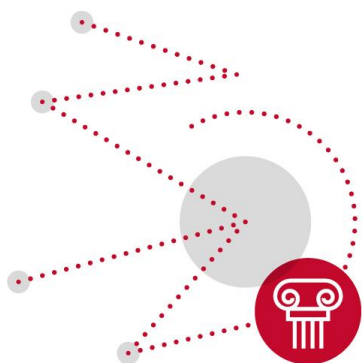


Focus Team Arte e beni culturali

4 Maggio 2020

Musei e digitalizzazione nell'emergenza Covid-19

Focus Team Arte e beni culturali



Focus Team Leader

Alberto Saravalle

alberto.saravalle@belex.com

Tel. +39-02-771131

1. Covid-19 e il settore culturale

Lo scorso 11 marzo, l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha dichiarato che l'epidemia da Covid-19 ha inequivocabilmente assunto i caratteri della "pandemia" e che, in considerazione della portata globale dell'emergenza sanitaria, la crisi è destinata a colpire la quasi totalità dei settori.

L'impatto sul settore culturale a livello internazionale è evidente e significativo: tutte le principali manifestazioni e fiere sono state annullate o rinviate, mentre gallerie d'arte e musei hanno dovuto annunciare la loro temporanea chiusura al pubblico.

Il *lockdown* che ha coinvolto i luoghi della cultura ha sollecitato l'adozione da parte dei governi di tutto il mondo di misure straordinarie volte a fornire sostegni economici e finanziari agli operatori del settore (aiuti e fondi di emergenza per l'arte e la cultura).

In Italia, la **sospensione sull'intero territorio nazionale** di manifestazioni, spettacoli ed eventi culturali, nonché "*dell'apertura dei musei e degli altri istituti e luoghi della cultura di cui all'articolo 101 del codice dei beni culturali e del paesaggio, di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42*" è stata disposta con Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri dell'8 marzo 2020, ribadita a più riprese con diversi provvedimenti e **prorogata sino al 17 maggio 2020** con Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 26 aprile 2020.

Per fronteggiare questa situazione di crisi, con il **Decreto Legge 17 marzo 2020, n. 18** ("**Decreto Cura Italia**") sono state introdotte alcune **importanti misure a sostegno della cultura** consistenti, tra le altre, in:

- un'**indennità straordinaria** pari a 600 euro per il mese di marzo per gli operatori del settore della cultura titolari di partita IVA ovvero titolari di rapporti di collaborazione coordinata e continuativa;
- la **sospensione dei versamenti** delle ritenute, dei contributi previdenziali e assistenziali e dei premi per l'assicurazione obbligatoria a carico dei soggetti che gestiscono o organizzano fiere ed eventi di carattere artistico o culturale, musei, biblioteche, archivi, luoghi

This document is provided as a service to clients and other friends for educational purposes only. It should not be construed or relied on as legal advice or to create a lawyer-client relationship.



Autori

Manlio Frigo

manlio.frigo@belex.com

Tel. +39-02-771131

Silvia Stabile

silvia.stabile@belex.com

Tel. +39-02-771131

- e monumenti storici;
- la **sospensione dei termini** degli adempimenti e dei versamenti fiscali e contributivi per i soggetti esercenti attività d'impresa in ambito culturale ovvero attività artistiche¹;
 - i **rimborsi dei biglietti già erogati** per musei e altri luoghi della cultura, mediante emissione di *voucher* per un importo corrispondente;
 - una **campagna straordinaria di promozione dell'Italia nel mondo**, anche con finalità di promozione del turismo e delle attività culturali.

2. Il museo digitale

Alla luce delle restrizioni adottate ai fini del contenimento della pandemia, **i musei di tutto il mondo hanno accelerato il proprio processo di digitalizzazione**, ampliando la gamma dei contenuti accessibili al pubblico, sia su canali proprietari (siti web e *App* delle istituzioni museali) sia su quelli non proprietari (*social* e *media network* nonché piattaforme *online* di distribuzione di contenuti culturali).

Visite virtuali guidate, *podcast*, conferenze in *streaming*, *chatbot*, condivisione di video e immagini sui profili *social*, *User Generated Content* sono soltanto alcune delle soluzioni adottate dai musei per garantire una fruizione culturale da remoto.

In base alla strategia adottata *online*, l'**International Council of Museums** distingue **tre diverse tipologie di "musei digitali"**: (i) *brochure museum*, pagine web pensate per veicolare al pubblico informazioni di carattere generale sull'istituzione museale; (ii) *content museum*, banche dati digitali dedicate alle collezioni museali; (iii) *virtual museum*, piattaforme *online* che si distinguono per la qualità e la varietà di applicazioni e di contenuti digitali messi a disposizione degli utenti che garantiscono un livello di fruizione culturale simile a quello offerto dall'esperienza dal vivo. È soprattutto a quest'ultimo modello che guardano i musei di oggi.

3. La digitalizzazione dei contenuti museali: profili giuridici

La digitalizzazione, l'utilizzo e la messa a disposizione di contenuti museali sollevano profili giuridici non trascurabili, dalla protezione del diritto d'autore alla tutela dei beni culturali, dal riconoscimento del diritto all'identità personale e d'immagine alla difesa della *pri-*

¹ Il Decreto Legge 8 aprile 2020, n. 23 ("Decreto Liquidità") ha disposto un'ulteriore sospensione dei versamenti fiscali e contributivi in scadenza nei mesi di aprile e maggio 2020 per le imprese e i professionisti che abbiano subito una diminuzione del fatturato o dei compensi.

vacu, fino alle potenziali violazioni di diritti di terzi, anche di rilevanza penale come nel caso di contenuti o affermazioni diffamatorie.

Quanto ai contenuti museali in formato analogico che subiscono un processo di digitalizzazione e ai contenuti nativi digitali, entrambi resi disponibili dai musei nella realtà virtuale, tramite Internet o altri mezzi di comunicazione a distanza, occorre distinguere, in base alla normativa in materia di diritto d'autore, tra (i) materiali "protetti" da diritti d'autore e (ii) materiali di "dominio pubblico"².

Laddove il termine di durata dei diritti economici d'autore sulle opere originarie della collezione non sia ancora scaduto³, il museo dovrà assicurarsi di aver acquisito i relativi diritti di utilizzazione economica (nonché i nonché i diritti connessi aventi carattere patrimoniale) per effetto di un atto di cessione avente ad oggetto, oltre alla proprietà delle opere originarie, anche tali diritti (ad esempio, in sede di compravendita o di acquisizione per donazione delle stesse opere)⁴; ovvero di aver ottenuto il consenso del titolare dei diritti per l'uso temporaneo dei medesimi diritti sulla base di un accordo di licenza (come nel caso di un comodato d'uso di una o più opere d'arte)⁵.

Alla scadenza del termine di protezione, i diritti cessano e l'opera può essere liberamente utilizzata da chiunque. Ma ciò è vero solo in parte, poiché il proprietario dell'opera, seppur in regime di "dominio pubblico", può sempre impedirne l'accesso e la riproduzione subordinando alla sua autorizzazione qualsiasi atto di disposizione dell'opera stessa.

Fanno ovviamente eccezione al diritto d'autore le utilizzazioni libere (ad esempio, la comunicazione o la messa a disposizione destinata a singoli individui, a scopo di ricerca o di attività privata di studio, su terminali aventi tale unica funzione situati nei musei, limitatamente alle opere o ad altri materiali contenuti nelle loro collezioni e non soggetti a vincoli derivanti da atti di cessione o da licenza)⁶.

4. L'opera delle collezioni museali come bene culturale

Esiste poi una terza categoria di opere da tenere in considerazione ossia le opere delle collezioni museali pubbliche che sono beni culturali⁷: la riproduzione è consentita previa autorizzazione del MiBACT, fatte salve le

² Legge 22 aprile 1941, n. 633 e succ. mod. ("Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio" o "Legge sul diritto d'autore").

³ In base alla Legge sul diritto d'autore, i diritti di utilizzazione economica permangono per tutta la vita dell'autore e sino al settantesimo anno dopo la sua morte.

⁴ Art. 109 della Legge sul diritto d'autore.

⁵ Artt. 107 e ss. della Legge sul diritto d'autore.

⁶ Art. 71-ter della Legge sul diritto d'autore.

⁷ Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 e succ. mod. ("Codice dei Beni Culturali").

norme che ne tutelano l'integrità e le norme in materia di diritto d'autore⁸.

La concessione avviene a fronte del pagamento di un corrispettivo, (parametrato, tra l'altro, all'uso e alla destinazione delle riproduzioni, nonché ai benefici economici che ne derivano al richiedente), salvo nei casi in cui le riproduzioni siano richieste o eseguite da privati per uso personale o per motivi di studio, ovvero da soggetti pubblici o privati per finalità di valorizzazione, purché senza scopo di lucro⁹.

5. L'opera delle arti visive nel Mercato Unico Digitale

Una recente novità è costituita dalla **Direttiva (UE) 2019/790** del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 aprile 2019 **sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale** ("Direttiva Copyright nel Mercato Unico Digitale").

Alla **scadenza della durata di protezione** di un'opera delle arti visive, il materiale derivante da un **atto di riproduzione** di tale opera (come la stessa digitalizzazione) **non è soggetto al diritto d'autore o a diritti connessi**, a meno che il materiale risultante da tale atto di riproduzione sia originale nel senso che costituisce una creazione intellettuale propria dell'autore¹⁰.

La Direttiva Copyright nel Mercato Unico Digitale ha inteso affermare che, nel settore delle arti visive, la circolazione di riproduzioni fedeli di opere di dominio pubblico favorisce l'accesso alla cultura e la sua promozione.

Tale disposizione non dovrebbe impedire agli istituti di tutela del patrimonio culturale di commercializzare le riproduzioni (come, ad esempio, le cartoline e altro *merchandising* museale).

Sarà interessante osservare come la Direttiva Copyright nel Mercato Unico Digitale verrà recepita in Italia nei prossimi mesi¹¹.

6. Prospettive di *policy* digitali museali

L'uso delle tecnologie digitali è il miglior modo per un museo di accrescere *audience* e coinvolgere il pubblico nelle realtà virtuali, immersive e di intrattenimento della collettività (le tendenze museali includono "*User-Generated Content*", "*Visitor-Generated Content*", "*Crowd-Curated Exhibitions*", collezioni

⁸ Art. 107 del Codice dei beni culturali. Per gli indirizzi, criteri, modalità per la riproduzione di beni culturali, si veda il D.M. 20 aprile 2005.

⁹ Art. 108, co. 3 del Codice dei Beni Culturali, come modificato dall'Art. 1, comma 171, lett. b), n. 1) e n. 2) della L. 4 agosto 2017.

¹⁰ Art. 14 della Direttiva Copyright nel Mercato Unico Digitale.

¹¹ Il termine per il recepimento della Direttiva Copyright nel Mercato Unico Digitale è fissato al 7 giugno 2021.

online personalizzate, *mobile tour*, *email newsletter*, partecipazione a gruppi di interesse sui canali *social*).

L'implementazione di una strategia digitale, anche in casi di emergenza Covid-19, richiede sempre, da parte del museo, un'attenta analisi e una valutazione specifica dei "diritti" sui contenuti museali, sia su canali proprietari, sia sui canali *social* e *media network* gestiti da terzi operatori (YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest, Tumblr, Google+).

L'adozione di *policy* e *regolamenti d'uso* dei contenuti risulta altrettanto essenziale e prioritaria nel nuovo contesto digitale, consentendo una più ampia tutela sia del museo, sia dei suoi visitatori. **Best practice di settore dovrebbero, in tal senso, incoraggiare la creazione di *standard* museali sull'uso dei nuovi strumenti tecnologici e regole certe per una corretta navigazione.**



Focus Team Arte e beni culturali

Il Focus Team è una costellazione di competenze in diversi ambiti di attività con focus sull'arte.

Alberto Saravalle

Societario

Manlio Frigo

Arte e beni culturali

Angelo Bonetta

Civile

Silvia Stabile

Arte e beni culturali

Francesco Sbisà

Penale

Gianpaolo Genta

Fiscale

Stefano Simontacchi

Fiscale