotografia).*

> *Quando lavoravi con un'attrezzatura molto costosa valeva di più il tuo lavoro, la caduta dei prezzi dell'attrezzatura ha determinato la caduta dei prezzi del lavoro. Non c'è più la selezione (Giulio, 67 anni, produttore documentari).*

> *Prima c'era più coscienza della propria figura lavorativa: ad oggi molti non sanno definirsi e questo presta il fianco a una minore regolamentazione e coscienza "di classe" (Massimo, 36 anni, tecnico luci nella pubblicità e direttore fotografia per documentari).*

I più giovani, con un rapporto più facile con la tecnologia, possono proporsi sul mercato prima ancora della fine del percorso di studi, senza una vera e propria gavetta, contribuendo ad alimentare un'offerta sempre più ampia.

L'ingresso di molti giovani, sicuramente più impreparati ad affrontare la contrattazione,[19] ha reso più fluido questo processo. Dalle interviste emerge che è più facile che ai neo-entranti venga richiesta la partita IVA, eludendo l'obbligo di collocazione FPLS (ex-Enpals) e vengano offerti compensi molto bassi. D'altra parte, i dati ISTAT confermano una forte crescita del lavoro autonomo (cap. 6).

> *È evidente che iniziano a lavorare prima di avere un'idea di che inquadramento è possibile, non sanno che esiste la modalità Enpals e tutti automaticamente aprono*

---

19 Più intervistati, in seguito a esperienze come allievi (Caterina) o docenti (Paola), hanno segnalato che la scuola non fornisce strumenti e informazioni su contratti, compensi e aspetti fiscali-contributivi per affrontare l'inserimento nel mercato del lavoro.

la partita IVA. Sostengono che non è loro permesso lavorare con Enpals, ma non è vero, so per certo che molti cameraman esperti lavorano con Enpals con le stesse società. [...]. Ammaliati dal fascino di quel mondo i ragazzi si fanno sfruttare, accettano compensi irrisori. Se lavorano sul set tutti sono assicurati, ma magari sono collocati solo i giorni del set e il resto è pagato fuori busta (Paola, 48 anni, regista documentari e docente).

La riduzione della spesa pubblicitaria complessiva e la sua frammentazione a favore di nuovi canali digitali riducono i budget per la pubblicità tradizionale e per il settore TV. Ne deriva una compressione dei costi che agisce sull'intensificazione dei ritmi di lavoro e sul calo dei compensi nel settore televisivo e anche nella pubblicità, che però mantiene livelli più elevati e generalmente un corretto inquadramento contrattuale.

Il mondo che mantiene un inquadramento dei lavoratori come set è la pubblicità. La TV ha abbassato moltissimo i compensi, la pubblicità mantiene di più, ma è una nicchia ed è un mercato un po' chiuso. Può darsi che l'ondata di ragazzini tecnologicamente molto bravi, disponibili a lavorare per poco porti a un peggioramento delle condizioni anche di questo settore. Comunque girano meno soldi di un tempo, ma i produttori continuano a pagare bene, si stringe su chi si può. Prima gli straordinari venivano pagati e comunque non erano permessi oltre un certo tempo. Poi si è passati a contrattualizzare il giorno e non più le ore; quindi il lavoro diventa molto più intenso (Paola, 48 anni, regista documentari e docente).

Né questa tendenza viene controbilanciata dalla crescita della domanda di contenuti video per la comunicazione e pubblicità, sempre più decisivi per il marketing e la comunicazione social.

Una domanda che è gonfiata anche dall'accorciamento dei cicli di vita dei prodotti pubblicitari, specie nel web, che spesso non richiede la stessa qualità e attenzione della pubblicità TV e che, per risparmiare, ricorre preferibilmente a giovanissimi, che si accontentano di basse retribuzioni e usa contratti esterni per garantire la massima flessibilità, determinando un'ulteriore pressione al ribasso dei compensi. Un ribasso che ha riguardato in maggior misura i più giovani, ma il loro deprezzamento trascina il mercato e interessa sempre più anche tutti gli altri.

La democratizzazione della tecnica ha permesso di avere giovani talenti a costi bassi, e i più adulti si sono dovuti accontentare di compensi più bassi per rimanere in carreggiata (Emanuele, 34 anni, regista TV).

Infine, potrebbe non essere d'aiuto la crescente domanda di contenuti che proviene dalle piattaforme OTT estere, alla ricerca di novità e attenta alle diversità culturali, per poter incontrare i gusti di un pubblico sempre più ampio. Di questa crescita beneficia un po' tutta l'industria locale, ma sembra che le grandi piattaforme, anche nell'obiettivo di mantenere basso il costo degli abbonamenti, si stiano prontamente adeguando ai livelli del mercato italiano, almeno per quanto concerne Netflix. Amazon, invece, che ha iniziato solo recentemente a produrre in Italia, sembra offrire condizioni economiche più interessanti.

> *Il mercato si è espanso, di certo, si fanno più generi, ma dal punto di vista economico non è tutto oro ciò che luccica. Netflix si è adeguata ai minimi, ha di certo saputo le tariffe della Rai: non esiste che ti paghino come un collega americano, siamo la manovalanza "rumena" in questo senso. Per fare due conti: una sceneggiatura di 50 minuti circa viene pagata 10.000 euro da Netflix Italia, in Germania pagano 4 volte tanto (al netto del fatto che siamo più bravi a scrivere) (Vincenzo, 40 anni, sceneggiatore).*

> *La prima volta che feci una serie Netflix ero sicuro che sarei andato incontro a delle paghe altissime, invece non è stato così. Ho fatto film non dico indipendenti ma film con medio budget italiani che mi hanno pagato più di Netflix. Questo dipende anche dalla produzione esecutiva locale, a cui si appoggiano. Ma vuol dire che loro non pongono nessun limite alla produzione, non impongono nulla sulle remunerazioni. E in genere è quanto sento dire anche da colleghi. Diciamo che c'è una certa delusione, ci si aspettava che produzioni ricche come Netflix avrebbero pagato di più. Al contrario, io non ci ho ancora mai lavorato, ma colleghi mi hanno parlato di paghe altissime da parte di Amazon...Ho sentito parlare solo bene di Amazon, ma non ci sono ancora molte produzioni, per il momento dominano quelle di Netflix (Mario, 28 anni, digital imaging technician e data manager).*

In parallelo è cambiata anche la professione da freelance. Mentre nell'epoca dell'analogico l'ingresso nella professione da freelance richiedeva competenze e ingenti investimenti iniziali, oggi può essere sufficiente anche uno smartphone.

> *Nella produzione c'è stata una grande innovazione per quanto riguarda l'hardware: quando ho iniziato a lavorare, sette anni fa, non era pensabile una macchina che non fosse per il cinema (ammiraglia), ovvero delle grandi produzioni. I cambiamenti nei macchinari hanno permesso più lavoro freelance negli ultimi anni. Stiamo comunque parlando di 2.000 euro, e stiamo parlando di persone che girano con iPhone e possono arrivare a social e televisione. È tutto più accessibile per un freelance (Matteo, 30 anni, video editor e montatore).*

In definitiva, la pur notevole crescita della domanda di prodotti audiovisivi per l'intrattenimento e per la comunicazione e pubblicità è stata inferiore all'espansione dell'offerta, stimolata dall'abbattimento delle barriere tecnologiche. Un'espansione a cui hanno contribuito le politiche pubbliche, che, attraverso le Film Commission e i Fund regionali, hanno incentivato e accompagnato lo sviluppo di un'industria audiovisiva anche lontano da Roma, centro del cinema e della RAI, e da Milano, centro della TV commerciale e della pubblicità. Ne è una riprova il proliferare delle scuole e dei corsi di formazione sull'audiovisivo un po' in tutta Italia.

2.2 I mercati settoriali del lavoro

Esiste una forte contiguità tra i mercati dell'intrattenimento e quelli di promozione e pubblicità. Essa non deriva solo dall'uso delle stesse tecnologie e dall'attingere agli stessi bacini di professionisti con le medesime forme produttive (dall'ideazione a tutte le fasi della filiera produttiva), ma anche dal fatto che la raccolta pubblicitaria è la più significativa fonte di finanziamento, in maniera più o meno diretta, della produzione per intrattenimento (in particolare per la TV in chiaro, soprattutto commerciale, e per i canali social); e molti canali di distribuzione mirano alla profilazione dei consumatori, proprio per rendere più customizzati e redditizi gli investimenti pubblicitari.

Ma emergono differenti modalità di regolazione (contratti utilizzati, determinazione dei compensi), legate in parte a vincoli normativi, in parte alle disponibilità di risorse, oltre che differenze nei tempi e nelle prestazioni richieste che hanno portato a identificare sei diversi mercati del lavoro, di cui i primi tre relativi più propriamente all'attività audiovisiva culturale e di intrattenimento e gli ultimi tre alla promozione e pubblicità.

- Film e serie TV, al cui interno rientrano anche documentari e animazione, ma con logiche in parte specifiche
- Format TV
- Videoclip
- Pubblicità da agenzia
- Video social content
- Eventi

Tutti questi diversi ambiti sono accomunati dal peggioramento delle condizioni di lavoro in termini contrattuali e/o di compensi.

2.2.1 Film e serie TV

Rientrano in quest'ambito tutte le opere della creatività, che potranno essere veicolate nei cinema, nelle TV e nelle OTT: film, fiction e serie TV, oltre che, seppure con caratteristiche peculiari, documentari e cartoni animati.

Tra gli intervistati, un po' tutti ritengono che ci sia una progressiva convergenza tra serie e film.

Il ciclo produttivo delle serie è mutuato da quello cinematografico ma i prodotti, se si escludono alcune nicchie come il cinema autoriale e quello spettacolare che richiede nuove tecnologie di proiezione, sono sempre più pensati in funzione della TV e declinati per le piattaforme già in fase di scrittura.

L'organizzazione del lavoro non è cambiata molto, il settore richiede sempre figure specializzate, ma cambiano alcune figure e ruoli e si diffondono modelli di produzione internazionali.

> *Il lavoro nel cinema non è cambiato molto. È un settore che richiede grande specializzazione e sensibilità. Sono cambiate alcune figure. Con la pellicola c'era il loader che si occupava della pellicola, adesso c'è il digital manager che si occupa degli hard disk, fa anche lavoro in presenza (tipo correzione colore sul set), anche per la macchina da presa (lo fa anche assistente alla macchina) (Francesca, 50 anni, operatrice montatrice).*
>
> *Nel cinema i professionisti sono specializzati, è difficile anche cambiare mansione: se entri fonico rimani fonico, mentre nella TV tutto è più fluido (Filippo, 45 anni, produttore TV).*
>
> *Prima c'erano sceneggiatori di serie TV, che allora si chiamavano fiction, e sceneggiatori che scrivevano film. Con le OTT e soprattutto negli ultimi anni tutto è cambiato e la distanza tra film e serie si è ridotta.*
>
> *Il film è del regista, che in genere impone lo sceneggiatore ed è quello che viene identificato come il vero artefice del film. Nella serie invece è spesso lo sceneggiatore a scegliere il regista, che in genere cambia tra una puntata e l'altra, perché al centro c'è la storia (e forse anche un po' per indebolire il ruolo del regista). Nelle serie tv, infatti, la trama è tutto; sono simili a romanzi d'appendice, devono avere un cliffhanger [finale in sospeso, N.d.R.] che porta a binge-watching*

[guardare molte puntate di seguito di una serie, N.d.R.]. Questo è fondamentale per le piattaforme (Riccardo, 39 anni, sceneggiatore).

Nella serialità il regista è intercambiabile, non gira tutto lui o lei, è molto frequente questo caso. Per questo il suo ruolo è dimezzato rispetto al passato. La figura dello showrunner è anello di congiunzione tra scrittura ed esigenze produttive, e non è necessariamente il regista, e non c'è ovviamente su tutti i set (Ornella, 35 anni, produttrice).

Nelle serie è comparsa la figura dello showrunner, erede dell'executive producer americano, figura che fa da collante fra produzione (parte finanziaria) e parte artistica e che è crescentemente presente, al momento più spesso in Sky meno in RAI, ma credo si diffonderà ovunque (Riccardo, 39 anni, sceneggiatore).

Nella serie la regia è un pezzo di un work-flow, in cui è chiaro che ci si adegua agli altri pezzi (Manuela, 46 anni regista).

Secondo molti intervistati, è un ambiente in cui non è facile inserirsi.
Per le professioni più alte è difficile mantenersi facendo cinema, è necessario poter contare su altri redditi. Particolarmente ardua la professione di regista, dove la via maestra è essere "figli di", è sempre stata una professione per ricchi di famiglia.[20] Per chi viene dal basso la strada è quella di vincere dei bandi di finanziamento, girare cortometraggi, partecipare a festival e cercare di farsi notare. Un percorso lungo in cui difficilmente il proprio lavoro viene remunerato.

L'avvento delle piattaforme non ha cambiato i meccanismi, anche perché non hanno ancora una vera e propria presenza in Italia.

Per la mia esperienza è difficile lavorare per il mondo audiovisivo non commerciale, ovvero nei film, puoi farlo se appartieni alla medio-alta borghesia, devi avere la possibilità di auto-mantenerti. Riesci a pagare il film, tramite finanziamenti pubblici, ma non sostieni il tuo lavoro (Paola, 48 anni, regista documentari e docente).

È difficile trovare un produttore semplicemente mandando un progetto. Il canale deve essere personale, "amico di", un po' come strumento di selezione. Canali alternativi: vieni da un certo ambiente (figlio d'arte), lavori con qualcuno di importante, oppure hai vinto un concorso. Non ha senso mandare una proposta alla

---

20 Un intervistato ricorda che già in un libro degli anni Settanta (Prandstraller, 1977), si segnalava che su 200-250 registi dell'epoca solo 1 veniva da una famiglia proletaria.

Rai, usando i contatti sul sito, in genere anche quando ci sono dei bandi di gara sono già attributi. Netflix Italia idem, si comporta come Rai, abbassando la qualità rispetto a Netflix Europa (non esistono contatti e-mail per contattare Netflix Italia, a differenza di USA e altri paesi europei), per Amazon non so (Giorgio, 47 anni, direttore fotografia e documentarista).

Quando Netflix decide di finanziare una serie in Italia, si appoggia a una casa di produzione italiana per la parte esecutiva, mentre gestisce direttamente la parte creativa. [...] Il rapporto con Netflix è sempre con la sua sede nel Regno Unito, che impone particolari protocolli, prevede un work-flow e procedure per la gestione del girato e c'è un supervisore a Londra che verifica tutti i passaggi (Mario, 28 anni, data imaging technician e data manager).

A rendere difficile l'ingresso concorre il prevalere di pratiche di cooptazione, in parte legate alla chiusura dell'ambiente, in parte alla necessità di fare lavoro di squadra: si creano gruppi di professionisti affiatati che tendono a riprodursi sui diversi set.

Dominano dinamiche nepotistiche e familistiche nella scelta della manodopera, nel cosiddetto ambiente romano (Caterina, 30 anni, operatrice di ripresa).

Nel cinema, dove la lavorazione dura tanti mesi, i gruppi si scelgono a vicenda per trovare persone con cui lavorare bene insieme, per costruire una squadra, deve esserci una alchimia. Una squadra di elettricisti, non essendoci una formazione specifica, provvede alla formazione dei suoi membri sulla base delle esigenze della squadra stessa. Poter lavorare con la propria squadra è importante (Federico, 53 anni, illuminotecnico).

Non ci sono regole, ma di solito parto dal regista e dallo sceneggiatore, che scelgo guardando film e altri prodotti esistenti per cercare chi meglio si presta al soggetto che ho in mente, gli altri spesso arrivano a catena: il regista propone un direttore della fotografia, uno scenografo etc. L'obiettivo è quello di creare un gruppo che possa lavorare bene insieme (Claudia, 38 anni, produttrice).

Sono in genere produzioni che accedono a forti contributi pubblici e che quindi devono rispettare le condizioni contrattuali del settore cinematografico: inquadramento FPLS (ex-Enpals) con contratto dello spettacolo e con paghe ai minimi contrattuali.

Tuttavia, è difficile che documentari e cinema indipendente rispettino le regole, i budget sono troppo bassi e incerti e prevalgono situazioni di auto-sfruttamento di artisti/creativi che sono disposti a lavorare gratis pur di realizzare i propri progetti.

Il documentario è una specie di buco nero. Un prodotto amatoriale che fa numeri piccoli. Anche le piattaforme che potenzialmente sono un canale utile di fatto fanno numeri molto piccoli. Solo una decina di documentari realizzati nel 2020 hanno ottenuto in rete più di 1.000 visioni/download. Mediaset, La 7 e Sky non producono documentari, la RAI ne produce o ne compra pochi. Le cifre che girano non sono sufficienti a garantire i minimi del CCNL. Si lavora con il budget che c'è a disposizione (Giulio, 67 anni, produttore documentari).

Nei documentari era ed è più agevole essere autonomo, altrimenti ci sono più difficoltà a essere preso in considerazione per essere inquadrato. [...] È un mondo a parte rispetto a cinema, tv, pubblicità. C'è più auto-sfruttamento, prestazioni volontarie, budget bassi, informalità, giri di amicizie "artistiche", circuito festival che comunque in Europa va pure abbastanza bene ma in Italia no (Massimo, 36 anni, tecnico luci nella pubblicità e direttore fotografia per documentari).

Anche nell'animazione e nel 3D l'inquadramento come lavoro dello spettacolo non è diffuso. È questo un ambito in cui la produzione nazionale è marginale e molto frammentata e che solo recentemente è entrato nell'orbita delle politiche pubbliche. Nei progetti più piccoli si lavora soprattutto con partita IVA (spesso finte) o prestazione occasionale. L'inquadramento con contratto dello spettacolo avviene quasi solo nei progetti più rilevanti, in cui ci sono i titoli di coda o in cui è coinvolta la Rai.

Sono nel settore da una decina d'anni, ma anche raccogliendo le testimonianze dei colleghi, si usa sempre meno il contratto intermittente in favore della partita IVA. Eppure il mercato cresce e non è saturo. In genere i compensi migliorano con l'esperienza e la professionalità, ma non c'è trasparenza. Dovremmo impegnarci con una ricerca che ci aiuti a fare chiarezza su tutto ciò (Ilaria, 31 anni, animatrice di lungometraggi).

Ai freelance viene generalmente proposto il cottimo, e i professionisti più forti possono ottenere una sorta di cottimo flessibile, con cui concordano un determinato numero di secondi al mese per un determinato compenso. È un settore in cui le occasioni di lavoro più interessanti sono all'estero, nei paesi in cui operano le principali imprese e il lavoro viene pagato meglio.

Molti vanno all'estero dove c'è una maggiore domanda di lavoro specializzato e i compensi sono di un altro ordine di grandezza (Ilaria, 31 anni, animatrice di lungometraggi).

In sostanza, se da un lato è vero che molte cose che prima necessitavano di macchinari costosi sono diventate all'altezza del computer, è altrettanto vero che per certe produzioni devi avere dei server potenti e delle macchine potenti e siamo daccapo, ci vogliono grossi capitali e gente disposta a lavorare 24h su 24. Nel 3D lavorano grosse società localizzate a Londra, Australia, Nuova Zelanda; gli allievi IED vengono presi e mandati in questi grossi centri di produzione. Da una parte c'è il mondo dei videogiochi, dall'altra le animazioni, oppure le produzioni miste. [...] Nel 3D tutti gli elementi della scena sono scomponibili e ricomponibili a piacere (Luigi, 40 anni, compositing per lungometraggi).

2.2.2 Format TV

Nel settore TV convivono alcuni grandi broadcaster (RAI, Mediaset, Sky e con dimensione più ridotta La 7) e circa 150 TV locali.

Solo poche tra le TV locali hanno qualche produzione indipendente (Telenorba, Videolina, in Lombardia Telelombardia, Antenna 3, Telenova, Videomedia nel Veneto), grazie alla capacità di sfruttare il radicamento locale.

Una di queste ha riferito quanto segue:

Abbiamo un palinsesto variegato, molto focalizzato sull'informazione locale e regionale, trasmissioni di approfondimento, talk show, tutto su temi del territorio. [...] Ci finanziamo quasi esclusivamente con la pubblicità, il contributo pubblico negli anni è progressivamente diminuito, ad oggi è un 15%.

Le altre TV locali in genere hanno pochi addetti: dei cameraman, regia e presentatori per telegiornali locali e televendite, telefonisti. La produzione è perlopiù affidata a società di produzione esterne.

Ma anche i grandi broadcaster, RAI inclusa nonostante i suoi 13.000 dipendenti, affidano gran parte delle produzioni all'esterno, facendo spesso affidamento su format esteri, adattati al contesto nazionale. La produzione è in genere appaltata a service, che forniscono attrezzature, materiali e personale per formare la troupe e realizzare le riprese e in qualche caso anche la post-produzione per singoli programmi o per l'emittente televisiva, rispettando esigenze e tempi di un settore che non ha regolarità, che alterna picchi e crolli di lavoro e che, con la caduta dello share della TV, impone condizioni al ribasso.

La parte creativa nazionale ha un ruolo molto ridotto, per essere garantiti su una buona riuscita ci si affida a prodotti testati all'estero; quindi si comprano i format di intrattenimento esteri, tradotti e localizzati in Italia (Francesco, 72 anni, ricerche di mercato).

Molte produzioni sono direttamente affidate a service esterni, che forniscono il pacchetto completo, la RAI mette a disposizione del personale autoriale e qualche altra figura. In altri programmi ci si rivolge all'esterno per le riprese e il montaggio. La contrattualizzazione degli esterni in questo caso è gestita dall'ufficio contratti, che definisce i compensi. [...] C'è una sperequazione infinita in questi contratti. I compensi per gli esterni possono essere stratosferici o stracciati. Autori esterni spesso prendono vagonate di soldi e sono quasi tutti appartenenti a date cordate, in contrapposizione ai dipendenti che hanno perlopiù compensi tra i 1.200 euro e i 1.600 euro. L'azienda sostiene che tratta sulla base delle regole del mercato, se ci sono molti professionisti può pagare poco (Paolo, 61 anni, dipendente RAI).

Capitava che un'emittente chiamasse nel cuore della notte per chiedere una troupe dall'altra parte d'Italia per la mattina seguente. In generale c'è una grande asimmetria tra emittente e service, che teme sempre che gli vengano scaricate colpe e che vengano negati i pagamenti (che comunque hanno tempi lunghi, di norma a 180 giorni) (Filippo, 45 anni, produttore freelance).

La riduzione dello share della TV ha avuto riflessi sull'organizzazione del lavoro, sui contratti usati, si sono cercati contratti che costavano di meno. Da qui l'esplodere del ricorso alla partita IVA (Pietro, 49 anni, produttore).

In genere i service usano personale con partita IVA o con ritenuta d'acconto, ma anche stagisti. Alcuni assumono i propri operatori, ma il destino dei dipendenti è comunque esposto a decisioni unilaterali dei committenti.[21] I più preferiscono ricorrere a collaboratori esterni con partita IVA, co.co.co o ritenuta d'acconto, al di fuori della gestione ex-Enpals e quindi esclusi dalla contrattazione collettiva e spesso anche dai controlli, persino quando si lavora per l'emittente pubblica.

Nella Tv ci sono maggiori derive. In particolare nei subappalti, anche se la RAI dice di no. Il deterioramento delle condizioni di lavoro è legato alla fuga dall'ex-Enpals. Una volta potevi versare solo all'Enpals. C'era molta riluttanza a occupare persone

21 Si veda (Pariboni, 2019), che racconta della vicenda di un service costretto a licenziare i propri dipendenti in seguito al rinnovo dell'appalto da parte dell'emittente televisiva.

con forme contrattuali diverse, se per caso fosse passato qualcuno a trovarti, avresti avuto paura di un'ispezione che chiedesse la documentazione su di esse.
Attualmente molti lavoratori aprono la partita IVA come artigiani, vengono con la loro telecamera e diventano fornitori di servizi. Il costo contributivo è molto più basso rispetto all'ex-Enpals (ogni 100 di netto costa 210 al datore di lavoro, analoga a quella dei dipendenti) e non esiste un mansionario con CCNL. Oppure si usa la ritenuta d'acconto per piccoli importi.
In questo modo RAI e Mediaset hanno abbassato i costi e molti giovani non avranno una pensione (Roberto, 68 anni, regista-produttore per TV e pubblicità).

Quando ho iniziato la partita IVA era vista con sospetto sul set, ora invece è usata in maniera trasversale. È un tema non solo dell'audiovisivo, ma più in generale del paese, che ha visto una crescita enorme del lavoro autonomo (Pietro, 49 anni, produttore).

La produzione pare essere sempre a progetto, alcuni reparti vantano un gran numero di persone assunte (come il commerciale), autori/redattori/elettricisti sono perlopiù a progetto anche con contratti lunghi, anche in maniera continuativa ma mai assunti tramite CCNL. Di solito chi fa produzione ha contratti più brevi, più precarietà e più a progetto, e girano più set (Gloria, 28 anni, dipendente di un service).

Per quanti riguarda i capitolati RAI, che prevederebbero personale assunto e assicurazioni, non ci sono controlli e c'è concorrenza spietata a violarli (Filippo, 45 anni, produttore freelance).

Con la forte caduta dei costi delle attrezzature, i service sono entrati in crisi, alcuni sono falliti, a causa della concorrenza di singoli professionisti che possono permettersi l'acquisto o il noleggio delle apparecchiature necessarie e proporsi direttamente a costi inferiori, anche grazie alla disintermediazione.

Il sindacato ASA (Autonomo Sindacato Audiovisivi) denuncia la concorrenza al ribasso di operatori dell'audiovisivo improvvisati e chiede da una parte il diritto di firma, che è riconosciuto solo agli interni, non a chi lavora in appalto, come riporta Ferrara (2020), e dall'altro la certificazione della professione.

2.2.3 Videoclip

Il videoclip è un cortometraggio che presenta un brano musicale con accompagnamento di immagini, che promuove l'uscita di un album e valorizza l'identità del performer, coniugando arte e marketing.

All'inizio degli anni Ottanta l'esigenza commerciale vincolava gli autori alla dimensione documentaristica (le riprese dei concerti live); successivamente hanno raggiunto un'autonomia stilistica, sfruttando la brevità come stimolo artistico per realizzare film concettuali o narrativi.

I budget per un videoclip, almeno in Italia, non possono essere paragonati a quelli cinematografici, sono molto più limitati e possono variare molto. Per i compensi mancano dei parametri di riferimento, dipendono dall'esperienza, dal territorio, ma in ogni caso i compensi sono inferiori a quelli degli altri ambiti dell'audiovisivo, della pubblicità e anche del cinema.

Nei budget più consistenti viene coinvolta un'ampia squadra. Il regista in genere viene contattato dalla casa di produzione o dalla casa discografica, ma può capitare che sia contattato direttamente dall'artista; in ogni caso viene prima o poi coinvolta una casa di produzione.

Nei piccoli budget, invece, si ricorre facilmente a filmmaker indipendenti, senza passare per una casa di produzione, soprattutto se interessano artisti emergenti. In questi casi il lavoro si concentra in un numero ridotto di professionisti, alcuni dei quali con ruoli multifunzione.

Il regista ha un ruolo importante nell'ideazione e nella definizione della sceneggiatura. Sono perciò necessarie sia capacità artistiche per ideare e scrivere la sceneggiatura, sia tecniche, per la sua realizzazione.

> *In alcuni casi l'artista o il manager arriva con uno spunto e si lavora insieme, altre volte arriva con il brano o al più danno indicazioni sul messaggio che vogliono portare (Dalia, 30 anni, regista di videoclip, pubblicità e documentari).*
>
> *Nell'ultimo videoclip che ho realizzato, che aveva un budget relativamente alto, mi hanno dato molta libertà anche nell'ideazione del video, mi hanno dato solo una linea narrativa di base. Ho scritto una vera e propria sceneggiatura e poi ho coinvolto la mia troupe di riferimento (Alice, 25 anni, regista di videoclip e pubblicità).*

È un mercato in cui lavorano molti giovani, ma quando si lavora con case di produzione sono presenti anche senior, professionisti specializzati che operano anche in altri settori.

> *Non esistono particolari vincoli all'ingresso nella professione, non è necessaria una laurea o scuole particolari, molti imparano lavorando e studiando on the job, con tirocini o collaborazioni gratuite. I primi lavori permettono di creare un portfolio che, opportunamente pubblicizzato sui social, consente di trovare nuovi clienti, di farsi notare dagli artisti o dalle case discografiche o dalle case di produzione. L'attività di comunicazione è molto rilevante: la selezione non avviene per cv ma è importante avere un buon portfolio e riuscire a valorizzarlo.*
> *Io ho sfruttato tantissimo i social, a parte il classico passaparola con cui abbiamo iniziato tutti, i social mi hanno aiutato tantissimo a crescere e i lavori mi arrivano ora fondamentalmente da Instagram e YouTube. [...] Il discorso è riuscire a farsi conoscere. Se porti sul mercato cose che funzionano e che piacciono il nome te lo fai. Il cliente, il musicista, il manager della casa discografica sono sui social; quindi, il social è il modo per farti conoscere. [...] La gestione del canale YouTube è diventato un lavoro perché a parte i video che posso fare per mio piacere ci sono quelli sponsorizzati dalle aziende. Ci lavoro tutti i giorni (Dalia, 30 anni, regista di videoclip, pubblicità e documentari).*

Il lavoro è sempre inquadrato come autonomo, spesso si inizia con collaborazioni occasionali, quando il lavoro diventa più consistente c'è l'apertura della partita IVA e l'iscrizione alla gestione separata INPS oppure c'è il collocamento per il backstage se l'artista assume una casa di produzione per fare il video. In genere prevale l'inquadramento come attività professionale non dello spettacolo, con una parte del compenso (40%) che copre la cessione dei diritti d'autore.

> *Non ho ancora aperto la partita IVA, quando lavoro per una casa di produzione incaricata dall'artista vengo collocata per il backstage, se invece sono incaricata direttamente dall'artista o da un altro professionista singolo, lavoro con ritenuta d'acconto. La commercialista mi ha detto che per essere pagata a cachet dovrei aprire la partita IVA (Alice, 25 anni, regista di videoclip e pubblicità).*

I compensi non sono considerati bassi dai giovani lavoratori del settore, se si riesce a lavorare con continuità.

2.2.4 Pubblicità da agenzia

La produzione pubblicitaria delle agenzie, diretta a TV, cinema e OTT SVOD, ma anche a canali social, non ha modificato la sua impostazione. Se nascono a livello internazionale hanno budget altissimi, che si ridimensionano se si passa a una dimensione nazionale e ancor di più se la dimensione è locale, dove ci si è dovuti adattare al calo delle risorse.

I player sono i brand, le agenzie di comunicazione, le case di produzione, i broadcaster. Il brand incarica l'agenzia, e quest'ultima mette in gara case di produzione diverse che propongono i propri registi.

> *C'è una committenza tripla: il cliente che non conosce il linguaggio e deve essere rassicurato sul fatto che la pubblicità non va contro i suoi valori e quanto veicola il suo brand, il produttore che vuole stare nel budget e quindi risparmiare e l'agenzia pubblicitaria che vuole avere il massimo della creatività e quindi spendere (Manuela, 46 anni, regista per il cinema e la pubblicità).*

In questo ambito i compensi sono alti, ma in calo, e i ritmi intensi. I lavoratori normalmente vengono collocati con contratto intermittente per i giorni di ripresa, in genere si lavora in sicurezza, ma non in tutti i contesti e non sempre con le adeguate attenzioni a tutti gli aspetti.

> *Da CCNL un operatore prende 320 euro al giorno. Facendo un calcolo, se lavori 10-15 giorni al mese (contando che lavori per 12 ore al giorno) è una paga dignitosa (al netto del fatto che è tutto lordo). Puoi anche arrivare a fare 250 giorni l'anno, ma è molto pesante. È come aprire e chiudere un'impresa ogni 2-3 giorni. Sei pagato bene, ma devi dare molto, rispettare i tempi, assicurare prodotti alti... Lavori come una bestia. Nei set piccoli può essere pericoloso, in quelli medio grandi tutte le figure sono competenti e attente. Comunque è un lavoro potenzialmente pericoloso (Massimo, 36 anni, tecnico luci nella pubblicità e direttore fotografia per documentari).*

> *L'attenzione sul set è alta, la pericolosità è sempre riconosciuta e gestita. Anche per le maestranze. Non mi sono mai trovato in situazioni in cui la sicurezza non fosse gestita con responsabilità. Magari in alcuni set piccoli è diverso (Giorgio, 47 anni, direttore fotografia e documentarista).*

Gli straordinari sono pagati a parte, con la tariffa che cresce dopo la prima ora. In pubblicità sono frequenti gli straordinari (12 ore al giorno) per minimizzare i costi

della location e degli strumenti. APMAL (Associazione di Professionisti e Maestranze dell'Audiovisivo in Lombardia) fornisce un compenso di riferimento, rispetto al quale poi si tratta.

> *Nella pubblicità lo straordinario è pagato moltissimo, le persone sono ben contente di fare straordinari (Giorgio, 47 anni, direttore fotografia e documentarista).*

Se si esclude il segmento più alto, occorre fare i conti con budget in diminuzione a fronte di un aumento delle prestazioni, in un contesto di competizione crescente e contrattazione sempre più individualizzata.

> *La pubblicità alta continua a lavorare su budget alti, come su set cinematografici. Tende però a scomparire la fascia media che dava lavoro a tanti (Giulio, 67 anni, produttore documentari).*

> *Esiste una concorrenza che viene dai fotografi che sono artigiani e si sono allargati alle attività video, con meno vincoli rispetto a una casa di produzione. Fanno la foto e il piccolo video per Instagram e per altri canali. Inoltre, la grande attrattiva di questo mondo garantisce un'alimentazione continua dell'offerta di lavoro e si sente anche la competizione che viene dagli studenti di IED e altre scuole (Roberto, 68 anni, regista-produttore per TV e pubblicità).*

> *Anche in pubblicità sono diminuiti i budget e aumentate le prestazioni richieste (non solo il video, ma anche i contenuti per i social sono inclusi nel pacchetto richiesto). Con la crisi economica del 2008 la pubblicità ha iniziato a risentirne, inoltre i clienti non sanno bene dove investire, c'è molta confusione, la pubblicità in tv non rende come nel passato, si prova anche sui social, non si sa bene come catturare i consumatori...*
> *Il crollo ha riguardato tutti, le case di produzione grandi accettano piccole produzioni, da 50.000 euro, le case piccole spesso chiudono. La stessa cosa accade per i registi, anche quelli senior accettano cachet molto più bassi. C'è un problema di esterofilia, il 70% degli spot sono girati da stranieri, la casa di produzione pubblicitaria fa una migliore figura col cliente, gli stranieri hanno più fascino e più potere contrattuale, ma hanno anche più qualità, perché le loro agenzie sono più libere delle nostre. Al contrario, è difficile che i registi italiani lavorino con gli stranieri. Solo i registi specializzati nel food (categoria specifica nella regia) lavorano un po' nei paesi orientali e nei paesi arabi (mercato questo considerato trash in cui naturalmente lavorano solo uomini) (Manuela, 46 anni, regista per il cinema e la pubblicità).*

Diversi intervistati segnalano che quello pubblicitario è un ambiente chiuso, in cui operano sempre gli stessi professionisti, più anziani, che da un lato mirano a preservare

i propri asset, il modo in cui lavorano, il know how che hanno sviluppato, e dall'altro lato cercano di proteggere le proprie posizioni in un mercato in cui si guadagna molto di più.

2.2.5 Video social content

Intorno al 2014-2015 si registra una forte apertura pubblicitaria verso i social.

> *Tutta una serie di contenuti è trasmigrata sulla rete e i contenitori sono aumentati a dismisura, oggi c'è molta più necessità di contenuti audiovisivi e la qualità è sostanzialmente scesa. Per far fronte a questo aumento di richiesta sono spuntate molte case di produzione di livello medio-basso e anche le tariffe sono variate negli ultimi 5-6 anni (Massimo, 36 anni, tecnico luci nella pubblicità e direttore fotografia per documentari).*

La produzione di video content per Internet è polverizzata, bulimica, attenta alla velocità e non alla qualità, usa moltissimi giovani con paghe basse e assicura margini molto alti.

> *La TV aveva semplificato le produzioni rispetto al cinema. Con il web c'è una semplificazione ulteriore per YouTube, etc., canali vicini ai giovanissimi, in cui non è necessaria una competenza tecnica, la forma narrativa e di mediazione estetica e linguistica salta, basta un contenuto forte. È un modello diverso, in cui sai in diretta quanti ti vedono. Salta ogni approccio legato a parametri culturali e linguistici (le tette di Belen fanno moltissimi più contatti di un servizio giornalistico di un autorevole giornalista) e funziona benissimo soprattutto coi più giovani, che non hanno gli stessi parametri. D'altra parte, la pubblicità cerca solo il contatto, poi puoi focalizzare il target e con il web, puoi profilare chi contatti, cosa che non è possibile con la TV. Sono cambiate le carte in gioco (Roberto, 68 anni, regista-produttore per TV e pubblicità).*

Manca un format di riferimento, le caratteristiche sono differenti a seconda del canale. Spesso si prevede la consegna di più output. La durata del contenuto si riduce sempre di più e questo richiede cambiamenti anche nel modo di lavorare. Nel web i soggetti chiave rimangono i brand, le agenzie di comunicazione, e le case di produzione, ma ormai spesso il brand salta il passaggio con l'agenzia di comunicazione.

> *I minimi contrattuali sono troppo alti per alcune produzioni piccole che possono essere fatte da freelance e ridurre così le tariffe [...]. C'è poca differenza di ruoli:*

a volte i clienti chiamano solo un filmmaker e qualcuno che lo aiuti, e comprimono ancora di più i costi, saltando a piè pari tutta una serie di ruoli della filiera (Massimo, 36 anni, tecnico luci nella pubblicità e direttore fotografia per documentari).

Questo per le case di produzione spesso è un peggioramento, perché viene a mancare un filtro importante che sia in grado di mediare tra regia e cliente. Ma può essere un vantaggio per i freelance, che tuttavia sono consapevoli della necessità di mettere insieme più professionalità per potersi proporre ai clienti più esigenti.

Attualmente lavoro direttamente con i brand, produco contenuti video che vengono usati per pubblicità o nell'ambito ambiguo in cui brand fanno da editori. Si è accorciata la filiera, per pubblicare sui social e su nuovi canali (YouTube, Vimeo, etc.) non si deve passare da Publitalia, emittente, etc.
Spesso le burocrazie delle grandi aziende si rivolgono a un'agenzia invece che a dei freelance perché queste scelgono la manodopera e si prendono la responsabilità del prodotto finito.
I funzionari marketing di grandi aziende incaricati di organizzare i prodotti promozionali desiderano solo non avere grane, gestiscono un budget e si rivolgono all'agenzia che pensa a tutto, la quale a sua volta si rivolge ai service e al parco buoi dei professionisti.
Ritengo che sia finita l'epoca delle intermediazioni, un professionista come me può rivolgersi direttamente all'azienda saltando anche i funzionari del marketing.
Nonostante l'instabilità sono contento dell'autonomia e della maggiore creatività del mio nuovo mestiere e sto creando un network con altri professionisti per offrire un pacchetto di comunicazione completo per i social e la programmazione editoriale (Filippo, 45 anni, produttore TV freelance).

A prescindere, comunque, che l'agenzia ci sia o non ci sia, i budget del web sono tuttora generalmente più contenuti.

2.2.6 Eventi

Nei settori della moda, allestimenti e concerti in genere operano grandi cooperative, che assumono con contratti a chiamata; i lavori sono spesso pericolosi, anche perché il progresso tecnologico ha consentito una accelerazione dei tempi di realizzazione e favorito un allentamento delle condizioni di sicurezza

Nella moda/allestimenti i progetti sono ben definiti (al contrario di cinema) ma si fanno cose molto pericolose, oltre le regole (Federico, 53 anni, illuminotecnico).

I ragazzi che escono dallo IED in genere prendono la partita IVA e lavorano da professionisti per gli eventi, per la moda, etc. Devono, per esempio, riprendere una sfilata ed essere in grado di consegnare un prodotto finito entro poche ore in modo da metterlo in rete. Magari la moda ha degli usi diversi, per esempio si prende un grande regista che non fa niente, ci mette il nome. Adesso è un momento brutto perché le sfilate di moda si sono fermate (Mara, 68 anni, docente IED).

Gli operatori steadycam prima avevano dati obblighi di fermarsi, per ragioni di sicurezza. Ora le macchine pesano di meno, si va più velocemente e non si fermano, fanno i carrelli umani (Caterina, 30 anni, operatrice di ripresa).

Con la pandemia il lavoro audiovisivo nella moda si è trasformato ed è molto aumentato.

Le sfilate di moda si tengono 4 volte l'anno: ogni volta si fanno video collegati a ogni sfilata. Tipicamente in 3-4 giorni avevi allestimento, giravi i contenuti legati alla sfilata e poi disallestimento. Con la pandemia non c'è da girare solo la sfilata, si fanno dei fashion film: la stessa sfilata la giri 4-5 volte perché ci si concentra molto di più sul video, che è l'unico modo per farsi notare. Quindi ora non lavori solo un giorno, ma una settimana (Caterina, 30 anni, operatrice di ripresa).

2.3 Differenze per figure professionali

All'interno delle produzioni audiovisive è possibile distinguere tra le professioni a contenuto creativo autoriale, come regista, sceneggiatore, attore, che ricadono contabilmente nei cosiddetti costi sopra la linea e le maestranze e le altre professionalità utilizzate per la realizzazione, che ricadono nei costi sotto la linea.

Tuttavia il quadro è reso più complesso dal fatto che ci sono figure più difficili da classificare, come ad esempio il direttore della fotografia o lo scenografo, che acquistano carattere autoriale (e si firmano) solo in set estesi come quelli che vengono allestiti per film e serie TV, e non per set ridotti, come quelli per videoclip o video content.

In generale la spaccatura tra autoriali e maestranze è evidente nei percorsi professionali, nelle modalità contrattuali e quindi nei diritti, in termini di compensi e welfare, oltre che nella capacità di mobilitazione e di difesa sindacale.

Pur con questi caveat, i prossimi due sottoparagrafi cercano di inquadrare la situazione di maestranze e professioni autoriali.

2.3.1 Le maestranze

Le maestranze hanno professionalità di derivazione artigiana, che affinano con il lavoro sul set. Le nuove tecnologie hanno richiesto degli adattamenti e aggiornamenti, hanno creato nuove esigenze tecniche,[22] ma non hanno stravolto il loro modo di lavorare.

La loro professionalità è generalmente riconosciuta e sono remunerati fin dall'inizio, senza i lunghi periodi di apprendistato gratuito o semigratuito che caratterizzano le professioni creative; riescono a lavorare con continuità, soprattutto se assicurano qualità.

> *Ho iniziato a lavorare subito dopo la scuola, lavoro a supporto del direttore della fotografia, sono inquadrato al quinto livello e lavoro con continuità, la mia professione è molto richiesta e riesco tranquillamente a mantenermi (Mario, 28 anni, data imaging technician e data manager).*

> *C'è eccellenza delle maestranze, che nascono dall'artigianato, vengono dalle scuole delle belle arti, le migliori del mondo [...]. Lavorano continuativamente e forse per questo riescono a portare qualità (Manuela, 46 anni, regista).*

> *Tante volte vengo chiamato con contatti casuali, da persone che non sanno nulla di me, a fare dei lavoretti semplici che potrebbe fare un ventenne: subito si rendono conto dell'attenzione e della qualità del lavoro e si segnano il mio nome per future esigenze (Federico, 53 anni, illuminotecnico).*

Sono inseriti con contratti da dipendente e tutelati da CCNL, hanno elevata sindacalizzazione ed elevata consapevolezza dei propri diritti e con la propria azione collettiva hanno saputo difenderli.

> *Nel '99 c'è stata un'ondata di scioperi che ha coinvolto le maestranze di tutte le tipologie di film e alla fine di questa estate di scioperi si è arrivata al contratto del '99, che è quello vigente. Con esso si è definito un tetto agli straordinari (9 ore + 1 in deroga al giorno, 57+3 alla settimana). Da 5 anni si discute di un nuovo*

---

22 Esigenze che sono state colmate dalla nascita di alcune nuove figure professionali, come il digital imaging technician (DIT) e il data manager (DM), ricoperte in prevalenza da giovani.

contratto ma non si è arrivati a una sintesi. Il problema è che abbiamo dei minimi sindacali e il calcolo dello straordinario è fatto sul minimo sindacale, anche se il compenso medio è più elevato, quindi non è molto attraente. Questo almeno per quanto riguarda il cinema. Nella pubblicità invece fa fede Milano e c'è un accordo che si lavora 8 ore e che gli straordinari sono conteggiati a piena paga, con un conteggio progressivo al crescere delle ore di straordinario.
Per contro, in pubblicità si accetta di fare molto più straordinario. Se è uno shooting complesso è normale che si lavori 12 ore, perché ci sono impegni di preparazione, etc. Il costo della location, l'affitto attrezzature, il costo del regista, etc. spingono per concentrare in un giorno e non in due (Federico, 53 anni, illuminotecnico).

Recentemente mi è stato proposto di fare un lavoro senza il collocamento. Ho fatto i conti e potevo farlo in 3-4 ore, ho accettato di non essere collocato (il collocamento è per una giornata intera). Gli ho detto "apprezza questa mia disponibilità, mi chiedi una cortesia e la faccio". [...] Molte produzioni ti fanno fare straordinari oltre i limiti di legge e poi ti propongono di abbonarne un po'. Ci devi stare un po' appresso, anche per i tempi di pagamento. Si cerca di risparmiare. Cambia molto a seconda del tipo di produzione, infatti ci si informa prima, con alcune produzioni vai tranquillo, con altre devi chiamare cento volte per farti pagare. Ogni produzione è una realtà diversa , ogni volta devi capire con chi hai a che fare, valutare se accettare dei compromessi... (Mario, 28 anni, data imaging technician e data manager).

In particolare, hanno elevata forza organizzativa le maestranze milanesi e lombarde della pubblicità che, grazie all'associazione APMAL, sono riuscite a concordare compensi più alti che nel resto d'Italia, tanto che in alcuni casi i datori di lavoro vanno a cercare altrove, a Roma o anche all'estero, nei paesi dell'Est, in Spagna, in Sud Africa.

L'elemento territoriale è rilevante. Oltre che a Milano i compensi sono molto alti a Venezia e sono buoni a Roma. In altri territori possono invece essere più bassi, ma la capacità di mobilitazione delle maestranze aiuta a evitare derive.

In Emilia-Romagna le case di produzione che venivano da Roma proponevano paghe più basse alle troupe oppure non venivano garantiti rimborsi né diarie, oppure si portavano dietro le maestranze da Roma. Ci siamo mobilitati e insieme al sindacato abbiamo ottenuto che nei bandi della Film Commission venissero inseriti dei vincoli che condizionassero l'accesso al ricorso a una certa percentuale di maestranze locali (Marcello, 38 anni assistente operatore).

Vincoli analoghi esistono anche in altri territori e mirano a favorire lo sviluppo di competenze e a creare occupazione sul territorio, con qualche frizione e difficoltà.

> *Se di volta in volta costringi a prendere tecnici locali crei delle fratture, perché distruggi la squadra e dall'altro lato non favorisci una crescita della professionalità tra i locali, si sentono protetti, sanno che lavoreranno e non sono incentivati a migliorare. (Federico, 53 anni, illuminotecnico)*

Se lavorano per il cinema, i compensi sono inferiori ma si è impegnati per progetti lunghi e con ritmi meno intensi.

> *Nel cinema si è pagati di meno ma si è dentro un contratto molto delineato, gli straordinari sono contingentati, perché non puoi sostenere ritmi molto intensi per mesi senza riposo, e le lavorazioni pericolose si discutono molto. Diversa è la situazione della pubblicità, dove hai 1-2 giorni, c'è poco tempo per discutere, sono richieste prestazioni molto alte, si accettano e sono sostenibili molti straordinari perché interessano pochi giorni e si è pagati di più (Federico, 53 anni, illuminotecnico).*

Più problematica è la situazione di chi lavora per la TV, che subisce fortissime pressioni sui compensi e deve garantire la massima flessibilità. Alcuni hanno saputo organizzarsi, creando cooperative per migliorare la propria condizione di lavoro.

> *Da metà anni Novanta, RAI e altri network agiscono per contrastare la caduta dei profitti, con interventi sull'esterno.*
> *I sindacati hanno fatto in modo di difendere la casta dei dipendenti, che tra l'altro non vengono più inseriti sulla base di una selezione accurata, per bandi di concorso molto selettivi, ma in seguito a cause legali (non esiste più la grande professionalità diffusa del personale RAI, anche se ci sono ancora molti professionisti bravissimi).*
> *Nel calcolare i compensi esterni, secondo la mia ricostruzione, si è fatto questo calcolo.*
> *Un dipendente appena assunto costa complessivamente circa 40-50.000 euro. Hanno diviso per 220 giornate e calcolato che un freelance costa 150 euro a giornata [in realtà verrebbe di più, probabilmente il calcolo l'hanno fatto sulla base della RAL, N.d.R.]. In questo calcolo non hanno tenuto conto che nessuno lavora tutte le 220 giornate, perché con lavori frammentati come quelli del settore non è possibile. Un montatore freelance normalmente non riesce a lavorare 220 giorni. Però il dipendente è pagato sempre (anche quando aspetta, tara la macchina, etc), il freelance no, viene pagato solo se lavora.*

Inoltre, uno che non è bravo sul mercato non lavora, se è dipendente è tutelato comunque e dentro la RAI molti lavorano solo perché dipendenti.
Ai dipendenti turnisti devi dire una settimana prima quante ore lavorerà e non si possono fare straordinari; ai freelance chiedi massima flessibilità e non possono dire di no altrimenti non lavorano più.
D'altra parte, il lavoro in TV è estremamente flessibile, l'orario di lavoro è inevitabilmente imprevedibile, perché la TV produce prototipi e l'imprevedibilità è inevitabile (Roberto, 68 anni, regista-produttore per TV e pubblicità).

È cambiata l'aria nelle produzioni, si lavora sempre più intensamente, con grande paura di perdere il posto (soprattutto per produzioni che funzionano come Masterchef, X Factor, L'isola dei famosi, etc.), si chiede la totale flessibilità alle esigenze della produzione (Filippo, 45 anni, produttore TV).

Negli anni Novanta nei service si lavorava tutti a partita IVA o a ritenuta d'acconto e qualche volta in nero. Poi la partita IVA è diventata insostenibile se non lavoravi con continuità, a causa degli elevati costi dei contributi e dell'aggiornamento per la sicurezza. Sono nate allora le cooperative, che offrono un diverso inquadramento e gestiscono la parte burocratica e il recupero crediti (Federico, 53 anni, illuminotecnico).

2.3.2 Le professioni autoriali

Ben diversa la situazione di chi lavora sopra la linea, con professionalità spesso complesse, acquisite con un mix di formazione universitaria, scuole e corsi cinematografici e apprendimento sul campo, durante i quali hanno sviluppato anche soft skills, generalmente molto importanti in queste attività.

Abbiamo avuto modo di approfondire queste professioni con un numero elevato di interviste personali e anche con un sondaggio web che ha raccolto un centinaio di risposte.

I compensi non sono chiaramente definiti, sia perché ci sono più componenti (compenso del lavoro ma anche cessione dei diritti d'autore o di immagine), sia perché non sempre esistono dei minimi sindacali e, quando esistono, sono interpretati in maniera più elastica. In definitiva l'ammontare dei compensi è soprattutto affidato alla contrattazione individuale, che nel caso degli artisti è intermediata da un agente.

Rispetto alle maestranze le figure artistiche hanno compensi più flessibili, nei casi delle produzioni televisive o cinematografiche possono rinunciare al compenso in cambio di una percentuale sugli incassi, questo tipo di accordo si chiama "last money in, first money out". Sono sempre stato pagato meno del minimo sindacale (Dario, 40 anni, direttore della produzione).

Direttori fotografia, scenografi e costumisti non hanno sindacato e sono invece molto esposti dal punto di vista dei diritti (Manuela, 46 anni, regista).

Nelle mie attività con cinema, TV e pubblicità sono generalmente intermediato dall'agente, che gestisce gli aspetti organizzativi e legali. È questo il modo normale per lavorare nel cinema, nella tv e nella pubblicità, qui serve soprattutto qualcuno che gestisca i contratti. Nel teatro invece non serve l'agente. L'agente ha anche un avvocato di riferimento, necessario soprattutto nella pubblicità perché è un settore dove spesso ci provano a fregare un po', ma non ci sono condizioni per una causa, occorre qualcuno in grado di risolvere le questioni in via extra-giudiziaria. (Stefano, 39 anni, attore)

I compensi sono in genere considerati dignitosi, soprattutto nella pubblicità, ma emergono insoddisfazioni e difficoltà legate a più aspetti:

- L'inadeguatezza: i compensi sono considerati non proporzionati alle competenze e alle responsabilità.

  Il lavoratore che teoricamente nella catena del guadagno è più in basso è in realtà quello più tutelato e solido: anche le categorie degli autisti e dei gruppisti sono riusciti a imporre delle regole e dei compensi. Essi, rispetto al loro peso in termini di responsabilità e di ruolo, guadagnano molto di più rispetto alle figure con più responsabilità.
  Un elettricista bravo a Milano guadagna 1.300-1.400 euro a settimana, io da produttore, pur con tutte le responsabilità, non li guadagno e, in quanto lavoratore autonomo, non ho le tutele che ha l'elettricista (Pietro, 49 anni, produttore).

- La discontinuità: è raro avere incarichi che coprano tutto il tempo di lavoro.

  Quando si lavora i compensi sono dignitosi. Il problema è che ci sono periodi di non lavoro, è difficile avere un impegno continuativo, il mio è un precariato di lusso (Lorenzo, 42 anni, autore).

Su 100 attori con 10 anni di esperienza solo 10 possono riuscire a mantenersi solo facendo l'attore. Tra i miei colleghi dell'accademia, la maggioranza fa anche altri lavori, molti fanno formazione per le scuole, oppure scuole di teatro. In tal caso è anche un modo per migliorare l'attività (Stefano, 39 anni, attore).

- Il non pieno riconoscimento di tutte le attività effettivamente svolte. Mentre il lavoro delle maestranze è sul set, chiaramente visibile e identificabile e quindi più facilmente riconosciuto, quello di chi fa la regia o degli attori o della produzione parte prima del set e non si esaurisce col set, ma il pre e il post non sempre viene riconosciuto in termini di compensi.

  È un lavoro difficile da quantificare. Difficile da fare con la produzione, per i ruoli da me ricoperti. Si finirebbe a parlare di così tanti extra che semplicemente non si fa (Laura, 39 anni, producer).

Il 34% dei rispondenti al sondaggio dichiara che è molto frequente che ci siano attività non riconosciute dal contratto e il 65% che è molto frequente che gli straordinari non siano pagati.

A differenza delle maestranze, la capacità di mobilitazione e di azione collettiva è meno diffusa. Anche se emerge una generica domanda di rappresentanza, pochissimi aderiscono a un sindacato (nel nostro sondaggio il 4%) e pochi ad associazioni (21% nel nostro sondaggio). Esistono in realtà molte associazioni, organizzate per "mestiere", con poche relazioni tra professioni diverse e che raramente hanno assunto posizioni rivendicative dure o hanno fatto ricorso a forme di sciopero.

In parte ciò è dovuto alla paura dei lavoratori di esporsi, singolarmente ma anche come gruppo, di passare per piantagrane, con il rischio di non essere più richiesti, in un mercato in cui l'offerta è molto elevata ed è facile essere sostituiti.

In parte gioca un ruolo rilevante il ricatto della passione. Dal sondaggio risulta che la soddisfazione del proprio lavoro è molto alta in termini di coinvolgimento e interesse (soddisfazione elevata per il 71,6% dei rispondenti). Per contro i compensi sono considerati soddisfacenti solo dal 18,6% dei rispondenti.

La situazione di mercato in crescita inoltre rende meno urgente un'azione di rappresentanza in un momento in cui tutte le energie sono dirette a cogliere le opportunità di lavoro.

Come anticipato, le soluzioni sono prevalentemente individuali. Come in altre professioni culturali, chi vuole coltivare una passione artistica o autoriale può contare su sostegni familiari e redditi non da lavoro o tende ad avere più lavori, per combinare un'attività vocazionale con una che garantisca maggiori redditi e continuità.

Dal sondaggio è emerso che i rispondenti in genere svolgono 2-3 professioni nell'ambito audiovisivo e più di un terzo lavora anche in altri ambiti, come insegnamento, traduzione, comunicazione etc.

Anche le interviste personali confermano la compresenza di più lavori.

> *Uno per la gloria e uno per la pagnotta (Massimo, 36 anni, tecnico luci nella pubblicità e direttore fotografia per documentari).*
>
> *In molti abbiamo scelto un'attività tecnica perché con essa era possibile lavorare molto intensamente per un periodo, essere retribuito in maniera dignitosa, per poi avere un altro periodo per sviluppare i propri progetti (Federico, 53 anni, illuminotecnico).*
>
> *In Italia ci sono circa 2.500 – 3.000 sceneggiatori, di cui 1.000 regolarmente lavorano, di questi 100 riescono a fare solo quello (e lavorano molto). Gli altri tendenzialmente fanno altro e insegnano, non necessariamente sceneggiatura, ma perlopiù sì (Vincenzo, 40 anni, sceneggiatore).*
>
> *Dato che la carriera come sceneggiatrice non decollava ho continuato a lavorare come operatrice sia per documentari che per grandi produzioni televisive (soprattutto reality); la tv dà solidità economica per occuparsi anche di progetti più legati alla passione (Silvia, 45 anni, operatrice di ripresa e direttrice fotografia).*

In altri casi l'attività è la stessa, esercitata in ambiti diversi, ma il modo di lavorare è comunque diverso e richiede capacità di adattamento.

> *Cinema e pubblicità viaggiano su traiettorie parallele. Nel cinema prendi meno ma sei all'interno di un contratto, ci sono garanzie su sicurezza, straordinari, etc. In pubblicità c'è meno tempo per discutere, più straordinari, più soldi, meno struttura. I film durano tanto e fare orari estenuanti per periodi lunghi è meno sostenibile. D'altra parte la sproporzione tra le paghe del cinema e della pubblicità è incredibile, in un giorno di pubblicità guadagni quanto in una settimana nel cinema.*
> *Sono invecchiato e il cinema è troppo pesante, le lavorazioni durano mesi. Questo è*

un problema anche con le serie tv.
In pubblicità il lavoro è più concentrato. Le location per la pubblicità sono care, si sceglie di pagare la manodopera per lavorare tante ore: con 8 ore fai poche cose, per fare cose serie servono 11/12 ore (Federico, 53 anni, illuminotecnico).

Con il cinema non ci si mantiene perché si fanno troppo pochi film. Il mio ultimo film è stato molto veloce, un anno, di solito servono 4-5 anni per attese di finanziamenti, etc. Nel mio caso quanto ho percepito era giusto per coprire il mio lavoro e la mia sopravvivenza in quell'anno, ma poi non ho altri lavori per anni, se non avessi la pubblicità non basterebbe. Puoi permetterti di fare solo il regista cinematografico se sei ricco di famiglia e magari puoi anche produrre i tuoi film.
Anche gli sceneggiatori fanno fatica a sopravvivere. Uno sceneggiatore, una volta che si fa un nome, se entra nel giro giusto, non ha più problemi. Un regista, tranne qualche caso eccelso, e tranne chi è impegnato in serie lunghe, fa sempre fatica a trovare nuovi film da girare. Anche gli attori, tranne le star, faticano. Le maestranze invece lavorano continuativamente e forse per questo riescono a portare qualità (Manuela, 46 anni, regista per il cinema e la pubblicità).

È che proprio sono mestieri diversi. Chi lavora nel cinema è abituato a curare al massimo la ripresa, la telecamera è tendenzialmente unica e "fissa", chi lavora in tv è abituato a pensare la ripresa nell'ottica che ci sono altre telecamere che stanno facendo lo stesso; dunque, anche solo a questo livello, non tutti riescono a interpretare i due linguaggi. Poi anche per profondità di trame cinematografiche (rispetto alla tv) serve una sensibilità spiccata e una formazione specifica (anche rispetto ai propri consumi culturali). Anche a livello di formazione formale, sulle tecniche cinematografiche nel cinema lavorano persone che hanno studiato di più (Silvia, 45 anni, operatrice di ripresa e direttrice fotografia).

All'interno delle professioni autoriali si inseriscono anche quelle dei doppiatori e dei traduttori di sottotitoli, che intervengono dopo che il prodotto audiovisivo è terminato, per facilitare la sua distribuzione nei diversi paesi.

Sono figure professionali che in precedenza erano generalmente dipendenti di società specializzate, ma che nel tempo sono diventati lavoratori autonomi.

Per quanto riguarda i doppiatori, secondo quanto riferito da un rappresentante sindacale intervistato, si tratta spesso di finte partite IVA, che in realtà continuano a operare in condizioni di eterodirezione e mono-committenza. Sono comunque professioni che rientrano nell'inquadramento dello spettacolo e che sono protette da contratti collettivi.

Il processo di esternalizzazione è stato ancora più spinto nella traduzione di sottotitoli. Come riferitoci da alcuni professionisti, sino a 20 anni fa anche in questo ambito si lavorava *in house*, ora non più. Come in altri settori, l'esternalizzazione mirava a diminuire i vincoli e i costi fissi, ma anche a spezzettare il lavoro tra più professionisti e ridurre il rischio di pirateria.

Anche qui il progresso tecnologico ha svolto un ruolo di facilitatore. Le piattaforme di traduzione hanno contribuito a ridurre i tempi, consentendo alle aziende che ne fanno uso di gestire contemporaneamente un ampio pool di traduttori e un numeroso insieme di progetti. Negli ultimi anni, inoltre, alcune aziende stanno facendo ricorso in modo sempre più spinto a software di traduzione automatica. Queste innovazioni sono state usate come alibi per ridurre i compensi corrisposti ai traduttori, in misura più che proporzionale alla crescita della produttività. I software di traduzione automatica, nel cui sviluppo vengono investiti ingenti somme di denaro, vengono presentati come uno strumento utile a semplificare la vita di chi traduce, ma allo stato attuale non sono di grande aiuto se si vuole restituire il corretto significato dei dialoghi originali e creare dei sottotitoli adatti alla velocità di lettura media dello spettatore. Spesso, anzi, i software di questo genere complicano il lavoro di chi traduce, perché generano testi scadenti che vanno in larga parte emendati e finiscono per aggiungere un passaggio in più al processo di traduzione.

In questo ambito si può lavorare direttamente per i produttori/distributori, ma la maggior parte delle traduzioni, in particolare quelle delle serie, sono intermediate da agenzie. È un mercato che si sta fortemente concentrando a livello internazionale e i principali player sono extra-europei; inoltre si lavora con modalità contrattuali che lasciano al singolo professionista tutta la regolazione dei rapporti con il fisco del Paese in cui il professionista stesso risiede.

> *Le grandi agenzie internazionali hanno un sistema di fatturazione interna automatica che genera le fatture in base ai progetti completati. Ho aperto la partita IVA per poter emettere fattura ed essere regolare nei confronti del fisco in Italia. (Maria, 40 anni, sottotitolatrice).*

I traduttori sono effettivamente autonomi e hanno pluralità di clienti, anche se spesso con una importante quota di fatturato che deriva da agenzie. I compensi sono definiti in dollari al minuto oppure con un sistema misto che tiene conto anche della quantità di sottotitoli tradotti[23]; il compenso è sensibilmente più basso quando si lavora per

23 In media, un sottotitolo equivale a una o due righe di testo da 40-42 battute l'una.

agenzie, anche perché in questi casi c'è una minore attenzione alla qualità. Infatti, il ricorso a società di intermediazione interessa non di rado produzioni che non sono considerate particolarmente rilevanti, anziché quelle su cui si investe maggiormente.[24]

La concorrenza tra agenzie avviene sulla base non solo delle tariffe, ma anche delle scadenze, con riflessi sulla qualità del lavoro. Capita infatti che i sottotitoli di intere stagioni o serie vengano affidati a più traduttori, ciascuno dei quali si trova ad avere pochi giorni per tradurre episodi in ordine sparso. Ciò moltiplica il rischio che la qualità complessiva dei sottotitoli sia scadente, con possibili ricadute reputazionali, ma soprattutto impoverisce il lavoro creativo di traduzione, appesantendo quello relativo alla correzione di bozze, e riduce la soddisfazione dei traduttori.

> *Se ho un progetto in tempi stretti e so che non ci sarà il mio nome a fine puntata (perché per ragioni X quel cliente non vuole che appaia) sono sicuramente più tranquilla sotto l'aspetto della "reputazione". Tuttavia, la mancanza di tempo comporta non fare le ricerche approfondite che vorresti fare, o magari perdere meno tempo a cercare traduzioni migliori, a confrontarti con i colleghi, ecc. Sicuramente non contribuisce a generare una condizione di lavoro favorevole (Giulia, 41 anni, sottotitolatrice)*

> *Una volta tradotti, i vari episodi passano ad altri traduttori, che svolgono la funzione di correttori di bozze e controllori di qualità. Il loro lavoro consiste sia nel correggere i refusi e altri possibili errori presenti nelle traduzioni, sia nel controllare che le traduzioni dei nomi, termini e dialoghi siano coerenti da un episodio all'altro. Purtroppo, anche in questo caso, se il tempo è scarso e il lavoro viene affidato a più persone ci sono maggiori probabilità che il risultato finale non sia impeccabile (Giacomo, 51 anni, sottotitolatore)*

> *Il problema, secondo me, sta nel fatto che si vogliono accelerare i tempi a monte, assegnando i vari episodi di una singola serie a più traduttori. Quindi anziché passare il tempo a fare il nostro lavoro, cioè tradurre, lo passiamo soprattutto a incrociare informazioni (sulla trama, sui nomi dei personaggi o dei luoghi), per mantenere una coerenza interna). E poiché siamo in tanti a lavorare sulla stessa serie dobbiamo trovare soluzioni che accontentino tutti, e anche questo ovviamente toglie del tempo.*

---

24 Valutazioni che però non sempre si rivelano corrette. Una delle serie di maggior successo di Netflix, Squid Game, ha incontrato molte contestazioni proprio perché i sottotitoli non erano coerenti col testo originale e sembra che ciò sia dovuto al fatto che il successo non era atteso e quindi la traduzione è stata trascurata.

Tutto ciò è molto frustrante per vari motivi: sia perché non permette mai di fare un lavoro di cui poter essere pienamente soddisfatti, sia perché l'aspetto creativo del nostro lavoro è totalmente trascurato, siamo sforna-sottotitoli. (Elisa, 33 anni, sottotitolatrice)

La crescente penetrazione delle piattaforme di distribuzione sta alimentando una domanda molto consistente di servizi di traduzione di sottotitoli e di doppiaggio, ma senza favorire una crescita dei compensi, che al momento sono veramente molto bassi.[25] Le piattaforme dedicano un budget davvero limitato a un'attività che è cruciale per la diffusione internazionale dei prodotti e le società di intermediazione se ne ritagliano un margine importante, lasciando ai traduttori le briciole. Sino ad ora non c'è stata una reazione dei lavoratori del settore in Italia, dispersi geograficamente e timorosi di poter essere sostituiti, ma sembrano emergere i primi segnali di organizzazione collettiva.

2.4 In sintesi

Nonostante la domanda di prodotti audiovisivi sia in sensibile aumento tanto nell'intrattenimento, quanto nelle attività di comunicazione e di promozione, il lavoro è crescentemente svalorizzato.

A questa svalorizzazione hanno contribuito le nuove tecnologie digitali, direttamente e indirettamente.

Un'azione indiretta perché, come si è visto nel cap. 1, le tecnologie digitali sono state un prerequisito per lo sviluppo delle piattaforme OTT, i nuovi player giganti che si sono imposti a livello internazionale nella distribuzione video. Le OTT sono velocemente penetrate in Europa e in Italia, dove hanno iniziato anche a produrre, garantendo una sensibile crescita della domanda di prodotti audiovisivi. I lavoratori, tuttavia, non sempre sembrano trarre vantaggio da queste positive evoluzioni del settore. La concorrenza tra nuovi e vecchi attori per offrire prodotti sempre più competitivi ai consumatori finali esercita una pressione sui costi, che penalizza i lavoratori meno tutelati e meno organizzati.

---

25 Nelle commesse con le agenzie, i compensi variano da 3 a 4 dollari circa al minuto. In media, dunque, se occorre una giornata lavorativa di otto ore per tradurre 15-16 minuti di sottotitoli di buona qualità, il guadagno di un professionista varierà da 45 a 65 dollari circa al giorno.

C'è poi un'azione diretta. Le nuove tecnologie hanno reso più accessibili, come costi e come competenze, gli strumenti tecnologici necessari a molte attività di produzione e di post-produzione del settore audiovisivo. La semplificazione delle professioni e la riduzione delle barriere all'ingresso, in concomitanza con il potenziamento delle politiche pubbliche territoriali (Film Commission e fondi regionali) e la diffusione di nuove scuole su tutto il territorio nazionale, hanno favorito una forte crescita dell'offerta, alimentata anche dal fascino che queste professioni esercitano sui giovani.

In sintesi: aumenta la domanda di lavoro ma non il potere contrattuale dei lavoratori, sia perché questi sono frammentati e poco organizzati, sia perché l'offerta riesce a coprire velocemente le richieste del mercato grazie ai tanti giovani, spesso inseriti ancor prima di completare gli studi, che rappresentano un "esercito di riserva" che consente di mantenere o aumentare la pressione sui compensi.

Lo scarso potere negoziale dei lavoratori è evidente anche nel modo in cui è gestita l'introduzione delle nuove tecnologie. Per molte attività la tecnologia permette di ridurre sensibilmente il lavoro, però i vantaggi non sono redistribuiti; al contrario si riducono i margini del lavoratore, a cui vengono imposti ritmi sempre più intensi per riuscire a mantenere inalterato il proprio reddito.

Questa deriva interessa in maniera più intensa le professioni autoriali o creative, dove la ricerca di attività emotivamente soddisfacenti o socialmente desiderabili (che rappresentano forme di compensazione non monetarie) rende tollerabili se non addirittura giustificabili compensi economici irrisori. Anche se questo vuol dire dover fare affidamento sul sostegno familiare o impone un secondo lavoro meglio remunerato.

In questo contesto non stupisce che le problematiche maggiormente evidenziate dai nostri intervistati siano i compensi e il welfare.

La caduta dei compensi viene collegata soprattutto alla svalorizzazione delle competenze e in misura minore allo scarso potere contrattuale nei confronti dei committenti. C'è chi auspica la creazione di un albo che difenda dalla concorrenza degli amatoriali e che aiuti a valorizzare le competenze. Ma sembra prevalere l'accettazione dello status quo o la rassegnazione, e spesso viene dato per scontato che un lavoro che piace possa essere pagato di meno, magari nell'attesa o nella speranza del successo personale (come regista, attore, autore, sceneggiatore...) con cui guadagnare potere in una contrattazione che è essenzialmente individuale.

La debolezza dei compensi rende urgente il rafforzamento del welfare, perché non ci sono margini per affrontare i periodi di non lavoro. Tutti concordano sulla mancanza di tutele, ma sono i meno giovani a sentirne maggiormente l'esigenza. Non c'è molta conoscenza delle protezioni esistenti, è generalizzata la percezione del fatto che sono limitate e che non è facile accedervi, ma solo chi si è trovato nella condizione di avere la necessità di una tutela (e quindi di sperimentare modalità e contenuti delle protezioni esistenti) ne ha una effettiva cognizione.

> *Sembra che ognuno creda di essere l'unico a fare quel lavoro, un mercato atomizzato in cui tempi giusti e diritti sono poco conosciuti. Sembra un "lavoro per ragazzini", come se non dovessi mai invecchiare o avere malattie o avere esigenza di prestazioni previdenziali. (Massimo, 36 anni, tecnico luci nella pubblicità e direttore fotografia per documentari)*

La pandemia ha aumentato la sensibilità alla necessità del welfare perché con il blocco delle attività ha messo a nudo la situazione di debolezza e di scarse protezioni dei lavoratori del settore. Il mondo audiovisivo, in questo, è stato trainato dalle azioni del restante mondo dello spettacolo, in particolare dello spettacolo dal vivo, che è stato il più colpito dal lockdown e che ha spinto per nuovi interventi governativi. E infatti, a fine 2021, sono state approvate nuove misure di welfare per i lavoratori dello spettacolo.

Però il mondo audiovisivo è solo in parte dentro il mondo dello spettacolo, e la parte che ne resta fuori è quella che cresce di più (cap. 6) e che avrebbe maggiori esigenze di tutela (cap. 3).

Intervenire, però, non è facile.

In primo luogo, perché non si intravedono le condizioni per una presa di consapevolezza generalizzata come base per un'ampia coalizione dei lavoratori. Nonostante la pandemia abbia stimolato nuove forme di coalizione, queste restano limitate a ristretti ambiti professionali. C'è sempre l'idea che la propria situazione sia un unicum, che le condizioni lavorative siano "diverse", e quindi anche le proposte e rivendicazioni sono finalizzate a ottenere misure specifiche per la propria categoria. E invece i problemi riscontrati in questo settore rinviano a problematiche più ampie e che interessano in maniera diffusa un po' tutto il lavoro professionale non dipendente, e in particolare quello a elevato contenuto creativo e culturale.

Manca una storia di diritto del lavoro non dipendente e mancano quindi norme di tutela del lavoratore, innanzitutto sui compensi. C'è la difficoltà oggettiva di stimare i compensi orari o giornalieri, perché si è pagati a prestazione: nell'impossibilità di una stima oggettiva, il committente può fare delle stime molto ottimistiche, scaricando sul lavoratore l'onere di rispettarle (e se non le rispetta percepisce di meno perché incapace). Per molte attività mancano parametri per la definizione di compensi congrui e le varie leggi in discussione non sembrano affrontare adeguatamente questo problema. Mancano tutele dei diritti, anche oltre i compensi. Per esempio, si stanno diffondendo clausole di riservatezza che non permettono al lavoratore autonomo di rendere note le sue collaborazioni e in questo modo rafforzare il proprio curriculum e potere di mercato, a vantaggio delle società committenti o di quelle di intermediazione.

In secondo luogo, le difficoltà di intervento aumentano in un contesto che diviene sempre più globale.

Se allarghiamo l'attenzione al mercato internazionale, esiste anche il tema del contrasto ai giganti della tecnologia, abili nel concentrare il loro potere di sfruttamento dal lato del produttore e quindi dei lavoratori, garantendo servizi economici agli utenti.

Il lavoro non dipendente, infine, appare particolarmente esposto al potere di imprese localizzate fuori dai confini nazionali, rispetto alle quali, in mancanza di norme di tutela nazionale, è difficile trovare punti di ancoraggio ad azioni di contrasto.

3. Inquadramento del lavoro audiovisivo: tutele contrattuali e previdenziali

Dalle interviste è emerso un panorama piuttosto articolato delle modalità contrattuali usate per inquadrare e remunerare le attività dei lavoratori del settore audiovisivo, da cui derivano situazioni eterogenee in termini di diritti e tutele.

In gran parte, i lavoratori del settore audiovisivo svolgono attività rientranti nell'elenco che per legge sono inquadrate nel settore dello spettacolo[26], indipendentemente dalla natura del rapporto di lavoro (subordinato nelle sue diverse fattispecie, parasubordinato, autonomo). L'inquadramento nel lavoro dello spettacolo impone l'iscrizione al Fondo pensione lavoratori dello spettacolo - FPLS (ex-Enpals confluita in INPS dal 2011) e garantisce al lavoro autonomo delle tutele che attenuano le tradizionali differenze tra subordinazione e autonomia nei diritti e nell'accesso al welfare.

Le attività dell'audiovisivo escluse dall'elenco che definisce l'obbligo di inquadramento nello spettacolo (vedi nota precedente), se autonome, sono inquadrate al di fuori dello spettacolo, come collaborazioni occasionali o con partita Iva. Per tali attività i diritti sono più limitati e le tutele del welfare differiscono a seconda della cassa di previdenza di riferimento, ma sono comunque inferiori a quelle garantite dal FPLS.

C'è quindi un primo problema di disparità di diritti e tutele tra lavoratori che pure lavorano nello stesso settore.

Il sondaggio e le interviste personali hanno evidenziato un secondo problema relativo al welfare. Nel settore dell'audiovisivo è molto frequente che i lavoratori svolgano in parallelo attività inquadrate nello spettacolo e altre inquadrate fuori dallo spettacolo, con una dispersione della contribuzione su più casse previdenziali che ostacola l'accesso alle indennità.

Per completare il panorama del settore, va infine ricordato che in questo ambito sono frequenti i compensi regolamentati dalla legislazione sul diritto d'autore, che

26 Le diverse figure professionali sono individuate dall'elenco analitico riportato nell'articolo 3 del decreto legislativo del Capo provvisorio dello Stato 16 luglio 1947, n. 708, come modificato dalla legge 29 novembre 1952, n. 2388, e successive modificazioni ed integrazioni.

dovrebbero assumere crescente importanza con lo sviluppo della distribuzione via web.

Con questo capitolo ci siamo proposti di interpretare le problematiche riscontrate nelle diverse attività del settore audiovisivo, considerando in parallelo aspetti normativi, previdenziali e fiscali.

Il primo paragrafo spiega la specificità del lavoro inquadrato nel settore dello spettacolo (d'ora innanzi lavoro dello spettacolo), con particolare attenzione al lavoro autonomo, anche alla luce dei cambiamenti introdotti con il d.l. n. 73/2021, convertito con modificazioni dalla l. n. 106/2021. Il secondo paragrafo si concentra sulle tipologie di attività autonome che, per scarsa chiarezza della normativa o per fenomeni di elusione, sfuggono all'inquadramento nel lavoro dello spettacolo ed evidenzia le differenze nelle tutele rispetto alla prima tipologia. Il terzo paragrafo richiama le problematiche relative alla tutela del diritto d'autore e infine l'ultimo paragrafo contiene alcune riflessioni di sintesi.

3.1 Gli audiovisivi come lavoratori dello spettacolo

"*Il lavoratore autonomo dello spettacolo è per previsione legislativa e prassi costante considerato alla stregua del lavoratore subordinato*" (Senato della repubblica, 2020b) perché si riconosce la peculiarità di attività intrinsecamente discontinue ma allo stesso tempo con un forte grado di eterodirezione, con conseguenze sotto il profilo previdenziale e retributivo, mentre per quanto riguarda l'aspetto fiscale valgono le norme generali.

Il Fondo previdenziale FPLS a cui obbligatoriamente afferiscono i lavoratori dello spettacolo assicura un trattamento contributivo molto simile a lavoratori subordinati e autonomi. Per tutti l'obbligo contributivo e gli adempimenti informativi[27] sono in capo al datore di lavoro o committente, salvo il diritto di rivalsa sulla quota che è a carico del lavoratore.

Le prestazioni sono relativamente ampie anche per i lavoratori autonomi, soprattutto con le modifiche recentemente apportate, al fine di risolvere o mitigare alcune delle

27 Tra questi anche la comunicazione all'INPS di ogni avvio e cessazione di rapporto di lavoro autonomo, obbligo normalmente previsto solo per il lavoro dipendente e parasubordinato.

criticità dei lavoratori del settore, emerse anche nelle interviste. Di seguito i dettagli.

- La **contribuzione previdenziale** ordinaria, a prescindere dalla natura del rapporto di lavoro, è pari al 33% della retribuzione lorda (o compenso), di cui il 23,81% a carico del datore di lavoro (o committente) e il 9,19% a carico del lavoratore (per dettagli, *si veda* Appendice).
- Le **prestazioni** coperte dalla contribuzione alla gestione FPLS sono la pensione, la maternità, la malattia e la disoccupazione. La legge 106/2021[28] ha cambiato molte delle regole del welfare relative agli iscritti al FPLS, ha esteso ai lavoratori autonomi iscritti al FPLS l'obbligatorietà dell'assicurazione INAIL[29] e ha introdotto l'ALAS, un'apposita assicurazione contro la disoccupazione.[30] Il meccanismo dell'ALAS è analogo a quello della NASPI, l'assicurazione contro la disoccupazione a favore dei lavoratori dipendenti, ma con maggiori vincoli di accesso[31] e con minore durata (6 mesi invece di 24). Anche l'ALAS assicura la copertura pensionistica figurativa nei periodi di fruizione dell'indennità.

Dal punto di vista **fiscale** valgono le regole di tutto il lavoro, con la possibilità di aderire a regimi di vantaggio (forfettario) nelle situazioni di lavoro autonomo con partita IVA. Regimi che sono particolarmente favorevoli per chi inizia l'attività.

Per quanto riguarda i compensi, i **contratti collettivi** definiscono i minimi tabellari e le diarie per le trasferte, e assicurano un compenso dignitoso per i diversi livelli di inquadramento ai lavoratori dipendenti a tempo indeterminato e determinato, e nella prassi rappresentano un riferimento anche per i lavoratori autonomi[32].

---

28 L'art. 66 d.l. 25 maggio 2021, n. 73 (decreto sostegni bis), convertito in Legge 23 luglio 2021, n. 106.

29 I lavoratori subordinati iscritti al FPLS erano già assicurati contro gli infortuni e le malattie professionali ai sensi dell'art. 1, comma 3, n. 27, del d.p.r. n. 1124 del 1965.

30 I lavoratori autonomi iscritti al FPLS sono esclusi dall'applicazione della NASPI che si riferisce ai soli lavoratori subordinati, ma non possono accedere neppure alla DISCOLL e all'ISCRO che trovano applicazione rispettivamente per i collaboratori e i professionisti iscritti alla Gestione separata.

31 Si accede se non si è occupati, ovvero se si percepisce un reddito annuo inferiore all'imponibile Irpef art. 13 TU imposte sui redditi (ovvero inferiore alla cosiddetta "no tax area"), che per i dipendenti è attualmente pari a 8.170 euro, mentre per un dipendente è 5.500 euro. Inoltre, non si accede all'ALAS se l'anno prima della disoccupazione il reddito risultava superiore a 35.000 euro. Questo vincolo non esiste per la NASPI.

32 Solo per alcune categorie di lavoratori dello spettacolo, come quello relativo ai teatri (CCNL sottoscritto il 19 aprile del 2018), il contratto contiene un esplicito riferimento ai compensi dei dipendenti.

Nonostante un quadro normativo tutelante, le interviste hanno fatto emergere diversi problemi:

1. Il numero elevato di contratti collettivi (in Appendice i principali) non assicura certezza del diritto. Il sindacato è impegnato a uniformarli e ridurli, ma ci sono resistenze.

   La semplificazione contrattuale è sempre osteggiata dalle controparti datoriali perché sono stakeholder con traiettorie diverse e aderenti a diverse associazioni datoriali, ma anche i lavoratori rappresentati dai sindacati ci tengono alle proprie specificità e dunque anche dalla parte dei lavoratori rappresentati ci sono difficoltà nel voler semplificare (e magari perdere nel calderone delle professionalità le proprie specificità) (Umberto Carretti, sindacalista SLC CGIL Roma).

2. La non remunerazione di tutte le attività effettivamente svolte (fenomeno segnalato come "molto frequente" dal 34% dei rispondenti al sondaggio). Il problema è riconoscere che il compenso non deve riguardare solo il tempo speso sul set ma anche tutto il lavoro svolto prima e dopo. Ma spesso si va oltre e neppure per il tempo "visibile" vengono garantiti dei compensi minimi dignitosi.

   Attualmente lavoro con una produzione indipendente e gli stipendi sono sotto i minimi. Non hanno capitolato RAI o grandi produzioni, c'è più flessibilità, niente contratto, formalmente sono a titolo gratuito (Francesca, 50 anni operatrice e montatrice).

3. Il non raggiungimento dei minimi per accedere alle indennità e il mancato versamento dei contributi da parte dei datori di lavoro.

   Veniamo collocati solo le giornate del set, una minima parte delle giornate di lavoro effettive. Le giornate di collocamento sono ben pagate e coprono anche il lavoro precedente, ma non figurano come lavorate. Solo un regista impegnato in una serie televisiva supera le 100 giornate l'anno! Anche se i versamenti sono elevati, in genere non maturiamo il diritto alle indennità. Non ho avuto la maternità per il secondo figlio (per il primo sì perché lavoravo per Mediaset che inquadrava in maniera più corretta). Se il calcolo fosse basato sui contributi versati avrei potuto raggiungere i minimali, ma la stranezza di un calcolo che richiede un certo numero di giornate mi ha escluso (Manuela, 46 anni, regista).

L'entrata in vigore dell'art. 66 del d.l. n. 73/2021, che ha ridotto il numero di giornate necessarie per accedere alle indennità e ha introdotto l'obbligo di certificazione del versamento contributivo da parte del datore di lavoro[33] dovrebbe contribuire a superare questo problema.

4. L'abuso di contratti a termine e soprattutto di lavoro autonomo, contro cui è impegnato il sindacato.34 Abuso rilevabile soprattutto per alcune figure professionali, come quelle di doppiatori e fonici.

   Il settore è pieno di false partite IVA: succede molto nel doppiaggio e coi fonici, che nel tempo sono stati costretti dai committenti ad aprire la partita IVA. È conveniente solo per il datore di lavoro, mentre per la questione costo è praticamente uguale, ma vengono meno alcuni diritti. Abbiamo fatto notare ad alcuni lavoratori come il contratto a tempo indeterminato – con tutti diritti annessi, welfare e 14 mensilità – fosse una condizione migliore di una partita IVA. Non escludiamo di fare cause pilota per attirare l'attenzione e creare un precedente giuridico (Umberto Carretti, sindacalista SLC CGIL Roma).

---

33 In particolare: a) i contributi giornalieri richiesti per il raggiungimento dell'annualità di contribuzione per la pensione sono stati ridotti da 120 a 90, per la malattia e maternità da 100 a 40. Sono inoltre previsti dei correttivi per chi, pur superando un determinato tetto di reddito, non matura il raggiungimento dell'annualità di contribuzione.
b) Si è introdotto l'obbligo per il datore di lavoro o committente di rilasciare al lavoratore, al termine della prestazione lavorativa, una certificazione attestante l'ammontare della retribuzione giornaliera corrisposta e dei contributi versati. La violazione viene multata con una sanzione amministrativa pari a 10.000 euro e con il divieto di accedere, nell'anno successivo, a benefici, sovvenzioni, contributi o agevolazioni, anche tributarie.

34 A questo proposito è importante il Protocollo per la regolazione del lavoro a tempo determinato e del lavoro autonomo del 2018, siglato da ANICA come parte datoriale e dai sindacati nazionali di categoria rappresentati dai Segretari di SLC CGIL, di FISTel CISL e di UILCOM UIL. Esso pone limiti nell'utilizzo del tempo determinato legato all'impresa committente. I contratti a tempo determinato sono soggetti a limiti quantitativi di utilizzo, nella misura del 25% in media annua dei lavoratori occupati con contratto a tempo indeterminato in forza al 31 dicembre dell'anno precedente. A livello di eventuale contrattazione territoriale, la soglia può essere alzata al 30%. Per quanto riguarda il lavoro autonomo, il protocollo stabilisce dei parametri per individuare le attività effettivamente autonome: un fatturato lordo annuo minimo (33.000 euro), la collaborazione nell'arco dell'anno con almeno tre diverse imprese, e il non aver lavorato per più di 30 settimane consecutive presso lo stesso datore di lavoro.

Ma qual è la convenienza a usare il lavoro autonomo anziché quello dipendente, tenuto conto che i costi contributivi dovrebbero essere analoghi?

Un rapporto di lavoro autonomo può più facilmente sfuggire ad alcune regole, percepite come appesantimenti burocratici, come non stipulare subito un contratto e non provvedere alla comunicazione obbligatoria. Inoltre, esistono maggiori margini per approssimare i tempi di lavoro e forfettizzare i costi, derogando ai vincoli della contrattazione collettiva.

D'altra parte, in seguito alla diffusione di regimi fiscali di vantaggio (prima il regime dei minimi e successivamente la cosiddetta "Flat tax"), anche molti lavoratori hanno preferito aprire la partita IVA per ridurre il carico fiscale. Il fatto, poi, che questi regimi siano particolarmente vantaggiosi per chi avvia l'attività ha favorito la diffusione del lavoro autonomo tra i nuovi entranti, più deboli anche nella contrattazione individuale.

3.2 Gli audiovisivi al di fuori dello spettacolo

Dalle nostre interviste è emerso che molte attività autonome sono svolte come collaborazioni occasionali, collaborazioni coordinate e continuative o sotto forma di attività professionali, con l'iscrizione alla Gestione separata dell'INPS oppure come artigiani (Ditta individuale con iscrizione al registro imprese delle Camere di commercio e alla Gestione artigiani INPS).

Di quali attività si tratta? In primo luogo, di attività che non interessano il settore dello spettacolo, svolte in ambito pubblicitario o nella moda. Ci sono però anche attività che pur interessando il settore dello spettacolo non rientrano nell'elenco della Legge 708/1947 e successive, come ad esempio quelle di autori, di sottotitolatori e di traduttori dei soggetti cinematografici.

In questi casi la scelta di un inquadramento diverso dallo spettacolo sembra derivare da una legislazione non chiara, che va precisandosi con i recenti pronunciamenti della giurisprudenza.

Poi ci sono dei veri propri abusi, crescenti secondo molti dei nostri intervistati.

Spesso, infatti, queste modalità vengono utilizzate anche per attività per cui l'obbligatorietà dell'iscrizione al fondo FPLS è indubbia, in parte per ignoranza o

pigrizia (per evitare adempimenti informativi obbligatori, tra cui la comunicazione obbligatoria all'INPS), ma soprattutto per convenienza economica. La contribuzione alla Gestione separata o alla Gestione artigiani è molto più bassa della FPLS[35] e interamente a carico del lavoratore, e inoltre non ci sono minimi contrattuali di riferimento. Nella collaborazione occasionale il risparmio è ancora più elevato, perché non sono previsti contributi previdenziali fino all'importo di 5.000 euro e in caso di superamento l'imposizione contributiva è limitata alla differenza.

Un'altra differenza della FPLS rispetto alle altre gestioni INPS per lavoratori autonomi riguarda l'assicurazione INAIL, recentemente divenuta obbligatoria solo nel lavoro dello spettacolo (articolo 66 del d.l. 73/2021).

> *L'assicurazione infortuni non sempre è pagata, se il set è piccolo si approfitta del fatto che ci sono pochi controlli. I budget sono inadeguati per poterselo permettere, anche in settori in cui girano tanti soldi, come la moda, dove comunque le situazioni sono molto differenziate. Se la sfilata è di Gucci si rispettano tutti i parametri, ma ci sono centinaia di situazioni in cui i budget sono molto limitati (Giorgio, 47 anni, direttore fotografia e documentarista).*

Non ci sono differenze, invece, sotto il profilo fiscale.
La pluralità di regimi contributivi conduce spesso alla contestuale iscrizione del lavoratore in diverse gestioni (FPLS, Gestione separata e Gestione artigiani) con il rischio di non raggiungere i minimi contributivi in nessun regime e quindi di essere esclusi dalle tutele assistenziali. Per ovviare a questo problema, il D.L. n. 73/2021[36] ha stabilito che:

a. ai fini dell'accesso al diritto alle prestazioni del FPLS i requisiti contributivi devono riferirsi per almeno due terzi a effettive prestazioni lavorative svolte nel settore dello spettacolo;
b. sono obbligatoriamente assoggettate alla contribuzione obbligatoria presso il FPLS anche le attività di insegnamento svolte da lavoratori dello spettacolo anche in ambito non prettamente di spettacolo e le prestazioni svolte per la promozione di un evento o spettacolo o comunque connesse allo stesso obiettivo.

---

35 Contributi alla gestione separata come professionisti sono pari al 26,23%, quelli alla Gestione artigiani al 24%, contro il 36,28% dei lavoratori autonomi del FPLS. Meno conveniente la Gestione separata come collaboratori coordinati e continuativi dove la contribuzione ha raggiunto il 35,03% nel 2022 ed è in capo per i due terzi al committente.

36 Circolare INPS n. 155, 20 ottobre 2021.

È stata una nostra richiesta, è stata soddisfatta parzialmente. I limiti relativi alle caratteristiche degli istituti formativi e scolastici contenuti nella norma consentono un'applicazione residuale dell'estensione della contribuzione al F*PLS. La docenza dei professionisti e artisti del settore avviene normalmente in istituti privati, non riconosciuti nella normativa* (Umberto Carretti, sindacalista SLC CGIL Roma).

3.3 Diritto d'autore e diritti connessi

Molte figure professionali dell'audiovisivo, in aggiunta al compenso direttamente legato all'attività lavorativa (inquadrata con contratto di lavoro autonomo o dipendente), hanno diritto a dei compensi legati:

- allo sfruttamento mediatico dell'immagine a fini pubblicitari, come ad esempio per gli attori;
- al riconoscimento di diritti d'autore, per gli autori dell'opera creativa: autori, sceneggiatori, registi, soggettisti;
- ai diritti connessi al diritto d'autore, a vantaggio di coloro che rendono le opere accessibili e fruibili da parte del pubblico: interpreti, produttori, etc.

I diritti d'autore e i diritti connessi al diritto d'autore sono assoggettati a una tassazione ridotta e, per gli iscritti al FPLS, anche a versamenti contributivi, in capo al datore di lavoro, con diritto di rivalsa per la contribuzione a carico del lavoratore.

I diritti d'autore sono calcolati in maniera diversa a seconda del canale di distribuzione dell'opera:

- Con le emittenti televisive nazionali viene utilizzato uno schema a tariffa in cui il valore del passaggio dell'opera è determinato in base a un valore al minuto articolato su parametri di rete, di fascia oraria e di categoria dell'opera (film, serie, etc). Sussistono valori definiti "antiquati" dagli intervistati, che danno maggior valore al film rispetto alle serie, anche se i parametri stanno cambiando con l'avvento delle OTT.

  Vale meno una serie di 24 episodi invece che un film di 90 minuti (Vincenzo, 40 anni, sceneggiatore).

Nel caso di repliche dovrebbe esserci un compenso aggiuntivo, in base all'articolo 46 bis della legge sul diritto d'autore.[37]

- Per quanto riguarda la diffusione, con le OTT la direttiva dell'Unione Europea 2019/790[38] impone un obbligo di trasparenza e di informazione periodica e una remunerazione adeguata e proporzionata al valore economico effettivo e potenziale dei diritti concessi in licenza o trasferiti, tenendo conto del contributo dell'autore o artista e dello sfruttamento effettivo dell'opera.

Questi meccanismi presentano tuttavia numerose criticità: in particolare, il compenso aggiuntivo spesso non viene versato. Secondo gli intervistati, sono soprattutto Sky e RaiPlay a non pagare. Tra Sky e SIAE c'è un contenzioso in corso.[39]

> *Con le repliche riempiono il resto del palinsesto dei canali satellitari come Rai Play, c'è iper-sfruttamento delle opere senza redistribuire nulla degli utili. RaiPlay non starebbe in piedi se dovesse pagare equo compenso, ma Rai fa così e tiene occupata una frequenza (Vincenzo, 40 anni, sceneggiatore).*

Inoltre, è difficile far osservare l'obbligo di remunerazione adeguata e proporzionata al valore economico effettivo quando non si riesce a far rispettare neppure l'obbligo

---

37 In particolare, in base al comma 2, "Per ciascuna utilizzazione di opere cinematografiche e assimilate diversa da quella prevista nel comma 1 e nell'articolo 18 bis, comma 5, agli autori delle opere stesse spetta un equo compenso a carico di coloro che esercitano i diritti di sfruttamento per ogni distinta utilizzazione economica". Compenso non rinunciabile in base al comma 4.

38 Secondo la direttiva UE 2019/790 sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale, la remunerazione degli autori e degli artisti dovrebbe essere adeguata e proporzionata al valore economico effettivo e potenziale dei diritti concessi in licenza o trasferiti, tenendo conto del contributo dell'autore/artista e dello sfruttamento effettivo dell'opera (Articolo 18), e le controparti contrattuali dovrebbero fornire tutte le informazioni necessarie a quantificare il valore economico di tali diritti (Articolo 19).

39 SIAE ha accusato la piattaforma satellitare Sky di non aver pagato l'equo compenso agli sceneggiatori cinematografici e tv per quattro anni, nonostante l'ampio numero di titoli italiani presenti nella propria offerta. Secondo Sky, tuttavia, l'equo compenso appariva un diritto incostituzionale. Con due ordinanze (Prisco 2018), nel 2018 il tribunale di Milano assegna in pagamento a SIAE circa 3 milioni di euro e respinge le eccezioni di Sky sulla illegittimità dell'articolo 46 bis della legge sul diritto d'autore, ma nel dicembre 2020, in primo grado (Prisco, 2020) Sky vince la causa perché SIAE può raccogliere i compensi solo per i mandanti (agire per conto di tutti è abuso di posizione dominante), di cui deve comunicare i nominativi agli utilizzatori, e SIAE deve restituire quanto precedentemente ricevuto. Si veda Prisco (2018; 2020).

di trasparenza. Il 21 aprile 2021, il *collecting* Artisti 7608[40] ha denunciato[41] il fatto che all'aumento esponenziale della diffusione streaming di opere protette non corrisponde il dovuto riconoscimento dei diritti degli attori e autori, perché una normativa debole di fatto consente alle piattaforme di eludere l'obbligo di completa informazione sugli utilizzi, benché ciò sia previsto dalle normative europee e nazionali (Decreto legislativo 35 del 15 marzo 2017) e così di negare l'equo compenso ad autori e artisti.

> *Ad oggi, non si conoscono i risultati di visualizzazione, quanti click ha una certa opera, perché le piattaforme non diffondono questo tipo di dati (Vincenzo, 40 anni, sceneggiatore).*

3.4 In sintesi

Il lavoro nell'audiovisivo dovrebbe in gran parte ricadere nell'ambito del lavoro dello spettacolo, dove si distinguono tre tipologie: lavoro subordinato a tempo indeterminato, lavoro subordinato a tempo determinato e lavoro autonomo. Come meglio si vedrà nel capitolo 6, il più rilevante in termini di persone occupate è il lavoro dipendente a termine, ma il lavoro a tempo indeterminato è il più importante in termini di ore lavorate.

Prescindendo dall'effetto pandemia, si osserva una diminuzione del lavoro subordinato a tempo indeterminato e un aumento del lavoro a termine e, in misura ancor maggiore, del lavoro autonomo dello spettacolo.

Per tutte queste tipologie è previsto che il datore di lavoro si faccia carico dei due terzi degli oneri contributivi, con un costo complessivamente analogo. In termini di compensi, i contratti collettivi prevedono dei minimi tabellari per i lavoratori dipendenti che rappresentano un riferimento anche per i lavoratori autonomi. In termini di costi e compensi, teoricamente per il datore di lavoro / committente dovrebbe essere neutro ricorrere a una delle tre modalità citate.

---

40 Società di gestione collettiva dei diritti connessi al diritto d'autore, nata dopo la liberalizzazione del mercato dei diritti connessi del 2014, precedentemente affidato in via esclusiva a IMAIE, Istituto mutualistico per la tutela degli artisti interpreti ed esecutori.

41 La conferenza stampa è il comunicato relativo sono consultabili qui: https://www.artisti7607.com/non-e-equo-questo-compenso-conferenza-stampa-artisti-7607/.

Ma non è così.

Il lavoro subordinato a tempo indeterminato è l'unico a garantire tutele ampie e a riconoscere la remunerazione di tutto il tempo dedicato al lavoro, incluse le fasi di progettazione, preparazione e rifinitura.

Con un rapporto a tempo determinato, invece, non tutto il lavoro svolto viene effettivamente riconosciuto: spesso il collocamento riguarda esclusivamente il lavoro visibile, quello sul set, non anche le attività preparatorie o successive, con l'inevitabile effetto di comprimere i compensi e di ostacolare le tutele, che sono proporzionali al numero di giornate lavorate e vincolate al raggiungimento di minimi. Questo non pieno riconoscimento delle attività svolte danneggia soprattutto le professioni autoriali e creative, che dedicano maggiore tempo ed energia a lavori non visibili, svolti fuori dal set, sia prima che dopo.

Ancora maggiori sono i margini per ridurre i costi nel lavoro autonomo, dove i vincoli burocratici sono più elastici, l'applicazione dei contratti collettivi non è scontata, ma al contrario è più semplice attuare una forfetizzazione dei tempi e dei costi, oltre che ritardare i pagamenti.

D'altra parte, l'interesse crescente dei committenti a ricorrere al lavoro autonomo ha spesso incontrato un favorevole orientamento di molti lavoratori, attirati dagli sconti fiscali connessi ai regimi di vantaggio, forse inconsapevoli (soprattutto i più giovani, i più favoriti dai regimi agevolati) della perdita di diritti e di protezioni sociali, in particolar modo per quanto concerne gli ammortizzatori (anche dopo l'introduzione dell'ALAS, che rispetto alla NASPI presenta maggiori vincoli all'accesso ed è meno generosa, benché più costosa).

Non tutte le attività del settore audiovisivo sono inquadrabili nel lavoro dello spettacolo. Molti lavori, anche a causa di una normativa non del tutto chiara, ricadono nella Gestione separata o nella Gestione artigiana dell'INPS e come tali sono meno tutelati (non c'è obbligo Inail, la disoccupazione è per pochi eletti)[42] e i costi contributivi sono interamente a carico dei lavoratori. Sono così inquadrate alcune attività audiovisive realizzate per altri settori (pubblicità, moda, attività per eventi, etc.), e alcune attività accessorie svolte per il settore audiovisivo (per esempio la traduzione di sottotitoli e l'attività degli autori rientrano nella Gestione separata).

---

42 Per i lavoratori autonomi iscritti alla Gestione separata esiste l'ISCRO, che ha condizioni di accesso molto più restrittive rispetto all'ALAS; per gli artigiani non esiste alcuna copertura.

Infine, molte interviste raccontano una "fuga dall'ex_ENPALS" anche per attività per cui l'obbligatorietà di inquadramento nello spettacolo è indubbia e consolidata e segnalano le situazioni in cui ciò avviene più frequentemente:

- Il subappalto a lavoratori con partita IVA iscritti alla Cassa artigiana e quindi trattati come imprese (per esempio è sufficiente una cinepresa di proprietà per "trasformare" un videomaker in una ditta individuale artigiana);
- Il subappalto a service esterni, molto diffuso nelle produzioni televisive, che a loro volta incaricano professionisti con partita IVA;
- L'incarico da parte di una persona fisica (per esempio nella realizzazione di un videoclip, dove l'artista, bypassando la casa di produzione, spesso si rivolge direttamente al professionista) o da parte di un'associazione;

Film d'autore e documentari, caratterizzati da bassissimi budget, in cui si accettano condizioni contrattuali non corrette e compensi bassi perché sono attività che rispondono a obiettivi di realizzazione personale:

> *C'è auto-sfruttamento, prestazioni volontarie, budget bassi, informalità, giri di amicizie "artistiche" (Massimo, 36 anni, tecnico luci e direttore fotografia).*

- Creazione di contenuti social, che rappresenta un ambito poco regolamentato.

Le professionalità autoriali dell'audiovisivo hanno inoltre diritto a compensi aggiuntivi legati allo sfruttamento dei diritti d'autore e di diritti connessi al diritto d'autore. Un ambito che, con la crescita della distribuzione televisiva e via web, potrebbe consentire un importante reddito aggiuntivo. Tuttavia, da una parte ci sono difficoltà nella definizione di un congruo compenso, soprattutto con riferimento alle produzioni in serie. Dall'altra parte gli strumenti legislativi esistenti, spesso recenti, non sono stati in grado di garantire l'effettivo riconoscimento dei diritti degli autori e attori per le repliche sulle tv in chiaro, né la necessaria trasparenza dei dati di visualizzazione delle opere on demand.

I lavoratori del settore audiovisivo devono al web una parte importante della crescita della propria attività, ma scontano la sua scarsa regolamentazione in termini di contratti e di compensi.

Appendice

Contratti collettivi del settore audiovisivo (lavoro subordinato e lavoro autonomo)

Con riferimento all'industria cineaudiovisiva, attualmente i contratti del settore sono:

- CCNL cineaudiovisivo Anica - Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil (per i dipendenti delle società tecniche di produzione e post-produzione);
- CCNL troupe Anica - Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil (per i dipendenti con contratto t.d. della produzione cine-audiovisiva);
- CCNL generici Anica - Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil (per i generici dipendenti operanti sul set di ripresa cine-teleaudiovisiva, web, multimedia);
- CCNL doppiaggio Anica - Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil (per i lavoratori autonomi del doppiaggio);
- CCNL esercizi cinematografici Anec, Anem - Anica - Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil;
- CCNL scritturati, Fondazione Arte Teatrale *et al.* – Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil (per il personale artistico, tecnico, amministrativo scritturato dai Teatri);
- È inoltre avviata la discussione per un CCNL attori e stuntman del cineaudiovisivo (per lo spettacolo dal vivo è già previsto).

Per quanto riguarda le figure regolate dai CCNL sopra citati per dipendenti e autonomi audiovisivo, sono previsti 10 livelli e, al 1.1.2020, i compensi vanno da un minimo di 1.197,74 euro mensili per il livello 1 a un massimo di 2.265,37 per il livello 7S.

Tutele previdenziali e oneri contributivi nello spettacolo

In particolare, il contributo base (33%) è calcolato sulla retribuzione giornaliera con riferimento ad appositi massimali, variabili a seconda dell'anzianità assicurativa del lavoratore. A essa va aggiunta la contribuzione per maternità, malattia, etc., come da schema successivo, che mostra come per i dipendenti a tempo determinato ci sia una maggiorazione per la NASPI, mentre per gli autonomi i versamenti siano più bassi, ma l'introduzione dell'ALAS (l'assicurazione per la disoccupazione involontaria dei lavoratori autonomi dello spettacolo), e delle altre nuove misure approvate nel 2021 comporta un aumento della contribuzione (2%) rispetto a quanto indicato nella tavola successiva). In sostanza con l'introduzione di ALAS i costi dovrebbero essere analoghi.

Tutela previdenziale	**Dip.te tempo Indeterminato (%)**	**Dip.te tempo determinato (%)**	**Lavoratore autonomo (%)**
Invalidità, vecchiaia e superstiti (IVS)	33	33	33
Assegni familiari	0,68*	0,68*	—-
Maternità	0,46	0,46	0,00**
Malattia	2,22	2,22	1,28***
Fondo garanzia TFR	0,2	0,2	—-
NASPI contributo base	1,31	1,31	—-
NASPI contributo integrativo	0,3	0,3	—-
NASPI contributo addizionale	—-	1,40****	—-
Fondo int.vo di solidarietà (< 5 dip.ti)	0,45	0,45	—-
TOTALE	38,62	40,02	34,28
- di cui a carico del datore di lavoro	29,28	30,68	25,09
- di cui a carico del lavoratore	9,34	9,34	9,19

** L'aliquota del 2,48% con l'esonero di cui alle leggi n. 388/2000 (0,80%) e n. 266/2005 (1%) si riduce allo 0,68% (2,48-1,80=0,68).*

***Con l'esonero di cui alle leggi n. 388/2000 (0,40% non essendo prevista la contribuzione ex CUAF) e n. 266/2005 (1%), l'aliquota della maternità pari allo 0,46% si azzera (0,46-0,46=0) e l'aliquota della malattia 2,22% si riduce all'1,28% (2,22-0,94=1,28).*

****Il contributo addizionale non è dovuto nel caso di rapporto di lavoro inerente lo svolgimento di attività stagionali aventi i requisiti di cui al D.P.R. n. 1525/1963.*

Fonte: Audizione dell'INPS presso la commissione lavoro del Senato, 18 maggio 2021, con successivi aggiornamenti al 2020 in base a dati INPS.

4. Il mercato dell'editoria libraria

Nota metodologica

I due capitoli sull'editoria libraria sono il frutto di tre anni di indagine sul settore portata avanti da Acta e Redacta a cui, a partire da ottobre 2021, si è unito un lavoro specifico per questa ricerca.

Fino a ottobre 2021 le modalità principali dell'inchiesta sono state:

- Interviste individuali, circa quaranta, a professionisti del settore con esperienza e ruoli diversi.
- Un sondaggio anonimo online per raccogliere indicazioni su redditi, condizioni di lavoro e compensi proposti dalle aziende a cui, tra la fine del 2019 e l'inizio del 2020, hanno risposto 290 lavoratori dell'editoria libraria. I riferimenti del report completo del sondaggio si possono trovare in bibliografia.
- Incontri-confronti con professionisti del settore a Milano, Roma e Bologna, svolti in presenza e, quando l'emergenza sanitaria l'ha reso necessario, in videochiamata. Tra aprile del 2019 e ottobre 2021 queste riunioni sono state circa venti.
- Analisi desk del settore, svolta su dati ISTAT e AIE. Parte dei risultati di questa prima fase di inchiesta sono stati pubblicati nel capitolo "Freelance nell'editoria libraria in Italia", nel volume Il tassello mancante. L'intervento organizzativo come leva strategica per la transizione tecnologica, e nell'articolo "I freelance editoriali a Milano: una vita sempre più agra" sul Giornale di diritto del lavoro e delle relazioni industriali. Entrambi i contributi sono stati pubblicati nel 2021 e sono a cura di Anna Soru e Mattia Cavani; per i riferimenti completi si rinvia alla bibliografia generale. Nel lavoro per la presente ricerca il confronto con il settore audiovisivo ha suggerito focus tematici nuovi e ha portato ad allargare la cassetta degli attrezzi metodologica:
- Una nuova analisi desk, basata su osservatori europei e italiani, ricerche di settore e fonti giornalistiche, ha permesso di ricostruire il quadro delle evoluzioni dell'editoria libraria, con particolare attenzione al modello economico dell'ambito della varia e dell'impatto della digitalizzazione e delle OTT sul settore (cap. IV). Al fine di mantenere l'analisi compatta e coerente abbiamo deciso di limitarci a qualche accenno all'ambito della scolastica, che ha peculiarità proprie rispetto ai focus specifici dell'indagine.

- Dieci ulteriori interviste a professionisti del settore. In questa occasione ci si è concentrati su figure dirigenziali e testimoni esperti in grado di esprimere compiutamente il punto di vista delle imprese e descrivere le eventuali differenze fra il contesto lombardo e quello veneto. Informazioni e analisi che hanno arricchito il resoconto sulle evoluzioni e la rilevanza del lavoro autonomo ad alta qualifica nel settore (cap. V).
- Un'analisi dei dati quantitativi (cap. VI) derivati dalle fonti statistiche disponibili (ISTAT - Indagine sulle forze lavoro, e ASIA-ISTAT), per fornire un'indicazione di massima dell'occupazione nell'editoria e del peso relativo della Lombardia e Veneto all'interno del contesto italiano.

Nel frattempo il lavoro di inchiesta e rappresentanza di Redacta è andato avanti, allargando e rafforzando la rete di incontri-confronti periodici con i professionisti del settore a Torino e Roma. Complessivamente, tra ottobre 2021 e febbraio 2022, sono state organizzate altre quindici riunioni di questo tipo, svolte prevalentemente in presenza.

4.1 Crisi ricorrenti

Nel 2009, un paio d'anni dopo l'entrata in commercio degli e-book, venne pubblicato un saggetto in forma di dialogo tra Jean-Claude Carrière e Umberto Eco intitolato *Non sperate di liberarvi dei libri* che conteneva questa citazione: "Il libro è come il cucchiaio, il martello, la ruota, le forbici. Una volta che li avete inventati, non potete fare di meglio".

All'epoca molti davano per scontato che il libro sarebbe stato "superato" nel giro di qualche decennio; nel 2021 possiamo dire che i libri, come i cucchiai, resistono.

Tuttavia, anche se l'oggetto libro è sostanzialmente immutato da centinaia di anni, è innegabile che nell'ultimo trentennio i processi di produzione, distribuzione e i modelli di fruizione dei consumatori abbiano visto innovazioni incrementali e tentativi di modernizzazione più distruttivi.

L'avvento della digitalizzazione ha avuto conseguenze meno evidenti che sul mercato dell'audiovisivo e i suoi prodotti, ma ha cambiato l'organizzazione del lavoro, i profili professionali e messo in crisi i modelli economici delle aziende editoriali.

Emblematica dell'impatto del capitalismo delle piattaforme sul settore è la storia di Amazon, oggi la quinta azienda per capitalizzazione al mondo, che nel 1995 ha aperto i battenti vendendo libri online.

L'e-commerce ha ridotto il potere oligopolistico dei grandi gruppi editoriali, focalizzati sul canale distributivo delle librerie tradizionali, e ha rapidamente accumulato un potere negoziale notevole rispetto agli editori più piccoli, che ha paradossalmente rilanciato.

A questa sfida bisogna aggiungere quella dei nuovi prodotti digitali, ebook e audiolibro. In questo ambito Audible (proprietà Amazon) e Storytel si sono inserite come vere e proprie OTT in grado di spiazzare la concorrenza con modelli di fruizione nuovi per i consumatori di libri: abbonamenti che danno l'accesso a cataloghi sterminati.

A differenza che nell'audiovisivo, nell'editoria non si è formato un oligopolio tra le piattaforme che sono entrate nel settore, ma Amazon ha di fatto monopolizzato le innovazioni più distruttive i cui effetti sono stati intensificati dalla pandemia 2020-2021. Non colpisce, dunque, che le previsioni apocalittiche siano tornate tra noi.

4.2 Editori e libri in Italia

Al culmine dei "dieci anni di Sessantotto" italiani alcuni protagonisti del fiorire di produzioni editoriali indipendenti dell'epoca raccoglievano per la prima volta alcuni dati quantitativi sull'editoria italiana. A rileggere oggi il rapporto curato da Index (1979) incuriosisce l'importanza attribuita a pratiche commerciali che sembrano vecchie di millenni, come le vendite rateali (che valevano il 50% del fatturato "non scolastico"), ma anche la persistenza di alcune caratteristiche strutturali del settore, come la divisione fra un gruppo di editori oligopolistici e verticalmente integrati che si spartiscono la maggior parte del mercato, e un grande numero di editori medio-piccoli che competono per quello che rimane dovendo comunque cedere buona parte dei ricavi alla distribuzione.[43]

43 "Rimane da indicare uno degli effetti più perversi del meccanismo oligopolistico nei confronti dell'editoria minore. Il potenziale produttivo e distributivo spinge i grandi gruppi a saturare la domanda riducendo anche fisicamente lo spazio di mercato degli editori di minore dimensione [che] a loro volta, tendono a sovradimensionare la propria produzione sia per contrastare gli effetti di saturazione prodotti dall'oligopolio sia per raggiungere soglie quantitative tali da forzare le strozzature del circuito distributivo", (ivi, p. 11).

Oggi, la torta da spartire è molto più grande: secondo l'Associazione Italiana Editori (AIE) nel 2019 valeva 3,037 miliardi di euro (AIE, 2020), il secondo mercato d'intrattenimento dopo la pay tv (al netto dei ricavi pubblicitari). Pur limitato dalle barriere dell'italofonia, a cui non devono sottostare i principali concorrenti internazionali dei gruppi italiani, è ancora un mercato affollato e caratterizzato da grandi concentrazioni, come indicato dagli ultimi dati ISTAT (2021) disponibili:

Nel 2019, nella produzione di libri in Italia sono 1.706 le imprese e le istituzioni che svolgono come principale la pubblicazione di libri. Il 53% (considerando il volume complessivo della produzione editoriale in termini di quantità di copie stampate nell'anno di riferimento) di queste sono definibili "micro-editori" (hanno stampato non più di 5.000 copie), il 38,1% piccoli editori (tiratura massima di 100.000 copie), il 6,8% medi editori (tiratura non superiore a un milione di copie), il 2,1% grandi editori (hanno pubblicato titoli per una tiratura superiore a un milione di copie).

Quarant'anni dopo le prime indagini sul settore la capacità di saturare l'offerta dei grandi editori risulta ancora decisiva per stabilire i perimetri di mercato. Secondo GFK, nel 2019 i primi quattro gruppi editoriali (Mondadori, GeMS, Giunti e Feltrinelli) valevano il 55,7% delle copie vendute. Anche il resto delle vendite è diviso in maniera estremamente diseguale, tanto che appena il 3,42% degli editori copre il 93,3% delle copie vendute (Ranfa, 2020, p. 140).

Ancora oggi, il nodo della distribuzione alle librerie è cruciale: i primi quattro gruppi la gestiscono in proprio, mentre la maggioranza degli altri la affida ai grandi. Messaggerie (parte del gruppo GeMS) controlla il 40% del mercato distributivo, seguita da Mondadori con una quota poco inferiore. Fastbook, controllato da Messaggerie, vale oltre il 50% del mercato dei grossisti, a cui si rivolgono le librerie più piccole (ivi, p. 136). Nella logistica la parte del leone la fa C&M Logistics, una joint venture fra Ceva Logistics (che ha l'appalto di Mondadori) e Messaggerie, la quale gestisce la Città del Libro, il magazzino editoriale in provincia di Pavia dove passa la maggior parte dei libri italiani.

Questo quadro è frutto di fusioni sia nell'ambito produttivo che in quello distributivo,[44]

---

44 Alcuni esempi: i marchi Mondadori comprendono Einaudi, Piemme, Sperling & Kupfer, Electa, Rizzoli, Fabbri, Frassinelli; mentre GeMS conta, tra gli altri, su Salani, Ponte alle Grazie, Vallardi, Bollati Boringhieri, Newton Compton, Chiarelettere, Garzanti, Corbaccio, Longanesi, Guanda. A novembre 2021, Mondadori ha preso il controllo di Ali, il quarto distributore di libri, Libromania S.r.l. importante attore della promozione, e DeA Planeta Libri S.r.l (che completa l'acquisizione di De Agostini iniziata qualche mese prima con la divisione educational). Nell'ambito distributivo l'assetto attuale è figlio del passaggio di PDE da Feltrinelli e Messaggerie.

un livello di concentrazione che non ha eguali in Europa (Zolotti, 2019), anche se la ricerca di economie di scala e il rafforzamento dei cataloghi attraverso M&A è una tendenza di lungo periodo che riguarda anche l'editoria americana e che non sembra essere dipendente dall'andamento economico del settore (Lamb, 2020).

Sembra plausibile che, in Italia, la progressiva concentrazione nei vari ambiti della filiera (comprese le catene di librerie) abbia funzionato come un meccanismo auto-rinforzante, in difesa di margini messi in pericolo dalla forza negoziale delle controparti. La crescente rilevanza di un attore come Amazon continua a costituire un incentivo in questo senso ma, come vedremo, al momento, non sembra spingere verso nuovi modelli economici, che vadano oltre la mera difesa del potere di mercato.

La concentrazione del settore è anche territoriale, nell'area metropolitana di Milano hanno sede tre dei quattro gruppi editoriali più importanti (Mondadori, GeMS e Feltrinelli), mentre la maggior parte degli stampatori è concentrato tra il Veneto – si stima che Grafica Veneta di Trebaseleghe (Pd) controlli il 60% del mercato italiano (Crema, 2021) – e la Provincia autonoma di Trento, in particolare nella zona industriale di Lavis, vicino al capoluogo.

4.3 Il modello economico[45]

L'editoria è un settore a bassa marginalità e alto rischio dove molti libri rimangono invenduti.

Fino alla frenata del 2020 il numero di titoli pubblicati è cresciuto costantemente, arrivando, secondo ISTAT, a un massimo di 86.475 nel 2019. Sembra controintuitivo, ma c'è una correlazione inversa tra copie stampate e la percentuale di invenduto: per ISTAT se il 22,1% degli editori dichiara giacenza o reso per oltre metà dei titoli pubblicati, la percentuale è pari a 26% per i micro-editori, 17,6% per i piccoli, il 6,9% per i medi e il 5,8% per i grandi.

Per gli editori l'invenduto non rappresenta solo una perdita, ma anche un costo, dato che i distributori addebitano ogni passaggio da un magazzino all'altro, oltre alla giacenza stessa. Chi riesce a gestire la propria distribuzione e, nel caso di Messaggerie-GeMS, quella della maggioranza degli altri medio-piccoli, nel sistema attuale è in una posizione di sicuro vantaggio.

45 *Abbiamo dato una descrizione più esaustiva del modello economico in Cavani, Soru (2021).*

Sul prezzo di copertina infatti la distribuzione pesa circa il 60%, a cui si sommano i costi di stampa, i costi redazionali, il design della copertina, il marketing e i diritti d'autore. Alla fine, i margini sono notevolmente bassi – tra i grandi editori americani è considerata sana un'azienda che sta intorno al 10% (Lamb, 2020) – , molti titoli non ripagano i costi e i risultati sono in perdita.

> *Chi guadagna tanto guadagna il 10/12% e ci riesce avendo una grande massa di titoli. I margini sono proporzionali alla dimensione dell'azienda (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).*

La sovrapproduzione è dunque in parte figlia della necessità di ridurre il rischio tentando di trovare libri di successo che consentano di compensare quelli che non vendono.

La situazione finanziaria delle case editrici medio-piccole rende più difficile sopravvivere al flop di un libro e investire nel marketing, cruciale per orientare il lettore in un mercato estremamente ampio. Questa debolezza finanziaria, unitamente al meccanismo delle rese, innesca un circolo vizioso che porta alla proliferazione dei titoli anche nelle realtà editoriali più piccole, che teoricamente vorrebbero essere selettive.[46]

La capacità finanziaria delle imprese è importante anche per portare avanti la principale strategia di riduzione del rischio: garantire anticipi consistenti per aggiudicarsi i diritti di sfruttamento economico di autori di successo. Gli editori medio-piccoli sono di fatto esclusi dalla maggior parte delle aste e, con meno risorse, devono puntare sulla cura di nicchie o sulla "creazione di libri in casa".

4.3.1 Digitalizzazione e nuovi modelli organizzativi

L'impatto della digitalizzazione sul settore, come vedremo nel dettaglio parlando del lavoro, è stato molto rilevante.

La riduzione delle tirature possibile con la stampa digitale e i miglioramenti della catena logistica hanno reso la distribuzione controllata dai grandi gruppi più efficiente. Tuttavia, per quanto riguarda le vendite, il rafforzamento dell'e-commerce ha portato a una parallela crescita della quota di mercato dei medi e piccoli editori che è passata dal 39,5% del 2011 al 47,5% del 2019, al 50,9% del 2020, fino a toccare il 54,1% tra gennaio e marzo 2021 (Zanetti, 2021).

---

46 Questo meccanismo è spiegato estesamente da Tombolini (2017) e Giammarco (2020).

È finito il tempo in cui gli editori inondavano i librai di copie. Loro hanno problemi finanziari enormi e anche per gli editori non ha senso. *I nuovi meccanismi di stampa consentono di tirare meno copie possibili abbattendo i costi di magazzino. Per merito dei distributori tutta la macchina è più efficiente* (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).

La proliferazione della comunicazione digitale ha aperto nuovi canali e abbassato le barriere d'accesso per la promozione, mentre un prodotto come l'ebook, basandosi su un testo i cui costi sono caricati interamente sulla versione cartacea, ha "democratizzato la marginalità".

Il digitale ha anche allargato l'ambito dell'autopubblicazione: Wattpad (che ha la struttura di un social network) e Amazon Kindle Direct Publishing consentono agli utenti di pubblicare direttamente in formato digitale, senza passare da un editore. In teoria la proposta è allettante: Amazon offre il 70% di royalties (contro il 5-8% tipico per un esordiente, a cui un editore tradizionale può offrire anche un anticipo) oltre a tutta una serie di servizi redazionali pagabili à la carte. Nonostante questo ulteriore tentativo di disintermediazione, al momento Amazon come editore non è riuscito ad attirare grandi firme, ma questo segmento muove comunque volumi importanti di testi seriali di genere (spesso derivativi) venduti a basso costo da cui, a volte, emergono autori capaci di scrivere best seller.[47]

Una strategia che rimane rilevante nel settore è la conoscenza di nicchie di mercato molto specifiche. Oggi questa può essere fatta valere, per esempio, per creare software per la diagnostica rivolti agli psicologi (sviluppati da grandi editori come Giunti e da medi come Cortina). Una conoscenza profonda dell'ambito di riferimento (sia per quanto riguarda i contenuti, sia per i clienti individuali e, soprattutto, istituzionali) e il controllo dei diritti per i testi più rilevanti per una determinata disciplina possono così essere valorizzati in prodotti che non assomigliano più tanto ai libri, ma che al momento forniscono una buona marginalità. Esperimenti in questa direzione, anche se meno eccentrici, si possono vedere da anni nell'editoria scolastica, altra "grande nicchia" che ha da sempre risultati migliori dell'editoria varia. Probabilmente i minori rischi connessi a questo ambito hanno favorito negli anni investimenti di lungo periodo in tecnologia.[48]

---

47 *Il caso più celebre è quello di Cinquanta sfumature di grigio di E. L. James – 125 milioni di copie vendute in tutto il mondo e quasi 600 milioni di dollari di incassi per l'adattamento cinematografico – nato come fanfiction di Twilight. Su questo ambito si veda Gazoia (2014).*

48 *Con la didattica a distanza sono entrati nella scuola italiana colossi come Google, Amazon e*

4.3.2 La pandemia come acceleratore?

Sia in editoria che nell'audiovisivo, la pandemia sembra aver accelerato l'adozione di innovazioni digitali capaci di cambiare gli equilibri nel settore.

I primi dati sull'andamento dell'editoria libraria in Italia nel 2020 sono positivi. Il fatturato complessivo è cresciuto del 2,4%, un dato che comprende anche ebook e audiolibri, senza i quali il settore avrebbe stagnato allo 0,3%. Tra il 2019 e il 2020 le vendite a valore degli ebook sono cresciute del 37% e quelle degli audiolibri del 94%, insieme questi due prodotti hanno rappresentato il 7,4% del valore complessivo dell'editoria varia (AIE, 2021). I periodi di chiusura delle librerie potrebbero aver accelerato l'adozione di nuovi comportamenti di consumo, più immediati, digitali e basati su abbonamenti che danno l'accesso a tutto un catalogo di contenuti. Un'altra spinta verso una più massiccia digitalizzazione dei prodotti editoriali sembra poter arrivare anche in conseguenza dei problemi di approvvigionamento che stanno colpendo la filiera internazionale della carta (Ft reporters, 2022).

Tornando ai libri cartacei, secondo la Federazione degli editori europea (FEE, 2021), la forza della rete dell'e-commerce è uno dei fattori decisivi per spiegare le marcate differenze nell'andamento dei mercati continentali nel 2020. Rilevanti sono state anche le politiche pubbliche. A seconda dei paesi i libri sono stati considerati o meno beni essenziali, e dunque le librerie hanno ottenuto delle deroghe alle chiusure che hanno consentito al settore di andare meglio. L'apertura o meno nel periodo natalizio (da sempre importantissimo per i bilanci editoriali) è stata decisiva.

Nel rapporto della FEE si mette in luce anche la decisione del governo italiano di finanziare il settore con acquisti straordinari delle biblioteche e aiuti diretti alle librerie e alle piccole case editrici.

I primi dati sul settore nel 2021 sono incoraggianti sia oltreoceano (Milliot, 2021), che in Italia (AIE, 2021b), dove i grandi gruppi hanno ridotto la loro quota di mercato.

> *Nel lockdown gli editori piccoli sono andati bene perché Amazon è più "democratico" delle librerie di catena e perché sono stati prodotti più ebook. I grandi si sono visti chiudere le librerie e sono andati peggio. In questo senso la pandemica ha "democratizzato". Non è un caso che il mercato sia in grande crescita. In ogni caso è un sistema fragile, chi detiene il controllo del retail strozza gli editori medio-piccoli (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).*

Microsoft, il cui impatto sull'editoria scolastica al momento è difficile da valutare.

Basandosi sui primi dati si può ipotizzare che, pur limitando alcuni modi tradizionali di fare editoria – in particolare per quanto riguarda la promozione, fiere e presentazioni in presenza sono state ridotte al minimo –, il 2020 ha spinto il settore verso modelli produttivi e abitudini di consumo e marketing diversi che hanno il potenziale di migliorarne il risultato complessivo e la redditività.

Anche se la torta si è allargata è chiaro che il ruolo di uno specifico commensale è diventato sempre più importante.

> *Nell'e-commerce, Amazon ha cambiato e accelerato le abitudini di acquisto online, una cosa che Ibs [il principale competitor di Amazon sull'e-commerce, controllato dal gruppo GeMS NdR] non è mai riuscita a fare. In ogni caso solo in Brasile Amazon ha un peso maggiore sulle vendite (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).*

4.4 Editori vs piattaforme

L'articolo di Index che abbiamo citato all'inizio del capitolo si conclude con queste parole un tantino altisonanti: "La lotta tra la tradizione e l'innovazione che è il principio di sviluppo interno della cultura delle società storiche, non può essere continuata che attraverso la vittoria permanente dell'innovazione" (Index, 1979). In sostanza, alla fine degli anni Settanta, le parti del movimento che avevano fondato case editrici e costruito il primo distributore nazionale di libri (Punti Rossi) vedevano nelle barriere oligopolistiche di accesso al mercato editoriale un blocco all'innovazione portato dai loro prodotti e dalle loro pratiche.

A quarant'anni di distanza possiamo dire che l'innovazione sta rivoluzionando il settore editoriale, ma ad avere la volontà e la forza di imporla è stata Amazon.

4.4.1 Una sola libreria?

Già prima dell'esplosione delle vendite in pandemia, l'e-commerce aveva offerto una visibilità inedita ai piccoli e medi editori. Non essendoci scaffali fisici da occupare, le dinamiche della visibilità dei libri sono cambiate radicalmente. Data la scarsa rilevanza dei competitor di Amazon sull'e-commerce, questa importante novità è stata accompagnata dall'emersione di quest'ultimo come canale imprescindibile per accedere al mercato e dunque capace di imporre condizioni molto dure agli editori medio piccoli. L'unico editore di una certa rilevanza che ha deciso di tagliare i ponti da Amazon è E/O (Il Post, 2017). D'altra parta, il colosso di Seattle ha dimostrato di

non temere di far valere la propria forza commerciale anche con uno degli editori più importanti al mondo: Hachette. Mc Cann (2018) racconta bene questa disputa sugli sconti in cui Amazon non ha risparmiato colpi bassi come ritardare le consegne, aumentare i prezzi e indirizzare i clienti verso altri prodotti.

> *La sopravvivenza del settore come lo conosciamo è determinata dalla sopravvivenza del canale della distribuzione fisica, altrimenti ci ritroviamo in uno scenario distopico, tipo Blade Runner (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).*

L'esistenza di una rete di librerie fisiche (non solo di catena) è cruciale per difendere il modello economico dei principali editori/distributori. Alla luce di questo è possibile interpretare la sollecitudine con cui, nel pieno della pandemia 2020, AIE ha spinto il governo a prevedere politiche al sostegno delle librerie. È plausibile inserire questi provvedimenti nella trafila delle cosiddette "Leggi Anti-Amazon", che hanno avuto precedenti in altri importanti mercati europei come Francia, Germania e Spagna,[49] che hanno ridotto progressivamente lo sconto sui libri applicabile al consumatore (nel 2011 la Legge che ha visto come primo firmatario Riccardo Levi – allora parlamentare del Partito democratico, oggi presidente AIE – lo limitava al 15%, dal 2020 lo sconto massimo è il 5%). Provvedimenti che mirano a ridurre l'impatto di quell'alleanza tra piattaforme e consumatori evidenziato da Rahman e Thelen (2019) ma che, lasciando alla libera contrattazione gli sconti accordati ai vari rami della filiera, hanno lasciato intatti i rapporti di forza tra gli operatori.

In ogni caso, per quanto riguarda i grandi editori/distributori il rischio esistenziale di Amazon rischia di essere gonfiato. Al momento i libri venduti sull'e-commerce passano comunque dai magazzini controllati dai grandi distributori (come la Città del Libro) di cui Amazon è cliente, anche se il recente tentativo di entrare nel mercato dei grossisti è visto da alcuni come la prova generale per prendere un ruolo di primo piano in tutta la distribuzione (Bicci, 2018).

> *Credo che il cambiamento vero nei rapporti di forza ci sarà quando Amazon deciderà di usare tutto il suo potere negoziale sugli sconti. Ma potrebbe provocare una vera e propria reazione politica (Antonio, circa 50 anni, publisher).*

---

49 La legge tedesca sugli sconti è la più recente e risale al 2002, dunque in questi casi non si può dire che Amazon sia stato la causa scatenante dei provvedimenti, come in Italia. Si veda Piccoli Nardelli (2018).

4.4.2 Il valore del catalogo

Come evidente dall'acquisizione di una major cinematografica come MGM da parte di Amazon, le OTT, più che alle piattaforme distributive – che tendono a creare "in proprio" – sono interessate ai cataloghi di cui le case di produzione dell'industria culturale detengono i diritti.

Nel settore editoriale questo interesse riguarda soprattutto i diritti secondari per adattamenti audiovisivi e per le versioni audiobook dei libri.

> *Gli audiobook, ce lo insegna l'esperienza americana, hanno le potenzialità di coprire i costi di produzione, che per gli standard del settore sono molto alti (circa 5-6000 euro). Gli altri mercati ci suggeriscono anche che è un modo per raggiungere nuovi lettori. I retailer stanno cercando di spezzare l'unicità dei diritti. La concorrenza non è tra editori, ma tra editori e OTT (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).*

Se fino a poco tempo fa era prassi comune che l'autore di un libro cedesse tutti i diritti di sfruttamento della propria opera con un singolo contratto di edizione, oggi non è più così. Audible, Storytel e Google sono in grado di fornire forti incentivi per garantirsi la versione audio di un libro senza dover trattare con l'editore, che si ritrova con risorse limitate per evitare questa "disintermediazione".[50]

> *Una tendenza degli ultimi anni è la comparsa di intermediari tra la casa editrice e la piattaforma audio: Emons ha aperto la via, ma ce ne sono altre più piccole che agiscono come un service e producono il file dell'audiolibro. Nel nostro gruppo [un grande editore italiano, NdR] si sta cominciando a pensare di avere persone che si occupano dell'acquisizione dei diritti secondari per versioni audio e cinematografiche. Una sorta di tesoretto per vendere direttamente i diritti a, per esempio, la casa di produzione dell'adattamento cinematografico, tagliando fuori l'agente. Non saranno i budget di Hollywood, ma per un editore possono fare la differenza. (Luca, circa 40 anni, editor)*

Per gli ebook il discorso è diverso: i diritti sull'edizione digitale di un libro vengono quasi sempre associati a quelli dell'edizione fisica.

---

50 Per semplificare non abbiamo parlato delle agenzie letterarie, che sono sempre più grandi e concentrate e fanno anche loro accordi con Amazon.

Da questo punto di vista, per gli editori risulta molto insidioso il modello di fruizione offerto dalle OTT. Per gli audiolibri (e per gli ebook inseriti nel programma Kindle Unlimited di Amazon) le OTT offrono all'utente l'accesso a tutto il catalogo dietro il pagamento di un abbonamento mensile, lo stesso modello di Netflix e Spotify. Dunque il loro obiettivo è accumulare un catalogo più ampio e rilevante possibile per aumentare il numero di abbonati. Nelle nostre interviste abbiamo raccolto testimonianze di alcuni medi editori a cui una di queste OTT ha offerto centinaia di migliaia di euro per avere i diritti degli audiolibri di tutto il catalogo. Si tratta, tecnicamente, di anticipi sulle royalties che vengono contabilizzate in base ai secondi di ascolto effettivi degli utenti, un modello di remunerazione dei detentori dei diritti inedito. Offerte simili sembrano difficili da rifiutare per editori, anche perché consentono di mettere a valore parti del catalogo che rimarrebbero altrimenti "ferme".

Infine, non è una novità che gli editori si trovino a trattare con delle case di produzione televisiva o cinematografica per i diritti di un adattamento audiovisivo dei propri libri (nell'editoria per ragazzi capita che i diritti seguano il percorso inverso, dal cartone animato al libro, per esempio), ma la crescita dell'offerta di questi prodotti innescata dalle OTT ha aumentato anche il volume di queste transazioni, le figure specializzate a esse dedicate e i relativi tentativi di disintermediazione. [51]

> *Non è frequente che l'agente letterario ceda in un pacchetto unico i diritti secondari che, sempre più spesso, sono a loro volta spacchettati in diritti per l'adattamento in audiolibro e per serie tv o film. Nelle case di produzione cinematografica, d'altra parte, esistono figure dedicate a cercare i diritti secondari dei libri di narrativa. In alcuni festival dedicati all'audiovisivo ci sono degli spazi dedicati a questo tipo di scambi. La creazione di questo legame biunivoco interessa anche alle piattaforme (Luca, circa 40 anni, editor).*
>
> *Esistono ambiti, come la non-fiction, in cui la fama extra-letteraria è meno importante, e dunque le possibilità per trarre film, serie, podcast sono più forti.*

51 Il nuovo mondo del collezionismo nato con i Non Fungible Token (in sostanza, dei certificati di proprietà di un oggetto digitale garantiti da una blockchain, un registro digitale pubblico, decentralizzato e immutabile) può, in teoria, offrire nuove possibilità di valorizzazione dei diritti di sfruttamento economico di un libro. Con dei costi di produzione non indifferenti è possibile creare una "scarsità" di oggetti digitali, o quantomeno dei loro certificati di proprietà, un ambito che sembra compatibile con le strategie degli editori che potrebbero mettere in vendita un numero ristretto di "copie digitali autografate" o prodotti simili. Gli smart contracts, collegati agli NFT, d'altra parte potrebbero garantire una distribuzione automatica delle royalties agli autori. Ciononostante Caplan (2021) ha riassunto alcune ragioni convincenti per mantenere un certo scetticismo.

Oramai si fanno sempre più spesso spesso libri pensando ai film. Il settore è sempre più connesso all'audiovisivo (Antonio, circa 50 anni, publisher).

Dalle interviste con alcune case di produzione audiovisiva è evidente che il mercato editoriale rimane un riferimento importante.

Nella selezione dei progetti da cui trarre una sceneggiatura ci affidiamo spesso all'editoria libraria. Partire da un libro che ha avuto successo è una garanzia in più sulla qualità della storia e sulla presenza di un pubblico interessato all'adattamento audiovisivo (Lucia, circa 50 anni, development producer).

4.5 In sintesi

Tra il 2010 e il 2015, una conseguenza della crisi finanziaria del 2008, il fatturato dell'editoria varia italiana è sceso del 25%. Da quel momento, anche grazie alla crescita dell'e-commerce e alle innovazioni nella stampa e nella distribuzione, il settore ha ricominciato a crescere e il 2021 si annuncia come il migliore anno da molto tempo a questa parte. Come abbiamo visto, buona parte di questo surplus è stato incamerato da piattaforme, in primis Amazon, che, oltre ad aumentare la propria quota di controllo della distribuzione, sta insidiando gli editori anche sulla valorizzazione del catalogo.

Oggi sembra plausibile vedere la crisi del 2010-2015 come un campanello d'allarme rimasto inascoltato, in particolare da quegli editori che, avendo la possibilità di modificare il proprio modello economico, hanno sfruttato alcune potenzialità del digitale per rafforzare il proprio potere di mercato in ambiti a bassa marginalità e sostenuti da una quasi inevitabile sovrapproduzione.

La crescita del settore audiovisivo, sostenuta dagli investimenti delle OTT, può sicuramente avere ricadute positive anche sull'editoria libraria. D'altra parte, molte figure autoriali ed editoriali dei due ambiti provengono da una formazione simile e, come abbiamo visto nelle nostre interviste, si muovono tra i due ambiti scegliendo, spesso, di puntare sulle remunerazioni maggiori dell'audiovisivo.

Nel prossimo capitolo completeremo l'analisi del modello economico dell'editoria libraria partendo proprio dalle sue ricadute sul lavoro. In particolare concentreremo l'attenzione sul lavoro autonomo ad alta qualifica, che nel settore è sempre più rilevante.

5. Il lavoro nell'editoria libraria

5.1 Innovazione ed esternalizzazione

La digitalizzazione ha portato innovazioni di prodotto e di processo lungo tutta la filiera editoriale. Nel capitolo 4 abbiamo visto come Amazon, l'unica grande OTT nell'ambito dell'editoria libraria, abbia spinto molti di questi cambiamenti: dall'ecosistema Kindle per favorire l'adozione dell'ebook, ad Audible. Nonostante la crescita vigorosa nel periodo pandemico, nessuno di questi due prodotti ha costituito l'innovazione che si attendeva. L'ambito in cui Amazon ha veramente cambiato le regole del gioco è quello della distribuzione, da sempre cruciale per la filiera libraria: l'assortimento, la rapidità di rifornimento e il servizio clienti del suo e-commerce pongono una sfida sia alle librerie fisiche che agli editori.

In questo capitolo ci concentreremo sull'impatto della digitalizzazione sul lavoro editoriale. Gli ultimi anni hanno visto emergere nuovi profili professionali, sia dentro che fuori dalle case editrici, mentre la struttura produttiva è stata sempre più esternalizzata, aumentando la rilevanza numerica e di competenze del lavoro autonomo. Concluderemo analizzando il ruolo della rappresentanza in queste trasformazioni.

5.2 Nuovi profili professionali

5.2.1 Ebook e audiolibri

La diffusione degli ebook ha aumentato solo marginalmente la quota di figure tecnico-informatiche nella forza lavoro. La relativa semplicità di questo formato – ottenibile, con qualche aggiustamento, anche dal file esecutivo per la stampa – consente di creare ebook anche a grafici e redattori con una minima infarinatura di codice Html. Un discorso diverso vale per gli audiolibri, che necessitano di professionalità che vengono dall'ambito audiovisivo, come attori e fonici: di solito vengono realizzati da service esterni agli editori (tra i quali, come abbiamo visto, possiamo annoverare anche le piattaforme come Audible e Storytel).

5.2.2 Marketing e comunicazione digitale

Un ambito su cui l'impatto della digitalizzazione è stato sicuramente più sostanzioso per i profili ricercati dalle aziende editoriali è stato quello della comunicazione/marketing. La volontà di essere presenti sui social network, canali ormai imprescindibili, ha portato le aziende a cercare nuove professionalità come social media manager, comunicatori e addetti marketing specializzati nell'ambiente digitale. Queste figure devono essere in grado di sfruttare i nuovi strumenti, interpretare il flusso di feedback dei lettori e di gestire le nuove forme di contatto tra editore, pubblico e autore. Particolarmente importanti risultano poi le strategie di marketing in grado di sfruttare i dati di navigazione degli utenti.

> *Cerchiamo sempre di più profili con competenze digitali a 360°, capaci di usare i social media, di fare video-editing, usare Twitch, il marketing si sta espandendo in queste direzioni (Lorenzo, 38 anni, direttore commerciale).*

> *Il digitale ha cambiato i processi ma anche le competenze richieste. Oggi cerchiamo persone che sappiano lavorare con gli e-commerce, fare analisi dati e social media managing. Giovani che conoscano i nuovi formati dell'ecosistema editoriale, come i podcast (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).*

Una figura in ascesa negli ultimi anni è quella del book influencer.

> *Le case editrici inviano libri in modo a volte causale dato che non capiscono bene le diverse nicchie digitali e gli interessi del singolo creator/influencer. Sperano che ne esca fuori una segnalazione, un unboxing, una recensione positiva o negativa ("basta che se ne parli"). I book influencer sono a metà tra ufficio stampa e marketing, è l'ennesimo aspetto non regolato del nostro lavoro. Navighiamo in un non detto tra marchetta e recensione (Laura, 25 anni, book influencer e consulente editoriale).*

Dalle nostre interviste con questi professionisti emerge un quadro estremamente frastagliato, in cui spesso si mischiano "hobby e lavoro" e mancano codici ATECO (una circostanza abbastanza comune per il terziario avanzato), inquadramenti contrattuali e modelli di remunerazione di riferimento.

Per questi content creator e influencer è cruciale la monetizzazione del traffico che riescono a generare, e dunque il rapporto con le piattaforme (le principali sono Instagram, YouTube, TikTok e Twitch, di proprietà di Amazon) e collaborazioni di influencer marketing. Dinamiche in parte eccentriche rispetto agli obiettivi di questa

ricerca, che tuttavia meritano grande attenzione e, auspicabilmente, uno studio dedicato.

> *Le piattaforme di per sé pagano poco o niente. Per esempio: Instagram ha introdotto con un anno di ritardo rispetto al lockdown la monetizzazione delle live. [...] Il vero guadagno da Instagram è tramite collaborazioni con brand per spingere la community a comprare. Con le aziende possono esserci diversi rapporti di diverso tipo. Uno dei più diffusi è l'affiliazione attraverso link o codici sconto collegati all'influencer, che guadagna una percentuale (5/10%) sugli acquisti collegati a lui/lei. È simile al multi-level marketing (Laura, 25 anni, book influencer e consulente editoriale).*

Non è possibile generalizzare troppo sul livello di esternalizzazione nell'ambito comunicazione/marketing. Tendenzialmente gli editori assumono le figure che danno la direzione strategica, ma d'altra parte è comune che interi progetti, anche economicamente sostanziosi (come la campagna di marketing per lanciare un libro sui social network) vengano affidati a più professionisti esterni. Dalle interviste emerge poi una vena di lieve scetticismo sulla reale efficacia di questi investimenti, uno stigma che riguarda da sempre l'ambito marketing ma che, parlando di canali governati da algoritmi proprietari, prende una forma nuova. Una competenza meno creativa, ma ritenuta fondamentale da tutti gli intervistati, è la capacità di elaborare metadati efficaci per gli e-commerce; una mansione che di solito viene svolta internamente.

5.2.3 I nuovi editor

Una professione strategica che rimane, nella maggior parte delle aziende editoriali, interna, è quella dell'editor, ovvero chi sceglie e, nel caso, inventa, i libri che verranno pubblicati. Semplificando un po', è la figura maggiormente responsabile del "valore del catalogo" a cui abbiamo dedicato un paragrafo nel capitolo 4. Le mansioni possono variare a seconda della dimensione e della vocazione della casa editrice: nelle realtà più grandi e generaliste, che possono competere nelle aste per gli autori più richiesti, è la figura che scommette su un determinato libro/autore, mentre nelle realtà più piccole è preponderante la componente di scouting.

Le aziende ricercano profili a loro agio nell'ambiente digitale, che conoscano mercati e contenuti come i videogiochi e l'audiovisivo e con competenze di analisi dei dati, di marketing ma non solo. Per gli editor contemporanei rimane importante la capacità di trovare o inventare un libro, ma la conoscenza di altri formati (come i podcast), registri e tendenze di altri mondi è sempre più rilevante. Devono anche essere capaci di

scovare autori nel vasto panorama del self publishing (a cui si possono assimilare social network dedicati alla pubblicazione di storie, il più celebre dei quali è Wattpad, che non a caso è diventato anche editore) e sui social network tradizionali: trovare un autore con un numero congruo di follower può alleggerire gli oneri per la promozione della casa editrice, anche se non garantisce quasi mai un successo di vendite (Harris, 2021).

Ad accompagnare il lavoro degli editor c'è un ufficio diritti, che gestisce i contratti e negozia sui diritti secondari, di cui abbiamo detto nel capitolo 2: queste figure sono sempre interne.

5.3 Esternalizzazione della redazione[52]

> *Io ho cominciato 15 anni fa, direttamente da un grande gruppo che aveva un'organizzazione industriale, sebbene rimanesse un'impronta "familiare". Quando poi sono passato a un altro grande gruppo ho visto, da lontano, intere redazioni che sono state sventrate. Eravamo già in epoca co.co.co./co.co.pro. e il cursus honorum per entrare in casa editrice prevedeva molti anni di precariato. Credo di essere stato uno degli ultimi ad essere assunto subito dopo pochi mesi di stage. [...] In questi anni il personale editoriale dentro le case editrici è diminuito. Ci sono molti giovani, ma stanno fuori dalla casa editrice, il turn over è fermo (Antonio, circa 50 anni, publisher).*
>
> *Esternalizzare il lavoro redazionale (compresa la traduzione) è facile e consente di avere una certa elasticità sul numero di titoli senza costi fissi (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).*

Fino a questo momento abbiamo descritto figure che, per gli editori, rappresentano competenze "nuove" (come quelle legate agli audiolibri o al marketing digitale) e altre che sono cambiate rimanendo all'interno delle case editrici.

Per il lavoro redazionale[53] occorre fare un discorso a parte. Il lavoro sul testo, dall'editing alla correzione bozze, dalla revisione di traduzione all'impaginazione, è

---

52 Il paragrafo 6.3 e 6.4 hanno come punto di partenza parte di Cavani, Soru (2021). La stragrande maggioranza dei dati e delle analisi è stata aggiornata e arricchita.

53 Per brevità in questa trattazione identificheremo con lavoro redazionale tutta la preparazione del testo dal manoscritto al "visto si stampi", comprendendo dunque: editing, revisione della traduzione, giri di bozza, riscontri, inserimenti, fact-checking, preparazione della gabbia grafica, impaginazione.

una competenza che è da sempre a cavallo tra l'interno e l'esterno della casa editrice. Sembra controintuitivo che venga esternalizzata la cura e la produzione dei libri, ma articolazioni di questo tipo si possono trovare in settori simili, come la moda, caratterizzati da un forte contenuto creativo e da ridotte economie di scala.

> *[Parlando di una casa editrice media] fino a quindici anni fa si lavorava di più all'interno. Poi dopo [un best seller] siamo cresciuti rapidamente. Esternalizziamo impaginazione, correzione bozze, a volte anche editing, il resto viene gestito internamente. Lavoriamo con circa quattro studi editoriali e singoli professionisti della zona a cui spesso diamo un pacchetto completo: per esempio, due giri di bozza, impaginazione e indice dei nomi (Luca, circa 40 anni, editor).*

5.3.1 Rivoluzione desktop publishing

A partire dalla metà degli anni Novanta l'introduzione di software di desktop publishing come QuarkXPress e Adobe InDesign ha avuto un impatto molto rilevante sull'organizzazione del lavoro. Le conseguenze principali sono state:

- La possibilità di ridurre l'apporto tecnico specializzato da parte dei grafici, in gran parte sostituito dall'attività dei redattori.
- La semplificazione del passaggio dei semilavorati dall'interno all'esterno della casa editrice.

> *Oggi le competenze sono più in linea con le esigenze del mercato: le persone sono meno specializzate e c'è margine per "multitasking". [...] Quando ho iniziato in [grande editore] nella mia redazione c'erano cinque grafici interni che facevano solo impaginazione, adesso impaginano i redattori con InDesign (Antonio, circa 50 anni, publisher).*

L'effetto di queste innovazioni si è combinato con quelli più ampi della rivoluzione digitale delle comunicazioni e dell'archiviazione dei materiali – che avviene sempre più spesso in cloud, grazie ai quali si può collaborare da remoto –, per citare le più macroscopiche.

Così le funzioni redazionali sono state progressivamente esternalizzate a singoli professionisti o service editoriali. Questo ha permesso di abbattere i costi fissi e mantenere una certa flessibilità sul numero di titoli. Nel complesso la produttività è aumentata e anche la despecializzazione (che ha riguardato maggiormente chi lavora in case editrici medio-piccole). L'esternalizzazione è una tendenza confermata:

- Sia dalle poche indagini quantitative esistenti; nel 2012 l'indagine *Editoria invisibile* (Dieci, Fontani, Rinaldini, 2013) registrava questa distribuzione delle tipologie contrattuali: 12,6% partita IVA individuale, 23,7% co.co.co. e co.co. pro., 21,9% occasionali, 20% diritto d'autore e appena il 7,7% lavoro dipendente. Nei dati Redacta (2020a) relativi al 2019/2020 la situazione, anche a causa della scomparsa dei co.co.pro., sembra essersi semplificata: l'88% dei rispondenti si qualifica come freelance;[54]
- Sia dalle interviste qualitative che abbiamo svolto negli ultimi anni. Due esempi: una casa editrice romana capace di superare i 600 titoli annui con appena quattro redattori interni a coordinare il lavoro degli studi esterni, e una milanese che, su scala minore (40 titoli) mantiene un rapporto interni/esterni di 1/3.

  L'esternalizzazione ha cambiato anche i profili professionali degli interni: quando mandi costantemente fuori la correzione bozze e l'impaginazione chi è in redazione per l'allenamento su queste mansioni e si sposta verso il coordinamento del lavoro degli esterni (Luca, circa 40 anni, editor).

5.3.2 Effetti sulla remunerazione del lavoro

L'obiettivo dell'esternalizzazione è ridurre i costi fissi, non avere meno vincoli sui compensi. Poi sulla singola competenza c'è la legge del mercato e concordiamo le tariffe con i diversi studi. Ma noi paghiamo il giusto (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).

L'esternalizzazione ha più motivazione collegate: rivolgendosi ai service e ai professionisti ci si apre al libero mercato e quindi soprattutto per i nuovi arrivati le tariffe sono compresse. Anche perché sono tanti e dunque ci sono dinamiche di (auto)dumping. Ma il discorso sulla produzione è più ampio: l'editoria si è molto industrializzata, il controllo sul prodotto finale è di tipo commerciale, ci sono poche remore a livello di riconoscibilità culturale o di brand; è cambiata la cultura imprenditoriale (Luca, circa 40 anni, editor).

Le principali fonti statistiche (ISTAT e AIE) non forniscono dati sulla remunerazione del lavoro editoriale,[55] dunque l'analisi della riduzione dei costi fissi delle aziende attraverso l'esternalizzazione può essere fatta solo individuando delle tendenze frutto

54 *Per un'analisi dell'esternalizzazione nell'area metropolitana di Milano a partire dai dati delle comunicazioni obbligatorie vedi Cavani, Soru (2021).*

55 *Per una stima del numero di occupati vedi il capitolo 6.*

delle indagini sul settore partite dai lavoratori (*Editoria invisibile* e Redacta, citate in precedenza).

La riduzione dei costi dei rapporti di lavoro segue alcune direttrici:

- Contratti esterni poco pagati e pagamenti ritardati; diminuisce la remunerazione e si chiede sempre di più non solo in termini di attività svolte, ma anche in termini di flessibilità e adattabilità alle scadenze di consegna. I contratti spesso arrivano a lavoro concluso. Gli intervistati con più di 10 anni di esperienza confermano un calo sensibile dei compensi. Oltre la metà dei compilatori del sondaggio Redacta che lavora per il settore tra le 25 e le 55 ore alla settimana (il 70% del totale) dichiara di avere un reddito annuo lordo inferiore a 15.000 euro.
- Concentrazione, soprattutto per chi collabora con le piccole case editrici, di più attività nella stessa figura professionale. I redattori raramente sono solo redattori, spesso devono provvedere a più attività che in altre realtà sono svolte da figure specializzate: impaginazione, correzione bozze, riscrittura testi, ricerca iconografica. In questo modo si risparmia anche sulle funzioni di coordinamento. Anche se, come abbiamo visto, alcune innovazioni tecnologiche hanno abbassato la soglia di specializzazione necessaria per certe attività, lo sfoltimento delle redazioni ha aumentato l'intensità del lavoro.
- Uso opportunistico dei contratti, con predilezione per le modalità che consentono di non avere minimi contrattuali e non pagare costi contributivi, in primis lo stage e la collaborazione occasionale, in ogni caso lavoro non dipendente. Allo stage curriculare, durante i master che quasi tutti frequentano, seguono periodi di collaborazione occasionale.

Questi comportamenti predatori nei confronti dei lavoratori sono possibili grazie a una serie di fattori:

- Per anni, riguardo alle remunerazioni non sono esistiti dei parametri di riferimento e le scuole di editoria e i master non forniscono una formazione di base sui rapporti di lavoro. Da un anno Redacta, la sezione di Acta dedicata al lavoro in editoria, ha calcolato dei compensi dignitosi proprio per supplire a queste mancanze. Alcuni studi editoriali virtuosi e redazioni di grandi case editrici ci hanno contattato per ricevere consigli sulle remunerazioni dei collaboratori. Dunque si vedono alcuni passi avanti, quantomeno a livello culturale, ma il grosso del mercato non ha sviluppato lo stesso interesse.
- Nonostante il Ccnl di riferimento per i lavoratori dipendenti preveda la retribuzione degli straordinari, molte aziende adottano strategie per non pagarli.

- L'Ispettorato del Lavoro interviene raramente, le poche ispezioni effettuate sono state mirate a verificare se contratti di lavoro autonomo o parasubordinato mascherassero situazioni di dipendenza.
- La contrattazione è fortemente individualizzata e, per i professionisti alle prime armi, inesistente. A peggiorare la situazione vi è un'asimmetria informativa sulle tariffe tra lavoratore autonomo e committente. Per bilanciare questo squilibrio sul sito di Redacta sono disponibili i tariffari della maggior parte delle case editrici.
- Anni senza un riferimento di rappresentanza – di questo diremo oltre –, hanno peggiorato un'atmosfera di scarsa apertura e coesione tra i lavoratori, che spesso sono omertosi sulle retribuzioni e le condizioni contrattuali.
- Come in altri ambiti creativi, molti lavoratori sono disposti a lavorare più di quanto un lavoratore non creativo sarebbe disposto ad accettare per lo stesso compenso. La cosiddetta "trappola della passione", particolarmente pericolosa quando la manodopera non è organizzata.

Non mancano master e scuole di editoria organizzate da partnership che possono coinvolgere associazioni datoriali, editori, fondazioni e università. Ognuno di questi periodi di formazione si conclude con un tirocinio dal dubbio contenuto formativo. Una massa di lavoro gratuito e malpagato che spesso diventa parte dell'organizzazione produttiva delle case editrici (la cosiddetta "scrivania dello stagista", che ogni tre o quattro mesi cambia occupante), in questo contesto sarebbe interessante analizzare il contesto dell'intensificazione del lavoro agile. In sintesi, molte aziende sfruttano opportunisticamente la regolazione attuale sugli stage, scaricando sui dipendenti l'onere della formazione e, spesso, chiudendo un occhio sulla qualità del prodotto finale (Redacta, 2022).

5.3.3 Il dilemma della re-internalizzazione

> *È comodo avere una redazione interna, sia per le dinamiche relazionali che si vengono a creare sia per la velocità di esecuzione. Si costruisce una cultura integrata e condivisa, si cresce insieme, è un investimento con delle ricadute sulla qualità del prodotto. Il conto economico però a volte ci fa capire che con troppi costi fissi andiamo a gambe all'aria. [...] Questo assetto va a discapito del lavoro della reazione interna, che è meno strutturato, più confusionario e dove su ognuno ricadono molte mansioni diverse (Antonio, circa 50 anni, publisher).*

> *Quando c'è un flusso di lavoro stabile internalizzare qualche lavorazione è un modo per ridurre i costi, anche se ormai sembra paradossale. Quando vedi che fai molti libri e ne vendi pochi l'esternalizzazione non è sempre l'opzione più sostenibile (Luca, circa 40 anni, editor).*

Se i risparmi dell'esternalizzazione massiccia del lavoro redazionale sono abbastanza ovvi, questa ha anche dei costi, o comunque degli svantaggi che sono emersi dalle nostre interviste:

- Quando la produzione è stabile e costante, come nelle case editrici più strutturate, aumentare i costi variabili non è sempre la scelta più vantaggiosa.
- L'esternalizzazione di certe funzioni impoverisce lo skill mix dei redattori interni che sviluppano competenze sempre più gestionali e meno editoriali.
- Avere una redazione interna stabile nel tempo contribuisce a creare una cultura condivisa, che migliora la velocità di esecuzione e la qualità del lavoro.
- Le redazioni sono spesso il "vivaio" dove si fanno crescere i futuri editor. Queste figure sono particolarmente importanti quando bisogna "inventare il libro" internamente, affidando la scrittura a un ghostwriter, o svolgere un editing strutturale.

Per queste ragioni, dalle nostre interviste con dirigenti amministrativi e editoriali delle case editrici è emersa una strisciante volontà di re-internalizzare il lavoro redazionale per renderlo più strutturato e meno confusionario.

Questi pii desideri si scontrano con la realtà dell'attuale modello economico dell'editoria libraria, che ha sfruttato la digitalizzazione per intensificare lo schiacciamento dei compensi e la sovrapproduzione che abbiamo descritto nel capitolo 4.

Tuttavia non si può escludere che, soprattutto nelle imprese più strutturate, le redazioni possano essere via via rimpolpate.

5.4 La rappresentanza

È evidente che la compressione dei costi, così importante per produrre un così alto numero di prodotti, come i libri, per i quali le economie di scala sono molto limitate, non è un dato strutturale immutabile. Una maggiore coesione tra i lavoratori appare come un passo fondamentale per fornire qualche incentivo alle aziende per modificare il modello economico. D'altra parte, l'impatto del sindacato tradizionale sulle trasformazioni che abbiamo descritto è stato, secondo i nostri intervistati, quasi nullo anche nelle poche grandi aziende in cui ha una presenza radicata.

Quando sono entrato in [grande editore] il sindacato c'era solo per i giornalisti. In particolare i precari e gli atipici per il sindacato non sono mai esistiti, non c'è interesse rispetto alla vera emergenza lavorativa del settore. Con la crisi del 2008 i dipendenti si sono rivolti al sindacato che è entrato in azienda, ma non ha saputo governare nessuno dei processi di cui abbiamo discusso finora. C'è poca consapevolezza anche tra i lavoratori (Antonio, circa 50 anni, publisher).

Quale è stato il ruolo del sindacato nelle trasformazioni di questi anni? Nessuno, zero. Non si sono presi un ruolo. Recentemente abbiamo concordato le modalità dello smart working (Paola, 59 anni, amministratrice delegata).

L'aumento di lavoratori autonomi nel settore pone sfide nuove in questo senso, ma ha aperto lo spazio a sperimentazioni.[56]

5.4.1 Le professioni autoriali tra corporativismo e nuovi modelli organizzativi

Tra i professionisti del settore, gli illustratori sono sicuramente quelli che hanno l'associazione di mestiere più longeva: Autori d'Immagini è stata fondata nel 1980 e, partendo da una serie di battaglie per il riconoscimento dei propri membri, è ancora oggi un punto di riferimento per diffondere consapevolezza e una rete di relazioni a chi illustra.

Strade (Sindacato traduttori editoriali), invece, rientra a fatica nella categoria di "gilda". Nato nel 2012, ha siglato nello stesso anno un protocollo con SLC CGIL, di cui è diventato Sezione nel 2016. In questi anni Strade ha svolto un ruolo importante nella formazione e nella diffusione di consapevolezza delle regole per i traduttori, tuttavia per quanto riguarda la contrattazione collettiva i risultati sono stati decisamente magri. Nel 2016, dopo anni di trattative, è riuscito a firmare con Odei (Osservatorio degli editori indipendenti, che riuniva alcuni piccoli e medi editori) un protocollo d'intesa in cui si stabiliscono alcuni punti fermi sui contratti, ma senza toccare il tema dei compensi. La confluenza di Odei all'interno di Adei (Associazione degli editori indipendenti, più ampia e strutturata, rappresenta circa il 10% degli editori italiani) nel 2018 ha reso necessaria la stipula di un nuovo protocollo, che non è mai arrivato.

---

56 In questo capitolo sono presentate esperienze, su tutte quella di Redacta, in cui gli autori e le autrici sono coinvolte direttamente, motivo per cui abbiamo ritenuto preferibile un taglio più descrittivo.

Durante la pandemia, Strade ha rafforzato la componente corporativa della sua strategia riuscendo a ottenere un bonus dedicato ai soli traduttori editoriali (una minoranza dei lavoratori del settore, anche tra gli stessi traduttori) la maggior parte dei quali, in quanto autori, aveva già goduto del bonus erogato straordinariamente dalla SIAE (Redacta, 2020b). Altri obiettivi di medio periodo di Strade sono un fondo di sostegno alle traduzioni e, più in generale, politiche di sostegno alla filiera.

Durante la pandemia è nata Mestieri del Fumetto, dedicata ai professionisti, autori e non, di un ambito che negli ultimi anni ha conosciuto una notevole espansione senza garantire redditi dignitosi ai lavoratori. MeFu, come Redacta, è partita da un'autoinchiesta sulle condizioni di lavoro ed è diventata un'associazione vera e propria nell'ottobre del 2021.

5.4.2 La Rete dei Redattori Precari

La Rete dei Redattori Precari, attiva dal 2008 al 2013, è stato un primo esperimento di coalizione a partire da una denuncia della precarietà e dello sfruttamento del lavoro nel settore. Nel 2010 ha aderito alla Consulta del lavoro professionale della CGIL e si è mossa nell'area di movimenti intorno a San Precario. Con la collaborazione del sindacato, la rete ha realizzato la citata indagine *Editoria invisibile*, un progetto a suo modo pionieristico vista la storica mancanza di dati sul lavoro nel settore editoriale. Nel 2012, in seguito alla Legge Fornero che individuava condizioni per determinare l'abuso delle collaborazioni, ReRePre è riuscita a ottenere l'intervento dell'Ispettorato del lavoro nelle redazioni di Mondadori e Rizzoli, che ha portato a diverse assunzioni (pochissime quelle per chi aveva partecipato alla mobilitazione) di precari e finte partite IVA.

In altri contesti, in cui la presenza del gruppo non era abbastanza consistente, le ispezioni non ci sono state, ma questo episodio ha sicuramente costituito un precedente importante. Dopo di allora sono state prese precauzioni per evitare di incorrere nello stesso rischio di finto lavoro autonomo, riducendo la presenza in azienda dei collaboratori, in qualche caso addirittura scaricando su di loro l'onere di trovare spazi diversi dalla sede per potersi coordinare.

Sindacati e rivendicazioni dei lavoratori, incluse quelle portate avanti da ReRePre, hanno chiesto la stabilizzazione dei precari. Il modello di riferimento è rimasto quello del lavoro dipendente, da perseguire con la lotta alle partite IVA e ai contratti co.co.co. e co.co.pro. che mascherano rapporti di dipendenza sostanziale. L'azione di ReRePre ha permesso alcune stabilizzazioni, ma non ha cambiato minimamente la situazione

di chi è esterno, che è continuata a peggiorare, mentre nel frattempo l'esperienza ReRePre si è esaurita.

D'altra parte, il sindacato non è stato capace di utilizzare il suo strumento principe, la contrattazione collettiva, per tutelare i lavoratori non dipendenti, nonostante l'editoria sia uno dei settori che più si presta a questo approccio per la difesa del lavoro autonomo (Fulton, 2018).

5.4.3 Redacta

Una direzione diversa è quella intrapresa da Redacta, che parte da un approccio diverso da quello dei suoi predecessori: vuole sì contrastare gli abusi contrattuali (come lo stage curriculare), ma punta soprattutto a promuovere un miglioramento delle condizioni di lavoro di chi è autonomo, restando tale, in linea con quello che è sempre stato l'approccio di Acta. Focalizzandosi su questa dimensione, ha l'ambizione di creare una piattaforma che vada oltre categorie professionali troppo ristrette. Questo approccio "ecumenico" non è dettato solo dalle caratteristiche lavoro autonomo, che sotto questa definizione raccoglie diverse specializzazioni, ma è anche frutto della necessità di rappresentare professionisti a cui è in realtà richiesto di specializzarsi sempre meno e, contestualmente, ampliare il ventaglio delle proprie specializzazioni.

Il gruppo, pur non avendo una struttura formalizzata, negli ultimi due anni si è mossa in diverse direzioni:

- Un'autoinchiesta permanente sulle condizioni di lavoro nel settore, recentemente allargata anche ad ambiti esterni al lavoro autonomo, come la logistica e il lavoro nelle librerie.
- La produzione di materiale informativo sulle questioni legali e fiscali per aumentare la consapevolezza dei lavoratori, oltre a un servizio di sportello online.
- La raccolta dei tariffari della maggior parte degli editori e l'elaborazione di compensi dignitosi di riferimento per le principali prestazioni richieste ai professionisti.
- La promozione di azioni dirette finalizzate a mettere in luce pratiche dubbie o scorrette di alcuni editori (Redacta, 2021).

Quest'ultima pratica ricorda le azioni di ReRePre contro singoli committenti, mirando allo stesso modo a metterne in discussione il marchio, ma ha richiesto uno sforzo organizzativo diverso che ha dimostrato come, in città come Milano dove è concentrato un grande numero di professionisti dei settori creativi e culturali, sia

possibile costruire delle coalizioni anche tra freelance, un salto in avanti organizzativo che aspetta ulteriori conferme per essere considerato un modello replicabile.

5.5 In sintesi

La digitalizzazione ha cambiato profondamente un settore spesso dipinto come conservatore e immobile come quello dell'editoria libraria. In assenza di una rappresentanza incisiva per la maggior parte dei lavoratori, queste innovazioni sono state utilizzate soprattutto per mantenere inalterato il modello che diversifica il rischio con la sovrapproduzione di titoli, o addirittura di esasperarlo, anziché cercare modelli alternativi.

La cospicua esternalizzazione del lavoro ha ridotto i costi fissi delle case editrici e i compensi per i freelance che, in assenza di cifre di riferimento e di una rappresentanza in grado di costruire legami di solidarietà e responsabilità condivisa, si sono trovati spesso a praticare dumping. Questo è avvenuto anche con l'intensificazione del lavoro a parità di compensi e la concentrazione di più funzioni nello stesso lavoratore. Il fatto che lo stage, spesso ripetuto, sia un rito di passaggio fondamentale per l'entrata nel settore ha contribuito a creare una "cultura dello sgobbo" che influenza anche i professionisti più esperti. Per alcune case editrici poi la "scrivania dello stagista", dove ruotano ciclicamente questi lavoratori in formazione, è diventata una parte strutturale dell'organizzazione produttiva. D'altra parte, guardando al lavoro freelance editoriale, soprattutto in ambito marketing, si possono osservare anche le nuove frontiere del settore. Professionalità, come quelle del book influencing che raramente vengono assunte dalle case editrici ma che, mischiando compensi per le visualizzazioni sulle grandi piattaforme, contratti di consulenza e sponsorizzazioni, costituiscono un caso di studio interessante per aggiornare la categoria di slash worker. Può sembrare curioso che, nell'industria culturale, sia possibile portare professionalità innovative solo evitando di dipendere da esse per il proprio sostentamento, ma il modello economico basato sulla sovrapproduzione e lo schiacciamento del costo del lavoro sembra fondato proprio su questo.

I dirigenti delle case editrici che abbiamo intervistato sono consapevoli dei rischi di continuare a insistere su questo modello che, per molti versi, sembra perfetto per il loro principale competitore sulla marginalità, Amazon, che ha una rete logistica insuperabile e offre un assortimento di titoli sconfinato.

In questa situazione, le case editrici dovrebbero essere incentivate a investire in capitale umano, in particolare su editor:

- In grado di costruire un catalogo forte su cui magari creare sinergie con ambiti come quello audiovisivo, che offre una remunerazione dei diritti secondari inaudita per l'ambito librario.
- Capaci di "inventare" libri a partire da singoli personaggi o influencer.
- Con una conoscenza profonda di determinate nicchie, sulle quali è possibile mettere a valore i diritti sui propri libri con software professionali o nuovi prodotti multimediali.

Tuttavia, il vivaio, e la palestra, da cui attingere per i nuovi editor sono sempre state le redazioni, che le politiche di riduzione dei costi fissi hanno svuotato. Così anche queste competenze vengono costruite, con logiche nuove, al di fuori dalla casa editrice, dove fioriscono consulenti e ghostwriter.

Non sorprenderà forse che proprio Amazon ha spinto il modello dell'esternalizzazione all'estremo. Il suo servizio di self-publishing – che al momento non riesce a uscire da un'autorialità derivativa, focalizzata sulla narrativa "di genere" – fornisce tutta una serie di servizi redazionali attivabili à la carte del singolo autore, che in questo modo può decidere quanto investire sulla cura redazionale del proprio libro. In questo modello l'editore di fatto non c'è, dato che manca un filtro tra il pubblicabile e il pubblicato, e la piattaforma si limita a fare da intermediario fra l'autore e i lavoratori autonomi che forniscono i servizi redazionali. Come detto in precedenza, per il momento questa modalità ha raccolto solo sporadici successi editoriali, ma forse può servire come *caveat* per le case editrici.

Un modello incentrato su un maggiore investimento nella selezione, la creazione e la cura dei libri sembra più promettente di quello attuale ma, finché il costo del lavoro sarà così basso, non ci saranno incentivi significativi per perseguirlo.

In questo contesto la crescita del bagaglio di competenze, la consistenza numerica e la capacità di organizzazione del lavoro autonomo sono variabili rilevanti per determinare il futuro del comparto.

6. Imprese e lavoro nell'editoria e nell'audiovisivo. Il quadro statistico (Italia, Lombardia e Veneto)

6.1 L'ambito di indagine e le fonti utilizzate

Questo capitolo ha l'obiettivo di analizzare l'evoluzione del lavoro, con particolare attenzione al lavoro professionale autonomo, nei settori dell'editoria libraria e dell'audiovisivo, dove per produzione audiovisiva non si intende solo quella svolta nell'ambito della cinematografia, ma anche per la TV e la pubblicità.

Con i dati a disposizione e le classificazioni in uso non è facile raccogliere dati quantitativi sui settori in esame. Le fonti statistiche non permettono una chiara identificazione dei due ambiti di analisi e quindi ne pregiudicano la riconoscibilità e la valutazione d'impatto, anche sul lavoro.

Le tre diverse fonti statistiche consultate non rispondono appieno alle necessità di disaggregazione territoriale o settoriale, e non sono direttamente comparabili tra di loro, ma servono comunque a fornire un'indicazione di massima dell'occupazione nei due settori e del peso relativo della Lombardia e Veneto all'interno del contesto italiano. Esse sono:

- ISTAT - Indagine sulle forze lavoro: fornisce dati aggiornati al 2020 sulla posizione lavorativa di tutta la popolazione residente. È un'indagine campionaria, che perde significatività statistica se in settori con un peso occupazionale ridotto si dettagliano in contemporanea anche i territori. I dati sono stati utilizzati per evidenziare a livello nazionale l'evoluzione occupazionale (dipendente e autonoma) dell'editoria libraria e dell'audiovisivo, individuati in base alla classificazione ATECO 2007, che tuttavia sottostima alcune attività, soprattutto professionali (si veda Appendice).

- ASIA-ISTAT, fonte integrata di tipo amministrativo (aggiornata al 2018): l'Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA) è costituito integrando informazioni amministrative[57] e fonti statistiche sulle imprese attive e sui loro addetti, sia

57 *Le fonti amministrative usate per l'identificazione delle unità statistiche sono: Anagrafe*

residenti sia non residenti. Gli addetti qui riportati si riferiscono alla media annua e sono gli addetti delle imprese. I lavoratori autonomi presenti sono titolari o soci di imprese o familiari del titolare, sono esclusi i lavoratori autonomi senza dipendenti che non hanno forma d'impresa (ovvero i lavoratori non dipendenti e non iscritti al Registro Imprese), oltre che gli addetti del non profit e della Pubblica Amministrazione. Nel caso specifico è rilevante l'esclusione della RAI, in quanto emittente pubblica, e di tutto il lavoro professionale autonomo, che nelle attività audiovisive e editoriali è rilevante. A livello regionale i dati non permettono un dettaglio sufficiente a evidenziare i comparti di interesse:[58] per questo motivo saranno considerati i dati del Nord-Ovest e del Nord-Est per gli stessi settori individuati con l'analisi sui dati delle Forze Lavoro. Con questa fonte è stato possibile fornire una stima del peso occupazionale dei settori nei territori indagati e analizzare la struttura dell'occupazione per tipologia di imprese. Sul settore editoriale è inoltre disponibile un recente approfondimento dell'ISTAT (2021), che ha collegato il database ASIA con l'Indagine ISTAT sulla produzione libraria, rilevazione a carattere censuario che coinvolge tutte le imprese e gli enti che pubblicano libri, consentendo qualche approfondimento sulle caratteristiche del settore a livello nazionale.

- I dati INPS – gestione FPLS (ex-ENPALS). È una fonte amministrativa, aggiornata al 2020, che censisce tutti coloro che lavorano con un inquadramento dello spettacolo, ovvero quello richiesto per le professioni di cinema e TV. Questa fonte riguarda quindi solo una parte delle attività interessate dalla nostra indagine (sono esclusi editoria e pubblicità), e anche con riferimento a cinema e TV non risponde appieno ai nostri obiettivi, perché comprende tutto il lavoro dello spettacolo, senza la possibilità di escludere, se non parzialmente, lo spettacolo dal vivo.
  Inoltre non è esaustiva neppure per quanto riguarda cinema e TV, perché i lavoratori di questi settori non sempre sono inquadrati con un contratto dello spettacolo. Come segnalato da molti intervistati, non è infrequente il ricorso a contratti diversi, come lavoro a partita IVA con iscrizione alla gestione separata INPS o come

Tributaria, Registro delle Imprese, INPS (dipendenti, artigiani e commercianti, mentre sono escluse la Gestione Separata, la FPLS- ex-ENPALS e le casse private), archivio SEAT. Le altre fonti statistiche, tutte relative alle imprese, sono Banca d'Italia, ISVAP, Archivio dei Bilanci (ISTAT, 2012).

58 A livello nazionale i dati sono disponibili con un dettaglio ATECO alla quinta cifra, a livello di circoscrizione (Nord-Ovest, Nord-Est etc) alla quarta cifra, e a livello regionale alla terza cifra. A livello regionale non è perciò fruibile il dato su editoria libraria (ATECO 5811, quattro cifre), ma solo su editoria nel complesso (ATECO 581). Analogamente, entro l'attività di produzione cinematografica (ATECO 591), non è possibile distinguere tra produzione (5911) e post-produzione (5912) rispetto alle attività di distribuzione (5913) e proiezione (5914).

ditta individuale artigiana, e nemmeno sono rari i casi di sottoinquadramento. L'analisi dei dati è stata concentrata sulle figure professionali più rilevanti per l'attività cinematografica, per delinearne le condizioni contrattuali, l'intensità dell'impegno lavorativo e il reddito, a livello nazionale e regionale.

6.2 L'evoluzione dell'occupazione in Italia

Il 2020 è un anno di crescita occupazionale solo per la produzione e la post-produzione audiovisiva (in particolar modo legata ai social, al digitale e ai brand), che hanno fruito di un inatteso aumento della domanda di contenuti video in seguito al lockdown, mentre la crisi economica ha inciso negativamente sulla pubblicità che, per quanto riguarda la TV in chiaro, è tradizionalmente la maggiore fonte di finanziamento. Per quanto concerne l'editoria libraria,[59] il 2020 è stato un anno di moderata crescita in cui l'occupazione è comunque diminuita.

Tra i settori esaminati, quelli più rilevanti in termini occupazionali sono la pubblicità, che nonostante il calo degli ultimi 3 anni occupa quasi 50.000 addetti, e la produzione audiovisiva, che conta oggi quasi 32.000 addetti, grazie alla sensibile crescita del 2020, che ha permesso un parziale recupero della contrazione registrata tra il 2015 e il 2019.

Decisamente limitato il peso occupazionale delle post-produzioni audiovisive (meno di 5.000 addetti), ma anche dell'editoria libraria (dopo il calo dell'ultimo anno, i lavoratori sono solo 9.000) e delle attività di programmazione e trasmissione televisiva (quasi 13.000 addetti). Nel complesso l'occupazione nell'audiovisivo (produzione e post-produzione e TV) conta 50.000 addetti,[60] come la pubblicità, mentre la produzione libraria rappresenta una porzione minoritaria (29%) dell'insieme delle attività di editoria e stampa (31.000 addetti nel 2020).[61]

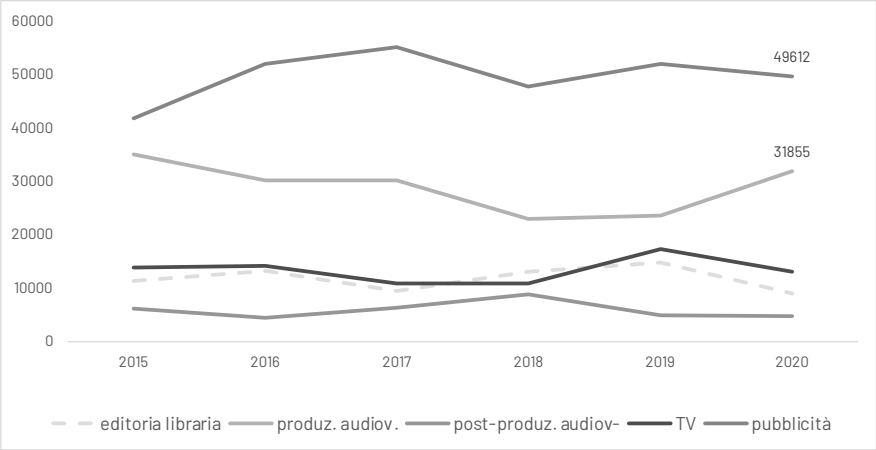
---

59 Un calo che potrebbe essere stato recuperato nel 2021, in seguito alla forte crescita delle vendite registrata dall'editoria libraria nei primi sei mesi (AIE 2021). Per maggiori dettagli si veda il capitolo 4.

60 Dato coerente con quanto riportato dal rapporto Symbola, che stima un'occupazione di 58.300 persone considerando anche la musica, esclusa dalla nostra indagine (Symbola 2020).

61 Questo dato è invece molto diverso da quello riportato dalla fondazione Symbola, secondo cui gli occupati nell'editoria e stampa sono 209.500 nel 2020. Una differenza che in parte è dovuta a un'indubbia sottostima del dato ISTAT, che non comprende alcune figure, tra cui i giornalisti autonomi (ATECO 90), che in Italia sono ormai più numerosi di quelli dipendenti.

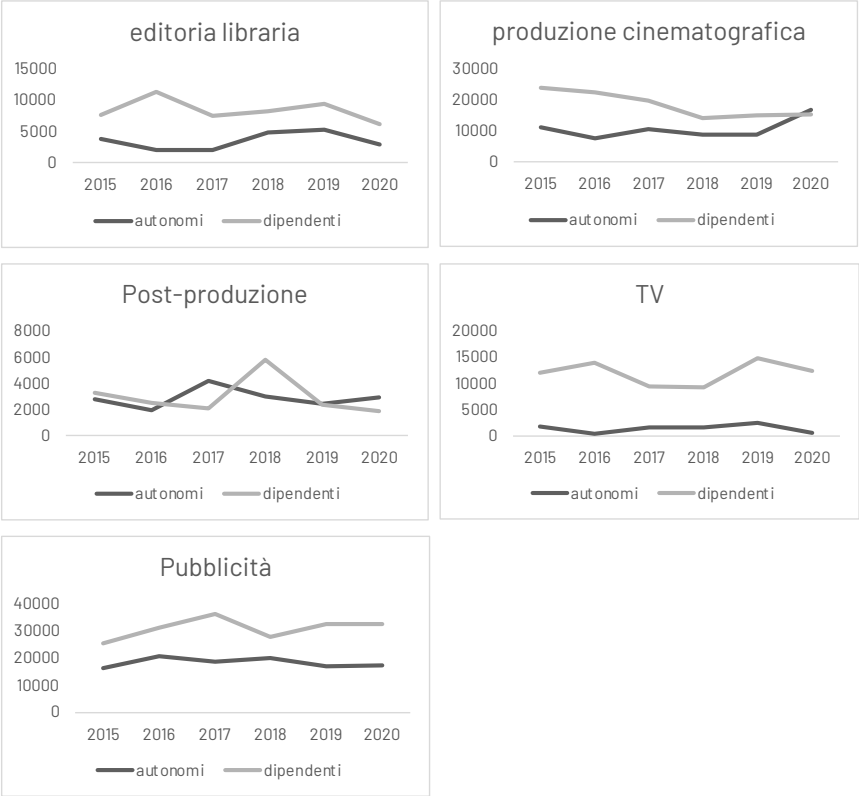
GRAFICO 6-1 TREND DEGLI OCCUPATI IN ITALIA (2015-20)



Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati ISTAT forze lavoro

Nell'editoria libraria, nella pubblicità e nella produzione televisiva, il lavoro è in maggior misura dipendente: nel primo caso il divario tra le due componenti si sta riducendo. Nella produzione televisiva e anche nella pubblicità, il lavoro dipendente resta largamente predominante.

GRAFICO 6-2 TREND DEL LAVORO AUTONOMO E DIPENDENTE IN ITALIA (2015-20)



Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati ISTAT Forze lavoro

Nell'ultimo anno, nella produzione e post-produzione cinematografica il lavoro autonomo ha superato quello dipendente. È presto per dire se si sia trattato di un andamento dovuto alla pandemia destinato a rientrare o se invece sia sintomo di un cambiamento strutturale. Si tratta di lavoro autonomo quasi esclusivamente ad alta qualifica, così come il lavoro dipendente, soprattutto nella post-produzione.[62]

62 Non riportiamo i dati di trend perché il campione non è sufficientemente numeroso per poter essere considerato significativo.

6.3 I dati sul lavoro: fonte ASIA e ISTAT

6.3.1 I dati nazionali

La fonte ASIA-ISTAT usa la stessa classificazione dell'ISTAT Forze lavoro, ma i dati non sono omogenei.

La tavola successiva permette di evidenziare le discrepanze tra le stime di ISTAT - Forze Lavoro e ASIA-ISTAT per il 2018, l'anno più recente in cui è disponibile ASIA-ISTAT. Queste differenze possono essere spiegate dal fatto che:

1. ASIA esclude completamente il lavoro autonomo professionale.

2. Per contro ASIA include anche lavoratori non residenti, ma titolari o dipendenti di imprese con sede in Italia, così come gli addetti occupati in attività secondarie delle imprese censite.

Tavola 6-1 Addetti in Italia - 2018

ATECO	Settore	ISTAT 2018	ASIA-ISTAT 2018
5911	Produzione audiovisiva	22.862	15.541
5912	Post-produzione	4.776	2.360
602	Trasmissione TV	10.849	11.234
5811	Editoria libraria	13.017	9.345
731	Pubblicità	47.779	62.000

Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati ISTAT Forze lavoro e ASIA-ISTAT

6.3.2 I dati integrati (ASIA-Indagine per l'editoria)

L'integrazione tra ASIA e l'Indagine sulla produzione libraria ha permesso di collegare, per il 2017,[63] 1.382 imprese, il 75% di quelle censite dall'indagine. Il rimanente 25% è costituito da associazioni e istituzioni, oltre che da imprese di nuova costituzione, non rilevate da ASIA. Il matching esclude anche imprese che sono presenti in ASIA e non

63 In questo capitolo abbiamo citato i dati 2017, mentre nel 4 quelli relativi al 2019, usciti a fine 2021, quando questo matching era già stato realizzato.

nell'indagine sulla produzione libraria, perché impegnate nell'editoria libraria come attività secondaria.

È interessante il confronto tra le due fonti sulla dimensione delle imprese. L'indagine sulla produzione libraria classifica dimensionalmente le imprese in base al numero di libri pubblicati, indipendentemente dalla loro diffusione: sono piccole le imprese che pubblicano 1-10 opere in un anno, medie se ne pubblicano 11-50 e grandi con più di 50.

La tavola successiva, riportata nell'ISTAT working paper 2, mette a confronto la classificazione dell'indagine sulla produzione libraria con una classificazione per numero di addetti. Si conferma l'esistenza di una correlazione tra numero di volumi pubblicati e dimensione dell'impresa, ma la definizione di piccolo, medio e grande è su una scala molto diversa. La tavola mostra che solo il 2,4% delle imprese supera la piccola dimensione (di queste solo un'impresa supera la dimensione media, ovvero i 250 addetti).

Tavola 6-2 Distribuzione degli editori specializzati per classe di editore e di addetti

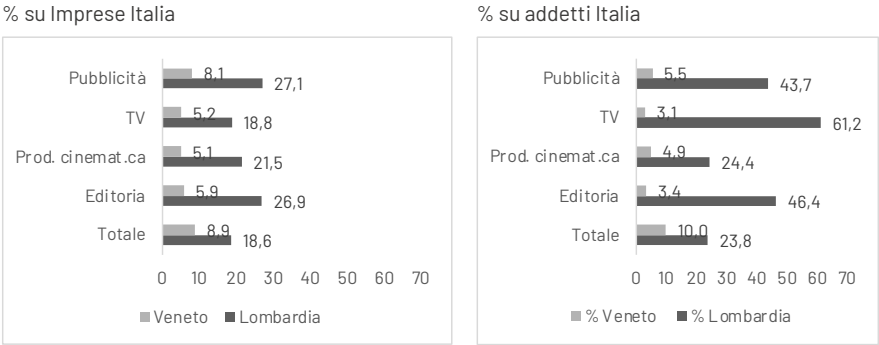
Editori specializzati	**Classi di addetti (definizione EU)**				
Classif. Indagine produzione libraria	1-5	6-15	16-50	>50	Totale
Editori con produzione nulla	96,0	4,0	0,0	0,0	100,0
Piccoli editori	96,1	2,6	1,0	0,3	100,0
Medi editori	87,9	10,8	1,3	0,0	100,0
Grandi editori	40,9	31,5	17,1	10,5	100,0
Totale	81,3	11,9	4,4	2,4	100,0

Le micro-realtà sono composte per la maggior parte dei casi dal titolare e da uno/due collaboratori, cosa che porta gli autori del working paper a concludere che «*non è necessario un numero ampio di professionalità per sostenere il processo produttivo*» (pag. 14). Tuttavia, questi dati sottostimano il reale impiego di lavoratori, perché non includono i collaboratori non dipendenti (co.co.co, collaboratori con partita iva, collaboratori occasionali, stagisti e collaborazioni in regime di diritto d'autore), il cui peso è tutt'altro che trascurabile, secondo quanto emerso dall'Indagine ISTAT - Forze lavoro, che pure non censisce il fenomeno nella sua interezza.

6.3.3 I dati per Lombardia e Veneto

Non sono disponibili dati disaggregati per classe settoriale (ATECO 4 cifre) e per regione che permettano di approfondire il ruolo occupazionale dell'editoria libraria e dei vari comparti dell'industria cinematografica in Lombardia e Veneto.
Con i dati aggregati per gruppo (a 3 cifre) è però possibile avere una visione di insieme sul peso dei settori esaminati nelle due regioni.

Grafico 6-3 Imprese e loro addetti: peso % di Lombardia e Veneto sul totale nazionale nel 2018



Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati ASIA-ISTAT

Per il Veneto si tratta di settori decisamente meno rilevanti, in termini tanto di addetti quanto di imprese, rispetto alla media dell'economia. Per la Lombardia, invece, TV, editoria e pubblicità sono settori di specializzazione relativa, caratterizzati dalla presenza di imprese grandi e importanti. Solo nella produzione cinematografica la Lombardia ha imprese di dimensioni più ridotte della media nazionale e un peso occupazionale in media con il resto dei settori economici della regione. In realtà il peso della Lombardia è probabilmente più basso della media degli altri settori; il dato riportato è, infatti, sovrastimato, sia come conseguenza del mancato dato della RAI, sia per l'inclusione delle attività di proiezione cinematografica, che in Lombardia è particolarmente rilevante.[64]

64 La Lombardia è la prima regione in Italia per numero di spettacoli cinematografici (nel 2020 172.000, pari al 17,2% del totale nazionale), numero di partecipanti (5.556.581, 18,3%) e spesa al botteghino (43,8 milioni, 20,6%)(SIAE 2020).

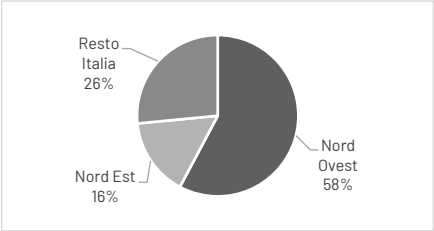
Per avere un quadro di dettaglio settoriale occorre dunque usare i dati per macroaree (Nord Ovest e Nord Est) o per l'Italia.

6.3.4. I dati per l'editoria libraria

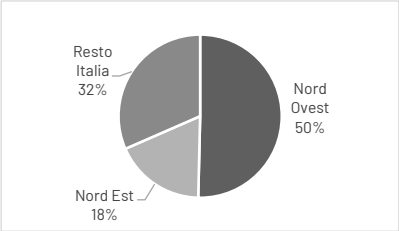
Il Nord Ovest rappresenta il territorio più rilevante per l'editoria nel suo complesso e, seppure in minor misura, anche per la produzione libraria, dove dà lavoro al 50% degli addetti italiani del settore.

Grafico 6-4 Il lavoro nelle imprese editoriali in Italia nel 2018

Editoria totale in Italia (%)



Editoria libraria in Italia (%)

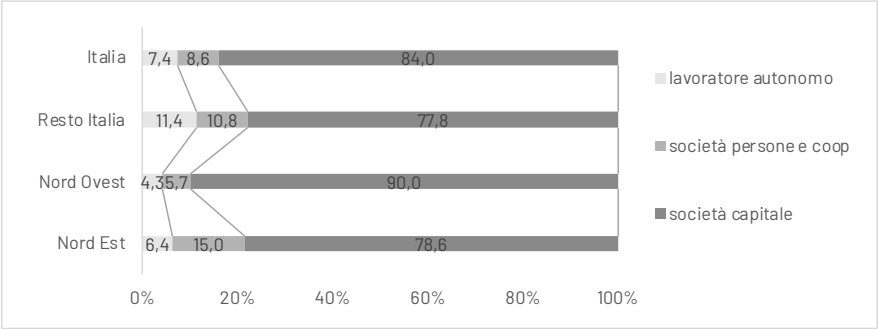


Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati ASIA-ISTAT

Gli addetti sono fortemente concentrati soprattutto nelle società di capitale. Il grafico successivo, tuttavia sottostima il lavoro autonomo, perché censisce solo quello che richiede l'iscrizione al registro imprese (soci di società o titolari di ditte individuali).

Il confronto tra territori fa emergere una produzione più strutturata nel Nord Ovest rispetto al Nord Est e al resto d'Italia.

GRAFICO 6-5 DISTRIBUZIONE DELL'OCCUPAZIONE PER FORMA GIURIDICA NEL SETTORE DELL'EDITORIA LIBRARIA- 2018



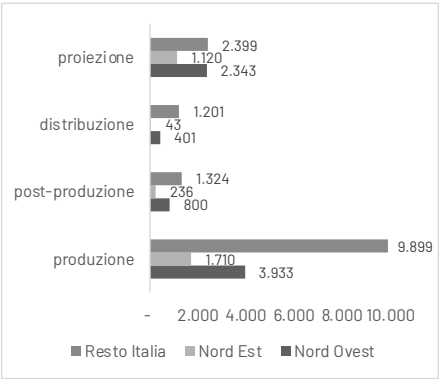
Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati ASIA-ISTAT

6.3.5 I dati per la produzione audiovisiva

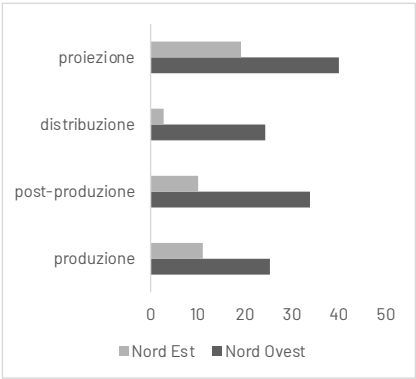
I grafici successivi mostrano la distribuzione dell'occupazione nei diversi ambiti cinematografici e il peso del Nord Italia. Come anticipato, l'attività di proiezione è relativamente più rilevante al Nord, seguita dalla post-produzione. Nel Nord Est spicca la marginalità delle attività di distribuzione.[65]

GRAFICO 6-6 ATTIVITÀ CINEMATOGRAFICA: DISTRIBUZIONE ADDETTI PER COMPARTO - 2018

N. addetti 2018



% su addetti in Italia



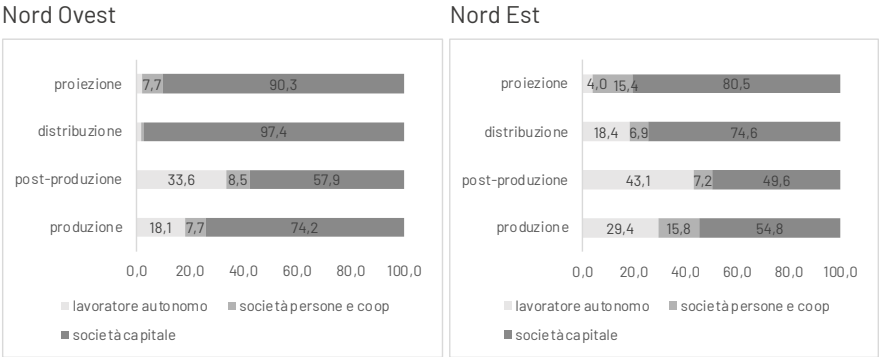
Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati ASIA-ISTAT

65 *L'attività di distribuzione spesso è svolta direttamente dalle società di produzione, quindi non è facilmente distinguibile.*

Anche in questi settori le attività sono più strutturate nel Nord Ovest rispetto al Nord Est; il divario è particolarmente evidente nella distribuzione, dove la dimensione media è di 24,4 addetti nel Nord Ovest, contro i 2,6 addetti nel Nord Est.

La post-produzione è l'ambito più creativo e frammentato, con la presenza anche di molti lavoratori autonomi e società di persone o cooperative. Al contrario la distribuzione è l'ambito più concentrato, con i primi quattro operatori che a livello nazionale raccolgono complessivamente oltre il 60% degli incassi, con un ruolo preponderante delle major statunitensi (Senato della Repubblica, 2020a).

Grafico 6-7 Attività cinematografica: distribuzione addetti per forma giuridica e comparto- 2018



Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati ASIA-ISTAT

6.4 I lavoratori iscritti al FPLS dell'INPS (ex-ENPALS)

6.4.1 I lavoratori dello spettacolo in Italia

Questi dati riguardano l'insieme dei lavoratori dello spettacolo ed è impossibile distinguere chi opera nell'audiovisivo. Sono però i soli dati che ci permettano di avere delle indicazioni sulle condizioni di lavoro, in particolare sui redditi. Per ridurre la commistione con le altre attività dello spettacolo, sono state selezionate le professioni che gravitano intorno al settore audiovisivo.

I lavoratori dello spettacolo devono essere assicurati al FPLS a prescindere dalla forma contrattuale del rapporto di lavoro: subordinati a tempo indeterminato, subordinati a tempo determinato e prestazione professionale resa da soggetto con partita IVA. Secondo la legge, anche per i lavoratori autonomi il datore di lavoro ha l'obbligo di farsi carico di 2/3 dei contributi, di garantire gli adempimenti informativi (denuncia contributiva) e il rispetto dei parametri minimi legali per la determinazione degli emolumenti.[66]

TAVOLA 6-3 NUMERO DI LAVORATORI IN ITALIA NELLE ATTIVITÀ AUDIOVISIVE E DELLO SPETTACOLO

	2015	2019	2020
Attori	73.219	84.211	61.706
Registi e sceneggiatori	6.422	7.727	7.606
Produzione cinematografica, di audiovisivi e di spettacolo	7.421	9.116	8.525
Direttori di scena e di doppiaggio	500	656	552
Tecnici	12.172	14.675	12.811
Operatori e maestranze A	15.487	17.650	14.854
Scenografi, arredatori e costumisti	3.396	4.304	4.126
Truccatori e parrucchieri	1.813	2.296	1.905
Operatori e maestranze B	6.776	9.871	7.481
Totale	127.206	150.506	119.566

Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati INPS – Osservatorio statistico sui lavoratori dello spettacolo

Sono numeri non comparabili con quelli visti in precedenza perché non stimano la media degli occupati in un anno, ma includono tutti i lavoratori con almeno un giorno di lavoro nell'anno.

Dal 2015 (primo anno in cui i dati sono disponibili con una nuova classificazione) al 2019, il numero dei lavoratori e delle ore lavorate era aumentato sensibilmente per tutte le

66 Come riportato in Senato della repubblica (2020b), a pag. 5: «Il lavoratore autonomo dello spettacolo è per previsione legislativa e prassi costante considerato alla stregua del lavoratore subordinato. In particolare, si applicano, ai fini della determinazione degli elementi di retribuzione imponibile, anche ai rapporti di lavoro autonomo le regole stabilite per il reddito da lavoro dipendente evidentemente con riguardo alle tipologie di emolumenti riferibili a detta categoria di lavoratori».

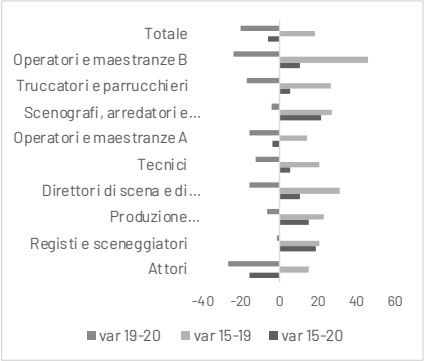
professioni. I dati dell'ultimo anno, invece, mostrano un forte calo, per effetto della pandemia e della conseguente sospensione di molte attività, specie dello spettacolo dal vivo, che ha colpito soprattutto il lavoro dipendente a termine e quello autonomo.

Le giornate di lavoro complessive sono diminuite da 9 milioni nel 2019 a 6,5 milioni nel 2020. Il calo dell'ultimo anno è stato tale da far scendere, per l'insieme delle professioni, il numero dei lavoratori e delle ore lavorate sotto i livelli del 2015.

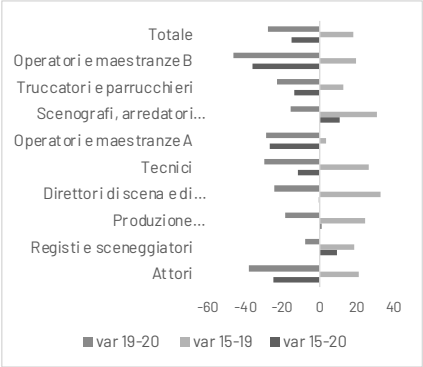
I lavoratori che hanno risentito maggiormente della crisi sono attori e maestranze; quelli che al contrario hanno registrato meno conseguenze sono le professionalità impegnate nella produzione audiovisiva: registi e sceneggiatori, scenografi e produttori.

Grafico 6-8 Italia - variazione % di numero addetti o numero ore lavorate nelle professioni dello spettacolo

N° di lavoratori



N° di ore lavorate



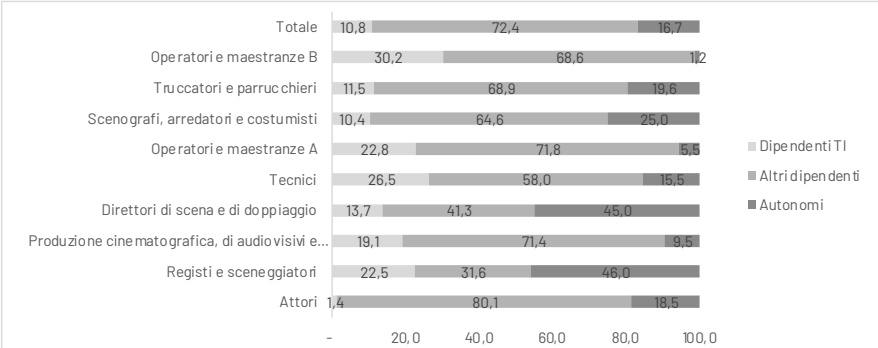
Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati INPS – Osservatorio statistico sui lavoratori dello spettacolo

Per analizzare le tipologie contrattuali prevalenti è meglio riferirsi al 2019, per prescindere dall'effetto pandemia che, come negli altri settori, ha agito in maniera diversa sulle diverse forme contrattuali.

Nelle professioni dello spettacolo il lavoro è principalmente dipendente a termine (72,4%). Questa tipologia contrattuale è relativamente poco usata solo per registi e sceneggiatori e per direttori di scena e di doppiaggio, che invece sono più frequentemente lavoratori autonomi.

Il rapporto subordinato a tempo indeterminato interessa solo il 10,8% dei lavoratori (era il 12,8 nel 2015 e ritorna a tale percentuale nel 2020), ma ad esso va imputato il 43% delle giornate lavorate. È usato in maggior misura per le maestranze (specie B) e i tecnici, mentre è sostanzialmente assente per gli attori.

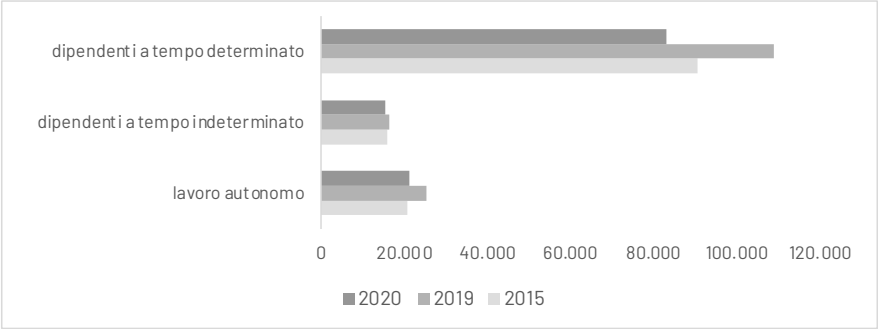
Grafico 6-9 Distribuzione delle tipologie di lavoro per famiglia professionale in Italia nel 2019



Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati INPS – Osservatorio statistico sui lavoratori dello spettacolo

Il lavoro determinato, che era in crescita tra il 2015 e il 2019, è stato quello più penalizzato dal blocco delle attività in pandemia. A mostrare una indubbia tendenza in crescita, prima e dopo la pandemia, è il lavoro autonomo, passato dal 12,8% nel 2015 al 17,6% nel 2019 e al 25% nel 2020.

Grafico 6-10 Lavoro autonomo dello spettacolo per tipologie di rapporto di lavoro: 2015, 2019 e 2020

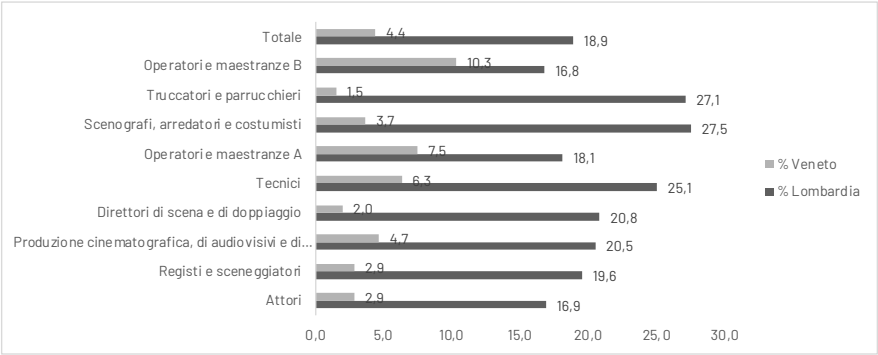


Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati INPS – Osservatorio statistico sui lavoratori dello spettacolo

6.4.2 I lavoratori dello spettacolo in Lombardia e in Veneto

I dati confermano che, in confronto al totale nazionale, nell'insieme delle professioni dello spettacolo il Veneto ha un peso limitato (4,4%), mentre la Lombardia un peso rilevante (18,9%). Rispetto a quanto evidenziato coi dati ASIA-ISTAT, le percentuali dei due territori sono un po' più basse perché alterate dallo spettacolo dal vivo, che ha una maggiore distribuzione territoriale. Da osservare che nel Veneto sono relativamente più diffuse le maestranze, che al contrario sono le meno diffuse in Lombardia. Le maestranze sono i *blue collar*, prevalentemente dipendenti e organizzati sindacalmente. Sono flessibili negli orari e disponibili a fare straordinari (che in genere sono ben pagati), ma meno "mobili" geograficamente. Per questo le maestranze sono le prime a dover crescere in un territorio come quello veneto in cui il settore ha iniziato a svilupparsi di recente.

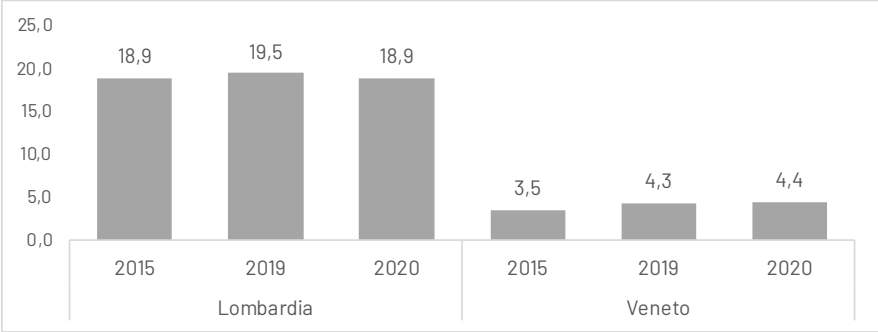
Grafico 6-11 Lavoratori dello spettacolo: peso di Lombardia e Veneto sul totale Italia



Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati INPS – Osservatorio statistico sui lavoratori dello spettacolo

I trend sono analoghi a quelli nazionali, con il Veneto che incrementa lievemente il suo peso, mentre la Lombardia, più colpita dalla pandemia, rispetto alla media risente maggiormente del calo del 2020 e riesce solo a mantenere i livelli del 2015.

Grafico 6-12 Lavoratori dello spettacolo: peso di Lombardia e Veneto sul totale Italia



Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati INPS – Osservatorio statistico sui lavoratori dello spettacolo

Anche nelle due regioni (e specialmente nel Veneto), il lavoro è in netta prevalenza dipendente, ma è soprattutto a termine e non offre quindi condizioni di stabilità.

Il lavoro a tempo indeterminato è rilevante, ma in sensibile calo rispetto al 2015, solo per le maestranze (in Lombardia, come in Italia, specie di tipo B) e i tecnici, oltre che per i produttori (specie in Veneto); si conferma quasi inesistente per gli attori.[67]

In Lombardia il lavoro autonomo è prevalente per i registi ed è abbastanza importante per direttori di scena, scenografi, truccatori e parrucchieri. Nel Veneto i lavoratori autonomi dello spettacolo sono pochissimi, e sono relativamente più presenti tra i registi.

Si tratta spesso di lavori molto frammentati: il numero medio di giornate lavorate in un anno è elevato solo per i dipendenti a tempo indeterminato. Anche considerando il periodo pre-crisi, per i lavoratori dipendenti a termine il numero di giornate di lavoro nella media di un anno è pari a 33 in Lombardia e 53 in Veneto, mentre per gli autonomi è pari a 46 per la Lombardia e 52 per il Veneto.
I redditi più elevati riguardano principalmente i dipendenti a tempo indeterminato con la professione di regista (che anche come autonomi hanno redditi relativamente elevati), gli scenografi, i direttori di scena (poco significativo il dato del Veneto perché si riferisce a pochissimi soggetti), produttori e tecnici (questi ultimi solo in Lombardia).

67 *In Lombardia e Veneto il lavoro dipendente a tempo indeterminato risulta relativamente utilizzato anche per direttori di scena e di doppiaggio, ma si tratta di figure professionali poco presenti nelle due regioni.*

Tavola 6-4 Lavoratori dello spettacolo in Lombardia e Veneto: tipologia di lavoratori e redditi - 2019

LOMBARDIA	N. lavoratori			Media giornate retribuite annue			Retribuzione media annua			% Lavoratori sul totale		
	TD	TI	Autonomi	TD	TI	Autonomi	TD	TI	Autonomi	TD	TI	Autonomi
Attori	10.352	158	4.327	10,5	152,1	21,2	1.298	11.597	8.930	69,8	1,1	29,2
Registi e sceneggiatori	372	168	1.022	83,7	282,8	99,3	16.194	39.144	31.246	23,8	10,8	65,4
Produzione cinematografica, di audiovisivi e di spettacolo	1.386	291	414	113,3	259,8	87,2	15.201	31.401	15.043	66,3	13,9	19,8
Direttori di scena e di doppiaggio	47	36	54	89,0	282,9	108,6	12.705	35.678	23.035	34,3	26,3	39,4
Tecnici	1.685	984	872	102,7	215,4	70,9	12.324	20.123	13.876	47,6	27,8	24,6
Operatori e maestranze A	2.266	816	433	66,3	278,1	42,5	8.419	32.816	7.302	64,5	23,2	12,3
Scenografi, arredatori e costumisti	680	134	440	67,5	265,8	79,7	11.151	30.574	16.865	54,2	10,7	35,1
Truccatori e parrucchieri	438	86	255	28,5	237,0	31,8	4.879	19.847	7.948	56,2	11,0	32,7
Operatori e maestranze B	1.002	616	8	78,8	232,5	22,1	4.106	15.470	2.344	61,6	37,9	0,5
Totale	16.712	4.805	7.825	33,2	208,6	45,9	5.673	16.804	13.134	57,0	16,4	26,7
VENETO	**N. lavoratori**			**Media giornate retribuite annue**			**Retribuzione media annua**			**% Lavoratori sul totale**		
	TD	TI	Autonomi	TD	TI	Autonomi	TD	TI	Autonomi	TD	TI	Autonomi
Attori	1.884	92	357	25,6	156,2	46,1	1.821	7.347	5.316	80,8	3,9	15,3
Registi e sceneggiatori	132	14	65	70,2	247,6	63,6	7.145	23.082	15.372	62,6	6,6	30,8
Produzione cinematografica, di audiovisivi e di spettacolo	292	127	30	54,4	127,7	61,2	5.753	10.694	6.640	65,0	28,3	6,7
Direttori di scena e di doppiaggio	7	4		85,7	233,0		7.882	37.769		63,6	36,4	0,0
Tecnici	505	332	196	93,4	172,5	64,3	7.622	14.802	4.534	48,9	32,1	19,0
Operatori e maestranze A	822	317	25	80,8	235,0	40,1	6.705	23.633	5.343	70,6	27,2	2,1
Scenografi, arredatori e costumisti	92	26	34	89,3	251,1	32,8	11.093	25.444	6.998	60,5	17,1	22,4
Truccatori e parrucchieri	57		4	23,9		26	2.594		5.058	93,4		6,6
Operatori e maestranze B	765	222	16	57,1	213,0	31	2.832	12.651	2.318	76,3	22,1	1,6
Totale	4.556	1.134	727	52,9	173,7	52,1	4.127	11.013	6.083	71,0	17,7	11,3

Fonte: elaborazioni ACTA - Ricerche su dati INPS – Osservatorio statistico sui lavoratori dello spettacolo

Tavola 6-5 Retribuzione media giornaliera - 2019

	Lombardia			Veneto		
	TD	TI	Autonomi	TD	TI	Autonomi
Attori	124	76	421	71	47	115
Registi e sceneggiatori	194	138	315	102	93	242
Produzione cinematografica, di audiovisivi e di spettacolo	134	121	173	106	84	108
Direttori di scena e di doppiaggio	143	126	212	92	162	118
Tecnici	120	93	196	82	86	70
Operatori e maestranze A	127	118	172	83	101	133
Scenografi, arredatori e costumisti	165	115	212	124	101	214
Truccatori e parrucchieri	171	84	250	108		195
Operatori e maestranze B	52	67	106	50	59	75
Totale	171	81	286	78	83	117

Le retribuzioni medie giornaliere sono nettamente più elevate in Lombardia rispetto al Veneto; solo per quanto riguarda i rapporti a tempo indeterminato i compensi sono dello stesso ordine di grandezza. In generale i compensi giornalieri più elevati caratterizzano i rapporti di lavoro autonomo e quindi quelli dipendenti a termine, almeno per le professioni autoriali.

Si tratta tuttavia di compensi apparenti. Va infatti considerato che l'inquadramento contrattuale è obbligatorio solo per le giornate di svolgimento della prestazione, ma il lavoro artistico richiede tempi di formazione e preparazione generalmente più lunghi rispetto alla durata della prestazione: la definizione del compenso tiene conto, almeno parzialmente, anche di questo impegno.

6.5 In sintesi

Le fonti statistiche disponibili forniscono informazioni parziali sui settori oggetto della presente indagine.

I dati ISTAT sulle forze lavoro mostrano che il lavoro dipendente è decisamente preponderante nella TV e nella pubblicità ed è più elevato, ma con una diminuzione del divario, anche nell'editoria. Nella produzione e post-produzione cinematografica, invece, nel 2020 c'è stato il sorpasso del lavoro autonomo, ma è presto per dire se sia un dato strutturale o sia da imputare allo shock pandemico.

La fonte ASIA-ISTAT fornisce informazioni solo sui lavoratori dipendenti ed evidenzia che si tratta di settori poco presenti nel Veneto e rilevanti per l'economia lombarda, soprattutto per quanto concerne TV, editoria e pubblicità, ma anche per attività di produzione e post-produzione cinematografica.

Infine, i dati INPS sui lavoratori iscritti alla gestione FPLS si riferiscono ai lavoratori dello spettacolo, da cui abbiamo estratto le professioni che gravitano intorno al settore audiovisivo. Sono dati che confermano l'elevato peso del lavoro dipendente, principalmente con contratti a termine, nelle attività dell'audiovisivo. Essi evidenziano inoltre il forte impatto della pandemia, che in un anno ha ridotto le giornate lavorate del 27,8%, colpendo soprattutto attori e maestranze impegnati con contratti a termine o autonomi in attività di spettacolo dal vivo. Emerge inoltre la forte crescita del lavoro autonomo dello spettacolo, mentre, al di là del dato anomalo del 2020, sembra destinato a continuare a diminuire il lavoro dipendente a tempo indeterminato.

L'insieme di queste fonti non riesce a fornire un quadro esaustivo dell'evoluzione lavorativa nei settori dell'audiovisivo e dell'editoria, non solo perché sono fonti eterogenee e parziali. Esse scontano difficoltà legate all'identificazione settoriale, perché si tratta di ambiti che richiedono professionalità incasellate in altri settori o a cavallo di essi, e a misurare il peso di modalità di lavoro non dipendente che acquistano crescente importanza, ma che non sono chiaramente identificate e rilevate dalle indagini e dalle fonti amministrative, come cessione di diritti d'autore, stage curriculari ed extra-curriculari, collaborazioni occasionali, lavori e lavoretti intermediati da piattaforme.

Appendice

La classificazione ATECO di editoria e audiovisivo

Il settore dell'editoria libraria è un settore tradizionale ed è chiaramente definito dalla classificazione ATECO col codice 5811 che, tuttavia, non comprende alcune attività svolte da freelance, che spesso si collocano in codici residuali delle attività di servizi.

La situazione è ancora più complessa per l'ambito audiovisivo perché:

- La produzione audiovisiva non include alcune professionalità artistiche e di intrattenimento, come ad esempio attori, registi, etc. che sono riportate in una voce (ATECO 90) che non è limitata all'audiovisivo;
- I settori di impiego per i lavoratori di nostro interesse non si limitano al settore audiovisivo in senso stretto, ma riguardano anche la programmazione TV e la pubblicità, così come le OTT, queste ultime non identificabili in maniera distinta nelle fonti disponibili;
- Infine, alcuni segmenti, come quello della proiezione cinematografica e della distribuzione non sono rilevanti per le tipologie di professioni oggetto dell'indagine, ma sono comunque stati inclusi in alcune elaborazioni su dati ASIA-ISTAT. La tavola successiva riporta i codici ATECO per l'elenco delle attività esaminate.

ATECO	Attività
5811	edizione di libri
5911	attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi
5912	attività di post-produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi
(5913)	attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi
(5914)	attività di proiezione cinematografica
602	attività di programmazione e trasmissioni televisive
731	Pubblicità

Glossario

- **ALAS:** Indennità di disoccupazione per i lavoratori autonomi dello spettacolo introdotta con il decreto Sostegni bis attiva a partire dal primo gennaio 2022, a favore di tutti i lavoratori autonomi che afferiscono al FPLS (ex-ENPALS).
- **AVOD:** Advertising video on demand, servizio gratuito per utenti, finanziato dalla pubblicità (Youtube, RaiPlay...).
- **Broadcaster:** emittente.
- **Cord cutting:** fenomeno per cui si abbandonano le pay tv per dirigersi altrove.
- **DIS-COLL**: prestazione a sostegno dei collaboratori coordinati e continuativi, assegnisti di ricerca e dottorandi di ricerca con borsa di studio che abbiano perduto involontariamente la propria occupazione (articolo 15, decreto legislativo 4 marzo 2015, n. 22).
- **ISCRO:** Indennità straordinaria per professionisti autonomi che afferiscono alla Gestione Separata INPS, introdotta con la legge di Bilancio 2021 e operativa dal primo gennaio 2021.
- **NASPI:** Indennità mensile di disoccupazione rivolta ai lavoratori subordinati (non della PA) che hanno perduto involontariamente l'occupazione, istituita con decreto legislativo n. 22 del 4 marzo 2015 e operativa dal primo maggio 2015
- **OTT:** over-the-top imprese che offrono servizi e contenuti via Internet. Non hanno infrastrutture proprie, agiscono sopra le reti esistenti.
- **SVOD:** Subscription video on demand, il servizio viene pagato con un canone fisso mensile.
- **TVOD:** Transactional video on demand; è la pay-per-view, si acquista ogni singolo contenuto.
- **VOD:** Video on demand.

Conclusioni

di Renata Semenza, Orsola Razzolini, Andrea Pilati

1. Il rilievo dell'indagine nella prospettiva sociologica

Concludendo, ci preme mettere in rilievo perché è importante quest'indagine di dimensione settoriale e quali sono gli aspetti che aggiungono conoscenza a quella finora accumulata sul lavoro autonomo di seconda generazione. Le dinamiche di funzionamento dei settori analizzati, uno in espansione (quello audiovisivo) e uno in declino (quello editoriale) hanno certamente delle proprie specificità, ma sono anche paradigmatiche e probabilmente almeno in parte generalizzabili all'insieme dei settori culturali, creativi e della conoscenza. Si tratta di ambiti di attività economica particolarmente complessi perché composti da una galassia di micro-settori in larga misura poco conosciuti sul piano organizzativo e ancor più sul piano dei rapporti e delle condizioni di lavoro. E qui risiede il grande pregio di questa ricerca, che si inserisce nei filoni di studio socio-economico sulle trasformazioni dei rapporti sociali di produzione e dei mercati del lavoro in uno scenario di modernizzazione fondato sul ruolo centrale del mercato. L'indagine ricostruisce i meccanismi attraverso cui avviene la ricomposizione di questi settori di attività economica, soprattutto in relazione all'impatto delle tecnologie digitali che alterano i contesti organizzativi, modificano i contenuti del lavoro e i profili professionali nella società contemporanea.

Da una prospettiva socio-economica i risultati di ricerca possono essere inquadrati a tre livelli analitici.

Il primo è un livello macro-strutturale, che si riferisce al funzionamento del mercato del lavoro e quindi al rapporto domanda-offerta e al ruolo dell'impresa committente. In un'ottica dualistica di segmentazione insider-outsider, la ricerca consolida l'idea del forte sviluppo di mercati "esterni" del lavoro - a cui assistiamo in questa ormai lunga fase di deregolazione e flessibilità contrattuale - che hanno caratteristiche diverse e contrapposte al più tradizionale modello dei mercati "interni" all'impresa[68]. Questo è il risultato di una tendenza estrema alla decentralizzazione e all'esternalizzazione del processo produttivo e di tutti i servizi ad esso collegati. Una grande area di lavoro esterno regolato non dalla gerarchia ma dal mercato, privato della condivisione di

68 V. Doeringer, Piore, 1971; Emmenegger et al., 2012.

valori aziendali e codici identitari precisi, caratterizzato da competenze sia tecniche che intellettuali ad alta specializzazione, ma non così specifiche all'impresa e per lo più composite, stratificate, polivalenti. Si tratta di mercati segnati dall'incertezza nella definizione stessa di carriera, di crescita professionale scandita da passaggi chiari e ascendenti, da una giungla retributiva che non risponde a dei criteri oggettivabili e standardizzabili e che porta semmai a un ulteriore abbassamento medio delle remunerazioni, in assenza anche soltanto di un "compenso minimo legale". L'insieme di queste condizioni di lavoro sfavorevoli che si sono in modo strisciante ormai consolidate, ci hanno indotto a ritenere il lavoro autonomo della conoscenza come simbolo del lavoro "apolide", cioè carente di cittadinanza sociale e in cerca di riconoscimento[69].

Adottando una lente che parte dall'analisi delle caratteristiche strutturali dei settori in oggetto e delle imprese che ne fanno parte, tradizionali e nuove, come le OTT che funzionano da contractor esterno, nate per la distribuzione, che stanno diventando importanti anche nella produzione, si rischia però di incorrere in una visione deterministica dei fenomeni. La logica del mercato (e naturalmente la tecnica, di cui parleremo a breve), sovrasta ogni altra possibile lettura, definisce, induce, produce, muove la forza lavoro creativa (intellettuale e tecnica) in un quadro povero di regolazione, di organizzazione, di garanzie, di conflittualità e rivendicazioni. Pur partendo dalle opinioni dei lavoratori – prestatori di servizio – per ricostruire i meccanismi di funzionamento di questi settori, essi appaiono appiattiti sulla domanda e si fatica a rintracciare quelle caratteristiche di imprenditorialità e autonomia, che oltre alla professionalità, costituivano i tratti salienti del lavoro autonomo di seconda generazione.

Il secondo piano di lettura è di tipo meso-organizzativo, considerando che le nuove forme di organizzazione del lavoro hanno definitivamente disconnesso le relazioni tra impresa, lavoratore e ambiente locale su cui erano basate l'economia e la società del secolo scorso[70]. Su questo fronte la ricerca è molto ricca e proficua di risultati poiché rileva con grande precisione e approfondimento il ruolo dirompente della tecnica sul lavoro e sulle forme organizzative. Sono infatti dei settori attraversati da profondi e incessanti cambiamenti indotti dall'ingresso massiccio delle tecnologie digitali che ne hanno modificato in profondità il profilo, non tanto in riferimento alle caratteristiche dei prodotti, come viene spiegato, quanto agli strumenti e alle tecniche di produzione. Ed è proprio l'uso pervasivo di nuovi mezzi tecnologici digitali nel processo produttivo

69 V. Semenza, Mori, 2020.

70 V. Pichierri, 2011.

ad avere provocato degli effetti tangibili nella sfera del mercato del lavoro, delle professioni, dei contenuti del lavoro stesso. Gli esplosivi avanzamenti nelle capacità delle macchine, l'automazione e la sua natura trasformativa portano alla creazione di nuovi compiti e quindi di nuovi lavori. Se consideriamo il settore multimediale, la disponibilità di *software* molto evoluti, e nel contempo tecnologicamente più semplici o semplificati, ha svuotato di contenuto molte delle tradizionali mansioni – che sono scomparse dal mercato o si sono accorpate in nuove polivalenti figure professionali – riducendo anche le attività affidate ad aziende specializzate. Per altro verso, facilitando l'accesso al settore, con dei tempi molto brevi di apprendimento delle necessarie competenze, si è enormemente ampliato il bacino della concorrenza, provocando un duplice e contrapposto effetto. Se assumiamo in senso positivo che le nuove tecnologie hanno ridotto di fatto i meccanismi di selezione all'ingresso delle professioni, in senso negativo ciò ha portato a una ancor maggiore frammentazione e anche precarizzazione del lavoro, a un abbassamento delle remunerazioni e quindi a una perdita complessiva di valore sociale ed economico del lavoro qualificato.

Il terzo livello di analisi è di tipo micro-individuale, e riguarda dunque l'individuo, il lavoratore autonomo, non solo rispetto alle sue capacità di agency, ma alla sfera dei valori, delle aspettative, preferenze, aspirazioni, identità umana e professionale. Il lavoratore autonomo qui individuato vive numerose contraddizioni. Il suo capitale umano è frutto di un training "solitario", fatto di formazione universitaria, tecnica e professionale e di accumulo di competenze pratiche, che si svolge al di fuori del perimetro sicuro di un'organizzazione (impresa, pubblica amministrazione) come era nell'epoca fordista. Le imprese non hanno una loro visione di questo processo di creazione del talento individuale. Un tempo erano esse, le imprese, a fissare parametri e traguardi nel mercato interno del lavoro. Ora tutto si svolge all'esterno. In verità, siamo oggi a uno stadio assai arretrato: vi è una guerra dei talenti in corso per accaparrarsi i migliori. È una guerra tra imprese, la maggior parte delle quali ha una gestione inefficiente dei talenti non offrendo loro a sufficienza degli incentivi, non investendo abbastanza su di loro, non monitorando i loro percorsi. È una caccia continua, cui partecipano le imprese cacciatrici e i talenti in veste di risorse umane pregiate. Ma la letteratura manageriale sull'argomento è deludente, come lo è la prassi delle imprese. Si parla di riprodurre la conoscenza tacita delle persone, di aumentare la vitalità dei lavoratori, di mobilitarne la passione. Si ricorre alla manipolazione di "comunità di pratiche" che facciano emergere i talenti. Si offrono spazi di gioco, di interazione e di informalità ai dipendenti nelle aziende su modello Google, mentre nulla di simile avviene per i lavoratori autonomi freelance. Ma non si capisce che la creatività, la conoscenza sono fenomeni culturali più che tecniche aziendali.

Un secondo aspetto contraddittorio del lavoratore autonomo qui individuato è la tensione fra la percezione di poter essere facilmente rimpiazzabile dal mercato e al contempo di essere in una condizione di unicità. Si potrebbe dire una tensione tra particolare e universale. Per un verso emerge dalla ricerca la coscienza, se non vera preoccupazione, che la propria professionalità possa essere facilmente sostituibile di fronte a una competizione divenuta illimitata e globale grazie a internet e alle tecnologie digitali. Per altro verso egli esprime un attaccamento alla sua professione di nicchia, e tende a percepire la sua situazione contrattuale, relazionale e professionale come molto particolare se non unica, il che certo è vero per lui, mentre essa è anche standardizzabile e replicabile all'infinito nei mercati del lavoro esterni. Vi è qui una vecchia legge, colta da Simmel, che torna buona: la duplice tendenza a distinguersi e a essere universale che è propria di ogni fare, anche di quello creativo e fecondo. Peccato che della legge di Simmel non vi sia consapevolezza nel soggetto creativo.

Del resto, a questa inconsapevolezza concorre l'evidenza che si tratta di figure spesso diverse entro un universo in continuo divenire. Vi è accanto a una componente forte ma minoritaria, una composta di fasce più deboli del lavoro autonomo economicamente dipendente. Questa frammentarietà del mercato del lavoro porta inevitabilmente con sé individualismi, particolarismi, sia sul piano soggettivo che su quello oggettivo. Sul piano soggettivo della percezione di sé, colpisce nel testo della ricerca la dichiarazione dei protagonisti di fare parte di micro-settori, a sé stanti, in nessun modo riconducibili a logiche di funzionamento più allargate e generalizzabili, ignorando che i grandi temi del lavoro come la produttività, il controllo, il premio come strumento di divisione, etc. sono di fatto sempre gli stessi. Sul piano oggettivo, esiste l'evidenza che mancano parametri produttivi, remunerativi, di monitoraggio dei percorsi di carriera, che fungano da linee-guida di riferimento e di azione sia individuale che, auspicabilmente, collettiva da parte dei lavoratori autonomi.

Una domanda per nulla retorica per concludere. I lavoratori autonomi coinvolti in questi processi produttivi sono i nuovi "funzionari" del progresso tecnico o sono invece i nuovi "precari", figure di lavoro sempre più insicuro e sfuggente? Se fosse vera la prima ipotesi, i lavoratori dovrebbero essere in grado di interagire maggiormente, di esercitare delle funzioni entro le imprese – fissazione di obiettivi e di standard tecnici, strategie di crescita e di incremento dei diritti di proprietà intellettuale, partecipazione alle scelte strategiche, da cui invece essi sono del tutto assenti. Certo in molti casi essi sono sapienti del progresso tecnico, ma in nessun modo essi hanno potere. La loro impotenza dà corpo alla seconda ipotesi, quella della precarietà e dell'intermittenza entro cui sparisce il contratto di lavoro e si afferma il contratto di servizio o commerciale, che segna in qualche misura la fine della società del lavoro.

L'evoluzione di un'economia di servizi on-demand, supportate da progressi tecnologici senza precedenti, lancia delle sfide complesse ai sistemi regolativi del lavoro in tutta Europa[71], sul piano delle protezioni sociali, delle condizioni di trattamento economico, della rappresentanza sindacale e naturalmente del diritto del lavoro[72]. Questi cosiddetti lavoratori ibridi, sono tuttora al centro di una diatriba giuridica di lungo corso, oggetto di interventi normativi non risolutivi.

2. Esiste la categoria del "lavoro culturale"?

In una prospettiva di diritto del lavoro, una prima domanda di carattere generale è se i lavoratori autonomi dell'editoria libraria e dell'audiovisivo, principalmente considerati nell'indagine, siano riconducibili ad una medesima categoria professionale. Si potrebbe parlare, in senso lato, di "lavoro culturale", prendendo spunto dall'interessante libro curato da Antonio Taormina[73]. Ma a tale nozione vengono attribuiti significati disomogenei, così che "la definizione delle attività appartenenti al mondo della cultura rimane uno degli argomenti più controversi tra gli studiosi"[74]. Ad esempio, nel rapporto "*Io sono cultura 2020*", pubblicato dalla Fondazione Symbola, le attività considerate sono architettura e *design*, comunicazione, audiovisivo e musica, videogiochi e *software*, editoria e stampa, *performing arts* e arti visive, patrimonio storico artistico. Non vengono incluse le attività "complementari" alla produzione culturale in senso stretto, ma quelle che vanno "dall'ideazione dei contenuti culturali alla loro commercializzazione o valorizzazione, prendendo in considerazione ogni dimensione della catena del valore"[75]. Così intese, le attività del settore culturale e creativo contano circa 1.5 milioni di lavoratori, che corrisponde al 5,9% dell'occupazione.

A quest'ampia nozione appaiono riferirsi diversi disegni di legge in cantiere. Ad esempio, la proposta di legge Orfini, presentata alla Camera dei deputati il 7 dicembre 2020, definisce il "settore creativo" come comprensivo di tutte quelle attività "che hanno per oggetto le opere, i prodotti, i beni e i servizi, indipendentemente dal loro carattere materiale o immateriale, che sono il frutto di processi artistici, culturali o

71 *V. Semenza, Pichault, 2019; Feltrin, 2012.*

72 *V. Perulli, Speziale, 2022.*

73 *V. Taormina, 2021.*

74 *V. Argano, 2021, p. 25; v. anche Arosio, 2021, p. 86.*

75 *Così Fondazione Symbola, 2020, p. 69.*

creativi" (art. 1, comma 1). Pressoché identica è la definizione contenuta nei disegni di legge Nencini (art. 1, lett. f) e Verducci-Rampi (art. 1, comma 1), presentati al Senato rispettivamente il 10 marzo 2021 e il 9 dicembre 2020. Quest'ultimo tuttavia si preoccupa di allargare la nozione sino a ricomprendere anche le attività di carattere strumentale, cioè quelle "riguardanti o connesse alle fasi di creazione, progettazione, produzione, realizzazione, messa in scena, allestimento tecnico, distribuzione, diffusione, promozione, divulgazione di opere, prodotti, beni e servizi, frutto o che includono e si avvalgono di processi artistici, culturali, creativi" (art. 1, comma 2).

Anche la legge 30 dicembre 2020, n. 178 (art. 1, comma 112) e il decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 19 novembre 2021 (art. 1, lett. e), che istituiscono il "Fondo per le piccole e medie imprese creative", al fine di "promuovere nuova imprenditorialità e lo sviluppo di imprese del settore creativo", intendono per "settore creativo" il settore "che comprende le attività dirette allo sviluppo, alla creazione, alla produzione, alla diffusione e alla conservazione dei beni e servizi che costituiscono espressioni culturali, artistiche o altre espressioni creative e, in particolare, quelle relative all'architettura, agli archivi, alle biblioteche, ai musei, all'artigianato artistico, all'audiovisivo, compresi il cinema, la televisione e i contenuti multimediali, al software, ai videogiochi, al patrimonio culturale materiale e immateriale, al design, ai festival, alla musica, alla letteratura, alle arti dello spettacolo, all'editoria, alla radio, alle arti visive, alla comunicazione e alla pubblicità". Di "settore creativo, culturale e dello spettacolo" parla invece il Decreto Sostegni bis (d.l. n. 73/2021, convertito con modificazioni dalla l. n. 106/2021), che estende alcune tutele e incentivi (quali la decontribuzione) ai datori di lavoro privati operanti in tale ambito (art. 43).

In effetti, i lavoratori riconducibili a tale macrosettore presentano alcune caratteristiche comuni, che l'indagine contribuisce ad evidenziare. Ad esempio, è un settore connotato da una massiccia e crescente presenza di lavoro autonomo (si parla del 32% nel 2019 contro una media del 14%)[76] come conseguenza di diversi fattori, in primis la tecnologia. È, infatti, l'evoluzione tecnologica che spiega anzitutto il crescente ricorso a forme di esternalizzazione anche di professioni core, come le funzioni redazionali nell'editoria libraria e le attività di regista e direttore di scena nel settore audiovisivo. In secondo luogo, la tecnologia ha contribuito ad abbattere le barriere all'ingresso di mercati altamente specializzati e ha favorito la crescita della concorrenza tra professionisti e freelance. Infine, la tecnologia ha determinato l'avvento di OTT come Amazon e Netflix. E' difficile capire quale sarà l'impatto nel medio lungo periodo di questi giganti sul mercato del lavoro autonomo. Da un lato, non

76 *V. Cicerchia, 2021, p. 68.*

manca chi, tra i lavoratori, ipotizza un possibile futuro innalzamento dei livelli medi di compenso, anche se ancora non è possibile individuare una precisa tendenza in tal senso. Dall'altro lato, è probabile che la posizione dominante, di monopsonio, da esse progressivamente assunta nel mercato, se non adeguatamente bilanciata attraverso la contrattazione collettiva, il diritto della concorrenza o altri strumenti (quali ad esempio l'introduzione dell'equo compenso), determinerà fenomeni di dumping e di competizione al ribasso tra i lavoratori e, in ultima analisi, un peggioramento delle condizioni di lavoro, in primis, dei livelli reddituali.

Ancora, è possibile osservare che, contrariamente a quanto dovrebbe avvenire, il lavoro autonomo appare complessivamente meno pagato del lavoro subordinato. Questo vale anche per il settore dell'audiovisivo. Sebbene la retribuzione media giornaliera sia molto più elevata per i lavoratori autonomi, al fine di tenere conto, almeno parzialmente, dei tempi preparatori che superano di gran lunga la durata della prestazione, il numero inferiore di giornate lavorative nel corso di un anno rende il loro livello reddituale complessivo più basso di quello dei lavoratori subordinati. Inoltre, sia nell'audiovisivo che nell'editoria libraria, si assiste ad una drammatica caduta dei compensi, che si sono ridotti negli ultimi vent'anni anche del 50% (v. supra l'Introduzione): una caduta che, nell'audiovisivo, è stata arginata almeno in parte dalla prassi di applicare ai lavoratori autonomi i minimi tabellari previsti dai CCNL o da disposizioni contrattuali collettive *ad hoc* (v. *infra* par. 4).

Infine, pur a fronte di condizioni di lavoro difficili, si nota comunque un'elevata soddisfazione dei lavoratori intervistati per il lavoro che svolgono. Siamo di fronte ad un paradosso: i lavoratori sono spinti da vera passione[77], ma questa passione rischia talvolta di trasformarsi in debolezza contrattuale. Essi infatti, pur di svolgere il lavoro che li appassiona, sono disposti ad accettare condizioni di lavoro spesso non dignitose e competono tra loro al ribasso, alimentando una *rice to bottom* a cui è necessario porre un freno.

Se dunque esistono diversi elementi per ragionare in prospettiva su una disciplina unitaria del lavoro nel settore culturale, creativo e dello spettacolo, va però ricordato che, allo stato attuale, esiste una distinzione fondamentale tra lavoratori del settore culturale, a cui sono riconducibili quelli dell'editoria libraria, e lavoratori dello spettacolo, categoria in cui possono rientrare gli audiovisivi (salvi i fenomeni di elusione che si esamineranno nel prosieguo). I lavoratori dello spettacolo, autonomi e subordinati, godono infatti di una tutela previdenziale peculiare e *sui generis*, che

77 *V. Cicerchia, 2021, p. 67.*

si fonda sul generale obbligo di iscrizione al Fondo pensione per i lavoratori dello spettacolo (FPLS), ex ENPALS, per tutte le categorie di lavoratori enunciate dall'art. 3 del DLCPS 16 luglio 1947, n. 708 e successive modifiche. Essi sono inoltre destinatari di una contrattazione collettiva particolarmente viva e sviluppata, che potrebbe costituire un utile parametro di riferimento anche per altri settori.

3. L'inquadramento come "lavoratori dello spettacolo": problemi interpretativi recenti

Nel capitolo terzo dell'indagine emerge con chiarezza come dall'essere o non essere inquadrati come "lavoratori dello spettacolo" derivino profonde differenze in termini di tutele contrattuali e di *welfare*. La particolarità è che, in quest'ambito, il dilemma qualificatorio non è tanto (o solo) tra lavoro subordinato e lavoro autonomo, quanto tra lavoratori che operano nel settore dello spettacolo, destinatari di una speciale disciplina contrattuale e previdenziale a prescindere dalla natura subordinata o autonoma del rapporto, e lavoratori che operano al di fuori dello stesso.

La nozione di lavoratori dello spettacolo si ricava dall'art. 3 del DLCPS n. 708/1947, nel quale è contenuto un elenco di figure professionali soggette all'obbligo di iscrizione presso il FPLS, che è stato oggetto di profonde e continue evoluzioni. Allo stato vi rientrano figure anche molto eterogenee ed appartenenti a mondi diversi: musica, spettacolo, moda, sport, case da gioco e turismo.

Tra le figure compaiono le seguenti: 1) artisti lirici; 2) attori di prosa, operetta, rivista, varietà ed attrazioni, cantanti di musica leggera, presentatori, disc-jockey ed animatori in strutture ricettive connesse all'attività turistica; 3) attori e generici cinematografici, attori di doppiaggi cinematografico; 4) registi e sceneggiatori teatrali e cinematografici, aiuto registi, dialoghisti ed adattatori cinetelevisivi; 5) organizzatori generali, direttori, ispettori, segretari di produzione cinematografica, cassieri, segretari di edizione; 6) direttori di scena e di doppiaggio; 7) direttori d'orchestre e sostituti; 8) concertisti e professori d'orchestra orchestrali e bandisti; 9) tersicorei, coristi, ballerini, figuranti, indossatori e tecnici addetti alle manifestazioni di moda; 10) amministratori di formazioni artistiche; 11) tecnici del montaggio, del suono, dello sviluppo e stampa; 12) operatori di ripresa cinematografica e televisiva, aiuto operatori e maestranze cinematografiche, teatrali e radio televisive; 13) arredatori, architetti, scenografi, figurinisti teatrali cinematografici; 14) truccatori e parrucchieri; 15) macchinisti pontaroli, elettricisti, attrezzisti, falegnami e

tappezzieri; 16) sarti; 17) pittori, stuccatori e formatori; 18) artieri ippici; 19) operatori di cabine, di sale cinematografiche; 20) impiegati amministrativi e tecnici dipendenti dagli enti e imprese esercenti pubblici spettacoli, dalle imprese radiofoniche e televisive, dalle imprese della produzione cinematografica, del doppiaggio e dello sviluppo e stampa; maschere, custodi e personale di pulizia dipendenti dagli enti ed imprese soprannominati; 21) impiegati ed operai dipendenti dalle case da gioco, dagli ippodromi e dalle scuderie dei cavalli da corsa e dai cinodromi, prestatori d'opera addetti ai totalizzatori, o alla ricezione delle scommesse, presso gli ippodromi e i cinodromi, nonché presso le sale da corsa e le agenzie ippiche; addetti agli impianti sportivi; dipendenti dalle imprese di spettacoli viaggianti.

La legge, come modificata nel 2002, prevede anche un meccanismo di aggiornamento periodico di tale elenco su impulso dell'ENPALS (oggi FPLS) e con il coinvolgimento delle associazioni sindacali e dei datori di lavoro maggiormente rappresentative a livello nazionale.

La questione dell'inquadramento come "lavoratore dello spettacolo", da cui discende l'obbligo di iscrizione presso il FPLS, sottende elementi di grande interesse e complessità. In primo luogo, si fa riferimento *non* alla natura dell'attività economica esercitata dal datore di lavoro e al settore merceologico di appartenenza, ma al contenuto oggettivo dell'attività svolta dal lavoratore[78]. Il legislatore ha infatti voluto predisporre una tutela previdenziale ad ampio raggio, non diversa da quella elargita ai lavoratori dipendenti, a vantaggio di categorie di lavoratori esplicanti la loro attività nel settore dello spettacolo a prescindere dalla qualificazione delle stesse in termini di subordinazione o autonomia[79].

In secondo luogo, la qualificazione giuridica attribuita dalle parti alle modalità di svolgimento del rapporto (come subordinato o autonomo) è, come detto, del tutto irrilevante, poiché ciò che conta è il contenuto oggettivo dell'attività lavorativa.

In terzo luogo, la contribuzione è identica nel lavoro subordinato e autonomo, con un'aliquota contributiva pari al 33%, di cui il 23,81% a carico del committente/datore di lavoro e il 9,19% a carico del lavoratore.

Tutto dipende dunque dal contenuto dell'attività lavorativa. È un punto che non manca di sollevare incertezze interpretative. Nell'elenco contenuto nell'art. 3 del

78 *V. Cass., 27 febbraio 2013, n. 4882.*

79 *Così Cass., 10 ottobre 2014, n. 21497; Cass., sez. un., 10 agosto 1999, n. 581.*

DLCPS n. 708/1947 sono ravvisabili gruppi di lavoratori la cui attività è in sé stessa, intrinsecamente, riconducibile al settore dello spettacolo (si pensi ai musicisti, agli artisti lirici, agli indossatori), tanto da spingere il Tribunale di Milano a parlare di presunzione assoluta[80]. Nello stesso elenco però compaiono anche figure professionali che svolgono attività di per sé "neutre", di carattere strumentale, la cui riconducibilità al settore dello spettacolo dipende dall'ambito in cui vengono svolte e dalla finalità ultima che soddisfano (si pensi ai truccatori e parrucchieri, ai falegnami, agli elettricisti, agli impiegati tecnici-amministrativi di imprese dello spettacolo). È con riferimento a tali attività, nonché a quelle ibride o di nuova generazione, che possono coinvolgere anche una fetta significativa del settore audiovisivo qui oggetto di indagine, che si manifesta il fenomeno della "*fuga dall'ex Enpals*" e la ricerca di forme di inquadramento alternative, facendo riferimento a mercati settoriali e contigui, come quello dell'intrattenimento, del *marketing* e della pubblicità. Significative in questo senso sono le testimonianze di chi osserva come, al di fuori dei settori che ancora vivono largamente di finanziamenti pubblici e dove più alto è il rischio di ispezioni (il cinema), l'inquadramento come lavoro dello spettacolo sia sempre meno diffuso.

Vi sono poi alcune professioni di nuova generazione, si pensi a quella dei sottotitolatori delle serie televisive (Netflix ed altro), che nel dubbio vengono inquadrate al di fuori del settore dello spettacolo, così generando storture e disparità difficilmente comprensibili: perché, ad esempio, un doppiatore o un elettricista sono inquadrati come lavoratori dello spettacolo e il sottotitolatore no? I lavoratori intervistati spesso accettano (o subiscono) l'inquadramento che viene loro offerto dal committente ma, probabilmente, alla luce della giurisprudenza più recente, più di un dubbio potrebbe essere sollevato.

In proposito, è sufficiente citare l'orientamento giurisprudenziale che, nell'intento di ampliare quanto più possibile la nozione di lavoratori dello spettacolo e ridurre il rischio di *misclassification*, afferma che per spettacolo "deve intendersi qualsiasi rappresentazione o manifestazione che si svolge davanti ad un pubblico appositamente convenuto o che comunque venga appresa da un pubblico più ampio grazie agli strumenti della tecnica"[81]. La presenza di pubblico dal vivo non è rilevante, tanto che deve riconoscersi senza dubbio la qualifica di lavoratore dello spettacolo ad un tecnico del suono, la cui attività si concreti ad esempio "nella realizzazione di un supporto registrato o riprodotto destinato alla commercializzazione, trattandosi di attività artistica di cui il pubblico gode attraverso le moderne tecniche di

80 Trib. Milano, 9 giugno 2021, n. 1106; nello stesso senso, Cass., 15 ottobre 2014, n. 21829.

81 V. Cass., 29 giugno 2018, n. 16253; Cass., 27 febbraio 2013, n. 4882.

registrazione". Del pari, non è rilevante, a differenza di quanto pensano molti lavoratori, il fine ultimo pubblicitario o di *marketing* del processo produttivo in cui si inserisce l'attività svolta. Così, il Tribunale di Milano afferma che "l'eventuale finalità commerciale, infatti, non può essere disgiunta dalla nozione di spettacolo né esclude il carattere artistico della creazione o dell'opera. Non esiste nessuna incompatibilità tra la finalità commerciale del prodotto frutto della creatività del suo autore e la nozione di spettacolo ai fini dell'iscrizione al Fondo Lavoratori dello Spettacolo"[82]. Ciò che conta, in definitiva, è l'integrazione dell'attività in un processo di produzione di una rappresentazione o manifestazione destinata al godimento da parte del pubblico (dal vivo o non), anche attraverso moderne tecniche di registrazione, alla sua diffusione e anche commercializzazione.

Alla luce di tale ampia definizione, molte delle esclusioni che emergono dalle interviste svolte e che coinvolgono principalmente lavoratori che operano nel settore pubblicitario e della moda, autori e sottotitolatori, potrebbero essere considerate il risultato di una *misclassification*. Questo potrebbe essere l'oggetto di una indagine approfondita ad opera delle associazioni sindacali e professionali del settore, che potrebbe culminare nell'instaurazione di un contenzioso collettivo, sfruttando le nuove possibilità offerte in tal senso dalla l. n. 31 del 2019 in materia di azione di classe. Le stesse associazioni potrebbero altresì svolgere una funzione di impulso del FPLS al fine di richiedere un aggiornamento dell'elenco delle professioni soggette all'obbligo di iscrizione che tenga conto dell'evoluzione tecnologica e delle professioni di nuova generazione.

4. Il problema della qualificazione dei rapporti di lavoro nel mercato della cultura come subordinati o autonomi

Nel settore dell'audiovisivo e dell'editoria libraria l'alternativa qualificatoria tra autonomia e subordinazione è estremamente labile, poiché tali professioni si caratterizzano per una dimensione fortemente autonoma e autoregolata, anche in virtù dell'elevata competenza delle figure professionali presenti al loro interno. Nel settore audiovisivo è stata sottolineata la presenza di *troupe*, cellule lavorative, che risultano particolarmente insensibili sia alla logica gerarchica dell'eterodirezione sia a quella dell'orario di lavoro (v. *supra* l'Introduzione). Con riferimento al settore dell'editoria libraria, l'indagine evidenzia l'interessante fenomeno della "esternalizzazione della

82 Così Trib. Milano, 9 giugno 2021, n. 1106.

redazione" che, grazie anche all'evoluzione tecnologica, ha consentito alle case editrici di affidare all'esterno, principalmente a professionisti *freelance* (co.co.co, co.co.pro, lavoratori occasionali, professionisti con partita iva), le attività di impaginazione, correzione bozze, *editing*, revisione editoriale[83].

L'elevata autonomia che caratterizza l'esecuzione di tali prestazioni spiega la forte diffusione del lavoro autonomo specialmente nelle professioni a contenuto di carattere creativo o, per contro, estremamente semplice e routinario (sceneggiatori, registi, direttori di scena, creatori di audiolibri, lavoratori del *marketing* digitale, curatori di edizioni librarie, impaginatori, correttori di bozze). Il rischio di "falso lavoro autonomo" è dunque elevato e spiega e giustifica l'intento perseguito da alcuni dei disegni di legge in cantiere, in particolare il d.d.l. Verducci-Rampi, di approdare ad una nozione più ampia di subordinazione in tale settore, che tenga conto delle sue specificità.

Una domanda che la ricerca si è posta è per quali ragioni il "falso" lavoro autonomo sia così diffuso a fronte di un costo previdenziale che, almeno nel settore dello spettacolo, è identico a quello del lavoro subordinato. Le risposte possono essere molteplici: da un lato, come visto, il numero di giornate lavorative svolte in un anno dal lavoratore autonomo è comunque più basso, così che più bassa risulta la base contributiva pur a fronte di una retribuzione giornaliera mediamente più elevata. Inoltre, il lavoro autonomo consente una gestione più flessibile e semplificata (anche dal punto di vista burocratico) del rapporto. Infine, va ricordato il fenomeno descritto dai lavoratori come "*fuga dall'ex Enpals*", cui consegue la crescita delle partite iva in settori contigui a quello dello spettacolo, come quello del lavoro autonomo artigianale.

Il d.d.l. Verducci-Rampi affronta, come accennato, la disciplina del "settore creativo". All'art. 2, comma 2, viene proposta una definizione molto ampia di subordinazione, una sorta di "subordinazione in deroga", per ricordare l'espressione divenuta famosa con riferimento al lavoro a domicilio (l. n. 877/1973).

Indipendentemente dalla tipologia negoziale del contratto di lavoro concordata dalle parti e dal grado di autonomia ascritto al lavoratore per lo svolgimento delle proprie attività o compiti, nel settore creativo e delle arti performative il contratto di lavoro è comunque subordinato, applicandosi pertanto la relativa disciplina, quando la prestazione del lavoratore si svolge o si realizza con la sua partecipazione o integrazione nell'ambito di un sistema organizzato, interdipendente, vincolante del lavoro creativo, artistico, tecnico, amministrativo, gestionale, prestato dal lavoratore per il fine di realizzare opere, prodotti, beni, servizi.

---

83 Su tale fenomeno v. già Morini, 1997.

A contrario, il lavoro è autonomo quando la prestazione d'opera "si svolge o si compie senza i vincoli di partecipazione o di integrazione del lavoratore stesso in un sistema interdipendente e vincolante del lavoro organizzato da parte di soggetti terzi con le modalità e nei termini previsti dal comma 2.

In termini pressoché identici di esprime la p.d.l. Orfini. Si tratta di una nozione molto ampia di subordinazione, chiaramente incentrata sulla svalutazione del requisito della eterodirezione e sulla valorizzazione di quello della etero-organizzazione della prestazione. Quest'ultimo, introdotto nel nostro ordinamento dall'art. 2 del d.lgs. 15 giugno 2015, n. 81 (in materia di collaborazioni organizzate dal committente), richiama da vicino il criterio francese del *service unilatéralement organizé par autrui*[84]. Ciò che conta è che la prestazione di lavoro risulti inserita in un sistema organizzato e integrato di regole vincolanti, anche se nella sua esecuzione il lavoratore conserva un forte grado di autonomia. In presenza di tale requisito la prestazione si considera subordinata senza possibilità di deroga (cfr. invece il diverso meccanismo previsto dall'art. 2, comma 2 del d.lgs. n. 81 del 2015).

La proposta legislativa sembra tenere conto degli approdi della giurisprudenza che, ai fini della qualificazione come subordinata della prestazione artistica dell'attore, quale che possa essere il suo intrinseco pregio, valorizza il criterio dell'inserimento dell'artista nella organizzazione dell'impresa di produzione dello spettacolo[85].

Si può così ipotizzare l'impiego, anche per il settore del lavoro culturale e creativo, della nozione "attenuata" di subordinazione, che i giudici hanno elaborato per le situazioni in cui l'elemento dell'assoggettamento del lavoratore alle direttive altrui non sia agevolmente apprezzabile a causa della peculiarità delle mansioni (e, in particolare, della loro natura intellettuale o professionale) e del relativo atteggiarsi del rapporto di lavoro[86]. Basti ricordare la giurisprudenza sul lavoro dei giornalisti e dei dirigenti, che attribuisce rilevanza qualificatoria non all'eterodirezione in senso stretto, ma all'esistenza di un "coordinamento funzionale della prestazione con gli obiettivi della organizzazione"[87]. In questa direzione anche l'impegno limitato nel

---

84 V. Pallini, 2013.

85 V. Cass., 25 ottobre 2005, n. 20659; Cass, 9 settembre 2003, n. 13185; Cass. 12 giugno 1981, n. 3836.

86 V., fra le tante, Cass., 25 febbraio 2019, n. 5436; Cass., 19 aprile 2010, n. 9251 e n. 9252; Cass., S.U., 30 giugno 1999, n. 379.

87 Con riferimento ai dirigenti v. Cass., 29 ottobre 2020, n. 23927.

tempo dell'artista e la non esclusività del suo rapporto di lavoro non precluderebbero il riconoscimento della natura subordinata della sua attività lavorativa, risultando "circostanze secondarie" e non decisive ai fini del giudizio di qualificazione[88].

Si perviene così all'altro punto fondamentale. Nei richiamati disegni di legge viene espressamente riconosciuto che "la discontinuità della prestazione lavorativa" non è un elemento atipico o eccezionale ma, anzi, è una delle condizioni distintive del lavoro nel settore creativo e delle arti performative, da cui consegue la necessità di una specifica considerazione e tutela, specialmente di carattere previdenziale, dei "tempi di non lavoro" (art. 2, comma 1, d.d.l. Verducci-Rampi e p.d.l. Orfini). È ormai assodato, infatti, che "nella maggior parte del settore culturale l'occupazione è discontinua, legata in molti casi a una multi-committenza, connotata da un'estrema mobilità e flessibilità, anche come condizioni d'ingaggio e tipologie contrattuali"[89]. Discontinuità e intermittenza caratterizzano dunque le professioni culturali[90]. Per i lavoratori dello spettacolo "la discontinuità costituisce una caratteristica propria del sistema, essendo «naturale» lo svolgimento del lavoro e delle diverse professioni nell'ambito di produzioni che prevedono tempi e modalità di realizzazione e rappresentazione specifici, limitati, stagionali. Nell'arco dello stesso anno, i lavoratori possono ricorrere a molteplici formule contrattuali relative a classi diverse. I rapporti di lavoro nel mondo dello spettacolo si configurano quindi come frammentati e molto eterogenei" (Relazione alla p.d.l. Gribaudo-Carbonaro, presentata alla Camera dei deputati il 10 settembre 2020; l'affermazione è ripresa da Camera dei Deputati, 2021). Il dato che emerge anche dall'indagine e che pure i disegni di legge hanno messo in evidenza è che il lavoro intermittente è la forma "normale" del lavoro nei settori presi in considerazione.

In passato tale carattere discontinuo e talvolta stagionale aveva indotto il legislatore ad inserire le "scritture del personale artistico e tecnico della produzione di spettacoli" nel tassativo elenco delle ipotesi di legittima stipulazione di un contratto di lavoro a tempo determinato (art. 1, comma 2, lett. *e*, l. 18 aprile 1962, n. 230; v. anche il n. 49 dell'allegato al d.p.r. n. 1525/1963, relativo alla "preparazione e produzione di spettacoli per il personale non menzionato" in tale previsione legislativa, "addetto a singoli spettacoli o serie di spettacoli consecutivi di durata prestabilita"). Secondo l'attuale disciplina il limite della "percentuale di contingentamento", cioè della percentuale massima di lavoratori a termine che possono essere assunti da un datore di lavoro (pari

88 In tal senso v. già per gli attori Cass., 25 ottobre 2005, n. 20659.

89 V. Argano, 2021, p. 29.

90 V. Bertolini, 2021, p. 187.

al 20% dei lavoratori assunti a tempo indeterminato), non si applica alle assunzioni "per specifici spettacoli ovvero specifici programmi radiofonici o televisivi o per la produzione di specifiche opere audiovisive" (art. 23, comma 2, d. lgs. n. 81/2015).

L'indagine ha fatto emergere la crescente necessità che l'intervento legislativo si diriga anche verso un'altra direzione, già indicata dalla Commissione europea: "adattare il quadro normativo per fornire copertura e protezione sociale a lavoratori intermittenti e sempre più mobili rappresenta una sfida politica cruciale" (Comunicazione della Commissione europea COM(2018)267 del 22 maggio 2018 al Parlamento, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni. Una nuova agenda europea per la cultura). Anche nella relazione al p.d.l. Orfini è evidenziata la necessità di proteggere quelle che in altri settori di attività costituiscono eccezioni, ma che nel settore creativo, dello spettacolo e delle arti performative rappresentano invece "condizioni caratteristiche del lavoro", cioè "la discontinuità e la differenziazione dei contratti o degli ingaggi con i quali è richiesta la prestazione lavorativa o professionale". Oltre a disapplicare ulteriori porzioni della disciplina del lavoro a tempo determinato per i contratti di lavoro intermittenti e a termine, alcuni disegni di legge hanno suggerito di introdurre "un'indennità di discontinuità per la copertura dei periodi di mancata occupazione" (artt. 2 e 5 p.d.l. Orfini e d.d.l. Verducci-Rampi). La p.d.l. Gribaudo-Carbonaro ha invece proposto per i lavoratori dello spettacolo, anche autonomi o intermittenti, il diritto "all'indennità di riconoscimento e tutela per i professionisti discontinui dello spettacolo (SRT)", per contrastare i cali del reddito (art. 3). L'art. 66, commi 7-16, del d.l. 73/2021, conv, nella l. n. 106/2021, ha riconosciuto una indennità per i lavoratori autonomi dello spettacolo (ALAS) per la disoccupazione involontaria[91].

A questo proposito, tuttavia, l'indagine sottolinea un punto importante: nel lavoro discontinuo del settore culturale non c'è bisogno (solo) di riconoscere indennità di discontinuità, ma di valorizzare, in positivo, i lunghi tempi preparatori della prestazione. È la lunga preparazione necessaria per realizzare l'opera o il servizio dedotti nel contratto, non soltanto la "discontinuità", una delle caratteristiche fondamentali del lavoro subordinato, ma anche del lavoro autonomo dello spettacolo e della cultura – e per la verità del lavoro autonomo in generale – che deve emergere giuridicamente. Tale obiettivo potrebbe essere raggiunto, nel lavoro subordinato, partendo dalla giurisprudenza nazionale ed europea, che considera i tempi preparatori come parte del lavoro effettivo[92]; nel lavoro autonomo, valorizzando quanto è già previsto dall'art.

91 *Su cui v. Canavesi, 2021.*

92 *V., da ultimo, Cass., 7 giugno 2021, n. 15763.*

2225 c.c., per il quale il compenso deve essere stabilito, oltre che in relazione al risultato ottenuto, "al lavoro normalmente necessario per ottenerlo".

Per il lavoro autonomo nell'audiovisivo, va senz'altro citato anche il Protocollo del 2018, siglato da Anica, Cgil, Cisl e Uil per la regolamentazione del lavoro a tempo determinato e del lavoro autonomo nel settore del cinema e dell'audiovisivo. Esso introduce una serie di requisiti quantitativi, ai fini di selezionare il lavoro autonomo puro o genuino. In particolare, si considera lavoratore autonomo genuino il lavoratore con un fatturato lordo annuo minimo pari a 33.000 Euro (elevato a fronte dei compensi medi corrisposti); che abbia collaborato con almeno tre imprese nell'arco di un anno solare; che non abbia prestato la propria opera per più di 30 settimane consecutive per il medesimo datore di lavoro. Le parti convengono che in presenza di un lavoratore genuinamente autonoma troverà applicazione la l. 22 maggio 2017, n. 81, che ha introdotto il c.d. *Statuto del lavoro autonomo.* Curiosamente, si afferma che, ai fini di tale qualificazione, è sufficiente la presenza di uno solo dei citati requisiti. Va da sé che tale affermazione deve essere letta alla luce del quadro normativo vigente. Non è cioè sufficiente che un lavoratore guadagni più di 33.000 Euro all'anno per essere qualificato come autonomo, così come non basta avere un reddito annuo al di sotto di tale soglia per essere qualificato come subordinato. Questi elementi fattuali, costruiti sulla base di requisiti quantitativi incerti, variabili e indipendenti dalla volontà contrattuale del committente/datore di lavoro, vanno letti come indizi che potranno orientare le parti in sede di qualificazione del contratto (giocando anche un ruolo di *moral suasion*) e il giudice nel giudizio di qualificazione del rapporto in caso di contenzioso.

Con riferimento all'editoria libraria, è invece di grande interesse l'esperienza dell'associazione Rete dei Redattori Precari (Re Re Pre), che si è impegnata attivamente nella lotta agli abusi e che ha ottenuto l'intervento dell'ispettorato del lavoro in importanti case editrici, come Mondadori e Rizzoli, e, in ultima analisi, la stabilizzazione e la assunzione a tempo indeterminato di diversi "falsi" lavoratori autonomi (v. *supra* cap. V).

5. Azione sindacale, conflitto e contrattazione collettiva anche alla luce della bozza di linee guida della Commissione europea

Il sindacato tradizionale è poco presente nel settore dello spettacolo, come dimostra anche una precedente importante ricerca realizzata dalla Cgil nel 2017, *Vita da artisti*[93], e quasi per nulla nel settore dell'editoria libraria. Nel settore dello spettacolo vanno sviluppandosi nuove ed originali forme associative, spesso concentrate su specifiche figure professionali, come 100 Autori, APMAL, Doc.it, FICE, Agici, Scena Unita, Associazione Bauli in piazza, la Musica che gira[94]. Vi sono poi interessanti esperimenti di piattaforme cooperative (*Platform Cooperativism*), costituite sotto forma di società cooperative di produzione e lavoro, come Smart e Doc Servizi. Da statuto esse mirano ad esempio ad offrire risposte di tutela ai problemi della precarietà, incertezza e discontinuità attribuendo ai lavoratori *status* giuridici certi (soci lavoratori subordinati), nonché, nell'ambizioso progetto di Doc Servizi, a restituire ai lavoratori del settore musicale il controllo sulla tecnologia e, di conseguenza, sull'accesso al mercato[95].

Nel settore dello spettacolo il sindacato tradizionale (Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil) non appare molto presente nella percezione dei lavoratori. Tuttavia, esso è l'indubbio protagonista di un'importante attività di contrattazione collettiva caratterizzata dalla presenza di interlocutori stabili (principalmente Anica), che coinvolge anche i lavoratori autonomi, destinatari talvolta di previsioni specifiche in materia di compenso.

Una certa vitalità manifesta anche il settore dell'editoria libraria, di cui ACTA ha iniziato ad occuparsi già da qualche anno. Nel capitolo quinto sono raccolte le nuove e vecchie esperienze associative meno tradizionali, nate anche durante la pandemia, tra le quali quella di Autori di Immagini (associazione di mestiere), STRADE, poi confluita nella Cgil, la già citata Re Re Pre e RedActa, Mestieri del Fumetto. I temi più diffusamente discussi sono la garanzia del compenso dignitoso, la lotta contro i ritardi nei pagamenti e contro il precariato e il falso lavoro autonomo (Re Re Pre). In relazione a queste problematiche, si evidenza tra i lavoratori autonomi una crescente consapevolezza dell'importanza della coalizione e della contrattazione collettiva (v. *supra* l'Introduzione).

---

93 V. Di Nunzio, Ferrucci, Toscano, 2017; Di Nunzio, Toscano, 2018, p. 102.

94 V. Vitaletti, 2021.

95 V. Martinelli, Chiappa, 2019; Mori, 2022.

La crescente presenza di situazioni di monopsonio, *dumping* salariale e precarietà rende, in prospettiva, sempre più necessaria la costruzione di un contropotere collettivo e lo sviluppo di nuove forme di azione sindacale, dalla contrattazione collettiva al conflitto, dall'azione giurisdizionale collettiva all'attività di *advocacy* e di *lobbying*.

Volendo esaminare più nel dettaglio la contrattazione collettiva nel settore dello spettacolo, riassunta nell'Appendice del terzo capitolo, vi sono alcune specificità che meritano di essere sottolineate. Anzitutto, è un settore caratterizzato dalla presenza di interlocutori stabili, riconosciuti e rappresentativi (Anica, Cgil, Cisl, Uil) con una scarsa presenza di contrattazione pirata. Fenomeni di *dumping* salariale e contrattuale appaiono manifestarsi al di fuori della categoria dello spettacolo, specialmente nei settori contigui come pubblicità e *marketing*, dove si può riscontrare l'applicazione del CCNL Multiservizi e del CCNL Cooperative sociali. Anche l'affidamento diretto di attività a professionisti con partita iva iscritti alle casse artigiane è una pratica che consente di eludere l'iscrizione al FLPS e quindi i maggiori costi contrattuali e previdenziali previsti per il settore dello spettacolo. Si pensi all'ipotesi in cui il proprietario di un prodotto da commercializzare affidi l'incarico di realizzare un video pubblicitario direttamente, senza l'intermediazione di una società di produzione, ad un *videomaker*, professionista con partita iva, iscritto alla cassa professionale per gli artigiani e non al FLPS.

Con specifico riferimento al lavoro autonomo, grande rilievo assume l'Accordo per la regolamentazione del lavoro a tempo determinato e del lavoro autonomo nel settore del cinema e dell'audiovisivo del luglio 2018, firmato da Anica, Cgil, Cisl e Uil, di cui si è detto sopra.

Ancor più significativo appare il Protocollo per le attività di prestazioni d'opera autonome effettuate da professionisti titolari di partita iva, contenuto nel CCNL scritturati del 19 aprile 2018, stipulato da Fondazione Arte Teatrale *et al*. – Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil e rivolto al personale artistico, tecnico, amministrativo scritturato dai Teatri. Nella parte III, rubricata "*Compensi e contribuzioni*", si trova il riferimento all'equo compenso dei lavoratori autonomi o, più precisamente, al compenso minimo rapportato alla giornata lavorata che "*non potrà comunque essere inferiore al 150% del valore previsto alla colonna C – Categoria a) del CCNL compagnie di giro*". Curiosamente, tale previsione contrattuale, estremamente innovativa, è poco conosciuta anche all'interno dello stesso sindacato. Nondimeno, il settore nel suo complesso si caratterizza per la prassi, poco diffusa in tutti gli altri, di utilizzare quale parametro dei compensi corrisposti ai lavoratori autonomi i minimi tabellari previsti

dai diversi CCNL. Tale prassi ha costituito un argine alla generale caduta e contrazione dei compensi corrisposti ai lavoratori autonomi del settore registratasi dai cosiddetti anni d'oro ad oggi. I lavoratori autonomi hanno visto ridursi i compensi ma, almeno, queste innovative previsioni contrattuali collettive e le prassi diffuse hanno impedito la loro caduta definitiva. Resta il problema fondamentale di riconoscere la rilevanza giuridica dei tempi preparatori dell'adempimento (v. anche *infra* par. 6).

Un ulteriore esempio di interesse è rappresentato dal CCNL doppiaggio, del 27 febbraio 2017, stipulato da Anica, Slc Cgil, Fistel Cisl, Uilcom Uil, rivolto ai lavoratori autonomi del doppiaggio e ai fonici, che contiene previsioni non comuni relative all'identificazione di "fasce orarie di produttività", la cui unità di misura è costituita dal numero di righe lette in un'ora, gettoni di presenza e gettoni di presenza aggiuntivi.

Si ricorda infine il CCNL teatri del 19 aprile 2018, firmato dalla Federazione dello Spettacolo dal vivo e dalla Fondazione per l'arte teatrale, Cgil, Cisl, Uil. Il suo art. 11 prevede espressamente che alle collaborazioni organizzate, in deroga a quanto previsto dall'art. 2, comma 1, d.lgs. n. 81 del 2015, non si applichi la disciplina del lavoro subordinato.

La norma prosegue enunciando alcuni requisiti che devono sussistere nel rapporto, al fine di denotare la genuina autonomia del collaboratore, tra i quali l'assenza di vincoli gerarchici o di subordinazione, l'autonomia esecutiva, un coordinamento esercitato di comune accordo tra le parti in conformità a quanto previsto dall'art. 15 della l. n. 81 del 2017, che ha modificato l'art. 409, n. 3, c.p.c. Si tratta di una disposizione invero contraddittoria, poiché la fattispecie che risulta definita non è quella delle collaborazioni organizzate, ma quella delle collaborazioni coordinate e continuative genuinamente autonome, così che è naturale che ad essa non si applichi la disciplina del lavoro subordinato. Nessuna deroga dunque all'art. 2, comma 1, del d.lgs. n. 81 del 2015, ma solo una specificazione dei requisiti che caratterizzano una collaborazione genuinamente autonoma rispetto ad una collaborazione unilateralmente organizzata dal committente, che determina l'applicazione della disciplina del lavoro subordinato.

Anche il settore dell'editoria libraria si caratterizza per l'esistenza di una molteplicità di CCNL applicabili. La concorrenza al ribasso, il *dumping* salariale e contrattuale sono in questo settore fenomeni più frequenti e visibili. Si pensi al CCNL comunicazione e grafica artigianato, al CCNL grafici editoriali industria, al CCNL Marketing. Quest'ultimo CCNL, firmato da Anpit e Cisal terziario, si caratterizza per un ambito di applicazione indefinito e vago, capace potenzialmente di attraversare trasversalmente i settori della pubblicità, ma anche dell'intrattenimento, tra loro fortemente contigui. Del pari,

i CCNL Multiservizi e Cooperative sociali, caratterizzati da un ambito di applicazione vastissimo, possono venire in rilievo ed essere utilizzati per ottenere un complessivo abbassamento dei livelli retributivi e delle condizioni di lavoro lungo la filiera editoriale.

Inoltre, nell'editoria libraria la caduta dei compensi corrisposti ai lavoratori autonomi non ha trovato argini nella contrattazione collettiva di riferimento, con la conseguenza che, in tale settore, tale fenomeno si è manifestato con particolare drammaticità e ha determinato una crescente consapevolezza e propensione al conflitto e alla coalizione.

Tuttavia, va ricordato che il diritto di sciopero, pur se riferibile a lavoratori autonomi che operano in condizioni di sottoprotezione[96], è in quest'ambito privo di strumenti giuridici che ne garantiscano l'effettività, come ad esempio il procedimento per la repressione della condotta antisindacale di cui all'art. 28 Stat. Lav. Tale procedimento allo stato è applicabile al solo lavoro subordinato[97] ed eventualmente alle collaborazioni organizzate dal committente[98]. Resta agibile lo strumento processuale della discriminazione collettiva per ragioni inerenti all'attività sindacale, sperimentato con successo dalla Cgil-Filcams, Filt, Nidil nel caso dei *riders* di Deliveroo[99].

Inoltre, nonostante le esperienze del settore audiovisivo, rimane problematico il riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva in capo ai lavoratori autonomi anche in presenza di situazioni di monopsonio, come quelle descritte, che renderebbero socialmente giustificata per non dire necessaria la costituzione di un contropotere collettivo, in grado di garantire una negoziazione realmente ad armi pari tra lavoratori e committente.

A quest'ultimo proposito, la contrattazione collettiva nel settore dello spettacolo offre esempi innovativi e significativi, mostrando una consapevolezza del problema sedimentata nel tempo e contenendo previsioni in materia di equo compenso, compenso minimo, limiti alla "produttività oraria", che ben potrebbero costituire il punto di riferimento anche per iniziative legislative future.

---

96 Cass. 29 giugno 1978, n. 3278; in dottrina si v, per tutti, Voza, 2004; Pilati, 2004, 189 ss.

97 V. Corte cost., 17 dicembre 1975, n. 241.

98 Trib. Milano, 28 marzo 2021; Trib. Bologna, 14 aprile 2021; Trib. Bologna 30 giugno 2021; Trib. Firenze, 24 novembre 2021, n. 781.

99 Trib. Bologna, ord. 31 dicembre 2020.

D'altra parte, la strada per un generale riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva dei lavoratori autonomi è stata di recente aperta dalla Commissione europea, che il 9 dicembre 2021 ha adottato una bozza di Linee guida (C(2021) 8838 final). In tale bozza si riconosce che anche nel lavoro autonomo – di cui viene fornita per la prima volta una definizione valevole a differenziarlo finalmente dall'impresa, largamente incentrata sul concetto italiano di lavoro prevalentemente personale[100] – la contrattazione collettiva persegue obiettivi di politica sociale, che giustificano il riconoscimento della *competition labour exemption* (l'esenzione dall'applicazione del diritto della concorrenza). La Commissione elenca, in via esemplificativa, una serie di ipotesi da considerare in linea generale compatibili con il diritto della concorrenza. Tra queste si possono ricordare le seguenti: i lavoratori autonomi che operano in una condizione di monocommittenza e dipendenza economica, ricavando almeno il 50% del reddito annuale da uno stesso committente; i lavoratori autonomi che prestano la propria attività "fianco a fianco" a lavoratori subordinati, alimentando il rischio del falso lavoro autonomo; i lavoratori autonomi che operano attraverso piattaforme digitali (come Netflix o Amazon) o nell'interesse di controparti che rappresentano la quasi totalità del mercato di riferimento; i lavoratori autonomi che, in base alla direttiva *Copyright* 2019/790, negoziano per l'equità dei compensi a loro corrisposti a titolo di diritti d'autore (v. anche *infra* par. 6).

La via è dunque tracciata per riconoscere in capo ai lavoratori autonomi dell'audiovisivo e dell'editoria libraria un generale diritto alla contrattazione collettiva. Si tratta tuttavia di vedere se essi saranno in grado di costituire forme di organizzazione collettiva in grado di imporsi come interlocutrici negoziali, costringendo la controparte a sedersi al tavolo delle trattative. Di quali strumenti di pressione dispongono per raggiungere un simile risultato? La scarsa diffusione dello sciopero mostra la difficoltà ad individuare strumenti di pressione economica e sociale efficaci e la tendenza dei lavoratori autonomi e delle loro associazioni a rivolgere la propria attenzione a strumenti diversi, quali il salario minimo legale o la disciplina dell'equo compenso, per sottrarre almeno in parte il compenso al gioco della concorrenza al ribasso.

Un ruolo importante potrebbe tuttavia essere svolto dalle amministrazioni locali e nazionali, come pure dai consumatori finali, che potrebbero intervenire a fianco delle associazioni dei lavoratori autonomi, al fine di esercitare pressione sulle imprese e

---

100 In particolare, nella bozza di Linee guida si afferma che sono lavoratori autonomi quei lavoratori che, oltre a non essere sottoposti ad un vincolo di subordinazione, "rely primarily on their own personal labour for the provision of the services concerned" (p. 7). V. anche le considerazioni di Sergio Bologna, supra, Introduzione. Sulla nozione e il significato di lavoro prevalentemente personale v. Razzolini, 2012.

convincerle a negoziare alcune condizioni minime di lavoro, prima di tutto i compensi. Viene qui in rilievo l'elemento reputazionale, che assume una significativa rilevanza per le OTT. Nel settore musicale e librario un rilievo specifico potrebbe poi essere svolto dall'art. 9 della Costituzione.

In questi settori la costruzione di un effettivo contropotere collettivo sembra passare attraverso alleanze sociali e pratiche di concertazione sociale urbana. Si potrebbe parlare di una tendenza non più solo alla terziarizzazione del conflitto, secondo la celebre definizione di Aris Accornero[101], ma alla socializzazione del conflitto. I lavoratori organizzano proteste ad alto valore simbolico, cercando di socializzare e condividerne le finalità e gli obiettivi con le città e con i cittadini: si pensi al *no-download day* degli youtubers, alla Via Crucis organizzata a Milano dai *freelance* dell'editoria (grafici, traduttori, redattori), all'occupazione simbolica della Triennale di Milano nel 2009 e via dicendo. Il successo possibile di queste iniziative è testimoniato dalla vicenda dei *riders*: proprio l'interesse manifestato da diverse amministrazioni comunali nei loro confronti (ad esempio Comune di Bologna e Comune di Firenze) ha indotto alcune piattaforme del *food delivery* a sedersi intorno ad un tavolo e a firmare i primi accordi collettivi, attirando l'attenzione delle istituzioni e del Parlamento, culminata nella l. n. 128 del 2019. Tale legge ha introdotto alcune tutele minime per i *riders* autonomi, tra cui, in assenza di un salario minimo legale, il diritto ad un compenso minimo non inferiore a quello previsto dai CCNL firmati dalle organizzazioni sindacali e datoriali comparativamente più rappresentative sul piano nazionale anche in settori equivalenti o affini. Una tecnica di tutela, quest'ultima, che oggi appare pienamente compatibile con il diritto UE della concorrenza ed esportabile in settori diversi da quello del *food delivery*, come quello culturale (v. *infra* par. 6).

101 Accornero, 1985.

6. Alla ricerca dell'equo compenso (con un cenno ai diritti d'autore e al loro assoggettamento o meno all'obbligazione contributiva).

Nell'Introduzione Sergio Bologna ha messo in evidenza "l'inarrestabile peggioramento delle remunerazioni", che colpisce soprattutto il lavoro indipendente. Egli osserva che i compensi, "a seconda dei casi e delle professionalità, negli ultimi vent'anni sembrano essersi ridotti anche del 50% nel settore dell'audiovisivo. Nel settore dell'editoria questo problema è così sentito da aver costituito proprio la molla di un processo di aggregazione e di coalizione". Le interviste effettuate nel corso dell'indagine dimostrano la crucialità del problema della progressiva riduzione dei compensi. A contratti esterni poco pagati si sommano i ritardi nei pagamenti. Pure nella citata Comunicazione della Commissione europea del maggio 2018 si afferma che "un'equa remunerazione di autori e creatori è un altro obiettivo che la Commissione sta perseguendo nella strategia per il mercato unico digitale".

Nel settore del lavoro culturale il "nodo" dei corrispettivi ha in effetti contribuito a delineare talune caratteristiche di quanti operano al suo interno, che l'indagine ha messo in evidenza.

La discontinuità e l'intermittenza che connotano le professioni culturali ed in particolare quelle dello spettacolo determinano spesso una situazione di *multiple job holding*. Una persona, cioè, deve gestire più occupazioni. La diversificazione delle attività è invero una diffusa strategia individuale, che consente di ottenere continuità di impiego e compensi dignitosi. Tale condizione diventa obbligata, quando il lavoratore, pur di continuare a svolgere l'attività che lo appassiona, ma che è poco o per nulla redditizia, è costretto ad affiancarla ad un'occupazione meglio remunerata – appartenente talvolta ad un settore o ambito diverso –, che gli garantisce il sostentamento[102].

Molto frequentemente nei rapporti di lavoro in esame viene pagata una parte soltanto del lavoro svolto[103]. La "prestazione artistica, ancorché resa in un breve intervallo di tempo ..., richiede tempi di formazione e preparazione in genere più lunghi rispetto alla durata della *performance* riferita alla singola prestazione o alla successione di prestazioni analoghe" (art. 1 d.d.l. Nencini). In genere, non sono invece considerati

102 V. anche Argano, 2021, p. 31; Cicerchia, 2021, p. 66; Bertolini, 2021, p. 187; Carbonaro, 2021, p. 202.

103 V. anche Argano, 2021, p. 31.

lavorativi tutti i giorni dedicati allo studio e alla preparazione di un ruolo[104]. È pertanto sembrato necessario "uno strumento specifico di salvaguardia del tempo che questi lavoratori dedicano allo studio, alla ricerca, alla preparazione, all'ideazione e all'aggiornamento professionale costante e continuo, perché questo tempo costituisce il presupposto indispensabile ed è parte integrante di quello effettivo di lavoro" (Relazione al p.d.l. Orfini). A tal fine il d.l. n. 73/2021, conv, nella l. n. 106/2021, ha introdotto alcune previsioni, idonee a conferire maggior peso ai fini contributivi alle giornate di effettiva prestazione lavorativa e ad agevolare il raggiungimento del requisito dell'annualità di contribuzione richiesto per il sorgere del diritto alle prestazioni (art. 66, comma 17).

Inoltre, "il lavoro irregolare è una pratica molto diffusa e le forme con cui questo problema si manifesta sono diverse. Se da un lato vi è un esplicito riferimento al lavoro nero "tout court", dall'altro vi sono modalità diverse con cui il lavoro non è regolamentato: spesso non viene riconosciuto nei contratti il numero di giornate effettivamente lavorate" (Relazione al p.d.l. Gribaudo-Carbonaro). Tale situazione è stata riscontrata anche nel settore dell'editoria libraria.

L'indagine mette in evidenza che, nonostante esistano nel settore dello spettacolo interessanti previsioni (peraltro poco conosciute) della contrattazione collettiva in materia di equo compenso e compenso minimo, mancano parametri certi e generalizzati. In effetti, l'abrogazione della disciplina del lavoro a progetto, compiuta dall'art. 52 del d. lgs. n. 81/2015, ha fatto venir meno anche il principio per cui il compenso "deve essere proporzionato alla quantità e alla qualità del lavoro eseguito" e "non può essere inferiore ai minimi stabiliti in modo specifico per ciascun settore di attività ... dai contratti collettivi sottoscritti dalle organizzazioni sindacali dei lavoratori e dei datori di lavoro comparativamente più rappresentative sul piano nazionale a livello interconfederale o di categoria ovvero, su loro delega, ai livelli decentrati". In assenza di contrattazione collettiva specifica, la norma rinviava alle retribuzioni previste dai contratti collettivi nazionali di categoria applicati nel settore di riferimento alle figure professionali, il cui profilo di competenza e di esperienza sia analogo a quello del collaboratore a progetto" (art. 63 d. lgs. n. 276/2003).

La l. n. 81/2017 contiene previsioni finalizzate a proteggere i lavoratori autonomi nelle transazioni commerciali, al fine di evitare i ritardi nei pagamenti dei loro compensi, e rispetto all'abuso di dipendenza economica (artt. 2 e 3), ma non affronta la questione

104 V. Biagiotti, 2021, p. 613; Relazione al d.d.l. Borgonzoni, presentato al Senato il 9.2.2021.

dell'individuazione di parametri per la determinazione di compensi equi[105]. Da quanto emerge dall'indagine, anche la tutela introdotta da questa legge incontra i consueti limiti di effettività. Risulta, ad esempio, che, a fronte del mancato pagamento di tutta l'attività lavorativa effettivamente svolta, prevale "la paura dei lavoratori di esporsi, singolarmente ma anche come gruppo, di passare per piantagrane, con il rischio di non essere più richiesti in un mercato in cui l'offerta è molto elevata ed è facile essere sostituiti". Tale situazione giustifica probabilmente anche l'assenza di interventi della giurisprudenza sulle suindicate previsioni dello Statuto del lavoro autonomo, che trovano invece una reale applicazione nei rapporti tra le imprese (v. in particolare l'art. 9 della l. n. 192/1998, in materia di abuso di dipendenza economica). Un'applicazione più estesa della disciplina in materia di abuso di dipendenza economica risulterebbe invece particolarmente utile per affrontare, ad esempio, oltre alla questione dei compensi, quella delle clausole di esclusiva, che limitano il diritto dei lavoratori al mantenimento e allo sviluppo della professionalità nei settori più artistici e creativi: è il caso dei musicisti che, per migliorare la propria arte, hanno bisogno di esercitarsi e di esibirsi di frequente, davanti ad un pubblico sempre diverso.

E' apprezzabile la presenza nei d.d.l. in esame di una previsione analoga a quella introdotta per i ciclofattorini (*riders*) dal d.l. 3 settembre 2019, n. 101, conv. dalla l. 2 novembre 2019 (v. l'art. 47-*quater* del d. lgs. n. 81/2015). Essa stabilisce che "le retribuzioni o i compensi concordati dalle parti nei contratti di lavoro da esse sottoscritti ... non possono in ogni caso essere inferiori agli importi minimi tabellari di retribuzione stabiliti dai contratti collettivi nazionali di lavoro stipulati dalle organizzazioni sindacali più rappresentative su base nazionale di riferimento del settore creativo, dello spettacolo e delle arti performative in ragione dello svolgimento dei corrispondenti compiti, mansioni, funzioni o professionalità assegnati o richiesti al lavoratore" (art. 2 p.d.l. Orfini e d.d.l. Verducci-Rampi).

In tema di compensi, vale la pena tornare per un momento alla bozza di Linee guida della Commissione europea del dicembre 2021 in cui si cita espressamente il caso dei lavoratori autonomi del settore culturale che percepiscono diritti d'autore. Ad avviso della Commissione, è sicuramente compatibile con il diritto della concorrenza la contrattazione collettiva che sia finalizzata a dare attuazione all'art. 18 della Direttiva Copyright 2019/790, in base al quale "gli autori e gli artisti (interpreti o esecutori), se concedono in licenza o trasferiscono i loro diritti esclusivi per lo sfruttamento delle loro opere o altri materiali, [hanno] il diritto di ricevere una remunerazione adeguata e proporzionata".

---

105 Sul punto, fin dai primi commenti, v. in senso critico Giubboni, 2017, p. 492 s.; Ferraro, 2018, p. 532; Alaimo, 2018, p. 622 ss.

Nell'indagine (v. *supra* cap. III) è emerso come siano numerosi i lavoratori che percepiscono una parte della loro remunerazione sotto forma di diritti d'autore. In proposito, va ricordato che, per i lavoratori dello spettacolo iscritti al FPLS, l'art. 43, comma 3, della l. n. 289 del 2002 ha stabilito che i compensi corrisposti a titolo di cessione dello sfruttamento economico del diritto d'autore non possono eccedere il 40% dell'importo complessivo percepito per prestazioni riconducibili alla stessa attività e che tale quota "rimane esclusa dalla base *contributiva e pensionabile*". Tale disposizione è stata però interpretata dalla giurisprudenza come una conferma dell'assoggettabilità dei compensi corrisposti a titolo di diritto d'autore alla contribuzione previdenziale a favore dell'ex ENPALS con una franchigia del 40% del compenso complessivo, che rappresentata la quota massima esentata[106]. Viene così ribaltato il precedente orientamento del 2004[107], per cui i corrispettivi a titolo di cessione dei diritti d'autore non erano inclusi nella base contributiva, in quanto considerati prezzo della cessione e non retribuzione di un'opera prestata[108]. In tal modo, il diritto d'autore non può più venire scisso dalla prestazione lavorativa artistica svolta; a prescindere dalla natura e dalla durata della prestazione svolta, il compenso corrisposto a titolo di diritto d'autore deve oggi ritenersi soggetto a contribuzione previdenziale per la quota che eccede il 40% dell'importo complessivo percepito[109].

106 V. Cass., 27 febbraio 2013, n. 4882; Cass., 12 giugno 2020, n. 11378.

107 V. Cass., 28 gennaio 2004, n. 1585.

108 V. Favella, 2004.

109 V. Cass., 12 giugno 2020, n. 11378. In dottrina v. Biagiotti, 2021; Siotto, 2018; Fiorillo, 2011; Cardoni, 2007.

Bibliografia generale

ACCORNERO A. (1985), *Conflitto "terziario" e terzi*, in *Giorn. dir. lav. rel. ind.*, p. 17 ss.

ADNKRONOS (2021), *Netflix, bozza decreto: più investimenti in prodotti italiani*, 4 agosto.

AGCOM (2021), *Relazione annuale* e *Appendice statistica*, 26 luglio.

AIE (2020), *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*.

EAD. (2021a), "Lo stato del libro in Italia e in Europa nell'anno della pandemia", https://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-6105-2021.1.29/AIE_RFLevi_Scuola%20Mauri%2029%20gennaio.pdf?IDUNI=qxqgmpotffzqbneb3yac10rj2093.

EAD. (2021b), "Un sogno, una realtà di mezza estate Il mercato del libro in Italia nei primi sei mesi del 2021", https://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-6218-2021.7.13/AIE_dati%20primo%20semestre_2021.pdf?IDUNI=qxqgmpotffzqbneb3yac10rj6900https://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-6218-2021.7.13/AIE_dati%20primo%20semestre_2021.pdf?IDUNI=riw1dndrrnnm302wtrkfpcob364.

ALAIMO A. (2018), *Lo "statuto dei lavoratori autonomi": dalla tendenza espansiva del diritto del lavoro subordinato al diritto dei lavori. Verso una ulteriore diversificazione delle tutele?*, in *Le nuove leggi civili commentate*, p. 590 ss.

APA RICERCHE, eMedia Institute (2020), *La produzione audiovisiva nazionale: valori economici, tendenze e sfide di un settore in rapido sviluppo*, settembre 2020.

ARGANO L. (2021), *Il mercato del lavoro culturale: problematiche e politiche*, in A. Taormina (a cura di), *Lavoro culturale e occupazione*, Franco Angeli, Milano, p. 23 ss.

AROSIO F.M. (2021), *Le nomenclature per la rappresentazione e la classificazione delle attività culturali*, in A. Taormina (a cura di), *Lavoro culturale e occupazione*, Franco Angeli, Milano, p. 75 ss.

AROSIAO F. M., ARMENISE M., CARAMIS A. (2021), *Potenzialità di integrazione tra fonti: il caso di studio delle statistiche sul settore editoriale*, in "Istat working papers", n. 2.

BERTOLINI S., *Le professioni culturali e le nuove emergenze: ruolo e percorsi professionali*, in A. Taormina (a cura di), Lavoro culturale e occupazione, Franco Angeli, Milano, p. 186 ss.

BIAGIOTTI A. (2021), *Aspetti controversi della disciplina previdenziale dei lavoratori dello spettacolo*, in *Arg. dir. lav.*, p. 600 ss.

BICCI S. (2018), *Se Amazon diventa un grossista per le librerie*, in "Il Manifesto", https://ilmanifesto.it/se-amazon-diventa-un-grossista-per-le-librerie/.

BIONDI A. (2021), *Avanza la Tv on demand, gli abbonamenti salgono a 13,7 milioni*, "Sole 24 ore", 21 dicembre 2021.

BOLOGNA S.-FUMAGALLI A. (a cura di), *Il lavoro autonomo di seconda generazione. Scenari del postfordismo in Italia*, Feltrinelli, Milano.

CAMERA DEI DEPUTATI (2021), *Documento conclusivo dell'indagine conoscitiva in materia di lavoro e previdenza nel settore dello spettacolo*, 21 aprile 2021, in http://documenti.camera.it/leg18/resoconti/commissioni/stenografici/pdf/0711/indag/c0711_lavoro/2021/04/21/leg.18.stencomm.data20210421.U1.com0711.indag.c0711_lavoro.0006.pdf.

CANAVESI G. (2021), *Considerazioni sull'«indennità per i lavoratori autonomi dello spettacolo» (ALAS)*, in *Diritto e lavoro nelle Marche*, 2021, p. 13 ss.

CAPLAN W. (2021), *The Rise of the Crypto Writer? On What Literary NFTs Might Mean for the Book World*, https://lithub.com/the-rise-of-the-crypto-writer-on-what-literary-nfts-might-mean-for-the-book-world/.

CARBONARO A. (2021), *Perché un'indagine conoscitiva in materia di lavoro e previdenza nel settore dello spettacolo*, in A. Taormina (a cura di), *Lavoro culturale e occupazione*, Franco Angeli, Milano, p. 199 ss.

CARD D. (2022), *Who set your wages?*, Working Paper 29683 National Bureau of Economic Research, January.

CARDONI G. (2007), *Sulla nozione di lavoratore dello spettacolo ai fini della tutela previdenziale Enpals. La Cassazione cambia orientamento?*, in *Riv. dir. sic. soc.*, p. 651 ss.

CASTIGLI M. (2021), *Salario minimo digitale: è ora di parlarne sul serio*, in "Agenda digitale", 22 ottobre 2021, https://www.agendadigitale.eu/mercati-digitali/gig-economy-quale-via-per-una-migliore-tutela-dei-diritti-le-proposte-in-italia-e-ue/.

CAVANI M., SORU A. (2021), *Freelance nell'editoria libraria in Italia*, in PAIS I., PONZELLINI A.-M. (a cura di), *Il tassello mancante. L'intervento organizzativo come leva strategica per la transizione tecnologica*, Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano.

CICERCHIA A. (2021), Strategie per il lavoro culturale dopo la pandemia, in Taormina A. (a cura di), Lavoro culturale e occupazione, Franco Angeli, Milano, p. 62 ss.

CREMA M. (2021), *Grafica Veneta, da tipografia a colosso mondiale per i libri di Harry Potter e Papa Francesco*, in "Il Gazzettino", https://www.ilgazzettino.it/nordest/padova/grafica_veneta_storia_azienda_chi_siamo_libri_harry_potter_papa_francesco-6104947.html.

DIECI D., FONTANI C., RINALDINI F. (2013), *Editoria invisibile, un'inchiesta sul lavoro precario in editoria*, Ires Emilia Romagna, 2013, http://www.ireser.it/index.php/it/left-aree-tematiche.html?view=project&task=show&id=10.

DI NUNZIO D., FERRUCCI G., TOSCANO E. (2017), *Vita da artisti*, Fondazione Di Vittorio, Roma.

DI NUNZIO D., TOSCANO E. (2018), *L'azione sindacale nella frammentazione: il caso dei lavoratori nello spettacolo dal vivo*, in *Quad. rass. sind.*, n. 1, p. 101 ss.

DOERINGER P., PIORE M. (1971), *Internal Labour Markets and Manpower Analysis*, Heath Lexington

ECO U., CARRIÈRE J.-C. (2009), *Non sperate di liberarvi dei libri*, Bompiani, Milano.

EMMENEGGER P., HAUSERMANN S., PALIER B., SEELEIB-KAISER M. (2012), *The Age of Dualization: The Changing Face of Inequalities in Deindustrializing Societies*, Oxford University Press

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2020), *Yearbook Key Trends 2019/2020*.

ID. (2021a), *Yearbook Key Trends 2020/2021*.

ID. (2021b), *Trends in the VOD market in EU28*, January.

EVALUATION.IT (2021), Dati di bilancio di Netflix 2019, 2020 e 2021.

FACCHINI D. (2019), *Dentro la bolla di Netflix, tra debiti e nuovi concorrenti*, in "Altreconomia", 1 febbraio.

FAVELLA N. (2004), *I contributi previdenziali all'Enpals*, in *Dir. e giust.*, f. 8, p. 31 ss.

FEDERCULTURE (2021), *17° Rapporto Annuale di Federculture: Impresa cultura, progettare e ripartire*, Gangemi editore, Roma 2021.

FEE (2021), *One year after, consequences of the COVID crisis on the book market - An overview of 2020*, https://fep-fee.eu/IMG/pdf/202103_-_brochure_covid_update_digital_only.pdf?1857/6598ccf5e1afdda6eac39f35d6ded7321dfcd969.

FELTRIN P. (2012) ed. *Trasformazioni delle professioni e regolazione in Europa*, Kluwer Italia

FERRARA F. (2020), *Operatori dell'audiovisivo, invisibili e inascoltati*, in "SEnza Filtro", 15 giugno, 2020, https://www.informazionesenzafiltro.it/dietro-le-immagini-ci-sono-uomini/.

FERRARO F. (2018), *Prime osservazioni sulle tutele civilistiche del lavoro autonomo non imprenditoriale*, in *Riv. it. dir. lav.*, I, p. 501 ss.

FIORILLO L. (2011), *Obbligo contributivo sui compensi derivanti dalla cessione del diritto di immagine: un nuovo orientamento della giurisprudenza di merito*, in *Riv. it. dir. lav.*, II, p. 165 ss.

FONDAZIONE SYMBOLA - UNIONCAMERE (2020), *Io sono Cultura* – Rapporto 2020, https://www.symbola.net/ricerca/io-sono-cultura-2020/.

FT REPORTERS (2022), *Printers warn on growing paper shortages*, in "Financial times", https://www.ft.com/content/6430685f-2754-4e76-a940-eaad4e32bcdb.

FULTON L. (2018), *Trade Unions Protecting Self-Employed workers*, Etuc, Brussels.

GAZOIA A. (2014), *Come finisce il libro*, Minimum Fax, Roma.

GIAMMARCO E. (2020), *La crisi della crisi dell'editoria*, http://www.minimaetmoralia.it/wp/la-crisi-della-crisi-delleditoria/.

GIUBBONI S., *Il Jobs Act del lavoro autonomo: commento al capo I della l. 81/2017*, in *Giorn. dir. lav. relaz. ind.*, 2017, p. 471 ss.

HARRIS E. A. (2021), *Millions of Followers? For Book Sales, 'It's Unreliable.'*, in "New York Times", https://www.nytimes.com/2021/12/07/books/social-media-following-book-publishing.html.

IL POST (2017), *L'editore E/O non venderà più i suoi libri su Amazon*, in "Il Post", https://www.ilpost.it/2017/12/21/eo-amazon/.

ISTAT (2012), *Struttura e dimensione delle imprese*, Statistiche Report, Nota metodologica. https://www.istat.it/it/files//2012/06/nota-metodologica.pdf.

ID. (2021), *Produzione e lettura di libri in Italia- anno 2019*, https://www.istat.it/it/files/2021/01/REPORT_LIBRI-REV_def.pdf.

INDEX (a cura di) (1979), *Barriere oligopolistiche nel mercato editoriale italiano*, in ALFERJ, P, MAZZONE, G. (a cura di), *I fiori di Gutenberg*, Arcana, Roma.

LAMB D. (2020), *Trends in U.S. Trade Book Publisher Mergers and Acquisitions*, in "Publishing Research Quarterly", vol. 36, pp. 323–334, https://link.springer.com/article/10.1007s12109-020-09738-w#Sec2./.

LEICHTMANN RESEARCH GROUP (2021), *Major Pay-TV Providers Lost About 650,000 Subscribers in 3Q 2021*.

LOST IN CINEMA (2021), *Piattaforme streaming, le statistiche di utilizzo in Italia secondo JustWatch*, 17 aprile.

MARTINELLI F., CHIAPPA C (2019), *Doc Servizi, una rete di servizi su piattaforma cooperativa*, in *Professionalità*, p. 63.

MARX P. (2021), *Big Tech Is Killing Movies*, in "Jacobin", 27 giugno 2021, https://www.jacobinmag.com/2021/06/big-tech-netflix-amazon-mgm-disney-streaming-services-studios-tv-film-production.

MCCANN D. (2018), *Digital Power Players Power And Accountability In The Digital Economy*, Part 4, in "The Problem And The Power Of Tech Monopolies", New Economics Foundation.
MEDIOBANCA - AREA STUDI (2021), *Il settore media&entertainment tra innovazione e pandemia (2015-2020)*, Milano, 3 febbraio 2021.

MILLIOT J. (2021), *Big Trade Publishers Have a Good Start to 2021*, in "Publishers Weekly", https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/financial-reporting/article/86286-big-trade-publishers-have-a-good-start-to-2021.html.

MORI A. (forthcoming), DOC SERVIZI: How the cooperative model can support the music industry, in Sofía Pérez de Guzmán, Marcela Iglesias-Onofrio and Ivana Pais, *Contingent Workers' Voice in Southern Europe: Collective Experiences of Protection and Representation*, Edward Elgar.

MORINI C. (1997), *Lavoro autonomo e settore editoriale: la parabola di una professione*, in BOLOGNA S.-FUMAGALLI A. (a cura di), *Il lavoro autonomo di seconda generazione. Scenari del postfordismo in Italia*, Feltrinelli, Milano, p. 269 ss,

PALLINI M. (2013), *Il lavoro economicamente dipendente*, Cedam, Padova.

PANORAMA (2019), *Netflix vuole investire 200 milioni di euro in tre anni in Italia*, 16 aprile.

PARIBONI G. (2019), *Il salato pane del cameramen*, 3 agosto 2019, https://pariboni.home.blog/2019/08/03/il-salato-pane-del-cameraman/.

PERULLI A., SPEZIALE V. (2022), *Dieci tesi sul diritto del lavoro*, Il Mulino, Bologna.

PILATI A. (2004), *I diritti di sciopero*, Cedam, Padova.

PRISCO (2018), *Contenzioso con Sky, il Tribunale riconosce crediti a SIAE per 3 milioni*, in "Il Sole 24 Ore", https://www.ilsole24ore.com/art/contenzioso-sky-tribunale-riconosce-siae-crediti-3-milioni-AEVeGbgG.

ID (2020), *Cinema e diritto d'autore, Sky vince in primo grado la causa contro SIAE*, in "Il Sole 24 Ore", https://www.ilsole24ore.com/art/cinema-e-diritto-d-autore-sky-vince-primo-grado-causa-contro-siae-ADQUh85.

PICCOLI NARDELLI F. (2018), *Le leggi per promuovere la lettura in Francia, Germania, Regno Unito e Spagna*, http://flaviapiccolinardelli.it/le-leggi-per-promuovere-la-lettura-in-francia-germania-regno-unito-e-spagna/.

PICHIERRI A. (2011), *Sociologia dell'organizzazione*, Laterza, Bari.

PRANDSTRALLER G. P. (1977), Professione regista, Lerici, Cosenza.

RAHMAN K. S. - THELEN K. (2019), *The Rise of the Platform Business Model and the Transformation of Twenty-First-Century Capitalism*, in "Politics and Society".

RAI UFFICIO STAMPA (2021), *Rai: Marzo boom per ascolti, quasi 40% di share e RaiPlay leader del mercato*. 2 aprile.

RANFA E. (2020), *Il ruolo della distribuzione nella filiera del libro: orientarsi nel dedalo dell'editoria italiana*, in in "AIB studi", 60, n. 1.

RAZZOLINI O. (2012), *Piccolo imprenditore e lavoro prevalentemente personale*, Giappichelli, Torino.

REDACTA (2020a), *Editoria libraria. Un sondaggio*, https://www.actainrete.it/wp-content/uploads/2020/07/Editoria-libraria_sondaggio.pdf.

EAD. (2020b), *Un nuovo bonus per (una piccola parte del)l'editoria*, https://www.actainrete.it/2020/10/20/bonus-traduttori-mibact/.

EAD. (2021), *I freelance dell'editoria e la vertenza con Saggiatore. La necessità di un'azione collettiva*, in "Napoli Monitor", https://napolimonitor.it/i-freelance-delleditoria-e-la-vertenza-col-saggiatore-la-necessita-di-unazione-collettiva/.

EAD. (2022), *Tutti gli stage che ci rimangono*, https://www.actainrete.it/2022/01/14/acta-stage-lavoro-editoria-freelance-redacta/.

SEMENZA R., PICHAULT F. eds. (2019), *The Challenges of Self-Employment in Europe. Status, Social Protection and Collective Representation*, Edward Elgar.

SEMENZA R., MORI A. (2020), *Lavoro apolide*. Freelance *in cerca di riconoscimento*, Fondazione Giangiacomo Feltrinelli, Milano.

SENATO DELLA REPUBBLICA (2020a), *Relazione sullo stato della concorrenza nel settore della distribuzione cinematografica*, anno 2019, presentata dal presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato al Senato, 26 ottobre 2020.

SENATO DELLA REPUBBLICA (2020b), VII Commissione Istruzione pubblica, beni culturali, ricerca scientifica, spettacolo e sport, *Audizione del Presidente INPS*, 27 ottobre 2020.

SIAE (2020), *Annuario dello spettacolo 2020*.

SIOTTO F. (2018), *Il lavoro nello spettacolo: profili previdenziali*, in *Riv. dir. sic. soc.*, p. 61 ss.

TAORMINA A. (a cura di) (2021), *Lavoro culturale e occupazione*, Franco Angeli, Milano.

TOMBOLINI A. (2017), *Il circolo vizioso dell'editoria libraria*, https://antoniotombolini.com/il-circolo-vizioso-delleditoria-libraria.

UNICREDIT (2019), *La view di UniCredit sul settore cinematografico*.

UNIONE EUROPEA (2018), *Audiovisual Media Services Directive*, 12 ottobre.

VITALETTI M. (2021), *La dimensione "collettiva" del lavoro nello spettacolo*, in *Dir. rel. ind.*, p. 666 ss.

VOZA R. (2004), *Interessi collettivi, diritto sindacale e dipendenza economica*, Cacucci, Bari.

ZANETTI M. (2021), *Editoria in crescita: si comprano sempre più libri. E torna 'Milano da leggere'*, in "Il Fatto quotidiano", https://www.ilfattoquotidiano.it/2021/04/25/editoria-in-crescita-si-comprano-sempre-piu-libri-e-torna-milano-da-leggere/6172852/.

ZOLOTTI S. (2019), *Libri e distribuzione, monopoli e dannazione*, in "SenzaFiltro", https://www.informazionesenzafiltro.it/libri-e-distribuzione-monopoli-e-dannazione/.

Fin dalla sua costituzione, la Fondazione Giacomo Brodolini si è preoccupata di diffondere la conoscenza dell'attività scientifica e culturale svolta. L'attività editoriale è divenuta nel corso degli anni sempre più intensa, al punto da avviare, nel 1984, una linea nuova per pubblicare i principali risultati dell'attività di ricerca. Nascono i Quaderni della Fondazione Brodolini. Negli anni, viene collezionata una serie di volumi che mettono a disposizione del mondo scientifico, universitario e delle organizzazioni sociali, i risultati dell'attività di ricerca svolta dalla Fondazione in tutti gli ambiti di studio.

Quaderni
Fondazione Giacomo Brodolini

Fondazione Giacomo Brodolini