



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO
IUS01

SCUOLA DOTTORALE INTERNAZIONALE DI DIRITTO ED ECONOMIA
“ TULLIO ASCARELLI”

DOTTORATO DI RICERCA IN INTEGRAZIONE EUROPEA, DIRITTO SPORTIVO E
GLOBALIZZAZIONE GIURIDICA
XXII CICLO

LA VENDITA DEI DIRITTI TELEVISIVI

Prospettiva italiana e nord americana a confronto

Candidato: Dott. Silvia Merendoni

Coordinatore: Ch.mo Prof. Laura Santoro

BANDO

ANNO ACCADEMICO 2007-2008

CAPITOLO 1

Il boom dei diritti televisivi nell'era della vendita centralizzata

- 1.1 I numeri
- 1.2 Altri tempi
- 1.3 La scoperta del tesoro: i diritti televisivi del Mundialito
- 1.4 1981 – 1993: il boom dei diritti televisivi in chiaro
- 1.5 1993: diritti criptati e nuovi introiti
- 1.6 1996: il Telecalcio

CAPITOLO 2

L'applicazione delle norme antitrust allo sport televisivo: attori protagonisti e mercato rilevante

- 2.1 I diritti sugli eventi sportivi
 - 2.1.1 Il problema della natura dei diritti televisivi: la vicenda delle figurine dei calciatori
 - 2.1.2 La natura imprenditoriale dell'A.I.C.
 - 2.1.3 Il diritto di sfruttamento economico dell'immagine
 - 2.1.4 Le vie alternative per dare una risposta alla questione della titolarità

- 2.2 Gli attori protagonisti e la struttura del mercato dei diritti televisivi
 - 2.2.1 Primo livello: "produttori" di sport
 - 2.2.2 Secondo livello: emittenti televisive
 - 2.2.3 Terzo livello: utilizzatori
- 2.3 Le problematiche in materia di tutela della concorrenza
 - 2.3.1 Gli accordi orizzontali
 - ✓ Le intese tra società sportive
 - ✓ Le intese tra televisioni
 - 2.3.2 Gli accordi verticali

CAPITOLO 3

L'evoluzione della disciplina dei diritti televisivi nell'Unione Europea: il caso italiano

- 3.1 Introduzione
- 3.2 L'evoluzione normativa italiana
- 3.3 La nuova svolta: la Legge delega sui diritti televisivi
- 3.4 L'Indagine AGCM del 2007
 - 3.4.1 La natura della Lega Calcio
 - 3.4.2 Gli obiettivi dei club secondo l'AGCM
- 3.5 L'Indagine AGCM ed i diritti Tv
- 3.6 Una simulazione del futuro dei diritti Tv

CAPITOLO 4

La realtà Nord Americana

- 4.1 Introduzione
- 4.2 La struttura del mercato dello sport nella realtà Nord americana
- 4.3 L'organizzazione degli sport di squadra negli Stati Uniti
- 4.4 La misappropriation doctrine ed il riconoscimento di un property right sull'evento
- 4.5 L'applicazione del Copyright Act alla tutela dei diritti televisivi sulle manifestazioni sportive
- 4.6 I casi
- 4.7 I soggetti titolari dello sfruttamento economico dei diritti televisivi.
 - 4.7.1 Le tesi contrarie all'applicazione del diritto d'autore
 - 4.7.2 La registrazione televisiva dell'evento
 - 4.7.3 L'orientamento contrario alla tutela dell'esclusiva sui diritti televisivi
- 4.8 Il quadro generale della situazione vigente: i diritti televisivi come diritti di proprietà intellettuale
 - 4.8.1 I modelli utilizzati per la commercializzazione dei diritti.
- 4.9 Diritto antitrust e diritti televisivi:
Il dibattito sulla legittimità dell'applicazione delle norme antitrust al settore sportivo.

CONCLUSIONI

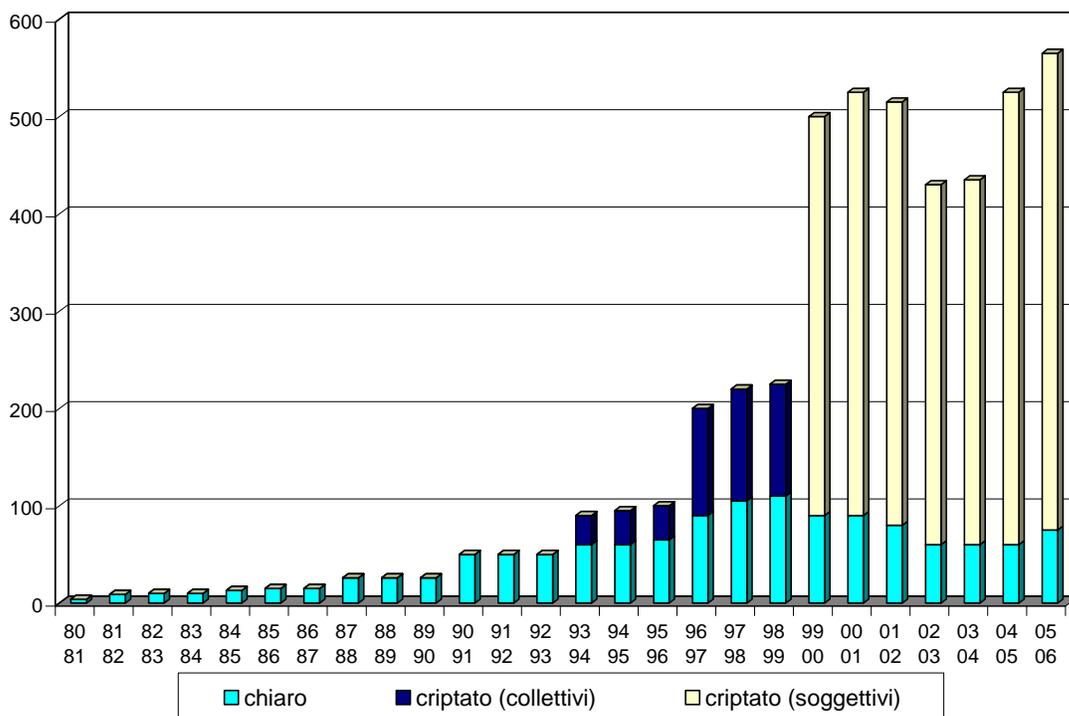
BIBLIOGRAFIA

CAPITOLO 1

Il boom dei diritti televisivi nell'era della vendita centralizzata

1.1 I numeri

FIGURA 1.1- L'escalation dei diritti tv nel calcio italiano



dati in milioni di euro

Fonte: elaborazione su dati Lega Calcio

Per comprendere la progressiva trasformazione del calcio italiano in industria basta osservare i dati relativi all'escalation dei diritti televisivi avvenuta negli ultimi venti anni. Estremamente indicativo è il confronto tra il campionato 1980-81, che precede la svolta nel rapporto tra il calcio e la

televisione, e il torneo 1999-2000, che segue l'altra importante svolta, quella della soggettività dei diritti: gli introiti di provenienza televisiva dell'intero calcio professionistico italiano (serie A e serie B) passano da 1 ad oltre 500 milioni di euro.

La crescita avviene a tappe, ogni tre anni, in coincidenza con la firma dei nuovi contratti tra la Lega Calcio e le emittenti televisive. Fino al 1993 solo la Rai trasmette il campionato; tuttavia, per effetto dell'affacciarsi e del consolidarsi della concorrenza, i successivi rinnovi contrattuali consentono al calcio di incassare per ogni nuovo triennio circa il doppio di quello precedente. A partire dal 1993-94 l'incremento del valore dei diritti in chiaro è più contenuto in termini percentuali, ma ancora notevole, mentre dal 1999-2000 si registra un decremento.

A diminuire il valore dei diritti in chiaro è la crescente importanza di quelli criptati: la pay-tv, dal 1993, e la pay-per-view, dal 1996, sono la nuova ricchezza del calcio. La "regola" del raddoppio degli introiti da un triennio all'altro vale ancora, permettendo di toccare la quota di 100 e poi quella di 200 milioni di euro.

A partire dal 1999 la possibilità di contrattare individualmente la cessione dei diritti televisivi criptati da parte dei club consente addirittura un incremento più che doppio: le stagioni agonistiche 1999-00, 2000-01 e 2001-02 valgono *televisivamente* oltre 500 milioni di euro ciascuna.

All'improvviso c'è un'inversione di tendenza. Dopo la lieve flessione del 2001-02, i successivi due anni fanno registrare una consistente diminuzione delle entrate, che rimangono comunque notevoli, per poi tornare sui valori precedenti nelle stagioni 2004-2005 e 2005-2006 grazie al digitale terrestre che consente una nuova modalità di fruizione televisiva del campionato, e introduce una nuova fonte di introiti per i club.

Con questi numeri, è facile comprendere come i diritti televisivi siano diventati la principale fonte di ricavi per le società calcistiche. La dipendenza economica del calcio professionistico dalla televisione è tale che la stessa

organizzazione di campionati e coppe è sempre più vincolata alle esigenze dei palinsesti, anche a discapito dei tradizionali principi sportivi.

Eppure non è sempre stato così.

1.2 Altri tempi

Il rapporto tra il calcio e il piccolo schermo è di lunga data, antico quanto la storia della televisione italiana: la programmazione del 3 gennaio 1954, giorno d'inaugurazione delle trasmissioni della Rai, prevede in seconda serata *La Domenica Sportiva*, con i servizi filmati su alcune delle partite di serie A. Sempre nel 1954 cominciano le telecronache dirette della Nazionale con Italia-Egitto, mentre nel 1958 è trasmesso il primo incontro di Coppa dei Campioni, Milan-Real Madrid. Nel corso degli anni nascono le altre trasmissioni storiche dedicate al campionato: nel 1960 la differita di un tempo di una gara, nel 1970 *90° minuto*, che porta nelle case le immagini delle partite a ridosso del fischio finale. La radio, che nel 1928 trasmette Italia-Ungheria e dal 1930 segue il campionato con la diretta del secondo tempo di una partita, inventa nel 1960 *Tutto il calcio minuto per minuto*.

Fino agli inizi degli anni Ottanta, tuttavia, la dimensione economica resta in secondo piano. In base al primo accordo, la Rai riconosce alla Lega Calcio un compenso di 60 milioni di lire annue, cifra sostanzialmente irrilevante per i bilanci delle singole squadre.

Anche allora nel rapporto tra calcio e televisione non mancano gli scontri. Le cronache del 1960 riferiscono del "*difficile accordo tra il calcio e la Rai-Tv*"¹ – parole che sembrano estremamente attuali – sulla trasmissione della differita di un secondo tempo e della diretta radiofonica di più partite. Il precedente contratto da 60 milioni era relativo alla radiocronaca del secondo tempo di una sola gara e agli *shorts* degli incontri (i moderni *highlights*) per i programmi serali. La Lega Calcio chiede che, per le nuove trasmissioni, la cifra sia elevata a 100 milioni; la Rai minaccia allora di non trasmettere nulla, affermando che i suoi programmi sono un "servizio" allo sport, in quanto ne

¹ Articolo di Franco Mentana su *Lo Sport Illustrato* n.3 del gennaio 1960, citato sul *Guerin Sportivo* n.25 del 23 giugno 1993

favoriscono la propaganda e la diffusione. Essendo l'unico possibile acquirente, è l'ente di Stato a prevalere: i soldi rimangono gli stessi. Pochi.

La principale fonte di ricavo per i club è costituita dagli incassi al botteghino (biglietti e, più tardi, abbonamenti). Tra le "ragioni" dello stadio e quelle della televisione il calcio fa prevalere indiscutibilmente le prime. Durante la stagione 1955-56 i primi esperimenti di trasmissione di partite di campionato in diretta², che peraltro avranno vita molto breve, sono programmati il sabato: l'anticipo è deciso dalle società, che difendono gli incassi dei propri incontri domenicali dalla concorrenza del piccolo schermo³.

Nei primi venticinque anni la tv decide il costo del calcio, ma è relegata in secondo piano, deve accontentarsi degli spazi che le vengono concessi. Le telecamere riprendono un evento (la partita della domenica pomeriggio) che è preesistente ed organizzato in funzione del pubblico dello stadio. Il calendario calcistico è influenzato solo dalle stagioni, che impongono lievi variazioni di orario nell'arco dell'anno. Per il resto, il tifoso può contare su certezze: la domenica è consacrata al campionato, il mercoledì è riservato alle coppe.

Nell'epoca del monopolio Rai, in altre parole, il rapporto calcio-tv è materia d'interesse per sociologi, storici dei media e storici dello sport, non per gli economisti.

² L'esordio è l'8 ottobre 1955 per la serie B, con Monza-Verona, e il 31 dicembre per la A, con Roma-Atalanta e Napoli-Fiorentina.

³ Già nel 1930 l'Eiar aveva incontrato notevoli resistenze da parte delle società alla propria decisione di trasmettere il secondo tempo di una partita di campionato: i club temevano una diminuzione degli spettatori per la concorrenza della radio.

1.3 La scoperta del tesoro: i diritti televisivi del Mundialito

La questione dei diritti televisivi del calcio esplose in Italia nel 1980, rivoluzionando i rapporti tra il piccolo schermo e lo sport più popolare.

Dal 30 dicembre 1980 al 10 gennaio 1981 si disputa in Uruguay il Mundialito, a cui partecipano sei delle maggiori squadre nazionali⁴. Il torneo non rientra tra le manifestazioni ufficiali della FIFA, nonostante l'evidente richiamo alla massima competizione per squadre nazionali; la giunta militare al potere nello Stato sudamericano, sulla scia del Mondiale d'Argentina del 1978, lo concepisce in funzione di finalità propagandistiche, di promozione politica del regime. È necessaria quindi la vetrina televisiva nel maggior numero di Paesi. I palinsesti sono liberi: il torneo si gioca in un periodo "vuoto" di calcio, durante la tradizionale sosta dei campionati europei e al termine della stagione agonistica sudamericana.

Con un'offerta clamorosa per il "mercato", allora praticamente inesistente, dei diritti televisivi sportivi (quasi un milione di dollari per le sette partite del torneo) la società Rete Italia della Fininvest di Silvio Berlusconi acquista i diritti del torneo per l'Italia e per altri otto Paesi europei, superando la debole concorrenza dell'Eurovisione. Tuttavia Berlusconi dispone solo di un'emittente locale, Canale 5 (pur legata in una sorta di network ad altre emittenti regionali), non può effettuare trasmissioni in diretta, né utilizzare il satellite: è forte il rischio che gli italiani non possano seguire la Nazionale.

Dopo un mese di polemiche, il Governo concede l'uso del satellite e induce la Rai ad un accordo: il servizio pubblico avrebbe trasmesso le due partite dell'Italia e la finale, Canale 5 le altre quattro gare in diretta in Lombardia e l'intero torneo in differita su tutto il territorio nazionale. Teoricamente la vicenda si conclude quindi a vantaggio della Rai che, pur

⁴ Il torneo, denominato ufficialmente *Copa de oro*, si disputa nel cinquantenario della nascita della Coppa del Mondo ed è riservato alle nazionali vincitrici di almeno un'edizione (Brasile, Argentina, Uruguay, Italia, Germania più l'Olanda, subentrata per la rinuncia dell'Inghilterra). Termina con la vittoria dei padroni di casa dell'Uruguay.

costretta a riacquistare i diritti a prezzo maggiorato, non perde la Nazionale. Tuttavia un torneo di calcio di relativa importanza è sufficiente a Berlusconi per lanciare la sua sfida al monopolio televisivo.

Pochi mesi dopo, durante il mese di giugno del 1981, è la stessa Canale 5 ad organizzare il Mundialito per club: il torneo, disputato a S.Siro da cinque tra le più prestigiose squadre del mondo e trasmesso con grande spiegamento di mezzi, è il primo pensato esclusivamente per la televisione. Addirittura il regolamento prevede che ogni squadra possa schierare due giocatori che non sono sotto contratto con il club, in modo da aumentare il numero delle "stelle" in campo. L'obbligo della differita consente a Canale 5 di inserire numerose interruzioni pubblicitarie senza privare il pubblico di alcun momento del gioco. Il torneo vivrà una seconda edizione due anni dopo, mentre nel 1987, con Berlusconi diventato presidente del Milan, sarà organizzato dalla società rossonera. Mentre i club stranieri variano negli anni, due o tre posti sono sempre riservati alle squadre italiane di maggiore audience televisiva: il Milan, l'Inter e la Juventus.

Quella dei diritti del Mundialito è una vicenda paradigmatica rispetto al rapporto tra calcio e televisione dei successivi due decenni. Diversi elementi diventeranno delle costanti:

- **Il ruolo centrale del calcio per l'entrata di nuovi soggetti nel mercato televisivo italiano.** Come il Mundialito consente a Berlusconi di ottenere la "legittimazione" di Canale 5, nel 1996 Cecchi Gori tenterà di avviare la costituzione del terzo polo televisivo attorno a Telemontecarlo (tentativo poi fallito) con un'offerta clamorosa per i diritti del campionato. Un nuovo prodotto calcistico, il campionato in diretta, sarà alla base dell'offerta della prima pay-tv italiana, Telepiù. La nascita della seconda piattaforma, Stream, vedrà addirittura l'intervento diretto di un consorzio di società calcistiche. Le vicende degli ultimi anni confermano la centralità del calcio nell'evoluzione del mercato

televisivo: il nuovo operatore digitale, Sky, programma l'avvio delle proprie trasmissioni il giorno della pubblicazione dei calendari della stagione 2003-04; l'unica forma di (debole) concorrenza alla nuova pay-tv viene da Gioco Calcio, la piattaforma di proprietà della Lega Nazionale Professionisti e di alcuni club, concorrenza destinata poi a fallire.

- **La concorrenza per l'acquisto dei diritti e la crescita del costo del calcio.** L'ingresso di Berlusconi nel mercato televisivo e la fine del monopolio Rai danno il via all'ascesa del costo dei diritti televisivi del calcio. Un altro incremento notevole si avrà con l'entrata del terzo concorrente, Telemontecarlo. La concorrenza Telepiù – Stream spingerà verso l'alto anche il costo dei diritti criptati.
- **La necessità della mediazione politica.** In nome della rilevanza sociale del calcio, la politica interverrà più volte nelle trattative tra i club e le emittenti televisive. Più che l'azione legislativa, la modalità dell'intervento politico sarà la mediazione del Governo nel momento della firma dei contratti (in particolare in occasione del rinvio del campionato 2002-2003).
- **L'organizzazione di tornei in funzione della televisione.** Non solo la televisione impone le sue regole e i suoi orari a campionati e coppe organizzati da federazioni e leghe: il Mundialito per club è organizzato *dalla televisione per la televisione*. Negli anni Novanta ci sarà un proliferare di tornei estivi tra i grandi club europei, rigorosamente programmati nel *prime time* televisivo: il "calcio d'agosto", e poi addirittura quello di luglio, sarà pieno di amichevoli di grande valore economico per le emittenti, e di valore sportivo prossimo allo zero. La tv inventerà la formula dei triangolari: tre squadre e tre tempi di 45'

significano un pubblico più ampio e una prima serata più lunga rispetto ai classici 90 minuti.

1.4 1981-1993: il boom dei diritti televisivi in chiaro

Agli inizi degli anni Ottanta il calcio italiano si accorge di possedere un tesoro: i diritti sulla trasmissione televisiva dello "spettacolo" che organizza. Nel 1981 nasce la Promocalcio, con il compito di rappresentare le società della Lega Nazionale Professionisti nelle trattative per la cessione dei diritti televisivi. La nuova attenzione per i diritti televisivi è peraltro solo uno degli indicatori della progressiva trasformazione del calcio in industria: sono infatti gli anni della riapertura agli stranieri (uno per squadra dal 1980, due dal 1982), della liberalizzazione delle sponsorizzazioni (1981), dei grandi colpi del calcio mercato (nel 1984 il Napoli acquista Maradona per la cifra-record di 14 miliardi di lire).

Nel 1978 la Lega Calcio e la Rai avevano firmato il primo contratto miliardario, un triennale che aveva portato nelle casse del calcio una cifra di poco inferiore ai 6 miliardi di lire. Nel 1981, alla scadenza dell'accordo, la Fininvest, sull'onda del positivo esperimento del Mundialito, annuncia pubblicamente di essere disposta ad offrire molto più della Rai. La Lega ritiene di non poter cedere i diritti ad una emittente privata che non dispone della diretta, ma ha l'occasione per alzare il prezzo: la Rai, per i diritti dei campionati di serie A e B e della coppa Italia dei successivi tre anni (1981-1984), deve versare oltre 42 miliardi di lire. Nonostante la Fininvest non sia ammessa alla trattativa, il suo solo "spettro" costringe la Rai a pagare lo stesso prodotto oltre sette volte rispetto a tre anni prima. Negli anni seguenti prosegue la politica aggressiva della Fininvest nell'acquisizione dei diritti sportivi, che tuttavia viene frenata dai vincoli territoriali di legge e dalla mancata possibilità della diretta. Il calcio e le federazioni sportive

mantengono un atteggiamento di "responsabilità" nei confronti del pubblico. Un documento del CONI del 1984 afferma: "*Il mondo sportivo, pur avendo avuto incoraggianti offerte dalle televisioni private, ha sempre preferito il discorso diretto ed esclusivo con la RAI, in quanto l'ente radiotelevisivo è l'unico per legge ad avere la possibilità di effettuare trasmissioni in diretta su tutto il territorio nazionale*"⁵.

I successivi accordi tra Lega Calcio e Rai prevedono un esborso di entità sempre maggiore per l'ente di Stato: 79 miliardi di lire per gli anni 1984-1987, 180 per il periodo 1987-1990, 325 per il triennio 1990-1993. Nel corso dei vari rinnovi contrattuali, a fronte dei maggiori investimenti, l'ente radiotelevisivo si garantisce tuttavia diritti diversi, relativi allo sfruttamento dei filmati per promozione e pubblicità, alla produzione di *home video*, alla commercializzazione delle immagini del campionato italiano all'estero.

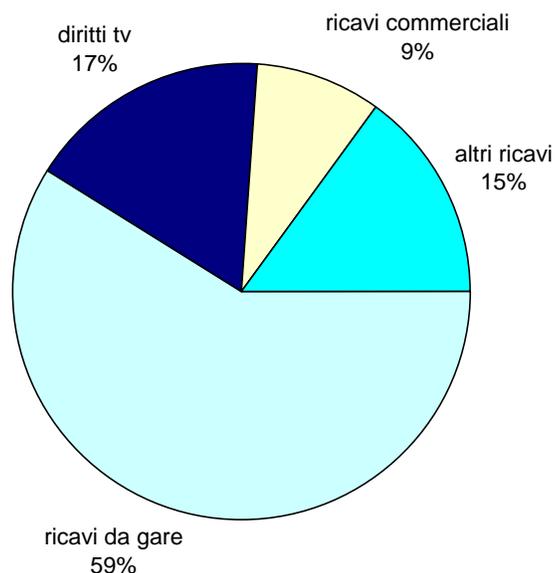
La possibilità della diretta sull'intero territorio nazionale, ottenuta nel 1990 con la legge Mammi, legittima pienamente la Fininvest agli occhi del calcio: nello stesso anno la Rai le cede la Coppa Italia, come "risarcimento" per non essere intervenuta nella trattativa con la Lega.

La crescita esponenziale degli introiti da diritti televisivi avvenuta nell'arco di un decennio non modifica il dato di fondo: la voce principale nei bilanci delle società rimane quella tradizionale dei ricavi da gare. Gli anni Ottanta, inoltre, registrano un continuo incremento degli incassi da stadio della serie A, pur in presenza di un andamento particolare del pubblico: la media spettatori per partita conosce un aumento nella prima metà del decennio e un decremento nella seconda, compensato però dalla crescita del prezzo dei biglietti e dall'allargamento del massimo campionato, dalla stagione 1988-89, da 16 a 18 squadre, con il conseguente aumento delle giornate di gara e del numero dei match.

⁵ Citato in Papa A. – Panico G., *Storia sociale del calcio in Italia*, Il Mulino, Bologna, nuova edizione 2002

A titolo di esempio, i dati relativi alle entrate della serie A nella stagione 1987-88 (in presenza quindi del nuovo contratto Rai-Lega da 60 miliardi di lire l'anno) indicano chiaramente che i ricavi da gare (59%) sono ancora nettamente maggiori rispetto agli introiti da diritti televisivi (17%).

FIGURA 1.2- Composizione percentuale delle entrate della serie A (1987-88)



Fonte: dati Lega Calcio

I diritti televisivi sono oggetto di vendita *centralizzata*: è la Lega a trattare il prodotto-calcio, che viene ceduto nel suo complesso. Il principio ispiratore nella distribuzione dei proventi dei contratti con la Rai tra le società affiliate è quello della *mutualità*: il ricavato derivante dalla cessione dei diritti viene suddiviso al 50% tra serie A e serie B, e poi ancora in parti uguali fra tutti i club dello stesso campionato (16 fino al 1987-88 e poi 18 per la A, e 20 per la B). Ciò determina, al di là dell'impatto delle cifre globali, una quota per singolo club relativamente modesta. Il discorso vale in particolare nel caso delle "grandi", che godono dei maggiori incassi al botteghino e per le quali il peso percentuale della quota-tv è quindi minore. Se confrontato con la situazione attuale, il dato è sorprendente: *i diritti televisivi contano meno per i grandi club.*

La precedente affermazione va parzialmente corretta considerando che le squadre più forti ottengono introiti aggiuntivi derivanti dalla partecipazione alle Coppe europee. In ambito UEFA non vale il principio della vendita centralizzata dei diritti televisivi, bensì quello della *soggettività*: ogni società tratta la cessione dei diritti relativi alle partite disputate in casa. La Rai, ancora unico interlocutore delle italiane, garantisce ad ogni club una cifra forfetaria in base all'importanza della competizione (nell'ordine Coppa dei Campioni, Coppa delle Coppe e Coppa Uefa), indipendentemente dal prestigio e quindi dal valore "televisivo" della squadra: l'Atalanta, ad esempio, può incassare più della Juventus. Si tratta di cifre irrisorie se si considerano i favolosi introiti che seguiranno la riforma delle coppe europee, come mostrano i dati seguenti, relativi alle stagioni 1986-87, 1987-88 e 1988-89.

TABELLA 1.1- **Costo dei diritti delle Coppe Europee**

1986 - 87		1987 - 88		1988 - 89	
Juventus	4,1	Napoli	4,3	Milan	4,5
Roma	3,3	Atalanta	3,4	Sampdoria	3,4
Inter	2,5	Inter	2,6	Roma	2,9
Napoli	2,5	Milan	2,6	Inter	2,9
Torino	2,5	Juventus	2,6	Napoli	2,9
Totale	17,4	Totale	18,0	Totale	19,5

Dati in miliardi di lire

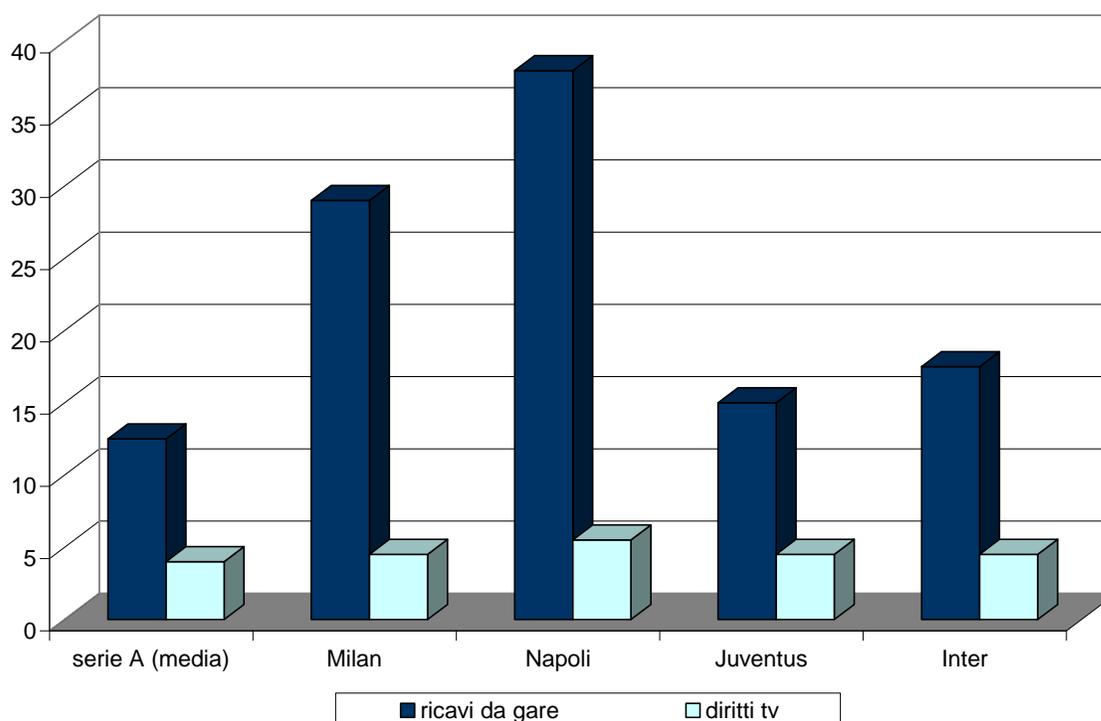
Fonte: *calcioborsa.com*

A tali quote di base si aggiungono dei bonus relativi al superamento dei turni nelle tre competizioni, che si articolano interamente sull'eliminazione diretta. Tuttavia, con l'eccezione dei due successi della Juventus nel 1984 e nel 1985, bisogna attendere la fine degli anni Ottanta perché le squadre italiane diventino le assolute protagoniste del panorama europeo.

I successi del Milan e del Napoli nel 1989, del Milan, della Sampdoria e della Juventus nel 1990 consentono ai club di accumulare i bonus della Rai, e alle emittenti di comprendere le straordinarie potenzialità del calcio in termini di audience. Le finali europee di questi anni rimangono ai vertici dei dati di ascolto Auditel.

Pur considerando le entrate derivanti dai diritti degli incontri disputati nelle coppe europee, resta valida l'affermazione per cui i grandi club meno degli altri fanno affidamento sulla televisione quale fonte di ricavi. Il grafico seguente, relativo ancora alla stagione 1987-88, mostra che per le squadre di vertice i diritti televisivi "pesano" meno rispetto alla media dei club di serie A.

**FIGURA 1.3- Peso dei ricavi da gare e dei diritti televisivi
(serie A 1987-88)**



dati in miliardi di euro

Fonte: elaborazione su dati calcioinborsa.com

Particolarmente significativo è il dato relativo al Milan campione d'Italia e al Napoli, le due squadre che danno vita al duello per lo scudetto e che quindi registrano il maggior numero di spettatori e i maggiori incassi: entrambe ricavano dallo stadio oltre 6 volte di più che dalla televisione. Per la media dei club di serie A, invece, il rapporto è di circa 3,5. L'Inter e la Juventus pagano il campionato negativo, e quindi lo scarso seguito di pubblico: in questa stagione, quindi, i diritti televisivi "pesano" per i bianconeri quanto per la media della A, e per i nerazzurri solamente poco di meno.

È noto che i successi del Napoli nella seconda metà degli anni Ottanta sono stati favoriti dallo straordinario seguito di pubblico. L'investimento compiuto nel 1984 per l'acquisto di Diego Armando Maradona (14 miliardi di

lire, allora cifra-record del calcio mondiale) è stato ampiamente ripagato da anni di stadio gremito. Successi sportivi e ricchezza economica si congiungevano in un circolo virtuoso che poggiava su un elemento di base: lo stadio come fonte principale di ricavi. Anche la "sopravvivenza" in serie A per diverse stagioni di "provinciali" prive di grandi gruppi imprenditoriali alle spalle ma con un pubblico numeroso (Verona, Avellino, Ascoli, Pisa) si può spiegare in quest'ottica.

Gli introiti da diritti televisivi, durante gli anni Ottanta, assumono una rilevanza economica notevole, ma non tale da rivoluzionare il calcio: è ancora il pubblico dello stadio, non quello della tv, la ricchezza di una squadra.

1.5 1993: diritti criptati e nuovi introiti

Nel 1993, alla scadenza del precedente contratto televisivo, la Lega Calcio per la prima volta differenzia il prodotto - calcio, distinguendo:

- **diritti "in chiaro"**, relativi alla trasmissione via etere non criptata, la cui ricezione non necessita di apparecchi decodificatori e non è soggetta al pagamento di alcun abbonamento;
- **diritti "criptati"**, relativi alla trasmissione di segnali analogici e digitali criptati, decodificati da una apposita apparecchiatura noleggiata o acquistata dall'utente, chiamato a sottoscrivere un abbonamento.

I diritti in chiaro per il triennio 1993-96 (highlights e differite della Serie A, della Serie B e della Coppa Italia, 15 dirette di Coppa Italia, e tutti i diritti per l'estero) sono nuovamente aggiudicati dalla Rai, ancora sulla base di una trattativa individuale. L'unico potenziale concorrente, la Fininvest, si fa da parte, preferendo puntare al calcio criptati con Telepiù, della cui proprietà detiene una quota. L'ente di Stato deve tuttavia ulteriormente aumentare il proprio esborso a 423 miliardi di lire.

La novità assoluta del 1993 è costituita dalla cessione dei diritti criptati per la trasmissione di alcune partite in diretta. Telepiù, la prima pay-tv italiana, con uno dei suoi due canali (Tele+2) interamente dedicato allo sport, ha un numero di abbonati inferiore alle attese e insufficiente a coprire i costi: il prodotto su cui puntare per ampliare il pubblico è il campionato di calcio in diretta, vale a dire un prodotto "nuovo", che non è stato mai trasmesso dalla tv generalista. Per una cifra di 148 miliardi di lire si garantisce la possibilità di trasmettere per tre anni il posticipo della serie A la domenica sera e l'anticipo della B il sabato sera.

Con l'ingresso della pay-tv la televisione modifica il calendario del calcio: per la prima volta - a parte i saltuari esperimenti degli anni Cinquanta - viene a cadere il principio sportivo della contemporaneità delle

partite di una stessa giornata di gara, che assicura la regolarità di una competizione basata su una classifica. Tale principio è mantenuto per le ultime sei giornate di campionato (presto ridotte a quattro), durante le quali il vantaggio di giocare conoscendo gli altri risultati potrebbe risultare decisivo. È la prima concessione che il mondo del calcio fa alla televisione, in cambio di nuovi introiti: cambiano in qualche modo le regole del gioco in funzione delle esigenze del piccolo schermo.

La scelta delle gare è concordata con la Lega, cercando un punto d'incontro tra opposte esigenze, quella "sportiva", di garantire visibilità a tutte le squadre e quella "televisiva", di privilegiare i club di maggiore audience. Durante la stagione 1993-94 il programma dei posticipi è piuttosto equilibrato: il numero dei passaggi televisivi di ogni squadra varia dai 2 delle piccole ai 5 delle tre grandi storiche (Juventus, Milan e Inter). Progressivamente le esigenze di audience dell'emittente a pagamento vengono a prevalere: già l'anno seguente le squadre maggiori giocano 6 posticipi, mentre a diverse squadre rimane un solo passaggio.

TABELLA 1.2- Numero di posticipi in pay-tv per

Serie A 1993 - 94

Inter	5	Reggiana	3
Juventus	5	Sampdoria	3
Milan	5	Torino	3
Lazio	4	Atalanta	2
Parma	4	Cremonese	2
Cagliari	3	Genoa	2
Foggia	3	Lecce	2
Napoli	3	Piacenza	2
Roma	3	Udinese	2

Serie A 1994 - 95

Juventus	6	Genoa	3
Milan	6	Torino	3
Inter	5	Foggia	2
Napoli	5	Fiorentina	2
Lazio	4	Cremonese	1
Parma	4	Bari	1
Roma	4	Brescia	1
Sampdoria	4	Padova	1
Cagliari	3	Reggiana	1

Fonte: Annuario del calcio mondiale

In realtà per le piccole è solo un problema di prestigio. L'ipotesi iniziale di suddivisione dei proventi del contratto pay, che prevede un "gettone" di presenza per ogni anticipo o posticipo e che favorisce quindi le squadre più volte in onda, non trova il consenso dell'Assemblea delle società. Le entrate continuano ad essere ripartite in modo uniforme tra serie A e serie B e tra i club dello stesso torneo.

1.6 1996: il Telecalcio

Per la prima volta nel 1996 i contratti televisivi per il successivo triennio sono oggetto di una vera e propria asta, per la quale la Lega suddivide il prodotto-calcio in 12 pacchetti. I concorrenti sono numerosi: Rai, Mediaset, Telemontecarlo e Telepiù, oltre a soggetti minori.

E per la prima volta la Rai perde il calcio: i diritti in chiaro sono in un primo momento aggiudicati in blocco alla società Cecchi Gori Communications, che presenta una clamorosa offerta di 640,5 miliardi di lire. Ancora una volta il calcio è individuato come il prodotto intorno al quale costituire un nuovo forte soggetto televisivo. Il progetto di Tmc e di un "terzo polo" fallisce però sul nascere. Cecchi Gori non presenta la fideiussione richiesta e i diritti in chiaro tornano alla Rai. Chi guadagna in ogni caso dall'accresciuta concorrenza – per quanto temporanea – è ancora il mondo del calcio, che vede crescere gli introiti. In realtà intorno ai diritti in chiaro del triennio 1996-99 si scatena un'aspra battaglia legale. Solo nel 1997 è raggiunto l'accordo, con la mediazione della Federcalcio: la Lega cede ulteriori dirette della Coppa Italia, che viene spartita tra Rai, Mediaset e Tmc; la Rai rimane titolare dei diritti, ma la sua esclusiva per le immagini termina alle 19.00, per passare a Tmc dalle 19.00 alle 22.30. Complessivamente il calcio incassa dal chiaro oltre 600 miliardi di lire in tre anni.

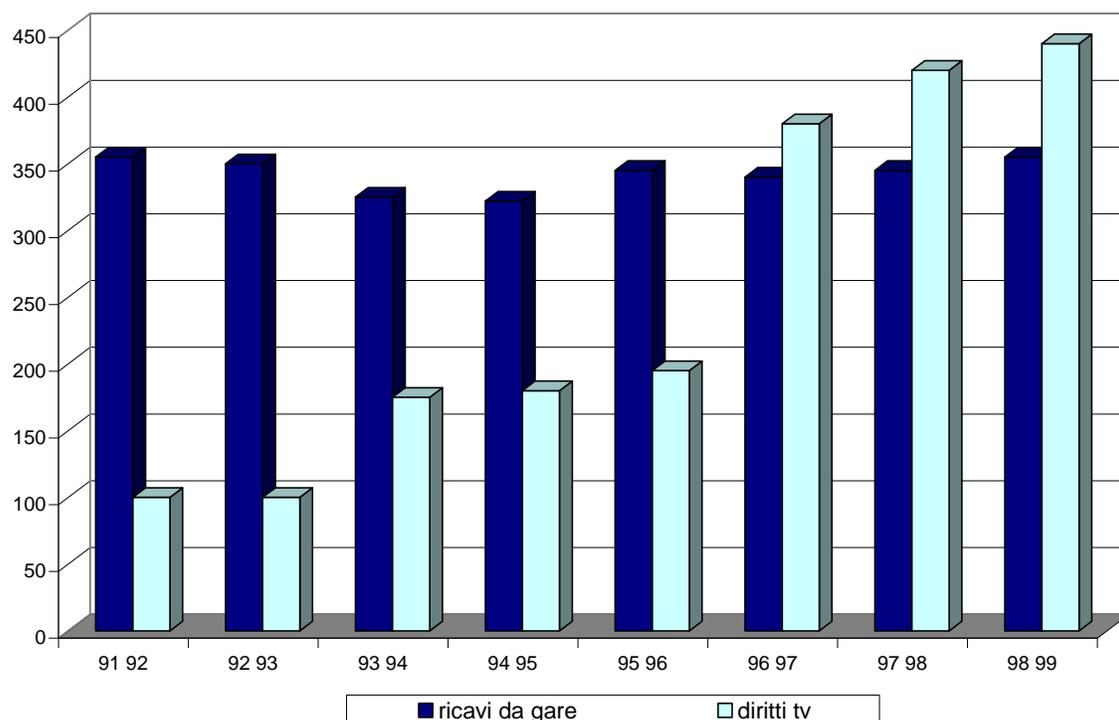
Sul fronte del criptato si registra ancora una novità. Telepiù acquista i diritti per la pay-tv e per la nuova pay-per-view. È il progetto "Telecalcio": la tecnologia digitale permette la trasmissione in diretta di tutte le partite di Serie A e B, fruibili mediante abbonamento ad una squadra oppure singolarmente.

L'esborso di Telepiù è di circa 638 miliardi di lire in tre anni. Per proteggere l'afflusso allo stadio (e i relativi incassi) è inizialmente possibile acquistare solo le partite in trasferta (pacchetto away) e, solo per i non

residenti nella stessa provincia, tutte le partite di una squadra (pacchetto full). Presto anche questa "remora" cadrà. Oggi le società accettano che il tifoso possa scegliere tra la partita "dal vivo" e quella in salotto: in entrambi i casi il cliente paga e il calcio incassa.

L'ingresso nel calcio della pay-tv e soprattutto della pay-per-view, nonché l'ulteriore crescita del costo dei diritti in chiaro, hanno immediati riflessi sui bilanci delle società. Come mostra il grafico seguente, fino al 1993 – ultimo anno di calcio solo in chiaro – i continui aumenti delle entrate di provenienza Rai, pur assumendo per i club una rilevanza economica progressivamente maggiore, non mettono in discussione il primato degli incassi dello stadio. I valori delle due principali voci del bilancio si avvicinano a partire dal 1993-94, ma è la pay-per-view a determinare la svolta. L'esercizio 1996-97 fa segnare infatti lo storico sorpasso: per la prima volta gli introiti da diritti televisivi del calcio professionistico italiano superano i ricavi da gare del campionato (395 miliardi di lire contro 341).

FIGURA 1.4- Ricavi da gare e diritti tv (serie A e serie B)

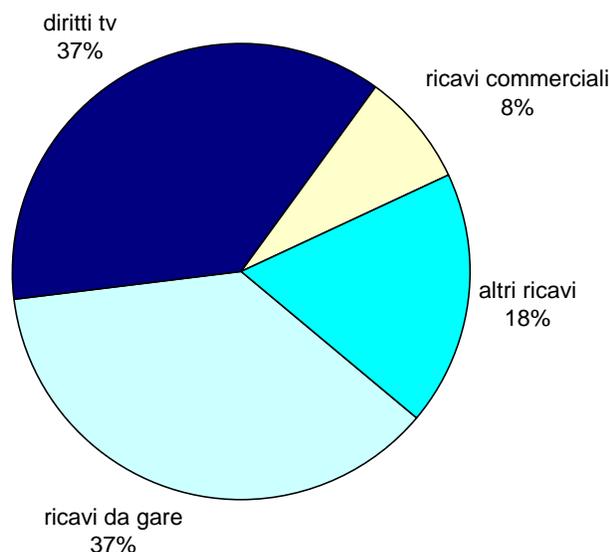


dati in miliardi di lire

Fonte: elaborazione su dati Lega Calcio

A causa della suddivisione a metà del totale delle risorse televisive (criterio valido fino al 1996-97), il peso dei diritti sul totale dei ricavi risulta maggiore per la serie B, che naturalmente dispone di incassi da stadio inferiori. Anche per la A i diritti televisivi diventano la prima fonte di ricavo, grazie agli introiti relativi alle Coppe europee.

FIGURA 1.5- Composizione percentuale delle entrate della serie A (1996-97)



Fonte: calcioinborsa.com

Nel 1996-97 si registra anche un secondo sorpasso, quello del criptato sul chiaro. D'ora in poi la pay-tv offre al calcio più risorse della tv generalista, e quindi le società confezionano un "prodotto" più congeniale alla prima. Negli anni successivi anticipi e posticipi ridurranno a sei le partite della serie A della domenica pomeriggio, un programma evidentemente "povero" per le tradizionali trasmissioni calcistiche. La scelta delle gare, inoltre, privilegia sempre più le grandi, ormai abituate a giocare buona parte del campionato in prima serata.

CAPITOLO 2

L'applicazione delle norme antitrust allo sport televisivo: attori protagonisti e mercato rilevante

2.1 I diritti sugli eventi sportivi

2.1.1 Il problema della natura dei diritti televisivi: la vicenda delle figurine dei calciatori

Per diritti televisivi si intendono i diritti di utilizzazione delle immagini di una manifestazione sportiva. Un primo orientamento giurisprudenziale è quello propenso a ricondurli nell'alveo del *diritto d'autore*, equiparandoli ai diritti assoluti sulle opere dell'ingegno.

Per comprendere un simile modo di procedere, si rivela illuminante la vicenda che, nella seconda metà degli anni novanta, ha portato alla ribalta nelle aule giudiziarie *le figurine dei calciatori Panini*⁶, un bene ritenuto da intere generazioni di adolescenti ben più di una semplice forma di svago.

In data 28 marzo 1996 l'Autorità Garante deliberò l'avvio di un'istruttoria, ai sensi dell'art. 14, comma 1°, della legge 287/90, nei confronti della Associazione Italiana Calciatori (A.I.C.) e della società Panini S.p.A., per presunta violazione dell'art. 2 della stessa legge 287. Il procedimento, avviato su segnalazione di una società concorrente della Panini, la Service Line Italy S.r.l., verteva su due contratti, entrambi di validità triennale, conclusi nel 1992 e nel 1995, che disciplinavano la cessione da parte dell'A.I.C. alla Panini

⁶ Cfr. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 31 ottobre 1996, n. 4381, Associazione Italiana Calciatori - Panini, in Riv. Dir. Sport., 1997, 294; e TAR Lazio, 8 gennaio 1998, n. 96, in Foro it., 1998, III, 74.

(dapprima insieme ad altre società, in seguito da sola) del diritto di utilizzare *in via esclusiva* le immagini dei calciatori in tenuta da gioco per la fabbricazione e la commercializzazione di figurine adesive e dei relativi album, nonché di altri prodotti appartenenti al collezionabile editoriale. L'istruttoria si concluse con un provvedimento, datato 31 ottobre 1996, con il quale l'autorità antitrust si pronunciò contro la Panini, considerando i contratti di licenza alla stregua di intese restrittive della concorrenza e, conseguentemente, contrari all'art. 2 della legge 287/90. Il provvedimento dell'Autorità Garante fu impugnato dalla Panini e, dopo circa due anni, l'8 gennaio del 1998 fu ribaltato dal Tar del Lazio.

2.1.2 La natura imprenditoriale dell'A.I.C.

Premesso che il nucleo centrale della vicenda è legato al rapporto tra diritto antitrust e diritti esclusivi in materia sportiva, visto che l'Autorità Garante contestò all'A.I.C. ed alla Panini le concrete modalità di cessione dei diritti di sfruttamento economico delle immagini dei calciatori, detenute dalla stessa A.I.C., un primo dato comunque interessante è costituito dalla peculiarità di una delle parti protagoniste, l'Associazione Italiana Calciatori. L'A.I.C. è un'associazione di categoria dei calciatori tesserati alla Federazione Italiana Gioco Calcio (F.I.G.C.) che ha come obiettivo la tutela degli interessi morali, professionali ed economici dei propri iscritti, i quali le cedono, all'atto dell'iscrizione, i diritti di sfruttamento economico della loro immagine in tenuta di gioco, in modo che essa promuova opportune iniziative commerciali riguardanti l'intera categoria. L'associazione opera quindi come un'agenzia di vendita esclusiva e assume la natura di impresa ai fini dell'applicazione della normativa antitrust. In sostanza, trova conferma quell'orientamento dell'Autorità, già rinvenibile in un provvedimento contro la Federazione

Italiana Vela (FIV), incline ad accogliere una nozione "funzionale" di impresa, in sintonia con l'indirizzo degli organi comunitari.

2.1.3 Il diritto di sfruttamento economico dell'immagine

Il punto cruciale, tuttavia, è quello relativo alla definizione della natura giuridica del c.d. diritto all'utilizzazione economica dell'immagine dei calciatori e, di riflesso, delle implicazioni in termini di disciplina concorrenziale applicabile. La questione verte sulla possibilità di configurare tale diritto come diritto di proprietà intellettuale. Se si ammettesse tale configurabilità, si arriverebbe a teorizzare la coesistenza, all'interno del diritto in esame, tra un nucleo personalistico indisponibile ed inalienabile ed un vero e proprio diritto patrimoniale, strettamente connesso alla notorietà del titolare, ma negoziabile e trasmissibile a terzi secondo le regole proprie degli ordinari diritti su cose immateriali. Per questa via, in sostanza, si verrebbero a giustificare una serie di comportamenti, come quello in esame, suscettibili di alterare il gioco della concorrenza sul mercato. L'indirizzo costante della giurisprudenza della Corte di Giustizia, infatti, è quello di esentare dall'applicazione più rigoristica delle norme poste a difesa della libertà di concorrenza tutti gli atti di autonomia privata (tra i quali è possibile annoverare il contratto di licenza) che rientrano nell'oggetto specifico del diritto di privativa e ne realizzano la funzione essenziale.

Ma associare il diritto sull'immagine al diritto d'autore (ed agli altri diritti di proprietà intellettuale), consentendogli di godere di una forma di tutela privilegiata, potrebbe voler dire far rimanere fuori dalla sfera di applicazione della normativa antitrust tutti gli atti di disposizione dei diritti sulle immagini relativi al settore sportivo (compresi quelli sulle immagini televisive), compiuti dal loro titolare in attuazione dell'oggetto specifico del diritto esclusivo.

Nel caso di specie, l'Autorità Garante si è posta in una diversa prospettiva, astenendosi dal valutare le considerazioni della giurisprudenza comunitaria in merito alla natura del diritto all'utilizzazione economica dell'immagine, ma facendo proprie quelle relative alle modalità di esercizio dei diritti di privativa, che formerebbero oggetto di controllo ai sensi delle regole antitrust, per verificare se siano suscettibili di produrre rilevanti ed ingiustificate restrizioni della concorrenza.

Il problema, comunque, rimane, specie se si considerano le conclusioni in base alle quali il Tar del Lazio è giunto ad annullare la pronuncia dell'Autorità. Per giustificare la sua decisione, infatti, l'organo giudicante si è fondato su una qualificazione ancor più originale del diritto allo sfruttamento economico delle immagini dei calciatori. L'A.I.C., in sostanza, non avrebbe operato come intermediario incaricato di gestire in maniera congiunta i diritti all'immagine dei calciatori ad essa aderenti, ma avrebbe creato, di propria iniziativa, un "diritto nuovo, di contenuto composito, in cui [avrebbero concorso] immagine-ritratto nonché diritti di privativa appartenenti ad altri soggetti (società sportive, sponsor, leghe calcistiche e federazione calcistica) ciascuno avente una propria autonomia, ma che assemblati insieme [avrebbero costituito] un prodotto nuovo, avente un proprio valore di mercato distinto da quello dei singoli diritti che lo [componevano]"⁷.

In sostanza, ciò equivarrebbe a dire⁸ che l'A.I.C. sarebbe divenuta titolare (e successivamente concedente) di un diritto di privativa atipico avente ad oggetto non già la mera immagine dei giocatori, bensì un qualcosa di più complesso e appetibile per il consumatore, rinvenibile nella divisa da gioco dei club, nella sigla dello sponsor, nel marchio A.I.C. e via discorrendo. Ma ravvisare il titolo attributivo della tutela in una sorta di creazione da parte

⁷ Cfr. TAR Lazio, sentenza 8 gennaio 1998, n. 96, cit., 81.

⁸ Cfr. R. PARDOLESI - G. RESTA, "Non sono soltanto figurine...": antitrust e nuove forme di proprietà intellettuale?, nota a TAR Lazio, sentenza 8 gennaio 1998, n. 96, cit., 74 ss.

dell'associazione, nonostante l'importanza degli elementi indicati rispetto alla riproduzione delle fattezze del giocatore sia marginale, sembra una soluzione un po' troppo debole, incapace di contrastare la tesi che ritiene che l'unico diritto esclusivo configurabile sia quello, puro e semplice, sull'immagine, tanto che il calciatore venga fotografato in divisa da gioco quanto con altri indumenti. In questo modo si smantella la struttura creata per evadere la disciplina antitrust, poiché l'attività dell'A.I.C., perdendo la sua natura creativa, torna ad essere un'ordinaria attività di gestione dei diritti di sfruttamento dell'immagine, chiaramente soggetta all'applicazione della disciplina antitrust, con le sole limitazioni derivanti dal diritto comunitario circa i rapporti tra antitrust e diritti esclusivi.

2.1.4 Le vie alternative per dare una risposta alla questione della titolarità

▪ Il caso di Teleroma 56

Nel 1992, la Pretura di Roma si era trovata a dirimere una controversia insorta tra l'emittente televisiva Teleroma 56 e la Lega Nazionale Professionisti in merito alla trasmissione di informazioni ed immagini relative alle partite di Campionato giocate dalle squadre della capitale. La posta in gioco era importante, perché consisteva nella possibilità di sfruttare i diritti relativi alle diverse manifestazioni sportive, organizzate dalle società sportive con l'impiego di ingenti quantità di mezzi.

L'organo giudicante, confermando l'orientamento consolidato della giurisprudenza di merito relativamente alla "piena liceità delle limitazioni imposte in generale dall'organizzatore di spettacoli sportivi alla ripresa o alla radio-telediffusione degli stessi", si pronunciò anche in merito alla questione del fondamento giuridico di un simile diritto in capo all'organizzatore, inquadrandolo in "...una situazione giuridica di carattere assoluto ancorabile alle norme della legge 633/1941 (la legge sul diritto d'autore)", a scapito di una visione dello stesso "come diritto di iniziativa economica la cui violazione costituirebbe concorrenza sleale".

Valutando la natura dei diritti di trasmissione relativi agli eventi in questione, risulta difficile assimilarli al diritto assoluto sulle opere dell'ingegno⁹, perché elemento caratterizzante della creazione artistica, o della sua esecuzione, sembrerebbe essere una espressione formale frutto di attività creativa, che non si ritroverebbe nella gara sportiva. In quest'ultima, infatti, gli atleti partecipanti "non [tradurrebbero] un preesistente progetto ideativo in finzione scenica, ma [eseguirebbero] un'attività competitiva strutturata secondo regole del gioco prefissate". E lo schema di gioco non è considerabile opera dell'ingegno, poiché non ha contenuti artistici o culturali, ma è un insieme di

⁹ Cfr. A. MASTRORILLI, Sport in "diretta", tra interessi pubblici e privati, nota a Pretura di Roma, ordinanza 10 dicembre 1992, in Riv. dir. sport., 1993, 516.

regole articolate in forma essenziale¹⁰, che non risultano comunque “opera” dei giocatori. In definitiva, tratto peculiare dell’esibizione sportiva sembrerebbe, piuttosto, quel coefficiente di inconsapevolezza dei giocatori relativamente al loro comportamento in relazione con quello, non prevedibile, degli altri partecipanti, unitamente all’incertezza sull’esito complessivo della gara.

▪ **La tesi dell’inviolabilità del domicilio.**

Un altro orientamento dottrinario¹¹ per giustificare la possibilità di cedere in esclusiva i diritti di trasmissione sportiva fa leva sull’inviolabilità del domicilio. Considerando che, in Europa, le prestazioni degli sportivi non risultano tutelate dai diritti sui beni immateriali, e che neanche gli organizzatori sportivi possono vantare alcun diritto alla tutela delle prestazioni perché non titolari di un diritto configurabile come assoluto, è chiaro che la situazione “privilegiata” costituita dall’esclusiva può godere di un qualche interesse solo nel caso in cui sia effettivamente garantita all’eventuale beneficiario, attraverso una protezione da possibili violazioni ad opera di terzi¹². Permettere, dunque, “l’entrata alle manifestazioni sportive solo a condizione che nessuno, al di fuori di coloro aventi diritto di esclusiva, possa realizzare delle trasmissioni”, potrebbe costituire lo strumento per garantire alla parte contraente l’uso del proprio diritto, poiché sarebbe la sola, di fatto, ad essere messa

¹⁰ Cfr. art. 2575 cc. Oggetto del diritto [d’autore]. — “Formano oggetto del diritto di autore le opere dell’ingegno di carattere creativo che appartengono alle scienze, alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, all’architettura, al teatro e all’acrobazia, qualunque ne sia il modo e la forma di espressione”. Considerazioni dello stesso tenore sono rinvenibili, in maniera più dettagliata, nella legge 22 aprile 1941, n. 633, Protezione del diritto d’autore e di altri diritti connessi al suo esercizio, agli artt. 1-4.

¹¹ Cfr. M. REHBINDER, Sulla libertà di cronaca delle radiotelevisioni nella Repubblica Federale Tedesca e in Svizzera, in Riv. dir. sport., 1993, 430.

¹² Dal punto di vista civilistico, infatti, l’esclusiva avente mera origine contrattuale è inopponibile ai terzi.

dall'organizzatore nelle condizioni di effettuare la registrazione radiotelevisiva¹³.

Tale teoria, peraltro, oltre a dare del fenomeno televisivo una visione eccessivamente semplicistica¹⁴, ha il difetto di limitare eccessivamente la prospettiva di analisi dell'evento sportivo, riducendo quasi ad espressione di arte figurativa statica e bidimensionale un fenomeno che è dinamico per eccellenza, e non può essere cristallizzato in un contesto solo spazialmente connotato: è di tutta evidenza la differenza che intercorre tra l'allestimento di una mostra di opere d'arte e lo svolgimento di un incontro di rugby.

Uguualmente, l'approccio fondato sul diritto di proprietà sul terreno di gioco appare debole perché trascura la rilevanza dell'attività organizzativa che inevitabilmente si riflette sul valore dell'evento.

¹³ Per ulteriori considerazioni sull'argomento, cfr. E. PODDIGHE, «Diritti televisivi» e teoria dei beni, cit., 121 ss

¹⁴ E' arduo, infatti, pensare che, alla luce dell'evoluzione tecnologica complessiva del settore dei media, simili divieti potrebbero effettivamente frenare la ripresa degli eventi in questione.

2.2 Gli attori protagonisti e la struttura del mercato dei diritti televisivi

2.2.1 Primo livello: "produttori" di sport

Tra gli attori protagonisti del mercato dei diritti televisivi, ad un primo livello si situano i produttori del bene oggetto dello sfruttamento economico primario, titolari "originari" dei diritti televisivi¹⁵ e, di solito, organizzatori degli eventi sportivi da trasmettere. In alcuni sport può trattarsi di soggetti isolati, come nel caso delle due principali corse ciclistiche a tappe, il Tour de France e il Giro d'Italia, organizzate rispettivamente dalla Société du Tour de France e dalla RCS (editore del Corriere della Sera e della Gazzetta dello Sport). In altri sport, come il calcio, gli organizzatori sono, invece, i protagonisti degli eventi sportivi, ovvero le società cui fanno capo le squadre impegnate sul campo, sul presupposto che abbiano voce in capitolo relativamente ai diritti televisivi sugli incontri.

Ad un gradino immediatamente successivo stanno le organizzazioni collettive, (leghe e federazioni¹⁶), che raggruppano le squadre stesse, sia a livello nazionale che internazionale, curandone i principali interessi collettivi¹⁷.

Tali soggetti svolgono un ruolo di primissimo piano nella struttura organizzativa dei singoli sport, poiché dispongono di compiti regolamentari che consentono loro di mantenere quell'equilibrio in senso cooperativo

¹⁵ Sulla qualifica e titolarità dei diritti televisivi si veda, più diffusamente, E. PODDIGHE, *Diritti televisivi e teoria dei beni*, Padova, 2003, cap. I-IV

¹⁶ Tale bipartizione non è comune a tutti gli sport, ma caratterizza, in modo particolare, il calcio; nella maggior parte delle altre discipline è, invece, presente unicamente la Federazione. Sotto il profilo istituzionale, leghe e federazioni non sono certamente la stessa cosa; le prime sono le associazioni che, a livello nazionale, raggruppano i club professionistici, mentre alle seconde sono affiliate anche tutte le società non professionistiche oltre che, a titolo individuale, gli atleti, i tecnici, gli arbitri e varie categorie di dirigenti.

¹⁷ Ci si riferisce all'UEFA, organizzazione cui fanno capo i club calcistici europei, alla FIGC (Federazione Italiana Gioco Calcio) e alla Lega calcio in Italia, alla FIA (il massimo organo della Formula 1), all'UCI (l'organizzazione ciclistica internazionale), e così via.

necessario a garantire la sopravvivenza del sistema, e possono essere titolari "originari" degli eventi che organizzano direttamente, come ad esempio la Supercoppa di Lega (evento che fa capo alle singole leghe) o le partite delle selezioni nazionali (che rientrano sotto l'égida delle federazioni dei singoli Stati). Sotto questo aspetto, in realtà, esiste una tesi, sostenuta dal Tribunale di Francoforte, in base alla quale una federazione (nel caso concreto si trattava di quella automobilistica internazionale, la FIA) potrebbe anche essere considerata contitolare dei diritti relativi a quelle manifestazioni sportive nelle quali il valore aggiunto dato dal suo apporto organizzativo e regolamentare risulti essenziale. Nel caso di specie¹⁸, la controversia verteva sui diritti di trasmissione dell'European Truck Racing Cup, manifestazione per la quale fino al 1995 la FIA aveva concluso singolarmente contratti con i gestori delle corse, con i produttori di automobili e con altri clienti interessati alla pubblicità, nonché con i broadcasters di Stati membri dell'Unione. In particolare, anche per promuovere mediaticamente una disciplina "di nicchia" sfruttando l'allora crescente popolarità degli sport motoristici, la FIA aveva concesso a titolo gratuito di riprendere le corse alla Eisele, impresa di produzione e vendita di prodotti televisivi nonché parte attrice nella vicenda la quale, a sua volta, aveva offerto i filmati, sempre a titolo gratuito, ai gestori ed alle televisioni, mentre aveva venduto filmati e video ai produttori di automobili ed a soggetti interessati alla pubblicità. La situazione cambiò nell'ottobre del 1995, quando l'Assemblea generale della FIA modificò l'art. 26 delle General Prescriptions, disponendo che fossero ritenuti appartenenti alla federazione tutti i diritti televisivi e sui filmati relativi a tutte le manifestazioni da essa autorizzate, e che tutti gli organizzatori delle stesse dovessero osservare questa regola. La FIA affidò alla ISC la commercializzazione esclusiva di tali diritti e quest'ultima, dopo intense trattative, dispose che la trasmissione dell'European Truck Racing Cup fosse ceduta ad un'impresa

¹⁸ Cfr. Landesgerichtshof Frankfurt a. M., 18 marzo 1998 - Eisele c. FIA e ISC, in Riv. Dir. Sport., 1999, 593.

diversa dall'Eisele. Questa decisione indusse la parte attrice a chiedere al Tribunale l'emissione di un provvedimento inibitorio d'urgenza per bloccare tale trasferimento, in quanto frutto di delibere assunte dalla FIA in asserita violazione degli art. 85 ed 86 del Trattato¹⁹.

Il Landesgerichtshof di Frankfurt a. M., tuttavia, non accolse tali istanze, ma sostenne come la titolarità originaria dei diritti su manifestazioni sportive non venisse in considerazione esclusivamente per chi avesse avviato lo sfruttamento economico di una manifestazione con l'utilizzo dei propri mezzi finanziari (l'organizzatore), ma anche per le federazioni, se le stesse avessero contribuito tramite le loro prestazioni alla creazione del "prodotto-manifestazione sportiva" maturo per il mercato, tale da suscitare l'interesse degli spettatori e da rendere, di conseguenza, possibile la commercializzazione dei diritti televisivi.

In questo particolare caso concreto, i giudici ritennero che la titolarità dei diritti televisivi fosse piuttosto una "contitolarità", divisa tra l'organizzatore locale del singolo evento e la federazione sportiva, dal momento che le prestazioni di quest'ultima avevano contribuito in maniera determinante all'organizzazione del campionato²⁰. Tale orientamento, peraltro, non è esente da critiche²¹, perché una contitolarità dei diritti relativi alla singola manifestazione tra federazione e organizzatori appare quantomeno dubbia, visto che la comunione sui diritti non potrebbe limitarsi

¹⁹ L'Eisele chiedeva, in particolare, che alla convenuta fosse interdetto di affermare, rispetto ai terzi: a) di essere la sola titolare dei diritti di ripresa e di quelli televisivi su tutte le manifestazioni della European Truck Racing Cup, b) di avere il diritto esclusivo di commercializzazione degli stessi, nonché sulla base di siffatte asserzioni, c) di invitare i terzi a concludere contratti di ripresa e trasmissione delle corse della competizione in oggetto solamente con la International Sportsworld Communicators Ltd. (ISC) quale imprenditore cui era concessa l'esclusiva per la commercializzazione degli stessi.

²⁰ Nel caso di specie, il comportamento collaborativo della federazione motoristica era riassumibile nell'aver ideato e regolamentato la competizione, autorizzato l'organizzatore locale ad utilizzare il nome ed il logo della federazione (una sorta di marchio di qualità sportivo), fissato i presupposti per la qualificazione e l'ammissione dei gareggianti, nonché controllato in loco la regolare applicazione delle regole sportive e delle relative sanzioni.

²¹ L. DI NELLA, Ancora sulla commercializzazione centralizzata dei diritti televisivi su manifestazioni sportive nell'esperienza tedesca, nota a Landesgerichtshof Frankfurt a. M., 18 marzo 1998 - Eisele c. FIA e ISC, cit., 596 ss.

alla partecipazione agli utili, ma si estenderebbe fino a ricomprendere la divisione dei costi e del rischio di impresa, dando vita ad una situazione di non facile accettazione da parte delle federazioni.

2.2.2 Secondo livello: emittenti televisive

Gli enti del primo livello dialogano con un secondo livello, nel quale si collocano le singole emittenti televisive, in chiaro o in criptato, e le organizzazioni che le riuniscono. Questi soggetti acquisiscono dalle entità del primo livello i diritti sugli eventi sportivi e, grazie a tale acquisizione, producono la trasmissione televisiva vera e propria da rivendere a valle. L'evoluzione tecnologica più recente consente il collocamento a questo livello del mercato anche degli operatori Internet, nel caso in cui siano tecnicamente in grado di riprendere e diffondere nel web le immagini di un evento sportivo. In questo modo, il singolo evento può essere messo a disposizione degli utenti collegati alla rete, che usufruiscono delle immagini grazie al loro personal computer, a pagamento o gratuitamente a seconda della tipologia di programma o della scelta dell'operatore, con una probabile maggiore flessibilità di utilizzazione delle immagini e di interattività della trasmissione²².

2.2.3 Terzo livello: utilizzatori

Esiste, infine, un terzo livello, quello degli utilizzatori, che necessita di una distinzione:

a) per le televisioni a pagamento l'utilizzatore finale coincide, evidentemente, con l'acquirente del servizio televisivo, il quale può decidere di acquistare il singolo evento oppure una serie di eventi mediante abbonamento;

²² Queste interessanti valutazioni, tratte da M. COCCIA, *Lo sport in TV e il diritto antitrust*, cit., 311 ss, si possono ulteriormente sviluppare considerando possibile un utilizzo futuro del personal computer anche come veicolo di immagini e programmi, con la conseguente scomparsa del televisore.

b) per le trasmissioni in chiaro, invece, gli acquirenti sono le imprese che acquistano tempo televisivo per la loro promozione pubblicitaria. A ben vedere, in questo caso, il rapporto è triangolare, nel senso che gli inserzionisti pagano per acquisire tempo televisivo a fini di promozione pubblicitaria e gli spettatori, fruendo in misura maggiore o minore del prodotto televisivo gratuito al quale sono connesse le inserzioni pubblicitarie (accordando, cioè, più o meno audience alle diverse trasmissioni) determinano, in ultima analisi, il prezzo dei "contatti" pubblicitari stessi²³.

²³ Non va dimenticato che, anche nel caso delle trasmissioni gratuite, il consumatore viene a pagare, in sostanza, il prezzo delle inserzioni nella misura in cui i costi pubblicitari si ripercuotono sul prezzo al consumo dei prodotti pubblicizzati.

2.3 Le problematiche in materia di tutela della concorrenza

Sotto il profilo antitrust due sono le tipologie di comportamenti da considerare: gli accordi orizzontali e i rapporti verticali²⁴.

2.3.1 Gli accordi orizzontali

- ✓ **Le intese tra società sportive**
- ✓ **Le intese tra televisioni**

Gli accordi orizzontali coinvolgono operatori economici che si collocano allo stesso livello del processo economico, poiché offrono lo stesso prodotto o un prodotto sostituibile. Tali intese possono essere poste in essere sia da soggetti di diritto sportivo (leghe, federazioni, società sportive) sia dalle televisioni: il punto centrale rimane comunque la vendita dei diritti televisivi sulle manifestazioni.

Il dibattito dei diritti televisivi e le loro modalità di commercializzazione ha attraversato in Europa due diverse stagioni, con un processo di ritorno al passato attualmente in atto; la prima stagione si caratterizza per la sanzione della mutualità.

Quando il diritto della concorrenza comincia ad interessarsi del settore sportivo, infatti è proprio in relazione alla legittimità, sotto il profilo antitrust, delle forme di vendita collettiva dei diritti televisivi adottate dalle federazioni sportive e dalle squadre: la tendenza in questa prima fase è di sanzionare il comportamento dei soggetti di diritto sportivo (in particolare le Leghe e le Federazioni) là dove esse operano come veri e propri cartelli ed abusano della posizione dominante che si trovano ad avere. Quindi, è possibile affermare che fino alla fine degli anni novanta, gli accordi tra società sportive per la

²⁴ Per un maggiore approfondimento del tema si veda Luca Salvadori, *I diritti sportivi e la concorrenza*, in Temi di Diritto Sportivo, a cura di Laura Santoro, ed. Leopardi 2006.

vendita collettiva dei diritti televisivi sulle manifestazioni dalle medesime organizzate e la successiva ripartizione dei proventi secondo criteri mutualistici sono stati oggetto di una visione tendenzialmente rigida da parte del diritto antitrust e le intese di questo tipo sono state generalmente vietate perchè contrarie all'art. 81 del Trattato CE²⁵. Già in questa fase, tuttavia non

²⁵ Trattato che istituisce la Comunità europea (firmato a Roma il 25 marzo 1957 e ratificato dall'Italia con legge 14 ottobre 1957, n. 1203).

Art. 81

1. Sono incompatibili con il mercato comune e vietati tutti gli accordi tra imprese, tutte le decisioni di associazioni di imprese e tutte le pratiche concordate che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato comune ed in particolare quelli consistenti nel:

a) fissare direttamente o indirettamente i prezzi d'acquisto o di vendita ovvero altre condizioni di transazione,

b) limitare o controllare la produzione, gli sbocchi, lo sviluppo tecnico o gli investimenti,

c) ripartire i mercati o le fonti di approvvigionamento,

d) applicare, nei rapporti commerciali con gli altri contraenti, condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, così da determinare per questi ultimi uno svantaggio nella concorrenza,

e) subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.

2. Gli accordi o decisioni, vietati in virtù del presente articolo, sono nulli di pieno diritto.

3. Tuttavia, le disposizioni del paragrafo 1 possono essere dichiarate inapplicabili:

- a qualsiasi accordo o categoria di accordi fra imprese,

- a qualsiasi decisione o categoria di decisioni di associazioni di imprese, e

- a qualsiasi pratica concordata o categoria di pratiche concordate

che contribuiscano a migliorare la produzione o la distribuzione dei prodotti o a promuovere il progresso tecnico o economico, pur riservando agli utilizzatori una congrua parte dell'utile che ne deriva, ed evitando di

a) imporre alle imprese interessate restrizioni che non siano indispensabili per raggiungere tali obiettivi,

mancano voci fuori dal coro che, valutando le particolarità del settore interessato, si pongono su posizioni nettamente contrapposte al trend allora dominante; come è accaduto in Inghilterra.

Dal 1992 l'Office Fair Trading iniziò ad investigare sugli accordi tra Premier League e le emittenti BBC e BSkyB, relativi alla cessione dei diritti televisivi sul campionato di calcio, ma solo nel 1996 decise di deferire la questione alla Restrictive Practises Court sostenendo che la vendita collettiva dei diritti da parte della lega inglese provocava un aumento dei prezzi e una riduzione delle possibilità di scelta per i consumatori e contribuiva a rafforzare la posizione dominante di BSkyB sul mercato della pay-tv. Queste tesi, tuttavia, non vennero accolte dalla Corte che statuì che gli accordi per la vendita collettiva dei diritti televisivi sulla Premier League, pur essendo restrittivi, non erano irragionevoli e non andavano dichiarati contrari al pubblico interesse.

La motivazione di questa presa di posizione è da ricercarsi nel fatto che l'organo giudicante considerò il campionato inglese un prodotto unitario del gruppo di squadre riunite nella Premier League. In caso di vendita individuale dei diritti televisivi, questo gruppo avrebbe sofferto di un impoverimento complessivo delle risorse finanziarie e, di conseguenza, del talento che era in grado di reperire sul mercato dei calciatori, in concorrenza con le società partecipanti ad altri campionati nazionali, con conseguente pregiudizio dei consumatori britannici.

Negli ultimi anni, si è registrata però in Europa un'evoluzione dell'approccio alla problematica della negoziazione, che sta portando ad una sorta di ritorno al passato. Le recenti vicende relative alla vendita dei diritti televisivi sulle partite di Champions League testimoniano questa apertura

b) dare a tali imprese la possibilità di eliminare la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti di cui trattasi.

degli organi comunitari a meccanismi di vendita accentrati e basati sul tradizionale criterio mutualistico²⁶.

2.3.2 Gli accordi verticali

Per quanto riguarda i rapporti verticali bisogna partire dal fatto che alcuni enti vengono di fatto esclusi dalla possibilità di usufruire di certe situazioni, con un riflesso negativo dal punto di vista concorrenziale²⁷.

Centrale al riguardo è la questione delle esclusive. A livello comunitario, la vendita in esclusiva di diritti di trasmissione televisiva di eventi sportivi è una pratica commerciale accettata, che riveste una notevole importanza sia per chi vende che per chi acquista. Gli organizzatori di eventi sportivi hanno interesse a concludere contratti di questo tipo per massimizzare i profitti ricavabili da un evento nel breve periodo, perchè il prezzo pagato da un operatore televisivo per un esclusiva è più alto della somma che sarebbe ricavabile da una serie di accordi sul medesimo oggetto, conclusi però con una pluralità di operatori. Le televisioni, d'altro canto, considerano i programmi sportivi come determinanti per i loro palinsesti, vista la forte attrattiva che esercitano sul pubblico. Per loro, l'esclusiva, rappresenta un mezzo per valorizzare la programmazione, con conseguenti riflessi in termini di audience, di introiti pubblicitari e, più in generale, di prestigio.

I contratti in esclusiva, tuttavia, vengono a ricadere nel divieto stabilito dall'articolo 81, Trattato CE nel caso in cui determinino *foreclosure*, ovvero l'esclusione di ogni forma di concorrenza sul mercato.

²⁶ A tal riguardo si veda più approfonditamente paragrafo 3.6.

²⁷ Ad esempio, potrebbero verificarsi pregiudizi per chi, squadra, organizzatore o televisione, si rifiutasse o non potesse accedere a quegli organismi come l'UEFA, che sono quasi sempre gli unici soggetti in grado di operare sul mercato in questione.

Anche il legislatore italiano è intervenuto nella materia delle esclusive con la legge n. 78 del 1999²⁸, di conversione del cosiddetto decreto anti-Murdoch, proprio con l'obiettivo di evitare situazioni di esclusione in danno di alcune emittenti²⁹. Tuttavia considerata la situazione del mercato italiano della pay-tv prima del monopolio assoluto di Sky, l'esito della legge è quello di aver determinato in pratica una spartizione dei diritti sul campionato. E se si prende in considerazione il benessere del consumatore tale suddivisione non sembra aver portato sostanziali benefici, anzi le conseguenze più immediate sono state antitetiche a tale obiettivo, perchè molti appassionati sono stati obbligati a sottoscrivere due abbonamenti per poter seguire tutte le partite di campionato della squadra preferita con il conseguente onere di acquisto o affitto di due decoders (Telepiù e Stream).

Ma soprattutto la legge n. 78/1999 non ha raggiunto quello che di fatto appariva come il suo reale obiettivo: escludere un pericoloso colosso televisivo straniero dal mercato italiano dell'emittenza a pagamento³⁰.

²⁸ Si veda paragrafo 3.3.

²⁹ L'articolo 2, comma 1 della presente legge stabilisce infatti il "*divieto a chiunque di acquisire sotto qualsiasi forma e titolo, direttamente o indirettamente, anche attraverso soggetti collegati e controllati, più del sessanta per cento dei diritti di trasmissione in esclusiva in forma codificata di eventi sportivi del campionato di calcio di serie A o comunque, del torneo o campionato di maggiore valore che si svolge o viene organizzato in Italia.*"

³⁰ Tale operazione non è riuscita visto che il gruppo che fa capo a Murdoch ha dapprima concluso con il gruppo Telecom l'acquisto di Stream e successivamente, all'esito dell'operazione di fusione Telepiù-Stream ha finalmente conseguito l'obiettivo che pochi anni prima si era prefissato: il trasferimento in blocco del mondo del pallone italiano sulla piattaforma unica di Sky.

CAPITOLO 3

L'evoluzione della disciplina dei diritti televisivi nell'Unione Europea: il caso italiano

3.1 Introduzione

Alla luce di quanto detto, la questione preliminare da affrontare per l'elaborazione di una disciplina nel settore dei diritti tv è il problema della titolarità del diritto di immagine sugli eventi sportivi. Per gli sport a partecipazione individuale nessun problema sorge sulla titolarità in capo all'ente organizzatore.

Per i campionati come il calcio la titolarità può essere rivendicata, in linea di principio, sia dai singoli club, sia dall'ente organizzatore nell'ottica di una proprietà del Campionato nel suo complesso. Già a partire del 1998³¹ la Commissione ha preso in considerazione la questione della proprietà dei diritti sugli eventi sportivi, risolvendola in modo molto semplice: ogni singolo stato è padrone di decidere chi sia proprietario.

Già a quel tempo però si preannunciava la necessità, almeno a livello europeo, di una vendita centralizzata, tenendo ben saldo in mente, come principi generali, che: è necessario evitare la creazione di posizioni dominanti o cartelli; sarebbe auspicabile la solidarietà tra i partecipanti ad un torneo; è di vitale importanza incoraggiare i giovani giocatori; è necessario, data la specificità dello sport, garantire l'equilibrio sul campo e l'incertezza del risultato. Tuttavia la vendita collettiva potrebbe comunque costituire un

³¹ Vedi European Commission, 1998, *The European Model of sport*, Consultation Document of DG X.

accordo restrittivo contrario all'art 81 CE. La Commissione ha quindi valutato in che modo essa può godere di una esenzione.³²

L'applicazione delle disposizioni del trattato CE in materia di concorrenza ha una grande incidenza sulle relazioni tra operatori dei media e organizzazioni sportive e dunque sul finanziamento e sull'organizzazione dello sport. Questo settore è caratterizzato da tratti peculiari quali il fatto che i diritti televisivi su manifestazioni sportive abbiano "vita breve", presentando interesse per gli spettatori solo se diffusi in diretta; il fatto che la domanda sia focalizzata su un singolo evento molto atteso (a volte anche con particolare impazienza); il fatto che la disponibilità dei diritti è limitata essendone, di solito, la vendita demandata ad un unico soggetto che conclude contratti in maniera esclusiva anche per lunghi periodi³³.

Ogni nazione, per quanto riguarda i campionati nazionali ed in linea con l'indirizzo UE, ha risolto la questione della commercializzazione dei diritti tv a suo modo. La Commissione, dal canto suo, in mancanza di accordi precisi in tal senso ha, in tre decisioni successive, manifestato la sua politica in merito alla questione della commercializzazione dei diritti tv.

Le decisioni sono: *UEFA Champions League*³⁴, *German Bundesliga*³⁵, e *FA Premier League*³⁶. La politica della Commissione è la seguente: la cessione centralizzata costituisce una restrizione orizzontale della concorrenza secondo l'art 81(1) Ce. Parallelamente, si riconosce che la cessione centralizzata può rivelarsi in realtà efficace andando a ricadere sotto l'esenzione ex art 81(3)

³² L'articolo 81, paragrafo 1 del Trattato CE vieta tutti gli accordi tra imprese e le pratiche concordate "che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato comune". Al par. 3 dell'art. 81 esiste un'eccezione che rende esenti dal divieto gli accordi che, sebbene contrari al paragrafo 1 della stessa norma, creano dei vantaggi per il mercato, quali miglioramenti nella produzione o distribuzione dei prodotti o promozione del progresso tecnico o economico, sempre che non venga eliminata la concorrenza per quei medesimi prodotti.

³³ *Libro Bianco sullo sport*, §4.8

³⁴ Decisione della Commissione del 23 luglio 2003, caso 37398, UEFA, OJ 2003, L 291/25.

³⁵ Decisione della Commissione 19 gennaio 2005, caso 37214, *Bundesliga*, OJ 2005, L134/46

³⁶ Comunicazione 22 marzo 2006, caso Comp/C-2/38.173, *Premier League*

CE. La Commissione ha limitato gli effetti negativi della cessione centralizzata esigendo la vendita dei diritti in più pacchetti attraverso una procedura d'asta aperta e trasparente. Inoltre la durata dei contratti non deve essere più lunga dei tre anni e i diritti rimasti invenduti torneranno a disposizione dei singoli club per permettere loro una contrattazione individuale. Tutto questo ha permesso di aprire il mercato a nuovi operatori e di evitare la concentrazione dei diritti in mano a uno solo.

Gli effetti positivi che la Commissione ha riconosciuto alla vendita centralizzata sono essenzialmente tre: la creazione di un punto di vendita unico permette di ridurre i costi di transazione per le squadre e per gli operatori mediatici; la scelta di un marchio unitario per la commercializzazione (p.e. Serie A) permette al prodotto di essere riconosciuto e meglio distribuito; la creazione di un prodotto di Lega che si focalizza sulla competizione nel suo insieme piuttosto che sulla singola partita rende l'oggetto della transazione molto più attraente per i telespettatori.

Nelle decisioni richiamate in precedenza, la Commissione ha cercato di applicare questa politica ai casi posti alla sua attenzione. La prima decisione è relativa alla vendita dei diritti della *UEFA Champions League*. Il regolamento UEFA Champions League prevedeva infatti che l'UEFA fosse l'ente incaricato della vendita dei diritti commerciali della *UEFA Champions League* per conto dei club calcistici partecipanti. Con la decisione, la Commissione ha per la prima volta approvato la cessione centralizzata dei diritti televisivi calcistici ed ha stabilito una serie di principi per una struttura dei diritti che si riveli pro-concorrenziale. Gli accordi iniziali prevedevano la cessione esclusiva e collettiva dei diritti della *UEFA Champions League* ad un'unica emittente per territorio, per più anni consecutivi. Gli acquirenti avrebbero disposto di una sola sorgente di approvvigionamento e una singola emittente avrebbe goduto sul territorio nazionale di riferimento di tutti i diritti della televisione gratuita e a pagamento, con esclusione di tutte le altre. La Commissione è intervenuta per modificare questo assetto, tanto è vero che l'UEFA ha reso disponibili i

diritti dividendoli in pacchetti (14 in tutto), autorizzando così più emittenti ad acquisirli. I pacchetti sono stati poi oggetto di una vendita all'asta non discriminatoria. I singoli club hanno ottenuto la possibilità di cedere certi diritti per le partite da loro giocate nel caso di inerzia del UEFA.

Sono certamente rimaste alcune restrizioni, quali la fissazione di un prezzo unico, la previsione di uno sportello unico di vendita e alcune limitazioni per le trasmissioni in differita, ma la Commissione ha valutato positivamente la cessione centralizzata sottolineando come essa, a certe condizioni, risponda alle condizioni in vista di una giustificazione ex art 81(3) CE. La centralizzazione ha infatti permesso un miglioramento della distribuzione dei diritti attraverso la creazione di un marchio qualificato, sviluppato solamente dall'UEFA e indipendente dagli interessi dei club individuali. Lo sportello unico di vendita ha inoltre permesso di coprire interamente la stagione e quindi di pianificare anteriormente la programmazione, liberando le emittenti dal rischio di acquistare diritti di squadre che vengono subito eliminate. Dalla vendita collettiva sarebbero poi escluse le partite di qualificazione, in un'ottica di risparmio dei costi (gestione del marchio, controllo di conformità degli stadi). I consumatori, d'altro canto, profittano di una migliore distribuzione dei diritti e vedono assicurata la copertura dell'intera manifestazione. La Commissione ha quindi ritenuto indispensabile la restrizione alla concorrenza per la creazione di un prodotto "UEFA Champions League". L'UEFA ha dall'altro lato un evidente e legittimo interesse alla creazione di un prodotto unico, distinto dai singoli club.

Per quanto riguarda le altre due decisioni, le preoccupazioni in materia di concorrenza sembrano somigliare a quelle appena esposte. In estrema sintesi i rimedi previsti nei casi in questione per placare le preoccupazioni in materia di concorrenza sono: una procedura di offerta trasparente e non discriminatoria; la limitazione dell'esclusiva a tre anni; la divisione del prodotto in pacchetti; la creazione di più pacchetti significativi; la creazione di pacchetti assegnati a delle piattaforme speciali; l'assenza di offerte

condizionate; la facoltà di disporre dei propri diritti in capo ai singoli club nel caso di diritti inutilizzati; l'assenza di un unico acquirente per evitare posizioni dominanti.

Come giustamente sostiene la Commissione nel documento di accompagnamento al Libro Bianco, la vera sfida per lo sport è quella di continuare ad essere un motore propulsore nel settore dei mezzi di comunicazione, garantendo nel contempo che le competizioni sportive non siano ostacolate da una iniqua distribuzione del reddito derivante dalla vendita dei diritti di trasmissione e che i diversi livelli dello sport partecipino alla distribuzione dei proventi delle organizzazioni sportive.

3.2 L'evoluzione normativa italiana

La modalità di cessione dei diritti televisivi è stata sostanzialmente incentrata, come abbiamo visto nei capitoli precedenti, sul ricorso alla contrattazione collettiva. Il periodo successivo alla seconda metà degli anni '90 ha visto l'affacciarsi delle programmazioni in forma criptata modificando il quadro degli incentivi per singole società.

Prima del 1993, infatti, la Lega cedeva i diritti televisivi in forma centralizzata all'unico operatore presente sul mercato, la RAI (RTI fino a quel momento aveva manifestato il proprio interesse solo sulle manifestazioni a livello europeo). A far data da luglio di quell'anno la cessione dei diritti subiva una profonda e importante divaricazione: la Lega cedette infatti alla RAI per un triennio, i diritti televisivi in chiaro relativi ai campionati di serie A, B e della Coppa Italia, mentre i diritti televisivi criptati di 28 gare della massima serie e 32 del torneo cadetto furono venduti a Tele+, all'epoca unico operatore di televisione a pagamento sul territorio nazionale. Il fiume di soldi che scese nei bilanci dei club professionistici ebbe determinante influenza anche sulla

decisione del legislatore di consentire la finalità statutaria delle stesse, ed anche la quotazione in borsa³⁷.

Già negli anni successivi si registrarono diversi tentativi volti alla conclusione da parte dei club di maggior blasone di contratti in forma individuale con un progressivo allontanamento dalle istanze solidaristiche fino a quel momento accordate alla gestione collettiva operata dalla Lega.

Per il rinnovo dei contratti nel triennio 1996-99 numerose società di serie A diffidarono il loro ente associativo dal continuare le trattative per la cessione dei diritti televisivi reclamandone la titolarità. Su questo versante la Lega cercò di intervenire modificando il criterio di ripartizione degli introiti: fino alla stagione 1996-97 le entrate da cessione dei diritti tv erano state spalmate in modo paritetico tra le 38 società di serie A e B e nessun *surplus* legato al seguito televisivo o ai risultati sportivi veniva accordato ai singoli club. Dalla stagione 1997-98, il 58% dei proventi relativi alla cessione diritti in chiaro doveva essere ripartito tra le società di serie A e il restante 42% tra quelle di serie B. Per gli introiti delle trasmissioni criptate, il 75% era attribuito alle società militanti nella massima serie, il restante 25% a quelle di B prevedendo un criterio di redistribuzione ancorato alla posizione in classifica e alle differenze di *audience* delle singole squadre.

Tuttavia, nel 1998 nove squadre conclusero con Tele+ contratti per le cessione dei diritti tv in forma codificata per i campionati di serie A e B. Le varie istanze di rivendicazione di una cessione individuale dei propri diritti rimasero inascoltate sino al 1999 quando il Parlamento prima³⁸, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato poi³⁹, fecero bruscamente vacillare il quadro normativo verso il principio della titolarità soggettiva dei diritti

³⁷ Legge 18 Novembre 1996, n. 586.

³⁸ Legge 29 marzo 1999 n. 78, di conversione del decreto legge n. 15 del 30 gennaio 1999 in *Gazz. Uff.* n. 75 del 31 marzo 1999.

³⁹ Provvedimento dell'AGCM, n. 7340 del 1 luglio 1999, col quale era reputata come intesa illegittima tra aziende la vendita collettiva dei diritti da parte della Lega Calcio.

televisivi criptati⁴⁰. La cessione individuale veniva comunque individuata come un'opzione in favore dei club, non proibendo il mantenimento della contrattazione collettiva.

La legge del 1999 avallava l'idea ormai diffusa che all'organizzatore dell'evento sportivo spettava la titolarità del diritto, in quanto soggetto deputato ad allestire gli incontri sopportandone i relativi rischi imprenditoriali. Chi subiva il carico dell'organizzazione dell'evento (il club di casa) poteva anche godere del relativo introito.

Di sicuro la vendita collettiva posta in essere sino a quel momento, era destinata a tramontare. E così in effetti è stato.

Anche il provvedimento dell'AGCM pur concludendo che il *joint selling* era prassi diffusa in Italia e propiziata dal regolamento della Lega, sottolineava come esso integrasse gli estremi di un cartello incline a restringere l'output e far lievitare i prezzi per la cessione dei diritti in forma codificata dei campionati di calcio di serie A, B e della Coppa Italia⁴¹.

Il quadro dipinto da questa normativa si venne a caratterizzare come una vera e propria de-regolamentazione del calcio, con norme a sé stanti a

⁴⁰ Dopo le modifiche apportate in sede di conversione, l'articolo 2 (Disciplina per evitare posizioni dominanti nel mercato televisivo) comma 1 della legge dispone: "Ciascuna società di calcio di serie A e di serie B è titolare dei diritti di trasmissione televisiva in forma codificata. E' fatto a chiunque divieto di acquisire, sotto qualsiasi forma e titolo, direttamente o indirettamente, anche attraverso soggetti controllati e collegati, più del sessanta per cento dei diritti di trasmissione in esclusiva in forma codificata di eventi sportivi del campionato di calcio di serie A o, comunque, del torneo o campionato di maggior valore che si svolge o viene organizzato in Italia. Nel caso in cui le condizioni dei relativi mercati determinano la presenza di un solo acquirente il limite indicato può essere superato ma i contratti di acquisizione dei diritti in esclusiva hanno durata non superiore a tre anni. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, sentita l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, può derogare al limite del 60 per cento di cui al secondo periodo del presente comma e stabilirne altri, tenuto conto delle condizioni generali del mercato, della complessiva titolarità degli altri diritti sportivi, della durata dei relativi contratti, della necessità di assicurare l'effettiva concorrenzialità dello stesso mercato, evitando distorsioni con effetti pregiudizievoli per la contrattazione dei predetti diritti di trasmissione relativi a eventi considerati di minor valore commerciale. L'Autorità deve comunque pronunciarsi entro sessanta giorni in caso di superamento del predetto limite. Si applicano gli articoli 14 e 15 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, e l'articolo 1, comma 6, lettera c), numero 11), della legge 31 luglio 1997 n. 249."

⁴¹ L'intesa relativa alla vendita collettiva dei diritti della Coppa Italia, in ragione della formula sportiva della manifestazione ad eliminazione diretta, fu tuttavia esentata.

fronte di altri sport dove le federazioni riuscivano ad avere maggior peso, continuando ad operare una vendita collettiva, magari mediante deleghe *ad hoc*.

Nel frattempo venne meno l'antico monopsonio nel mercato delle piattaforme digitali. L'agguerrita lotta tra i due operatori della televisione a pagamento, Tele+ e Stream, si trasformò in una manna per i club sportivi, generando l'esplosione del valore dei diritti criptati. Questa fase fu tuttavia effimera ricostituendo, la fusione tra Stream e Tele+ nella nuova Sky Italia, l'antico monopsonio. Contemporaneamente nacquero e si svilupparono nuove piattaforme, in particolare il digitale terrestre, la trasmissione via ADSL, e il video *streaming* tramite la telefonia mobile, mutando profondamente il mercato.

3.3 La nuova svolta: la Legge delega sui diritti televisivi

Il 2006 ha rappresentato un anno di svolte per il sorgere di una diversa sensibilità nell'ordinamento sia statale che sportivo in ordine alla vendita collettiva.

L'AGCM per prima ha mutato radicalmente il proprio indirizzo nell'Indagine Conoscitiva n. 27/2006 sul mondo del calcio⁴², rilevando come la vendita individuale avesse fallito in relazione ai generali principi dello sport, relegando l'Italia agli ultimi posti nelle statistiche sull'equa distribuzione delle risorse del movimento. E' stata così riabilitata la vendita collettiva, aderendo in *toto* alle conclusioni della Commissione Europea sulla compatibilità con la normativa sulla concorrenza.

Contestualmente il Governo ha ottenuto delega dal Parlamento, a seguito dell'emanazione della Legge 19 luglio 2007, n. 106 al fine di emanare

⁴² Provvedimento n. 16280 del 21 dicembre 2006, reperibile online all'indirizzo web www.agcm.it (ottobre 2007).

decreti per l'integrale regolamentazione del mercato dei diritti di diffusione delle immagini sugli eventi sportivi nei Campionati professionistici. Il Governo ha poi emanato in attuazione di tale delega il decreto legislativo n. 9/2008.

Il nuovo quadro normativo disegna una disciplina d'insieme dettando il regime della loro titolarità, la loro estensione (materiale e temporale), il loro esercizio, nonché la ripartizione delle risorse derivanti dal loro trasferimento. Tra le novità introdotte, la principale è rappresentata dalla c.d. "cessione centralizzata dei diritti di trasmissione". Essa è assicurata attribuendo la contitolarità *ex lege* dei diritti all'organizzatore della competizione (la Lega Calcio) e agli organizzatori degli eventi (i singoli club) con un diritto esclusivo di esercizio a favore della prima.

Lo scopo immediatamente dichiarato nell'articolo 1, comma 1, è quello di *"garantire l'equilibrio competitivo dei soggetti partecipanti alle competizioni sportive e di realizzare un sistema efficace e coerente di misure idonee a stabilire e a garantire la trasparenza e l'efficienza del mercato dei diritti di trasmissione, comunicazione e messa a disposizione al pubblico, in sede radiotelevisiva e su altre reti di comunicazione elettronica, degli eventi sportivi dei campionati di calcio e delle altre competizioni calcistiche professionistiche organizzate a livello nazionale"*.

La convinzione di fondo è che negli anni questo equilibrio sia venuto a mancare; di qui la necessità di intervenire con una legge che modifichi quella del 1999 che ha introdotto meccanismi di titolarità e vendita individuale.

La proposta si basa su tre principi fondamentali:

1. contitolarità dei diritti e ritorno alla vendita centralizzata;
2. equa ripartizione e mutualità generale del sistema sportivo;
3. tutela degli utenti e dei consumatori.

La legge stabilisce, quindi, che i diritti televisivi vengano commercializzati da chi organizza effettivamente il campionato (Lega Calcio) e che ci sia una più equa distribuzione degli introiti da essi derivante. L'uso di

percentuali predeterminate assicura che i propositi di rilancio delle economie dei più deboli, siano rispettati. Il provvedimento indica che il 50 per cento⁴³ degli introiti dovrà essere diviso in parti eguali. Il resto verrà distribuito tenendo presente altri due parametri : il bacino d'utenza e il risultato sportivo. Ma una piccola parte dei ricavi dovrà essere destinata a "fini di mutualità generale del sistema sportivo". In questo caso la misura è indeterminata, ma visto che il punto di riferimento è la legge francese, dovrebbe aggirarsi intorno al 5 per cento⁴⁴.

Il terzo principio è voluto dal Legislatore soprattutto per impedire il ripetersi di fatti accaduti negli anni scorsi quando Mediaset acquistò la quasi totalità dei diritti televisivi per poi rivenderli alle altre piattaforme interessate (satellitare, internet). Con questa disposizione si cerca di contrastare il formarsi di posizioni dominanti.

Inoltre, per favorire lo sviluppo di nuove tecnologie e l'accesso di nuovi operatori, la durata dei contratti di esclusiva dovrà essere "ragionevole" (due, tre anni per le tecnologie digitali in via di sviluppo, terrestre, Dvvh⁴⁵, Iptv⁴⁶; qualcosa di più per chiaro e satellitare, tecnologie ormai mature).

Quindi, l'innovazione della Legge delega consiste nei criteri di mutualità e distribuzione dei proventi televisivi che, dall'emanazione della legge n. 78/99, erano oggetto di continui contrasti tra i presidenti delle squadre di calcio, con evidenti ripercussioni negli assetti di *governance* del settore⁴⁷. Inoltre emerge la nuova figura assunta dalla Lega che, quale ente esponenziale delle squadre, diviene contitolare dei diritti di utilizzazione economica delle manifestazioni sportive per la trasmissione sulle reti di comunicazione.

⁴³ "parte dominante" dopo le modifiche del senato.

⁴⁴ Dal *Corriere dello sport Stadio* del 22 luglio 2006.

⁴⁵ DVB-H (Digital Video Broadcast - Handheld) è uno standard simile al DVB-T (- Terrestrial) usato dalla televisione digitale terrestre, con alcuni adattamenti per ridurre il consumo di corrente e migliorare la ricezione da terminali in movimento; combina lo standard del video digitale con il protocollo di internet.

⁴⁶ Televisione basata sul protocollo IP, per internet.

⁴⁷ Si veda A. Giannaccari "Calcio, diritti collettivi e ritorno all'antico. Storia a lieto fine?" in mercato concorrenza e regole, 2006, pagg. 487 e segg.

Attraverso tale attribuzione, operata mediante l'intervento legislativo, si spiana la strada alla vendita centralizzata dei diritti per le diverse piattaforme, in chiaro e a pagamento, che dovrebbe ispirare criteri solidaristici nella ripartizione dei relativi introiti e un maggiore equilibrio nello svolgimento del campionato.

Gli unici diritti che rimangono in mano alle società sono i *diritti d'archivio*, quei diritti utilizzabili per creare opere multimediali da mettere in vendita; esempi significati sono i cd celebrativi che rappresentano vittorie importanti e traguardi raggiunti dalla società che creano interesse negli appassionati e nei tifosi della stessa.

In seguito a questo progetto di legge, il giorno 5 gennaio 2007, l'Autorità Garante per la Concorrenza e il Mercato, ha svolto un'indagine sulla contrattazione collettiva. L'Autorità si è pronunciata favorevolmente a questo tipo di contrattazione, apportando però delle modifiche.

3.4 L'Indagine AGCM del 2007

Un ruolo fondamentale nell'elaborazione della recente disciplina della commercializzazione dei diritti tv è stato svolto dalla summenzionata Indagine AGCM del 2007, nella quale l'Autorità si è occupata di analizzare le diverse attività economiche generate dallo sport o da esso connesso, in un'ottica di tutela della concorrenza.

Purtroppo l'indagine non è esente da critiche poiché tralascia quelle che sono le caratteristiche specifiche dello sport. Pur non negandole, l'indagine si limita infatti a considerare il calcio alla stregua di qualsiasi altra Industria. *L'incipit* dell'indagine costituisce una dichiarazione di incompetenza per quel

che riguarda l'attività dell'Autorità nei confronti delle attività sportive in senso stretto in quanto "non sindacabili sotto il profilo antitrust"⁴⁸. A rigor di logica l'indagine dovrebbe occuparsi della sola concorrenza per il mercato, anche se non mancano le affermazioni ambigue. In sostanza il termine "concorrenza", che si ripete puntualmente nel testo, non è chiaro se si riferisca alla concorrenza del mercato o sul campo. E nel secondo caso perché dovrebbe interessare l'Autorità? L'indagine pone in stretta relazione tra loro la concorrenza in campo e la concorrenza economica tra i club⁴⁹. Promuovendo la concorrenza economica, minore sarebbe il divario nelle risorse e nel potere delle squadre, maggiore sarebbe la *competitive balance* e maggiore l'interesse dei tifosi sotto forma di maggior ricevi per i club e maggior benessere. Vediamo i tratti salienti dell'indagine, connessi alla commercializzazione dei diritti tv.

3.4.1 La natura della Lega Calcio

L'indagine definisce le competizioni sportive come monopoli naturali⁵⁰; l'organizzazione dei campionati quindi richiede l'esistenza di un unico organo deputato a ciò: la Lega. Il problema sembra quindi non prospettarsi in termini di *antitrust*, quanto di *regulation*. L'indagine infatti⁵¹ fa riferimento esplicito, secondo la teoria della regolamentazione, al principio di terzietà del

⁴⁸ Si veda §1.

⁴⁹ A tal riguardo, §28 "La concorrenza tra i club si sviluppa principalmente nelle attività di produzione e di vendita dello spettacolo calcistico. La capacità di competere nello svolgimento di tali attività dipende fortemente dalla composizione delle singole squadre e, quindi, dalla capacità delle società di calcio di ingaggiare giocatori in grado di offrire prestazioni adeguate. In altri termini, le operazioni di ingaggio dei calciatori incidono significativamente sui rapporti di concorrenza tra società: migliori sono i giocatori, maggiore è la probabilità che un club occupi i primi posti della classifica nel campionato, con conseguente aumento della capacità della squadra di attrarre pubblico e, quindi, di offrire un prodotto più appetibile di quello offerto dai concorrenti".

⁵⁰ §87.

⁵¹ §317.

regolatore⁵². All'ordinamento sportivo è riconosciuto un alto grado di autonomia che si manifesta con un potere di auto-regolamentazione e auto-normazione. Nel contesto europeo l'ingresso di nuove Leghe nel settore del calcio è assai raro visto che il vincitore di un campionato è soltanto uno e vista la difficoltà di implementare un sistema del genere. Piuttosto, la concorrenza (anche qui non è chiaro se l'indagine intenda sul campo o economica) dovrebbe essere sviluppata a livello di singole società. Quello che rileva è soltanto la competizione intra-Lega che, comunque, non è pregiudicata dalla natura di monopolio naturale riconosciuta alla Lega Calcio. Secondo l'approccio dell'Autorità stessa, la concorrenza, nello sport in genere e nel calcio nello specifico, a livello di singole società potrebbe condurre ad una incrementata efficienza, ovvero ad un *surplus* per il tifoso⁵³.

Diversi interventi hanno tuttavia sostenuto di portare all'estremo questo principio, attraverso la creazione di una Superlega europea, così da emulare il modello utilizzato negli USA. L'idea sarebbe di creare un vero e proprio campionato europeo per i club maggiori, trasformando in una sorta di A2 i rispettivi campionati nazionali⁵⁴.

La proposta sembra tuttavia difficilmente realizzabile per vari motivi. Innanzitutto per la peculiarità del calcio italiano di avere al suo seguito una maggior parte di tifosi *committed* per i quali il beneficio è legato alla prosecuzione dei campionati nazionali dove vedono cimentarsi la propria squadra del cuore. Anche se la pay-Tv ha portato a un incremento dei tifosi *uncommitted*, i primi costituiscono ancora una fetta tale da non poter essere ignorata. In secondo luogo si porrebbe il problema dei diritti televisivi. Attualmente, come già detto in precedenza, i proventi che derivano dalla *Champions League* vengono distribuiti dall'UEFA su base meritocratica, in

⁵² Su questo argomento varie critiche sarebbero prospettabili. Per tutte, se il compito primario della Lega, secondo l'Autorità, è l'elaborazione di regole finalizzate a rendere il proprio prodotto sempre più interessante e appassionante, come può la Lega farlo se viene spossessata degli strumenti per farlo – leggi la commercializzazione dei diritti tv- attribuendoli (come più avanti vedremo essere auspicato dall'AGCM) ad un soggetto terzo?

⁵³ §92.

⁵⁴ Per una simulazione vedi Hoehn, Szymanki (1999).

funzione dei risultati ottenuti nel corso della competizione. Quindi si ha tutto l'interesse a mantenere le cose come stanno anche perché l'esenzione dall'Antitrust europeo è stata concessa anche in ragione della formula ad eliminazione diretta della competizione che renderebbe impossibile una negoziazione individuale. Infine le possibili strutture della Superlega sarebbero due: una struttura chiusa sullo stile nordamericano oppure una lega aperta, con promozioni e retrocessioni. Nel primo caso bisognerebbe mettere in conto il sacrificio dei tifosi *committed*, per poi seguire l'esempio delle leghe nordamericane in tema di riequilibrio delle forze in campo. Nel secondo caso ci si chiede come un club che partecipa al campionato nazionale (con un dato livello di risorse tecnico-economiche) possa mai sperare di accedere alla superlega.

L'indagine omette di considerare altre visioni alternative sulla natura della Lega. Alcuni orientamenti⁵⁵ vedono la Lega come un'associazione di imprese o come una cooperativa. Sotto tale ottica si aprirebbe ancor più il problema della ripartizione degli utili tra associati. La legislazione italiana, infatti, vieta la distribuzione di utili fra associati nel caso di sodalizi senza scopo di lucro⁵⁶. Al contrario, dalla dottrina statunitense proviene la teoria della *single entity*⁵⁷, per la quale vi è una natura cooperativa essenziale nello svolgimento di un torneo che determinerebbe l'unicità del prodotto-campionato e la titolarità dello stesso in capo alle Federazioni ovvero alle Leghe organizzatrici. Ciò ha consentito, tra le altre cose, l'esenzione della vendita collettiva dei diritti di diffusione dall'applicazione delle norme antitrust USA, permettendo una vendita collettiva con ripartizione solidaristica dei proventi. Ma ciò sarà oggetto del prossimo capitolo.

⁵⁵ Si veda *Independent European Sport Review*, §6.38.

⁵⁶ Per una disamina del problema vedi Piscini A., 2007 "Sul fronte sportivo qualcosa di nuovo (ma non troppo): spunti di riflessione e note preventive sulla riforma in materia di diritti di trasmissione e comunicazione degli eventi sportivi", *Rivista di Diritto ed Ec. Dello Sport*, Vol. 3, Fasc. 1.

⁵⁷ Sul punto si veda Sarti D., "Antitrust e negoziazione accentrata dei diritti televisivi", in *Annali italiani del diritto d'autore, della cultura e dello spettacolo*.

3.4.2 Gli obiettivi dei club secondo l'AGCM

L'indagine AGCM sembra non tenere conto dei diversi obiettivi possibili per i club: massimizzare il profitto oppure le vittorie?

Se i club mirano a massimizzare le vittorie, sotto vincolo di bilancio, qualsiasi sussidio dal club grande al piccolo migliorerà l'equilibrio sul campo, visto che le squadre spendono tutto quello che hanno in talento.

Ancor meno chiaro è nell'indagine l'obiettivo della stessa Lega: se massimizzare il profitto o il numero di spettatori. Come sappiamo l'ipotesi ignora del tutto il ruolo cruciale della distinzione tra tifosi *committed* e *uncommitted*: soltanto in un campionato in cui i secondi costituiscono una fetta preponderante del seguito sportivo potrà trovarsi accoglimento della *Uncertainty of Outcome Hypothesis*⁵⁸.

Controverso è anche l'obiettivo della stessa Indagine. Se essa ha come scopo finale quello di massimizzare il benessere dei tifosi, questo, ancora una volta, dipenderà dal tipo di tifosi in stretta relazione, come detto sopra, agli obiettivi dei singoli club. Se l'indagine, invece, persegue come obiettivo l'equilibrio sul campo, non si capisce come mai questo interessi un'Autorità che vigila sulle condotte antitrust; inoltre, visti i differenti possibili obiettivi dei club, non è detto che un campionato più equilibrato abbia come fondamento dei ricavi distribuiti in maniera più equa.

La domanda di fondo è chi l'AGCM sta cercando di tutelare: i concorrenti, la concorrenza, i tifosi o, in qualche modo un po' azzardato, tutti e tre?

⁵⁸ Per quanto riguarda le scelte dei consumatori riguardo ad un particolare prodotto sportivo (in questo caso il prodotto di tale attività economica), ovvero le preferenze dei tifosi e degli appassionati rispetto agli incontri di un certo sport, sono state elaborate varie teorie. La prima venne formulata da Rottemberg nel 1956 e da Neale nel 1964 e prende il nome di *Uncertainty of Outcome Hypothesis (UOH)*. Essa afferma che una qualsiasi competizione sportiva perde interesse agli occhi degli appassionati quando il suo esito è scontato o prevedibile. Quindi quanto più sono equilibrate le forze in campo tanto maggiore sarà l'interesse dei fruitori del "prodotto calcio".

Nell'Indagine AGCM si parla di tifosi *committed* solo una volta⁵⁹; in realtà l'analisi del tipo di tifosi è importante al fine di valutare l'applicabilità della UOH, ipotesi che, come detto, l'Indagine accetta incondizionatamente. Nell'*Independent European Sports Review*, al contrario, si fa sempre cenno a questa distinzione che, giustamente, viene ritenuta fondamentale. La UOH condiziona maggiormente il ricavo dei club, quanto più sarà la percentuale di tifosi *uncommitted* nel contesto europeo, e in particolar modo quello italiano, al contrario del contesto USA, si può dire che la tifoseria sia composta per una larga fetta di tifosi *committed*. Non si è mai sentito di un tifoso della Roma, che abbia cambiato idea per legarsi alla Juventus. Secondo una recente indagine⁶⁰, il 12% degli italiani dai sei anni in su è un tifoso accanito, il 13% coinvolto, il 7% è un semplice spettatore e il 16% segue il calcio saltuariamente. Di questo parco potenziale una larga fetta dichiara di avere una squadra del cuore. Sotto riportiamo il trend dal 2001 ad oggi. Ovviamente le percentuali non coincidono con la tifoseria *committed*, però di sicuro ci danno un indice delle preferenze degli italiani, che appaiono maggiormente inclini a rimanere fedeli alla propria squadra, soprattutto se è una delle "grandi". I tifosi tendono poi ad accostare alla squadra "del cuore" anche una squadra "simpatica". Mentre per la squadra del cuore si va allo stadio, la squadra "simpatica" la si segue comodamente in tv.

⁵⁹ Si veda §251.

⁶⁰ Monitor Calcio 2009-2010.

Parco Tifosi che indicano una squadra del cuore

2001	41.743.000	72%
2002	44.477.000	70%
2003	42.050.000	74%
2004	42.474.000	75%
2005	40.838.855	75%
2006	42.194.248	75%
2007	40.235.000	76%
2008	42.248.000	77%

3.5 L'Indagine AGCM ed i diritti Tv.

Per arrivare al punto che più ci interessa, alla luce di quanto detto sino ad ora, si nota come l'Indagine AGCM non sia particolarmente approfondita in materia. Essa sembra infatti confondere tra metodo di commercializzazione (accentrata vs decentrata) e mutualità. La negoziazione collettiva non è infatti necessaria per garantire la mutualità. Si potrebbe ad esempio prevedere una negoziazione individuale con forte *revenue sharing*, oppure con "tasse di iscrizione" alla Lega di Serie A fortemente progressive. Si otterrebbe il medesimo risultato di una negoziazione centralizzata con riparto ispirato ad equità. Allo stesso tempo la negoziazione collettiva non è sufficiente a garantire la mutualità se non è accompagnata da regole di riparto vincolate ad un determinato scopo. Dal punto di vista economico, presa quella individuale come punto di riferimento, la negoziazione collettiva genera tre effetti⁶¹. Il primo è un effetto sul potere negoziale: vendendo i propri diritti collettivamente, la Lega sarebbe l'unica controparte contrattuale, riducendo drasticamente il potere delle singole squadre. Ciò può essere valutato

⁶¹ Per un'analisi approfondita si veda Falconieri, Palomino, Sakovics, (2005) (traduzione adattata di un articolo apparso su *Journal of European Economic Association* (2004) dal titolo "Collective vs Individual Sale of TV Rights in League Sports")

negativamente o positivamente a seconda del relativo potere contrattuale di ogni singolo team.

Il secondo è "l'effetto premio". Se il premio esogeno legato alla performance⁶² è troppo piccolo, la Lega potrebbe accrescere gli incentivi delle squadre ad investire in talento scegliendo una regola di allocazione delle entrate televisive basata sulle performance delle squadre in campionato. L'ultimo effetto è l'"effetto *free-riding*". Quando i diritti televisivi sono venduti collettivamente, le squadre hanno meno incentivi ad investire perché i profitti televisivi sono divisi tra tutte le squadre, e tale effetto è tanto più importante quante più sono le squadre che partecipano al campionato.

La scelta del tipo di negoziazione (collettiva o individuale) non può prescindere dal considerare quale sia il prodotto da vendere sul mercato, che tipo di prodotto genera maggiore domanda di mercato e chi, quindi sia titolare del prodotto stesso. Sappiamo infatti che l'output non può derivare dall'attività di un singolo club. Abbiamo visto come la cooperazione tra club è fondamentale generando un plusvalore. L'interesse dei tifosi (consumatori), e quindi la loro domanda di "prodotto calcio", non è, a nostro parere, legata al singolo evento partita, ma discende dal fatto che essa è inserita in una competizione più ampia. Senza tale organizzazione (che spetta necessariamente alla Lega Calcio) la produzione sarebbe impossibile. Il varo di un torneo postula un'organizzazione estremamente complessa nella quale il singolo evento costituisce una partizione. La conclusione è inevitabile: il prodotto da cedere è il campionato, non il singolo torneo. Non ci spingiamo alle estreme conseguenze del campionato come *single entity* che male si adatta ad un contesto dove convivono più tornei; però non si possono considerare le società calcistiche alla stregua dei normali operatori presenti sul mercato.

⁶² Pensiamo ai premi monetari legati alle qualificazioni alle competizioni internazionali, quali la *Champions League*.

In Italia abbiamo visto come questo dilemma sia stato risolto a favore della contitolarità del diritto di utilizzazione della competizione sportiva a fini economici con conseguenze vendita centralizzata dei diritti televisivi. Questa scelta appare coerente con la traccia argomentativa appena delineata, sintetizzando il contributo delle società e dell'organizzazione alla produzione dell'evento calcistico. Ovviamente, accanto alla negoziazione deve essere affiancato un preciso schema di riparto delle risorse. Uno dei principali argomenti contro la vendita individuale dei diritti televisivi è proprio che questa penalizza eccessivamente le squadre piccole, compromettendone la sopravvivenza.

Paradossalmente un metodo competitivo, come può sembrare la vendita individuale, conduce a risultati anticompetitivi. Per poter risolvere questo nodo gordiano è innanzitutto fondamentale usare un "*case by case approach*", analizzando la realtà tipica del nostro paese e, sulla base di questo fissare un obiettivo specifico. Abbiamo infatti visto come meccanismi di *revenue sharing* possano, a certe condizioni che occorre verificare, implementare la CB. Abbiamo visto come molti tifosi delle nostre squadre siano *committed*. L'obiettivo che si è posto il nostro legislatore è quello di garantire l'equilibrio competitivo⁶³ dei soggetti partecipanti alle competizioni sportive, attraverso un sistema di equa ripartizione delle risorse ottenute con la vendita centralizzata decisa dall'organizzatore degli eventi (la Lega). Per la prima stagione (campionato 2010-2011) il riparto sarebbe così organizzato: 40% in parti uguali tra tutti i partecipanti al campionato, 30% sulla base dei risultati sportivi conseguiti e una quota del 30% secondo il bacino di utenza. La quota relativa al risultato sportivo, è determinata nella misura del 10% sulla base dei risultati conseguiti da ciascuno dei partecipanti alla competizione a partire dalla stagione sportiva 1946/47, nella misura del 15% sulla base dei risultati conseguiti nelle ultime cinque stagioni sportive e nella misura del 5% sulla base del risultato conseguito nell'ultima competizione sportiva. La quota

⁶³ Art. 1 Legge 19 luglio 2007, n. 106.

relativa al bacino d'utenza è determinata nella misura del 25% sulla base del numero di sostenitori di ciascuno dei partecipanti alla competizione e per il 5% sulla base della popolazione del comune di riferimento della squadra. E' una scelta che assicura una più equa ripartizione delle risorse in vista di un miglioramento della competitive balance?

3.6 Una simulazione del futuro dei diritti Tv

La più recente simulazione invece (del marzo 2010) sembra ribaltare la situazione: le grandi squadre non uscirebbero poi così largamente penalizzate, le medie vedrebbero crescere i loro introiti un po' meno delle piccole, che avrebbero ulteriormente da guadagnare dall'aumento della percentuale ugualitaria. Anche se i propositi sono dei migliori la situazione sembra rimanere pressoché la stessa. Vero è che la ripartizione così come prevista dal decreto potrà essere modificata dalla sua seconda applicazione. L'art. 25 del decreto prevede infatti "I criteri di ripartizione delle risorse fra i soggetti partecipanti alla competizione sono determinati con deliberazione adottata dall'assemblea di categoria dell'organizzatore della competizione con la maggioranza qualificata dei tre quarti degli aventi diritto al voto". E cioè l'assemblea di Serie A può cambiare i criteri con 15 voti su 20. Si comincia così a diffondere l'idea di una possibile "media alleanza", un'alleanza cioè tra le squadre emergenti che riesca a trascinare anche le piccole, così da ridurre in minoranza il peso della grandi quali Juventus, Milan, Inter.

Il futuro sembra voler andare verso un modello di ripartizione dei proventi derivanti da diritti tv alla inglese, cioè con un 50% da dividere tra tutte le squadre, abbassando così al 25% la quota spettante in base al bacino di utenza e ai risultati sportivi. Le squadre medio-piccole punteranno sicuramente all'azzeramento di quella che è la fetta "storica" dei proventi, cioè quella che riguarda i campionati dal 1946 ad oggi. Questa sembra essere anche la soluzione migliore: la storia di una squadra vede il suo primo

riscontro nel bacino di utenza. Come abbiamo già detto in precedenza la memoria dei tifosi è ancorata a vecchie vittorie e scudetti e si modifica con fatica. Il fatto che una squadra abbia vinto molto nel passato le consente di avere al suo seguito un numero maggiore di tifosi. Dando una quota sia per il bacino di utenza che per le vittorie passate una squadra verrebbe, volutamente esagerando, premiata due volte. E' anche eticamente giusto che una squadra si dia da fare "da ora in poi" e non viva di rendita, beneficiando di entrate che premiano, per assurdo, scudetti vinti a raffica dal 1970 al 1985. Gran parte dei problemi relativi al disequilibrio competitivo tra le squadre non dipende tanto, come già accennato, dall'alternativa tra vendita collettiva e vendita individuale dei diritti, quanto alle modalità di ripartizione delle risorse tra le varie squadre. Per questo il tema è così "caldo". Anche se l'intervento legislativo "dirigista" cristallizza il sistema, spetterà comunque alla Lega indirizzare il riparto verso obiettivi diversi da quelli dei singoli club. E' giusto che la Lega stessa si faccia portatrice di interessi ulteriori e comuni, espressione della particolare situazione di *co-opetition* che essa stessa rappresenta. Essa dovrebbe interessarsi di preservare e promuovere quelle che sono le caratteristiche dello sport perché non degrading a mera attività industriale. E la Lega può farlo solo per il tramite delle stesse squadre, rappresentate nell'assemblea di categoria. In sostanza sono i club stessi che, tramite i loro rappresentanti, possono decidere il proprio destino. E la scelta, nel tempo, non è detto che sia la stessa. In questo momento storico è giusto, a nostro avviso, migliorare il grado di incertezza del campionato italiano, incentivando i club medi, che, come visto in precedenza, è come se avessero abbandonato la competizione.

CAPITOLO 4

La realtà Nord Americana

4.1 Introduzione

La popolarità crescente degli eventi sportivi in TV negli Stati Uniti e in Europa ha avuto effetti significativi sul settore dei servizi audiovisivi e su quello dei campionati sportivi su entrambi i lati dell'Atlantico. Di conseguenza, le autorità garanti della concorrenza e del mercato hanno espresso notevole interesse per l'evoluzione dei diritti di trasmissione di eventi sportivi in entrambi i continenti.

Negli Stati Uniti, l'attenzione è stata focalizzata sulle leghe sia professionistiche che interuniversitarie, mentre in Europa più attenzione è stato dato al rapporto tra i principali operatori *broadcasters* e i principali club (nonché Leghe) professionistici.

Tale problematica ha trovato ampia trattazione nella letteratura giuridica d'oltreoceano, laddove le questioni inerenti i diritti che gli organizzatori di manifestazioni – prevalentemente sportive, ma anche di altro genere, aventi rilievo per il "grande pubblico" – possono vantare sulle stesse hanno costituito oggetto di ampio dibattito sin da svariati decenni⁶⁴. I profili inerenti la titolarità, la qualificazione, l'ampiezza e

⁶⁴ Il tema dei diritti televisivi sugli eventi sportivi è stato analizzato dalla dottrina statunitense sotto diversi profili. Nonostante la specificità della materia, peraltro, i contributi sono numerosi. Tra questi si vedano, in particolare: E.J. STROZ, *Public Ownership of Sports Franchises*, 53 *Rutgers L. Rev.*, 512 (2000); L.J. WEBER, *Something In the Way She Moves*, 23 *Columbia - VLA Journal of Law*, 317 (2000); A. DEUTSCH, *Sports Broadcasting and Virtual Advertising*, 11 *Marq. Sports L. Rev.*, 41 (2000); I. NITSCHKE, 21 *European Competition L. Rev.*, 208 (2000); J. RUSH, *Broadcasting and Football*, 10 *Ent. L. Rev.*, 249 (1999); F.M. FISHER et al., *The Economics of Sports Leagues*, 10 *Marq. Sports L. J.*, 1 (1999); M. MELTZ, *Hand It Over*, 23 *Boston College Int. Comp. L. Rev.*, 105 (1999); S.F. ROSS, *Anticompetitive Aspects of Sports*, 7 *Competition & Consumer L. J.*, 125 (1999); Wm.T. GRIFFITH, *Beyond the Perfect Score: Protecting Routine-Oriented Athletic Performance with Copyright Law*, in 30 *Connecticut Law Review*, 675 (1998); P. EDWARDS, *What's the Score*, 62 *Albany L. Rev.*, 579 (1998); S. BOUVIER, *The Broadcasting of Sports*, 18 *Cardozo J. Int'l Comp. L. Rev.*, 507 (1997); S. KUN, *Race Horses and Intellectual Property Rights*, 17 *QLR*, 207 (1997);

l'ambito di operatività dei diritti sugli eventi sportivi, nonché le questioni attinenti l'individuazione delle eventuali condizioni e dei limiti all'esercizio di tali diritti, infatti, sono stati specificamente analizzati, facendo emergere prospettive e orientamenti interpretativi differenti e, talora, diametralmente opposti.

La sensibilità della dottrina e della giurisprudenza statunitense all'esigenza di tutelare i diritti del soggetto che allestisce una manifestazione sportiva viene testimoniata, infatti, dall'evoluzione e dal susseguirsi di diversi orientamenti in materia, e la direzione seguita nel percorso in tal modo tracciato dimostra il tentativo di offrire una protezione sempre più ampia a favore dell'organizzatore delle manifestazioni e degli eventi sportivi, garantita mediante il ricorso a una tipologia di rimedi varia e diversificata.

Questo lavoro si concentra sui temi della concorrenza e dell'efficienza nel mercato dei diritti televisivi tra squadre professionistiche o leghe e società broadcasters e le possibili scelte/soluzioni scaturite su entrambi i lati dell'Atlantico.

Quali sono le conseguenze della collettiva (ed esclusiva) vendita dei diritti di trasmissione sugli eventi sportivi?

Il controllo dei diritti televisivi permettere all'emittente di sfruttare la propria posizione e aumentare il suo potere di monopolista?

Può la materia della trattazione dei diritti televisivi sfuggire al vaglio antimonopolistico?

Può la proprietà di squadre sportive da parte delle emittenti avere effetti anti-competitivi?

Cercheremo di dare una risposta a tali quesiti e fornire le prove che suggeriscono che questi problemi sono molto meno acuti negli Stati Uniti che in Europa.

4.2 La struttura del mercato dello sport nella realtà Nord americana

Gli Stati Uniti hanno una gamma molto più diversificata di sport professionistici disponibili per la trasmissione che qualsiasi altra nazione al mondo. Ci sono importanti federazioni sportive per il baseball, football, basket, hockey che sono state in auge per decenni e che hanno contratti di trasmissione lucrativi con varie reti di *broadcaster* commerciali, stazioni radio locali, trasmissione diretta servizi satellitari, e le reti via cavo. In aggiunta ci sono il basket universitario, il football universitario, il soccer, il golf professionistico, il tennis professionistico e le corse automobilistiche che godono di un'ampia popolarità e, di conseguenza, rete di trasmissione.

Il potere contrattuale del venditore di diritti di diffusione dell'immagine "sport" dipende, in parte, dal numero di fonti alternative di tali sport, che sono disponibili.

Negli Stati Uniti, ognuna delle principali discipline sportive professionistica è organizzato come un unico campionato: la Lega Nazionale di Football (NFL), Major League Baseball (MLB), la National Basketball Association (NBA), e la National Hockey League (NHL), le quali attualmente non hanno concorrenti professionistici nei rispettivi sport. Queste posizioni dominanti esistono da almeno due decenni.

Anche se l'ingresso di nuove leghe era un fenomeno abbastanza comune nei decenni precedenti, solo un nuovo campionato si è formato negli ultimi 20 anni.

La lega di baseball è stata immune da significativi accessi o minacce concorrenziali dalla Prima Guerra Mondiale.

Gli altri sport professionistici quali basket, football e hockey, hanno avuto nuovi ingressi negli anni '60 e '70 prima della politica di liberalizzazione della trasmissione via cavo, ma più nessuno da allora.

L'American Basketball Association fu fondata nel 1967 e vissuta fino al 1976 quando ha cominciato a fallire in quanto tre delle sue nove squadre si ritirarono dal campionato, una quarta squadra fallì alla fine della stagione, e quattro delle rimanenti squadre sono state semplicemente assorbite nel campionato NBA in carica.

Un campionato di football rivale, l'American Football League, è stato formato per contrastare la NFL nel 1960, ma raggiunto un accordo di fusione con la NFL nel 1966, ne è stata completamente assorbita nel 1970. Due tentativi successivi, il World Football League (1974-5) e la USFL (1983-5), sono stati minacce competitive molto meno gravi che la NFL ha tranquillamente piegato senza che nessuna delle loro squadre venisse assorbita.

Infine, per quanto riguarda l'hokey, la World Hockey League ha intrapreso una seria sfida alla NHL tra gli anni 1972-9, ma alla fine dovette soccombere, con solo quattro delle sue sette squadre assorbite dalla NHL.

Le ragioni apparenti di questa recente mancanza di nuovi ingressi sono: (1) la continua espansione delle Leghe in carica, (2) l'evoluzione del potere negoziale dei giocatori sui loro stipendi, e (3) il diritto di precedenza, da parte delle Leghe in carica, sullo sfruttamento dell'espansione della copertura televisiva.

Per quanto riguarda la prima ragione, gli Stati Uniti hanno registrato una crescita sostanziale della popolazione e un'espansione ad occidente; se le Leghe più importanti non è fossero riuscite ad

espandersi rispetto alla loro origine limitato nell'East e del Midwest, nuove leghe avrebbero sicuramente sfruttato questo fallimento.

Il Baseball è stato il primo a muoversi verso ovest e ad espandersi.

Tra il 1903 e il 1950, non vi è stato alcun cambiamento nella identità delle squadre MLB. I confini meridionali e occidentali del campionato di baseball sono stati definiti da due delle 16 squadre della Lega, entrambe stazionate a St. Louis. A partire dal 1958, tuttavia, la Lega ha operato un deciso spostamento verso ovest e verso sud. Oggi, la MLB consta di 30 squadre, 15 delle quali sono a sud o a ovest di St. Louis.

Nella maggior parte delle nuove città, una parte dei fondi delle tasse statali sono stati mobilitati per la costruzione/manutenzione di stadi che sono di competenza esclusiva di squadre della MLB. Così, la possibilità per una nuova Lega di sfruttare nuovi mercati geografici è stata sostanzialmente opzionata dalle Leghe esistenti⁶⁵.

Allo stesso modo football, hockey e basket si sono ampliate significativamente dal 1960, in particolare il caso dell' hockey. Nel 1960, la NHL constava di sei squadre, quattro delle quali negli Stati Uniti; oggi la NHL è composta da 27 squadre.

La maggior parte delle grandi aree metropolitane negli Stati Uniti sono ora coperte da squadre di baseball, football, hockey e basket. Si pensi, ad esempio che nel deserto dell'Arizona si pratica lo sport invernale dell'hockey, mentre il Basket, uno degli sport più popolari degli Stati Uniti, è anche disponibile sulla costa occidentale del Canada. Gran parte di questa espansione geografica è stata chiaramente motivata dalla volontà di anticipare l'ingresso o di assorbire le squadre provenienti dalle nuove leghe costituite negli anni 1960 e 1970.

⁶⁵ Non è quindi un caso che le discussioni sulla possibile nascita/ingresso di nuove Leghe in USA stia prendendo in considerazione nuovi orizzonti geografici, come il Messico.

Per quanto riguarda la seconda motivazione, una serie di lunghe battaglie legali ha sostanzialmente liberalizzato il mercato dei giocatori, permettendo loro, in ogni lega, di ottenere lo stato di "free-agent" dopo un certo numero di anni. Il risultato di ciò è stato una escalation notevole degli stipendi dei giocatori.

Secondo Quirk e Fort (1992)⁶⁶, la media degli stipendi dei giocatori di basket e baseball professionistico in rosa, è cresciuta di nove volte tra il 1960 e il 1991, mentre quella degli stipendi dei giocatori di football è aumentata di quasi il 400% nello stesso periodo.

Prima degli anni '90, ci sono state numerose cause legali da parte dei giocatori nel tentativo di attaccare il potere di monopsonio delle loro squadre sotto le regole delle Leghe. Fino a che queste regole sono state cambiate attraverso l'istituzione dello status di "free agent", in modo che giocatori, insoddisfatti, potrebbero rivolgersi ad una diversa Lega. Negli ultimi due decenni, tuttavia, la maggior parte delle star di successo, sono stati valorizzati ad un livello che rende le nuove leghe meno attraenti per loro. E senza queste "star", le prospettive di sopravvivenza per una nuova Lega sono estremamente ridotte.

4.3 L'organizzazione degli sport di squadra negli Stati Uniti.

Un'analisi comparativa tra la realtà sportiva europea e quella nordamericana presenta delle inevitabili difficoltà dovute, essenzialmente, alle differenze culturali e di approccio allo sport.

Il Nord America presenta, come sopra accennato, negli sport di squadra, quattro discipline principali -baseball, basket, football, hockey- che si dividono la quasi totalità degli spettatori, cui se ne affiancano altre

⁶⁶ JAMES QUIRK & RODNEY D. FORT, *Pay Dirt: The Business of Professional Team Sports*

meno seguite, seppur in costante crescita (tra cui, oltre al golf ed al ciclismo, può essere annoverato il soccer).

Nel tempo, sono stati messi a punto una serie di accorgimenti, relativi all'organizzazione dei tornei ed ai criteri di selezione degli atleti per rendere il prodotto "sport" il più attraente possibile garantendo, ugualmente, il maggior equilibrio tra le squadre.

Innanzitutto, le squadre partecipanti al campionato nazionale sono divise in gironi, chiamati "conference", secondo criteri geografici; nel corso della stagione incontrano tutte le altre antagoniste, ma soltanto alcune vengono selezionate per i playoff che assegneranno il titolo, secondo il piazzamento conseguito all'interno della loro *conference*.

Ma è soprattutto il c.d. "sistema delle scelte" (*draft*) l'elemento che distingue lo sport statunitense da tutti gli altri sistemi mondiali. Questo metodo prevede la selezione, da parte dei team professionistici, degli atleti provenienti dai campionati universitari o, seppur molto raramente, dalle *high schools*: realtà che garantiscono un continuo ricambio e nelle quali possono rivelarsi decisive variabili che, in altri contesti, hanno perso buona parte del loro valore, come il talento dei giovani giocatori, o l'intuizione dei *talent scouts*.

Il meccanismo è strutturato in modo da permettere a tutte le squadre della lega, a rotazione, di poter decidere per prime quali degli atleti usciti dai college "mettere sotto contratto"; e mira a garantire un riequilibrio costante delle forze in campo, oltre che un ricambio al vertice impensabile nei maggiori tornei europei a squadre⁶⁷.

Il tetto salariale (*salary cap*), infine, contribuisce ulteriormente ad evitare squilibri tra le squadre più ricche e quelle più povere, tutelando

⁶⁷ La stessa politica delle società di far firmare contratti lunghi (anche della durata di dieci anni), ai propri giocatori più talentuosi si inserisce in quel complessivo disegno votato alla costruzione di un team vincente il più possibile e nel tempo.

queste ultime da eventuali, incontrollate migrazioni verso le prime dei loro giocatori migliori⁶⁸.

Attraverso questo metodo i proprietari ed i giocatori stabiliscono un contratto collettivo per cui una determinata quota percentuale dei proventi complessivi della lega deve essere devoluta per gli stipendi ed i benefits dei giocatori. Dividendo questa somma relativa a tutta la lega per il numero delle squadre si determina il budget massimo (ed uno minimo) che ciascuna squadra può spendere relativamente ai salari. Tale sistema fu introdotto per la prima volta nel 1983 nella NBA, poi nel 1993 nella lega del football americano NFL, e qui con condizioni ancora più rigide che nel settore della pallacanestro.

Tradizionalmente le leghe americane sono state composte da squadre possedute ed amministrare in forma individuale, che si sono unite per offrire il loro prodotto sportivo. Le scelte dei singoli proprietari delle squadre sono potenzialmente importanti non solo nella competizione tra le squadre per assicurarsi i giocatori migliori in grado di far vincere i campionati, ma anche nella competizione per i contratti televisivi, commerciali e di utilizzazione degli stadi, al fine di assicurarsi profitti più elevati.

I proprietari delle squadre, con il solo permesso della commissione antitrust, possono poi trasferire la squadra o franchigia da una località ad un'altra. Tali trasferimenti di squadre possono comportare gravi oneri, non solo alle squadre già presenti in un bacino d'utenza, ma anche alla lega nel suo complesso. Infatti, mentre il trasferimento di una squadra può comportare un maggior flusso finanziario per i proprietari, questo trasferimento può compromettere il rapporto di

⁶⁸ Sotto questo aspetto, è impensabile negli Stati Uniti che si verificino situazioni come quella che affligge il campionato di calcio italiano, prigioniero dei debiti e stretto nella morsa di pochi grandi club che si accaparrano gli atleti migliori come se collezionassero figurine, spesso senza valorizzarne le potenzialità.

fiducia e di affetto che i tifosi instaurano con il team non solo a livello locale ma a livello nazionale, provocando pesanti ricadute per la lega nel settore delle entrate televisive.

Talvolta, in termini relativi, un mercato vantaggioso per una squadra può non risultare tale in termini di lega: in queste situazioni sorgono conflitti tra i proprietari, che guardano principalmente al loro profitto personale, e la lega che tende a privilegiare l'economicità dell'intero sistema.

Nonostante le diversità strutturali con il resto dello sport mondiale, anche la realtà nordamericana si caratterizza per il conflitto tra interessi corporativi, incarnati dalle leghe, ed obiettivi economici individuali, propri di ciascun club. Anche perché le regole di ciascuna federazione, per quanto disciplinino essenzialmente ciò che accade sul campo di gioco - dal numero degli incontri disputati ai diritti di partecipazione, fino alla crescita ed alla circolazione dei giocatori-, hanno un impatto ulteriore e notevole sugli aspetti economici⁶⁹, comunque legati ai risvolti più spettacolari (che rimangono, pur sempre, strettamente sportivi) delle diverse discipline. Il tutto aggravato dal maggiore peso specifico delle leghe rispetto agli omologhi europei; circostanza che, unitamente all'assenza di concorrenti in grado di offrire opportunità alternative di giocare, o di assistere agli eventi legati a quella particolare disciplina, ha dato origine, negli ultimi trent'anni, a frequenti attriti con i sindacati degli atleti per la negoziazione di stipendi e clausole contrattuali⁷⁰, ed anche tra i proprietari delle squadre, le cui

⁶⁹ Altri riflessi di un simile tipo di organizzazione si manifestano nei benefici di cui le squadre fruiscono dalle città americane, ben liete di investire ingenti somme di denaro per costruire stadi all'altezza di ospitare la squadra locale, onde impedirne il trasferimento in altra città che garantisca una struttura più efficiente, e sia priva di una compagine che competa nella lega.

⁷⁰ Basti pensare alle numerose controversie in materia salariale, vertenti sul c.d. sistema della riserva, adottato dai proprietari delle squadre per fronteggiare la disparità tra stipendi e potenziale tecnico dei giocatori. Il

scelte diventano decisive non soltanto nella competizione finalizzata ad assicurarsi gli atleti migliori, ma anche in quella per spuntare i contratti più vantaggiosi con le televisioni, gli sponsor e le amministrazioni locali⁷¹.

Questo diverso modo di concepire ed organizzare lo sport influisce sulla qualità delle competizioni, ma può avere conseguenze rilevanti anche dal punto vista concorrenziale. E' evidente, infatti, come una struttura chiusa, senza alcuna possibilità di trasformazione che non sia condizionata alla volontà dei partecipanti, determini un pregiudizio per i potenziali concorrenti; mentre un sistema, come quello del calcio europeo, fondato sul meccanismo delle promozioni e retrocessioni, rende possibile un costante, seppur limitato ricambio al vertice, con riflessi positivi sull'intero sistema.

sistema delle scelte, infatti, consente al giocatore di firmare soltanto per la squadra che lo ha scelto, che vanta anche un diritto di opzione per il rinnovo (nell'hockey e nel baseball), oppure può subordinare al pagamento di un indennizzo il diritto del giocatore in scadenza di contratto a cambiare squadra (nel basket e nel football). Un tale sistema ha, tuttavia, avuto conseguenze negative sugli stipendi degli atleti, che si sono ridotti molto al di sotto del valore che avrebbero potuto raggiungere in un libero mercato del lavoro; ed anche sul potenziale tecnico delle squadre, la cui disparità si è accentuata invece che attenuata. E, conseguentemente, ha suscitato la reazione degli atleti i quali, fin dagli anni '70, hanno contestato tale sistema, sostenendone l'illegittimità sia dal punto di vista del diritto del lavoro che di quello antitrust. Al riguardo, si vedano, tra gli altri, *Robertson v. NBA*, 389 F. Supp. 867 (S.D.N.Y. 1975); *Philadelphia World Hockey Club v. Philadelphia Hockey Club*, 351 F. Supp. 462 (E.D. Pa. 1972); *Mackey v. National Football League*, 593 F. 2d 1173 (8th Cir. 1976), decisioni che – nei tre settori del basket, dell'hockey e del football – hanno sancito l'illegittimità delle limitazioni imposte dai proprietari ai giocatori nella ricerca di livelli salariali competitivi, con il risultato di garantire attualmente ai medesimi la possibilità di svincolarsi per negoziare autonomamente il proprio stipendio.

71 In particolare, viene riconosciuta ai proprietari la più completa libertà di trasferire le squadre da una città all'altra; circostanza che, unitamente alla discrezionalità delle leghe nel limitare l'accesso di nuove compagini alle competizioni in caso di espansione, ha dato origine ad una serie di offerte sempre più remunerative delle città e degli stati americani per accaparrarsi i team, concretizzatesi sia in rilevanti somme di denaro che nella messa a disposizione gratuita di stadi e relative infrastrutture.

Cfr. P. WEILER, sui problemi giuridici delle leghe professionistiche: il modello americano, in *Riv. Dir. Sport.*, 1997, 427-430

Dall'altro lato bisogna considerare, i maggiori rischi di instabilità del modello europeo, che spesso ammette soggetti sprovvisti di adeguate basi finanziarie, e dà più spazio agli "avventurismi" di chi, riuscito miracolosamente a "salire sul carro", e nel timore di doverne discendere presto, tenta di ottenere dal sistema, nel brevissimo periodo, i maggiori vantaggi possibili. Tanto che, mentre negli Stati Uniti è stata a più riprese invocata una riforma che introducesse il sistema delle promozioni e retrocessioni, ritenuta in grado di risolvere quella stagnazione latente che, in prospettiva, potrebbe limitare l'interesse per le competizioni⁷², in Europa, all'esatto contrario, si è cercato di varare una Superlega calcistica (il c.d. progetto Gandalf⁷³), con un numero limitato e imm modificabile di club partecipanti.

4.4 La misappropriation doctrine ed il riconoscimento di un property right sull'evento

Per una lega professionistica americana è una scelta importante decidere chi debba possedere, controllare e sfruttare i diritti televisivi. Il modello americano si basa sostanzialmente su questo assunto: i titolari delle emittenti televisive radiotelevisive controllano la diffusione di immagini e suoni relative alle partite, le squadre controllano i loro nomi ed i loro simboli, i giocatori controllano i loro nomi e la loro immagine. In ogni caso la titolarità o l'esercizio di questi diritti di proprietà è liberamente trasferibile mediante contratto. Le squadre finiscono per contrattare i diritti sulle trasmissioni televisive, condizione necessaria perchè la squadra consenta all'emittente di accedere al campo e diffondere gli incontri.

Ma come si è evoluta la problematica afferente ai diritti televisivi nella realtà nordamericana?

⁷² cfr

⁷³

L'esigenza di approntare una tutela degli investimenti economici e professionali sostenuti dall'organizzatore di una manifestazione sportiva è stata avvertita sin da tempi estremamente remoti nell'ambito della giurisprudenza americana, che presenta decisioni in materia anche in epoca antecedente l'avvento della televisione, con riferimento a talune fattispecie nelle quali la violazione del diritto di trasmissione della cronaca dettagliata della competizione agonistica veniva commessa con lo strumento radiofonico.

L'impostazione adottata in tal caso dalle corti americane fu quella dell'applicazione della teoria della *misappropriation doctrine*, mediante la quale si assicurò una tutela "forte" dei diritti degli organizzatori delle manifestazioni sulle competizioni sportive.

Il precedente cui ci si riferisce è dato da una sentenza della Corte Suprema del 1918 in occasione della quale, decidendo sul caso *Int'l News Serv. v. Associated Press*⁷⁴ in merito alla legittimità dell'attività di un'emittente radiofonica che aveva trasmesso la radiocronaca di una manifestazione sportiva senza tenere conto del fatto che i diritti di trasmissione relativi a quell'evento erano stati acquistati in precedenza da un'emittente concorrente, la Corte ne dichiarò l'illegittimità.

A fondamento di tale decisione si affermò che non si può sostenere che i diritti di trasmettere la radiocronaca di un evento siano troppo evanescenti o fugaci per essere qualificati come beni, a cui legare dunque un "property right" qualora un soggetto abbia acquistato legittimamente tali diritti sostenendo dei costi al fine di trarre un profitto, con la conseguenza che non si può non sanzionare il concorrente che si appropri indebitamente di tali diritti al fine di trarre per sé un utile o di danneggiare il titolare effettivo. La qualifica dei diritti di trasmissione radiofonica dell'evento come *property rights* consente pertanto alla Corte Suprema di ritenere che la condotta del concorrente

⁷⁴ *Int'l News Serv. V. Associated Press*, 248 U.S. 215 (1918).

che si appropria della radiocronaca di una manifestazione allestita da altri e la trasmette al pubblico sia illegittima e costituisca un'ipotesi di *misappropriation*⁷⁵ e in forza di tale valutazione dispone così il risarcimento dei danni subiti dal titolare.

Secondo tale prospettiva l'organizzatore della manifestazione può tutelare i propri diritti sull'evento nei confronti di ogni indebita intromissione proveniente da parte di terzi, e pertanto, atteso che all'organizzatore della manifestazione deve essere riconosciuto un *property right* sulla stessa, mediante tale strumento può essere tutelato il diritto di trasmettere radiofonicamente (o, comunque, quello di disporre a favore di terzi della trasmissione via radio del) l'evento.

Il riconoscimento della titolarità dei diritti (nella specie radiofonici ma, in seguito, si ritiene anche televisivi) a favore del soggetto che allestisce la manifestazione e correlativamente l'attribuzione di un'azione giudiziale per la tutela di tale diritto è piuttosto risalente nell'ambito dell'ordinamento statunitense, e lo strumento è stato individuato appunto nella *misappropriation*.

Tale azione pare quella maggiormente idonea ad assicurare i diritti dell'organizzatore dell'evento. Sotto il profilo probatorio, infatti, atteso che è indiscusso⁷⁶ che la titolarità dei diritti televisivi sull'evento debba essere riconosciuta in via esclusiva al soggetto che ha allestito la

⁷⁵ La figura della *misappropriation*, enucleata dalla dottrina statunitense nell'ambito dell'*unfair competition*, è stata utilizzata di frequente per tutelare i diritti televisivi spettanti all'organizzatore dell'evento sportivo. Il limite principale all'operatività dello strumento di tutela è costituito dalla sua stessa natura di rimedio concorrenziale, che determina una limitazione dell'applicabilità ai soli *competitors*, escludendo pertanto che la *misappropriation* possa essere invocata nei confronti di soggetti che esercitano un'attività in diverso ambito concorrenziale. L'affermazione è condivisa dalla medesima Suprema Corte in *Int'l News Serv. V. Associated Press*, 248 U.S. 215 (1918), e successivamente accettata dalla dottrina e giurisprudenza consolidata.

⁷⁶ Nell'ambito dell'ordinamento statunitense, infatti, non risulta che sia sorta alcuna contestazione in ordine all'individuazione del soggetto titolare dei diritti sulle manifestazioni sportive, diversamente da quanto può dirsi con riguardo all'elaborazione della dottrina italiana.

manifestazione per il solo fatto di averla organizzata⁷⁷, in capo all'organizzatore graverà soltanto l'onere di dimostrare la "ownership" dell'evento, ovvero la titolarità sullo stesso, e l'esistenza di una condotta appropriativa non autorizzata da parte di terzi che si trovano in rapporto concorrenziale (per il settore merceologico o il mercato di riferimento) con il titolare dei diritti.

Per quanto attiene al risultato, poi, la casistica giurisprudenziale dimostra sin da tempi risalenti un atteggiamento assolutamente favorevole in tal senso, specie in quelle ipotesi in cui il carattere pubblico della manifestazione non consente l'impiego di strumenti contrattuali.

Lo stesso orientamento interpretativo si trova espresso in un altro precedente di poco successivo quando, verso la fine degli anni '30 – nel caso *Pittsburgh Athletic Co v. KQV Broadcasting Co.*⁷⁸ – una Corte Distrettuale degli Stati Uniti deliberò che l'organizzatore di una competizione sportiva (ovvero il soggetto che ha acquistato il campo da baseball o la disponibilità dello stesso, pagato i giocatori per l'esecuzione della prestazione sportiva e allestito gli incontro) ha un legittimo diritto di capitalizzare il valore di tale manifestazione mediante la cessione dei diritti di trasmissione della cronaca dettagliata via radio, oltre al più generale diritto di tutela nei confronti delle intromissioni altrui.

Segnatamente, nella fattispecie esaminata, la Corte riconobbe alla *Pittsburgh Athletic Co.* la titolarità di un *property right* sull'evento,

⁷⁷ Il principio viene chiaramente affermato in numerosi casi analizzati dalla giurisprudenza americana. Tra i precedenti ancora piuttosto risalenti, ma con specifico riferimento alla trasmissione televisiva dell'evento, si veda *Liberty Broadcasting Sys. V. National Baseball Club of Boston, Inc.*, 1952, *Trade Cases*, (CCH) P67, 278 (NDI II, 1952), laddove è contenuta l'affermazione che ogni società di baseball ha un "property right" sulla competizione organizzata e sulle relative «news, reports, descriptions and accounts thereof».

⁷⁸ *Pittsburgh Athletic Co. v. KQW Broadcasting*, 24 F. Supp. 490 (W.D. Pa. 1938).

affermando l'esistenza di un diritto esclusivo di disporre dell'evento mediante la cessione a terzi dei diritti di trasmissione della telecronaca, e dichiarando la natura illecita e contraria alle regole della concorrenza del comportamento di chi viola il diritto esclusivo di trasmissione televisiva dell'evento, precisando ulteriormente che la trasmissione momento per momento della manifestazione sportiva non è consentita in mancanza di espressa apposita autorizzazione del titolare, e lede i diritti di quest'ultimo, in quanto eccede la funzione informativa⁷⁹.

La Corte distrettuale riconobbe pertanto l'esistenza di un'ipotesi di *misappropriation* – e, quindi, gli estremi dell'*unfair competition* – nel comportamento appropriativo dell'emittente radiofonica, ravvisando una *legal property* in capo all'organizzatore, unico titolare del diritto di trasmettere le notizie della competizione minuto per minuto (nel caso, mediante il solo strumento della radio) e di cedere liberamente tale diritto.

La KQW Broadcasting Co. sostenne di aver garantito la diffusione della "notizia" attraverso osservatori (giornalisti) posizionati al di fuori dei campi da gioco. Tuttavia fu opinione della Corte che la descrizione azione – per – azione (*play by play*) dell'evento sportivo fosse di proprietà esclusiva del ricorrente e solo a lui spettò lo sfruttamento delle telecronaca *play by play*.

L'essenza di queste due opinioni è che i Tribunali d'oltreoceano sono disposti a proteggere gli investimenti dei soggetti organizzatori delle manifestazioni sportive contro l'uso fraudolento da parte di coloro che vogliono arricchirsi a spese dei reali proprietari⁸⁰.

⁷⁹ Secondo l'orientamento espresso dalla Corte in questo precedente tra i diritti che l'organizzatore dell'evento sportivo può legittimamente vantare in ordine alla manifestazione allestita deve essere ricompreso quello sulle *news*: infatti, testualmente, il giudice conclude affermando che «*the team (...) has a property right in such news, and the right to control the use thereof for a reasonable time following the games*»; si veda *Pittsburgh Athletic Co. v. KQW Broadcasting*, 24 F. Supp. 490 (W.D. Pa. 1938).

⁸⁰ Per approfondimenti si veda Anne M. Wall, *Sports marketing and the law: protecting proprietary interests in sports entertainment event*, Fall, 1996 7 Marq. Sports L.J. 77

Naturalmente il precedente richiamato, così come quello già citato del 1918, è decisamente risalente, e nel frattempo molte cose sono mutate nel panorama giuridico statunitense. Tuttavia l'importanza del richiamo si desume, oltre che dal fatto di rappresentare il riferimento primo della giurisprudenza in materia, segnando così il tassello dal quale si deve muovere nell'attività ricostruttiva, anche dall'ulteriore circostanza di vedere riconosciuto, sin dalle origini, un *property right* sull'evento, con la conseguente attribuzione della pienezza dei poteri inerenti all'evento all'organizzatore.

Nel caso *Zacchini v. Scripps-Howard Broadcasting Co.*⁸¹, la società di radiodiffusione chiamata in causa, girò le immagini dello spettacolo "palla di cannone umana" durante una fiera di contea in Ohio e, contro la volontà del performer, ha mostrato l'intero atto, della durata di 15 secondi, durante un programma di notizie di una stazione televisiva locale. L'esecutore ha quindi proposto un ricorso per risarcimento danni contro la società, e, sebbene il giudice di merito riconobbe un diritto di sfruttamento alla notizia da parte della società broadcaster la Corte Suprema degli Stati Uniti Corte ha rovesciato il giudizio statuendo che la trasmissione dello spettacolo di intrattenimento sportivo può di per sé essere considerata alla stregua della programmazione non autorizzata di *news*, e che pertanto questa qualificazione consente il ricorso alla protezione offerta dal Primo Emendamento. Tramite tale percorso interpretativo la Corte affermò pertanto che un'emittente televisiva non può, in mancanza di espressa autorizzazione in tal senso, filmare e trasmettere un'opera d'arte drammatica senza il consenso dell'autore della stessa, ovvero un incontro di pugilato o una partita di baseball, condannando così l'emittente televisiva.

⁸¹ *Zacchini v. Scripps-Howard Broadcasting Co.*, 433 U.S. 562, (1977).

L'accostamento tra la tutela dell'investimento economico dell'organizzatore della manifestazione sportiva secondo rimedi di matrice proprietaria (afferzata con la pronuncia nel caso *Pittsburgh Athletic Co v. KQV Broadcasting Co.* della fine degli anni '30, che menziona – quasi incidentalmente – la tutela della notizia), ed il riconoscimento del carattere di "news" alla trasmissione di parte degli eventi sportivi, con la conseguente applicazione del Primo Emendamento – che tutela la libertà manifestazione del pensiero con qualsiasi forma – (effettuato con il caso *Zacchini v. Scripps-Howard Broadcasting Co.* del 1977 – ove viene quasi sancita l'equiparazione tra le manifestazioni sportive e le opere drammatiche) segna il passaggio effettuato da taluni giudicanti dalla tutela dell'organizzatore della manifestazione operato tramite il rimedio della *misappropriation doctrine* alla protezione dei diritti televisivi sugli eventi sportivi mediante l'applicazione del Copyright Act. In tal modo pare delinearsi una prima fase evolutiva che modella la tutela secondo il sistema del diritto d'autore (o meglio, del copyright) in luogo di quello concorrenziale, incentrando così l'attenzione più sul profilo dell'attività svolta dal soggetto che organizza la manifestazione che sull'elemento dell'investimento economico sostenuto a tal fine.

Anche tenendo conto di tale orientamento resta comunque fermo che il ricorso ai rimedi della *misappropriation* e *unfair competition* costituisce tuttora uno strumento difensivo realmente efficace utilizzabile in tutti i casi in cui esista un rapporto concorrenziale tra i soggetti interessati e le azioni contrattuali non possano essere esperite a causa dell'assenza di un contratto o per via del luogo in cui si svolge la manifestazione.

4.5 L'applicazione del Copyright Act alla tutela dei diritti televisivi sulle manifestazioni sportive

L'applicabilità della tutela approntata dal Copyright Act ai diritti dell'organizzatore di un evento sportivo, e segnatamente ai diritti di trasmissione televisiva della manifestazione, è argomento tuttora controverso e dibattuto nell'ordinamento statunitense. Nella prima fase evolutiva della giurisprudenza e della dottrina in materia l'estensione dell'operatività del rimedio del copyright al di fuori delle opere che venivano tradizionalmente considerate come oggetto di tale diritto veniva costantemente esclusa, come dimostrano gli stessi precedenti menzionati nel corso della trattazione che precede.

La ragione di tale esclusione risiedeva nella difficoltà di sostenere un'interpretazione estensiva delle norme che disciplinavano la tutela del diritto d'autore, limitata espressamente a talune manifestazioni artistiche e creative dell'intelletto umano. La svolta sul tema si ebbe infatti allorquando, facendo seguito alle istanze da più parti rappresentate volte ad ottenere un allargamento dei confini della protezione offerta dal Copyright Act, nel 1976 il Congresso ampliò i limiti suddetti in una duplice direzione. Infatti, affermando tale esigenza, la tutela venne estesa sia alle forme di espressione già precedentemente esistenti ma considerate solo di recente come opere "creative", e pertanto meritevoli e bisognose di protezione, sia alle nuove forme espressive precedentemente sconosciute e che rappresentano il portato dell'innovazione scientifica e tecnologica .

In tale ambito venivano così espressamente ricomprese le manifestazioni atletiche, anche se i confini e gli ambiti della tutela, e segnatamente l'individuazione dettagliata dei requisiti necessari per

l'applicabilità della tutela, non venivano specificamente indicati⁸², dando luogo alle incertezze ermeneutiche e di regolamentazione cui si farà riferimento a breve.

L'ampliamento, comunque, fu tale da indurre autorevole dottrina a ritenere che il Copyright Act, nella nuova impostazione, tuteli chiunque, anche in minima misura, espliciti la propria creatività intellettuale o estetica nella creazione o produzione di un'opera espressa in forma tangibile e concreta. Il criterio generale assunto nel Copyright Act fu infatti quello di attribuire tale protezione a tutti gli «original works of authorship fixed in any tangible medium of expression, now known or later developed, from which they can be perceived, reproduced or otherwise communicated, either directly or with the aid of a machine or device (...)»⁸³; è evidente che, essendo tale il parametro adottato quale riferimento, e mancando una specifica indicazione delle prestazioni sportive ed atletiche nell'ambito della lista di opere sicuramente oggetto di copyright, l'attribuzione della tutela – e del correlativo rimedio – a favore degli organizzatori delle manifestazioni sportive veniva, di fatto, rimesso all'apprezzamento discrezionale del giudice, il quale in taluni casi ha ravvisato la ricorrenza dei presupposti, accordando la protezione, in altri l'ha negata .

4.6 I casi

Tra i precedenti che risolvono positivamente il quesito inerente la tutelabilità dei diritti televisivi dell'organizzatore di spettacoli sportivi

⁸² «These new expressive forms could either be extensions of existing copyrightable subject matter, such as computer programs or electronic music, or could be completely new media requiring specific statutory enactments to grant them full copyright recognition»; così 17 U.S.C.A., s. 102 (West 1996). Ed ancora: «Athletic performance arguably fits within either category. Standing alone, athletic performance will be worthy of protection as an entirely new form of expression. Modern technological advancements have made it possible for some performance to meet the basic requirements of copyright law. Conversely, certain forms of artistic athletic expression – those that exhibit routine preparation – may be viewed as an extension of dance, specifically the copyrightable classification of choreography and pantomime»: 17 U.S.C., s. 102 (a) (4) (1994).

⁸³ Si veda testualmente 17 U.S.C. , s 102 (a)

mediante il ricorso al copyright il primo fu il caso⁸⁴ Baltimore Orioles, Inc. v. Major League Baseball Players' Ass'n – risalente al 1986 – che ha visto contrapporsi i giocatori del Baltimore Orioles alla Lega di Baseball in materia di esercizio dei diritti di sfruttamento delle immagini in video delle partite giocate dalla squadra.

In particolare, la controversia vedeva schierati in posizione contrastante da un lato la MBL che affermava di essere titolare di tutti i diritti sulle manifestazioni sportive dalla stessa organizzate, e pertanto di avere anche il diritto di proteggere con copyright la visione dei match per poterne poi commercializzare le cassette a noleggio; e dall'altro i giocatori, attori delle partite in questione i quali sostennero che le loro prestazioni lavorative – cioè il partecipare attivamente ad un match di baseball – erano prive di sufficienti meriti artistici e, quindi, atti non protetti da copyright. I giocatori negavano che in capo alla Lega (organizzatrice della competizione e mandante della ripresa televisiva) potessero essere riconosciuti diritti esclusivi tutelati dal copyright, e sostenevano tale tesi affermando che la natura stessa della prestazione atletica pregiudica il riconoscimento del copyright, in quanto le performance degli atleti – effettuate dal vivo, e contemporaneamente registrate – non sono *copyrightable*, ovvero non sono suscettibili di costituire l'oggetto di un copyright e di essere tutelate dalla normativa ad esso inerente.

In particolare, secondo quanto affermato dai giocatori, la Lega è titolare di un diritto di copyright sulle prestazioni rese dagli atleti nel caso in cui ricorrano i seguenti requisiti: «1) *The work satisfies the generally applicable requirements for copyrightability (...)*; 2) *the work was prepared by an employee*; 3) *the work was prepared within the scope of the employee's employment*; 4) *the parties have not expressly agreed otherwise in a signed, written instrument*».

⁸⁴ Baltimore Orioles, Inc. v. Major League Baseball Players' Ass'n, 805 F. 2d 663 – 7th Cir. (1986) (baseball)

Nel decidere in ordine alla controversia la Corte d'Appello (7° circuito) rigettò la tesi sostenuta dagli atleti e dichiarò che la prestazione di un giocatore di baseball possedeva i requisiti minimi di creatività tali da poter essere protetto dalla legge sul copyright, decidendo che le registrazioni di una partita di baseball sono opere dell'ingegno, e, quindi, di proprietà della Lega organizzatrice.

Un altro caso dello stesso anno, in cui la Corte riconosce la tutelabilità dei diritti televisivi dell'organizzatore sportivo mediante il ricorso al copyright è il caso ⁸⁵ National Football League v. McBee & Bruno's; la controversia vedeva schierati in posizione contrastante da un lato la National Football League associazione nella quale confluiscono le squadre di football che disputano le varie competizioni agonistiche, che affermava di essere titolare di tutti i diritti sulle manifestazioni sportive dalla stessa organizzate, e pertanto di avere anche il diritto di precludere la possibilità di trasmettere televisivamente l'evento sportivo; e dall'altro alcuni esercenti commerciali i quali, pur in mancanza di autorizzazioni o, comunque, del consenso degli organizzatori del torneo avevano trasmesso (così come era abituale) la competizione sportiva, lasciando che i propri avventori godessero dello spettacolo. Peraltro al momento in cui è insorto il conflitto tra gli appartenenti alla categoria dei ristoratori e dei titolari di simili locali commerciali c'era la prassi di dotare i locali di schermi di varia dimensione atti a trasmettere gli eventi (prevalentemente, ma non soltanto) sportivi e di farne usufruire ai propri clienti. L'intento era evidentemente quello di predisporre elementi di attrattiva ulteriori rispetto a quelli già propri di ciascuna tipologia di esercizio commerciale e ad esso connaturati, in modo tale da disporre di servizi notoriamente estremamente appetibili per il pubblico – quali sono, appunto, le

⁸⁵ National Football League v. McBee & Bruno's, Inc., 792 F.2d, 726, 732, 8th Cir. (1986).

competizioni sportive – idonei a convogliare una clientela più ampia e diversificata, stimolandone l'interesse sotto molteplici profili.

La prassi si poneva in contrasto con gli interessi degli organizzatori del torneo i quali, valutando l'inopportunità di una programmazione televisiva dell'evento, avevano ritenuto preferibile non concedere alle emittenti televisive il diritto di filmare la competizione e trasmetterla, oscurando sostanzialmente la trasmissione all'interno di determinati ambiti territoriali. In particolare, nel caso concreto, il potere di circoscrivere e regolamentare la diffusione televisiva dell'evento era stato esercitato dalla National Football League nel senso di vietare ai terzi la programmazione della competizione sulle reti televisive operanti nell'ambito dell'area geografica nella quale questa si svolgeva .

L'esercizio dei diritti televisivi sull'evento sportivo, quindi, era stato attuato mediante la delimitazione dell'attività divulgativa delle emittenti, ponendo un divieto espresso di trasmissione con riferimento ad una specifica zona. Analogo divieto non veniva posto, invece, con riguardo alla trasmissione televisiva della competizione in altri ambiti territoriali, con riferimento ai quali la programmazione era permessa (non è chiaro se liberamente o sulla base di contratti di cessione dei diritti di trasmissione a favore di terzi); e proprio tale situazione consentiva – in via di fatto, non certamente sotto il profilo giuridico – agli esercenti dei locali commerciali di utilizzare il collegamento al satellite per trasmettere le partite di football in contrasto con i *desiderata* della Lega di appartenenza, incrementando così la propria clientela, ma contemporaneamente contravvenendo a quanto deliberato dall'organizzatore dell'evento.

Nell'analizzare il caso, la Court of Appeals (8° circuito) ha ritenuto che la condotta adottata dagli esercenti dei locali commerciali in dispregio alle determinazioni della National Football League fosse illegittima in quanto attuata senza il consenso dell'organizzatore

dell'evento e limitativa dei diritti televisivi altrui, ed ha ravvisato la violazione della Section 102 del Copyright Act del 1976 sotto diversi profili.

Muovendo dalla considerazione dell'area di operatività del Copyright Act la Corte statunitense ha infatti rilevato che tale normativa riguarda le opere degli autori fissate su un supporto tangibile, ed ha pertanto ritenuto che l'elemento spartiacque tra la tutelabilità oppure l'esclusione dell'opera dalla tutela in questione fosse rappresentato dal mezzo di espressione utilizzato. Inclusive quindi, certamente, le opere audiovisive in generale, la Corte ha affermato che tra queste dovrebbero essere annoverate anche le registrazioni televisive degli eventi sportivi disputati tra professionisti, con conseguente insorgere del diritto esclusivo di disciplinare e regolamentare la diffusione da parte degli organizzatori, ed ha quindi esteso tutte le specifiche facoltà.

Segnatamente, il riconoscimento in capo alla Lega dei diritti spettanti agli autori secondo quanto previsto dal Copyright Act ha comportato l'attribuzione del diritto di trasmettere le immagini dell'evento secondo determinate sequenze, eventualmente con un accompagnamento sonoro (cosiddetto right to perform), e di trasmettere tale filmato in luoghi pubblici o aperti al pubblico, o comunque in ambienti nei quali siano presenti (e si raccolgano) numerose persone che si trovano al di fuori dall'ambito familiare o dal loro abituale ambiente sociale⁸⁶.

La conseguenza immediata di tale impostazione è stata, quindi, la qualificazione di antigiuridicità della condotta adottata dagli esercenti dei locali commerciali, atteso che il riconoscimento del diritto esclusivo di decidere in ordine alla trasmissione televisiva dell'evento a favore dell'organizzatore della manifestazione sportiva, preclude

⁸⁶ Il Copyright Act del 1976 – 17 U.S.C. 102 (1976) – prevede espressamente che il riconoscimento del copyright a favore di un determinato soggetto attribuisce allo stesso : 1) the right to reproduce the work; 2) the right to distribute the work; 3) the right to perform the work publicly; 4) the right to display the work publicly.

automaticamente che una simile libertà sia riconosciuta a terzi. A nulla, peraltro, è valso ai titolari dei locali commerciali l'invocare una delle esenzioni previste dal Copyright Act, in forza della quale si applica un'eccezione a favore di quei soggetti che utilizzino la trasmissione per finalità esclusivamente private nella propria abitazione, stante il carattere divulgativo che invece la trasmissione aveva assunto nella fattispecie concreta.

Ciò che comunque interessa maggiormente rilevare ai fini della presente indagine è che l'antigiuridicità della condotta appropriativa e divulgativa delle immagini televisive, nel caso sinteticamente ricordato, è stata ravvisata nella violazione del Copyright Act, e segnatamente nella indebita ingerenza dei terzi nell'altrui diritto di determinare la destinazione della trasmissione televisiva dell'evento sportivo.

Dall'analisi della pronuncia si evince che la Corte americana non ha avuto alcun dubbio nell'individuare il soggetto legittimato all'esercizio dei diritti televisivi sulla manifestazione sportiva, identificandolo senza alcun indugio nella Lega, ovvero nell'organizzatore del torneo sportivo; sotto il profilo soggettivo, quindi, la decisione non si discosta da quanto accade nell'ordinamento giuridico italiano laddove, sia pure a seguito e in esito ad una attività interpretativa e ad un dibattito piuttosto articolati, si giunge alla stessa conclusione ottenendo il medesimo risultato.

4.7 I soggetti titolari dello sfruttamento economico dei diritti televisivi.

4.7.1 Le tesi contrarie all'applicazione del diritto d'autore

La decisione adottata dalla Corte americana nel caso National Football League v. McBee & Bruno's, Inc., come detto, ravvisa nella tutela approntata dalla legge sul copyright il fondamento attributivo dei diritti televisivi sull'evento sportivo, ritenendo sostanzialmente che l'organizzatore del torneo sia l'autore dello spettacolo sportivo, e pertanto il legittimo titolare dei relativi diritti di sfruttamento (nella specie, televisivo).

La tesi sostenuta in tale sede dalla giurisprudenza americana ha trovato successivamente alcune importanti smentite in altri casi ed autorevoli dissensi tra i più autorevoli rappresentanti della dottrina. In particolare, nel celebre trattato di M. B. Nimmer & D. Nimmer⁸⁷, gli autori, nel mettere in evidenza le problematiche conseguenze che deriverebbero dal garantire la protezione approntata dal Copyright Act agli eventi sportivi ed alle prestazioni degli atleti, hanno affermato che la Corte - nel decidere la controversia - ha fatto confusione tra ciò che può legittimamente costituire materia oggetto di copyright. In particolare sul caso Baltimore Orioles respinsero clamorosamente l'analisi della Corte. Gran parte delle loro analisi nel trattato furono in risposta alla sentenza della Corte del 7° Circuito, sostenendo che gli eventi sportivi dovrebbero essere soggetti a tutela giuridica soltanto in applicazione della disciplina in materia di pubblicità, di misappropriation

⁸⁷ M. B. NIMMER & D. NIMMER, Nimmer on copyright s. 2.09F (1996), 2 – 168 – 170

e delle altre dottrine giuridiche fuori dalla sfera legale del diritto d'autore.

Gli autori sostennero la mancanza di autorità della protezione da copyright in materia di manifestazioni sportive; infatti la norma del 1909 è stata rivista e sostituita dal U.S.C.A. del 1976 a causa della sua incapacità di spiegare (e quindi proteggere) l'evoluzione delle soluzioni tecnologiche e degli effetti derivanti da esse. Di conseguenza la norma del 1976 permette che la protezione sia estesa a forme espressive che non erano mai esistite prima o non erano state riconosciute come meritevoli di tutela. Pur tuttavia gli eventi sportivi non risultano inclusi nelle categorie elencate alla sezione 102 del U.S.C.A. del 1976.

L'apparente mancanza di autorità della protezione da copyright in questo settore, non significa necessariamente che alcune forme di prestazioni sportive non siano degne di tutela da copyright, ma bisogna ricercare una certa espressione di creatività ed espressione coreografica definizione che appare molto "tirata per i capelli" per quanto riguarda la disciplina del baseball.

La stessa corte sollevò qualche scetticismo riguardo la creatività, ponendo a confronto il gioco del baseball con una dimostrazione di pattinaggio sul ghiaccio, risolvendo la questione non tanto basandosi sulla creatività o meno della manifestazione sportiva in sé ma quanto piuttosto su quella delle riprese televisive della manifestazione medesima, individuando una dose minima di creatività nella scelta delle angolature, dei colpi da registrare e nella scelte dei replay.

Gli autori sostennero, ancora che attribuire protezione da copyright alla "parte commerciale" dell'attività sportiva "baseball" avrebbe aperto al porta ad un'analogia interpretazione per tutte le attività con un certo valore commerciale come una particolare tecnica di operazione chirurgica al cuore, o un sistema di torsione delle manopole in un centro di controllo di una centrale nucleare.

Inoltre riconoscere una protezione degli eventi sportivi tramite il diritto d'autore significa precludere loro la protezione da parte di altre vie legali quali, la misappropriation e il diritto alla pubblicità, esponendo tali eventi sportivi in USA, in un contesto di diffusione dello sport sempre più internazionale su un piano di protezione minore, dove invece sarebbe opportuna un livello uniforme di tutela.

Al fine di pervenire a tale conclusione non viene evidenziato nessun particolare percorso, e segnatamente non si pone alcun quesito in merito al fondamento giustificativo di siffatta attribuzione; il riconoscimento dei diritti di sfruttamento televisivo della manifestazione a favore dell'organizzatore, infatti, deriva in via diretta ed immediata dalla stessa circostanza di aver allestito l'evento sportivo. All'organizzatore della manifestazione viene quindi riconosciuta e garantita la titolarità di tutti i diritti relativi all'evento sportivo per il solo fatto di averlo organizzato, e di avere quindi impiegato mezzi – materiali e non – per conseguire tale risultato.

Nel ritenere applicabile la Section 102 del copyright Act si sostiene che i diritti televisivi sull'evento derivino direttamente dall'organizzazione dello stesso, e non si debba valutare se esista – e in quale misura rilevi – l'apporto creativo necessario per qualificare la manifestazione come opera dell'ingegno; la titolarità dei diritti consegue all'organizzazione e all'allestimento in modo automatico, a prescindere dalla qualificazione della stessa in termini di opera di carattere creativo, qualificazione che a nostro avviso non pare possa essere attribuita alle competizioni sportive, specie collettive, stante la netta prevalenza dell'elemento tecnico ed atletico su quello creativo e artistico .

L'impostazione trova riscontro nella giurisprudenza successiva, che in diversi casi nega espressamente l'estensione del copyright alle

prestazioni sportive. In tal senso, segnatamente, depongono le statuizioni enunciate nel caso National Basketball Ass'n v. Motorola⁸⁸ dalla Corte d'Appello di New York.

Nel gennaio 1996 Motorola e Sports Team Analysis And Tracking System ("Stats") organizzarono la fornitura di notizie in tempo reale delle partite organizzate dalla NBA. Motorola costruì e commercializzò "*the pager*", una sorta di cerca persona elettronico che forniva hot news in tempo reale e, contemporaneamente, Stats provvedeva a raccogliere ed inviare a *pager* le relative informazioni riguardanti, azioni, punteggi, falli. Allo stesso tempo Stats riforniva delle stesse informazioni il sito America Online (AOL) durante lo svolgimento dei match. Inizialmente le due società Motorola e Stats volevano produrre pager e difondere le notizie in tempo reale secondo un accordo con la Lega di basket, ma andando le cose burocratiche per le lunghe decisero, nel marzo 1996, di lanciare i loro prodotti sul mercato anche senza accordi con l'NBA. Per questo motivo la Lega li accusò e citò per aver infranto la Legge sul Copyright e anche per appropriazione indebita. Per sostenere la sua accusa L'NBA si basò sul precedente Baltimore Orioles, Inc. v. Major League Baseball Players' Ass'n⁸⁹ – risalente al 1986 per supportare la sua tesi secondo la quale le partite di basket costituiscono una categoria di giochi protetta da copyright.

La Corte di primo grado sostenne che tali partite non rientravano tra i casi di protezione del Copyright Act per la mancanza di quel tanto di originalità necessario per tale tipo di protezione. Anche il Second Circuit giunse alle medesime conclusioni: "The basketball games were not original work of authorship since the games could result in wholly unanticipated occurrences and were competitive and have no underlying script".

⁸⁸ caso National Basketball Ass'n v. Motorola , Inc 105 F. 3d 841 (2d Cir. 1997)

⁸⁹ Si veda infra

La Corte continuava dicendo che il gioco del basketball – e le relative partite – non costituisce materia oggetto di copyright, sottolineando che gli eventi sportivi e le manifestazioni – anche non sportive – organizzate in maniera simile non rientrano nella lista prevista dalla Section 102 (a) del Copyright Act del 1976. Inoltre afferma che *«although the list is concededly non-exclusive, athletic events are neither similar nor analogous to any of the listed categories»*, concludendo che *«sports events are not "authored" in any common sense of the word»*.

Il diverso apporto e maggior rilievo del dato atletico non incide, dunque, sull'attribuzione della titolarità dei diritti, che vengono in ogni caso riconosciuti in capo all'organizzatore.

L'impostazione non pare persuasiva, atteso che sarebbe profilare una differenziazione a seconda dell'oggetto della tutela .

Infatti, qualora si consideri la manifestazione sportiva in sé, è evidente che i diritti di sfruttamento debbano essere riconosciuti a favore dell'organizzatore per il medesimo fatto di aver allestito lo spettacolo, con la conseguenza che all'organizzatore spetterà – in via esclusiva – il diritto di disporre di tutte le utilità suscettibili di essere connesse all'evento (quali, esemplificativamente, la vendita dei biglietti di accesso al luogo in cui si svolge l'evento, la cessione dei diritti televisivi in chiaro, la cessione dei diritti di trasmissione televisiva con segnale criptato, dei diritti di merchandising, di quelli radiofonici ecc.).

Diverse considerazioni devono invece essere svolte con riferimento alla possibilità di ritenere che la manifestazione sportiva sia un'opera dell'ingegno creativa suscettibile di costituire l'oggetto di un copyright. Tale eventualità, infatti, dovrebbe – a nostro avviso – essere esclusa (o, quanto meno, meglio valutata), essendo connessa alla qualificazione dell'evento sportivo in termini diversi da quelli prospettati.

Secondo parte della dottrina si potrebbe operare una differenziazione tra le diverse discipline sportive, atteso che le peculiarità di ciascuno sport potrebbero concretamente influire sulla qualificazione giuridica dei diritti sottostanti, e segnatamente sulla riconducibilità o meno al Copyright Act.

In tale prospettiva si è pertanto proposto di distinguere, innanzi tutto, tra gli sport (e le competizioni) di carattere collettivo, la cui qualificabilità in termini di materia oggetto di copyright dovrebbe effettivamente essere esclusa – con la conseguente impossibilità di sottoporre a tale protezione sport quali il football, il baseball, il basket, l'hockey, e simili, in quanto non possiedono i prescritti requisiti essenziali della creatività, della natura artistica e dell'originalità, e le prestazioni atletiche di carattere individuale.

Nell'ambito di queste ultime, poi, secondo questa impostazione si potrebbero individuare alcune discipline assimilabili alle opere coreografiche o pantomime (oggetto della tutela specifica del Copyright Act), in quanto si tratta di sport che richiedono periodi molto lunghi di preparazione atletica e di ricerca, nonché un elevato grado di creatività, che non dovrebbero essere escluse dalla qualificazione in termini di opere creative e, quindi, dalla protezione del copyright.

Tali discipline vengono individuate in alcune delle figure e sequenze rappresentate nel pattinaggio, nella ginnastica, nel nuoto sincronizzato, nel ballo acrobatico e in altri sport che implicano la rappresentazione di coreografie attuate mediante il movimento del corpo ed, eventualmente, accompagnate con la musica. Con riguardo a queste ipotesi si è sostenuta l'irragionevolezza della differenziazione con le materie che costituiscono oggetto di tutela del Copyright Act.⁹⁰ .

⁹⁰ Per una diffusa esposizione di tale tesi si veda Wm. T. GRIFFITH, *Beyond the Perfect Score: Protecting Routine-Oriented Athletic Performance with Copyright Law*, in 30 Connecticut Law Review, 675 (1998).

La competizione considerata di per sé, come si è detto con riferimento all'ordinamento italiano, non può essere qualificata come opera di carattere creativo, ma questo – nell'ordinamento statunitense – non preclude affatto che il soggetto che la allestisce possa tutelarne i diritti di sfruttamento televisivo nei confronti di tutti i terzi, erga omnes, vantando sulla stessa un property right. Resta quindi impregiudicata la titolarità esclusiva dei diritti sulla competizione, ed ha carattere assoluto e incondizionato la protezione assicurata all'organizzatore dell'evento, ma questo non dovrebbe determinare la necessità di ricorrere a "forzature" al fine di sostenere che lo spettacolo sportivo (in sé) sia oggetto di copyright. La stessa giurisprudenza successiva in materia di attribuzione e riconoscimento di rimedi a tutela dei diritti televisivi sulle manifestazioni sportive pare confermare tale orientamento, atteso che dall'analisi della casistica emerge una diffusa tendenza a negare l'applicazione del Copyright Act.

4.7.2 La registrazione televisiva dell'evento

Ciò che, invece, potrebbe legittimamente essere considerata un'opera di carattere creativo (salvo, naturalmente, verificare la ricorrenza dei requisiti di creatività nel caso concreto) è la ripresa filmica dell'evento, ovvero l'opera risultante dall'attività dell'operatore televisivo il quale crea un video finale, conferendo all'evento elementi di creatività differenti⁹¹. In tal caso, infatti, l'operatore esercita una attività che –

⁹¹ La tesi è stata sostenuta sia da autorevole dottrina – per la quale si vedano, per tutti, di M.B. NIMMER & D. NIMMER, *Nimmer on copyright*, s. 2.09F (1996), 2 – 168 – 170 – sia pure da parte della giurisprudenza – *Int'l News Serv. V. Associated Press*, 248 U.S. 215 (1918). Le argomentazioni sostenute in questo precedente – sicuramente risalente – sono state ampiamente riprese di recente nel caso *National Basketball Ass'n v. Sports Team Analysis Tracking Sys., Inc.*, 939 F. Supp. 1071, 1098 n. 24 (S.D.N.Y. 1996), e nella successiva fase del giudizio in *National Basketball Ass'n v. Motorola, Inc* 105 F. 3d 841 (2d Cir. 1997). Ciò che interessa rilevare è che in entrambi i casi si opera una differenziazione tra la registrazione della manifestazione sportiva mediante fissazione su supporto fisso, da un lato, e

sotto diversi profili – è assimilabile a quella del regista, atteso che il prodotto finale viene confezionato mediante la scelta delle inquadrature da effettuare, dell'angolazione e della prospettiva da assumere quale riferimento, operando la selezione di una piuttosto che un'altra immagine, di un momento saliente piuttosto che un altro, dell'uso del colore o del bianco e nero, ovvero ancora di filtri colorati.

Ponendosi in tale angolo visuale la funzione dell'operatore nello svolgimento della ripresa non è neutra, e di fatto può incidere anche in misura rilevante sulla natura e la tipologia di spettacolo al quale lo spettatore andrà poi ad assistere. Il risultato finale della ripresa effettuata dall'operatore televisivo, allora, sarebbe dotato di caratteri e peculiarità proprie, tali da consentirne il "distacco" dalla manifestazione che costituisce l'oggetto del filmato, di modo che – a seguito della separazione – l'esito di tale attività potrebbe assumere i caratteri propri dell'opera dell'ingegno di carattere creativo, e divenire così un'opera autonoma, di per sé suscettibile di essere tutelata.

Nell'ambito del caso sopra esaminato National Basketball Ass'n v. Motorola e Sports Team Analysis Tracking System, valutando l'applicabilità del Copyright Act del 1976 agli eventi sportivi la Corte d'Appello di New York ha ritenuto che «The bill seeks to resolve through the definition of "fixation" in section 101, the status of live broadcasts (such as) sports ... that are reaching the public in unfixed form but that are simultaneously being recorded. When a football game is being covered by four television cameras, with a director guiding the activities of the four cameramen and choosing ... which images are sent out to the public ..., there is little doubt that what the cameramen and the director are doing constitutes "authorship"».Ma questa è soltanto un'eventualità.

competizione sportiva in sé considerata dall'altro, e si esclude la tutelabilità di quest'ultima ai sensi del Copyright Act.

Il procedimento logico seguito nell'ipotesi delineata sarebbe analogo a quello che consente di tutelare gli autori di documentari relativi al mondo animale o vegetale, ovvero agli sviluppi tecnologici della civiltà, o di simili opere ricostruttive, per l'attività creativa che si pone a fondamento dell'elaborazione creativa.

Nessun dubbio è stato mai prospettato in merito alla tutelabilità degli autori di simili documentari, la cui attività creativa consiste nella scelta degli oggetti e dei fenomeni da filmare, nelle modalità prescelte, nella valutazione della prospettiva da adottare e, in sostanza, nella scelta di tutto quel complesso di accorgimenti di carattere tecnico ed estetico da adottare per ottenere la migliore rappresentazione della realtà. Naturalmente nessuno ha pensato di poter opporre un diritto confliggente, ma neppure si è ritenuto che, per il solo fatto di riprendere, filmandoli, elementi facenti parte del mondo naturale – in quanto tali già preesistenti ed oggettivamente rinvenibili in *rerum natura* –, l'autore del documentario non fosse meritevole di tutela. A prescindere dai diritti sottostanti e dallo specifico oggetto della ripresa, infatti, l'opera filmica viene tutelata in sé, in quanto espressione dell'ingegno dell'autore.

Analogamente potrebbe accadere nel caso del filmato che riproduce una competizione sportiva, laddove è sicuramente possibile che le particolari modalità adottate nel riprendere l'evento siano tali da dare luogo ad un'opera originale e dotata di carattere creativo, e come tale tutelabile in quanto suscettibile di costituire oggetto di copyright. Ma ciò potrebbe anche non significare che l'evento sottostante, ovvero la competizione sportiva considerata autonomamente, sia anch'essa oggetto di copyright; anche in questo caso, infatti, si potrebbe rendere necessario operare una distinzione preliminare tra la manifestazione artistica (nel caso, il filmato) compiuta dall'autore delle riprese, da un

lato, e l'oggetto della stessa (la partita o la manifestazione sportiva) attuata mediante l'esercizio di attività atletica, dall'altro.

L'evento filmato, pertanto, non determina l'insorgere di un diritto simile a quello vantato dall'autore di un'opera di carattere creativo, e tuttavia non lascia neppure l'organizzatore della manifestazione sportiva privo di tutela, in quanto gli viene riconosciuta la titolarità di un property right sull'evento, quindi un diritto di disporre e di sfruttare lo stesso a qualsiasi fine e secondo ogni modalità, assicurandogli così una protezione autonoma, ma di analoga ampiezza rispetto a quella prevista a favore dell'autore di un'opera.

Il negare che l'allestimento della competizione determini l'insorgere di un diritto di copyright in capo all'organizzatore, pertanto, non determinerebbe una correlativa maggiore debolezza della posizione giuridica soggettiva di quest'ultimo, ma comporterebbe semplicemente una differente qualificazione giuridica, alla quale corrisponde peraltro una posizione di analoga forza contraddistinta dall'attribuzione di poteri della medesima ampiezza.

4.7.3 L'orientamento contrario alla tutela dell'esclusiva sui diritti televisivi

Nell'analizzare la pronuncia appena citata della Corte statunitense parte della dottrina americana ha sollevato invece la questione della legittimità della limitazione imposta dagli organizzatori di alcune manifestazioni sportive alla trasmissione televisiva, ritenendo che la preclusione alla diffusione di determinati eventi non sia, in realtà, giustificata, e debba essere superata⁹².

⁹² A.M. FISCH, *Compulsory Licensing of Blacked-out Professional Team Sporting Event Telecasts (PTSETS): Using Copyright Law to Mitigate Monopolistic Behavior*, 32 *Harv. J. on Legis.*, 403 (1995).

Le motivazioni poste a fondamento dell'interesse dell'organizzatore della manifestazione a vietarne la trasmissione televisiva risiedono, essenzialmente, nel timore che la libera disponibilità dell'evento sullo schermo catalizzi l'attenzione degli spettatori e concentri l'interesse facendolo confluire soltanto sullo schermo medesimo. La persuasione che la trasmissione televisiva possa determinare una diminuzione nella vendita dei biglietti di accesso ai luoghi in cui si svolge la competizione atletica, disincentivando la partecipazione personale del pubblico e pregiudicando così l'opportunità di guadagno del soggetto che allestisce la manifestazione, rappresenta il principale motivo di limitazione allo sfruttamento dei diritti televisivi.

A tale considerazione si potrebbe aggiungere – quale effetto riflesso e consequenziale – che la mancanza (o minore affluenza) del pubblico degli spettatori potrebbe comportare una correlativa diminuzione del livello di coinvolgimento nello spettacolo, rendendolo meno eccitante e, pertanto, meno appetibile anche nella versione mediatica.

All'esigenza di tutelare tali interessi imprenditoriali, tuttavia, fa da contrappeso l'istanza di non pregiudicare le aspettative del pubblico. Sotto diverso profilo, infatti, ponendosi nella contrapposta posizione degli spettatori interessati a godere comunque dello spettacolo anche senza recarsi necessariamente presso i luoghi di gioco, si profila l'esigenza di ottenere la disponibilità della visione dell'evento, materialmente preclusa – per molti – in caso di oscuramento televisivo. Naturalmente tale tendenza non può essere trascurata nelle valutazioni relative alla legittimità o meno dell'imposizione di limitazioni alla trasmissione televisiva, e non viene ignorata neppure dagli operatori del settore i quali, nell'organizzare l'evento sportivo, hanno ormai ben compreso che i proventi che possono derivare dalla vendita dei biglietti costituiscono – in realtà – il dato economico meno rilevante e di gran

lunga minoritario rispetto al profitto che si può trarre dalla cessione dei diritti televisivi sullo spettacolo.

Una possibile soluzione per quelle situazioni in cui si ritiene che la diffusione televisiva dell'evento sia funzionale ad una tutela degli interessi del pubblico dei potenziali telespettatori, meritevoli di protezione in quanto ritenuti prevalenti rispetto a quelli dell'organizzatore della manifestazione, potrebbe essere quella di trovare un rimedio in forza del quale si giunga ad imporre all'organizzatore della manifestazione l'obbligo di diffondere lo spettacolo, o in via diretta, avvalendosi di mezzi propri, oppure consentendo alle emittenti televisive di trasmetterlo mediante il rilascio di licenze obbligatorie (*compulsory licenses*).

La prospettiva è stata sostenuta da parte della dottrina statunitense⁹³, che ha ravvisato nella previsione delle licenze obbligatorie⁹⁴ una delle modalità praticabili al fine di attenuare i comportamenti monopolistici degli organizzatori delle manifestazioni sportive. Imponendo il rilascio di licenze a favore degli operatori della televisione, infatti, secondo tale prospettiva si potrebbe risolvere la problematica in esame, atteso che sarebbe in tal modo soddisfatto l'interesse del pubblico a prendere visione dell'evento tramite il mezzo televisivo e, contestualmente, il diritto dell'organizzatore a trarre un profitto dalla manifestazione.

L'interesse del pubblico alla visione di una competizione sportiva tramite la programmazione televisiva, infatti, seppure rilevante,

⁹³ Questa la proposta di A.M. FISCH, *Compulsory Licensing of Blacked-out Professional Team Sporting Event Telecasts (PTSETS): Using Copyright Law to Mitigate Monopolistic Behavior*, 32 *Harv. J. On Legis*, 403 (1995).

⁹⁴La concessione obbligatoria delle licenze è già prevista nel Copyright Act del 1976, che la impone nei casi di «1) public performance of musical compositions on jukeboxes; 2) use of music and works of art on public broadcasting; 3) secondary transmission by cable television systems; 4) mechanical royalties for making and distributing phonorecords; 5) satellite transmission for private home viewing». A tali ipotesi si vorrebbe aggiungere quella in esame.

difficilmente potrebbe essere considerato tale da assumere un rilievo preminente rispetto al diritto dell'organizzatore della manifestazione a disporre liberamente del risultato della propria attività.

4.8 Il quadro generale della situazione vigente: i diritti televisivi come diritti di proprietà intellettuale.

Come abbiamo visto per Italia ed Europa, la questione cruciale nel mondo dello sport professionistico, anche nel sistema americano, è rappresentata dai diritti televisivi, la cui importanza è facilmente intuibile se si pensa al fatto che le dimensioni e la struttura degli impianti in cui si disputano gli incontri pongono un limite al numero delle persone che possono assistere allo spettacolo dal vivo, numero che diventa potenzialmente infinito se si considera la quantità di spettatori che possono vedere l'incontro in televisione. Per qualificarli giuridicamente, tuttavia, il diritto nordamericano fa ricorso ai *diritti di proprietà intellettuale*, con un ragionamento *che la dottrina europea* considera una forzatura inaccettabile, che li rende fruibili dai terzi solo in presenza dell'autorizzazione del loro titolare.

Una volta definita la loro natura, è necessario individuare *a chi appartengano i diritti in questione*. Come abbiamo visto, a prescindere dalle modalità di attribuzione e difesa dalla misappropriation altrui, i diritti televisivi negli USA appartengano all'organizzatore dell'evento sportivo. Il dato di partenza del diritto americano è che i titolari delle emittenti radiotelevisive controllano *la diffusione* di immagini e suoni relativi alle partite, le squadre controllano i loro nomi e simboli, i giocatori i loro nomi e *la loro immagine*. Tuttavia, dal momento che la titolarità o l'esercizio di questi diritti di proprietà è liberamente trasferibile mediante contratto, i giocatori finiscono col cederli alle

squadre, con la conseguenza che queste ultime vengono a detenere i diritti sulle trasmissioni televisive, condizione necessaria per consentire all'emittente di accedere al campo e di produrre le trasmissioni.

Né è infrequente che i proprietari delle franchigie decidano di trasferire alla lega alcuni o tutti i loro diritti relativi alla diffusione televisiva o al *merchandising*, con l'obiettivo di massimizzare e dividere profitti che, se pur appartenenti in astratto alle singole squadre, devono gran parte del loro valore all'esistenza della lega⁹⁵.

4.8.1. I modelli utilizzati per la commercializzazione dei diritti.

La gestione commerciale dei diritti televisivi e di merchandising da parte delle leghe americane segue diversi modelli⁹⁶:

1) il primo, utilizzato dalla NFL (National Football League), prevede che l'amministrazione della lega venda tutti i diritti in forma centralizzata.

Il limite di questa strategia è che, per quanto concerne la vendita dei diritti televisivi, essa appare legata alle particolari caratteristiche dello sport in questione, il football americano, che prevede un numero limitato di partite di campionato, la maggior parte delle quali si disputano la domenica pomeriggio e, pertanto, possono essere agevolmente vendute ai *network* nazionali per la diffusione attraverso le emittenti locali affiliate;

⁹⁵ In Italia, prima della vicenda relativa alla vendita dei diritti televisivi, che ha portato la Lega Calcio a cambiare la sua normativa, nel passaggio da vendita centralizzata a vendita individuale, l'art. 1 Regolamento prevedeva addirittura la cessione dei diritti come *conditio sine qua non* per l'ammissione alla Lega.

⁹⁶ Si veda Luca Salvadori, "I diritti sportivi e la concorrenza", in *Temi di Diritto Sportivo*, a cura di Laura Santoro.

2) nelle restanti leghe "maggiori" -NBA (National Basket Association), NHL (National Hockey League), MLB (Major League Baseball)-, invece, sono le singole squadre che controllano la vendita dei diritti televisivi in ambito locale, mentre delegano alla lega la responsabilità di concludere i contratti a livello nazionale con i *network* e le reti via cavo, che trasmettono una selezione di varie partite.

La *ratio* di questa divisione dei livelli di vendita è quella di dare ai proprietari locali l'autonomia e l'incentivo per ottenere il ritorno economico maggiore dai contratti di licenza nei rispettivi mercati locali, consentendo però alla lega di negoziare il miglior contratto nazionale per le partite importanti del campionato e per i *playoffs*, i cui proventi verranno divisi in parti uguali tra tutte le squadre. Tuttavia, il buon funzionamento di questo sistema è subordinato al rispetto, da parte dei proprietari, delle rispettive aree di vendita⁹⁷. Se, infatti, si innesca un meccanismo concorrenziale tra questi ultimi al di là delle loro zone di appartenenza, la cosa potrebbe avere dei riflessi negativi sia per gli incassi conseguibili dalle squadre nelle loro zone, sia per quelli derivanti dai contratti nazionali, ed una eventuale ricaduta sulle entrate complessive della lega potrebbe originare accessi conflitti. Un esempio, in questo senso, è costituito dal comportamento della squadra NBA dei Chicago Bulls, che negli anni '90, quando vinceva a ripetizione ed era, conseguentemente, la compagine più popolare, ha ceduto i diritti per la trasmissione dei suoi incontri interni alla WGN, un'emittente avente sede a Chicago ma i cui programmi venivano trasmessi da molti circuiti via cavo in tutta la nazione. Questa decisione ha dato origine ad un conflitto con la stessa NBA, che ha generato diverse decisioni giudiziali ed è terminato con una transazione tra le parti;

⁹⁷ Il rischio del mancato rispetto delle zone di appartenenza nella vendita dei diritti televisivi a livello locale è dovuto alla tentazione, che hanno i proprietari delle squadre più famose, di espandere l'ambito ed il valore dei loro contratti, invece di accontentarsi di una piccola quota delle entrate globali della lega.

3) unica è, infine, la posizione della NSL (National Soccer League), che ha acquisito nel recente passato la proprietà di tutte le squadre, successivamente affidandole in gestione a diversi soggetti. Per tale via, infatti, la lega è divenuto l'unico soggetto abilitato a decidere non solo in materia strettamente sportiva, ma anche per tutti i riflessi commerciali legati alla disciplina, a cominciare dalla vendita dei diritti televisivi sugli eventi.

4.9 Diritto antitrust e diritti televisivi:

Il dibattito sulla legittimità dell'applicazione delle norme antitrust al settore sportivo.

Controversie come quella appena ricordata pongono diversi interrogativi, a cominciare da quello se la singola squadra, che ponga in essere un comportamento "non allineato", commetta una violazione degli accordi interni alla lega, relativi all'attribuzione ed alla licenza dei diritti di proprietà intellettuale (sugli incontri e sui simboli); ma, soprattutto, se le regole della lega relative alla vendita dei diritti televisivi diano luogo di per sé ad una violazione della legislazione antitrust, sul presupposto che gli accordi tra i proprietari costituiscano una restrizione nel commercio dei prodotti in questione⁹⁸.

Inoltre, proprio nell'ambito del dibattito sullo sport e le sue esigenze, gli Stati Uniti hanno promulgato, nel 1961 (decenni prima che si avviasse il dibattito in Europa), lo "*Sport Broadcasting Act*"⁹⁹,

⁹⁸ Con riferimento a questo problema, i proventi complessivi della Lega potrebbero essere ridotti da iniziative unilaterali delle singole squadre per il fatto che i tifosi avrebbero il vantaggio della concorrenza tra diverse compagini per la vendita dei loro incontri e simboli su un mercato più ampio.

⁹⁹ *Sport Broadcasting Act* del 1961, 15 U.S.C. 1291: Exemption from antitrust laws of agreements covering the telecasting of sports contests and the combining of professional football leagues.

disposizione legislativa sulle trasmissioni televisive sportive che esenta dal controllo *antitrust* la cessione da parte della lega dei diritti televisivi sugli incontri delle squadre che la compongono. Il Congresso statunitense ne ha giustificato l'emanazione con l'esigenza di assicurare ai *club* più deboli la possibilità di conseguire entrate televisive sostanzialmente equivalenti a quelle delle società più forti, per mantenere alta la qualità del prodotto, garantendo equilibrio al vertice ed incertezza di risultati, ma la sua portata, che non ha uguali nella realtà europea, non è così scontata.

Spesso, infatti, le leghe hanno incontrato difficoltà ad ottenere tutela sulla base di questo speciale regime anche se occorre evidenziare che il semplice fatto di assoggettare al controllo antitrust una qualsiasi attività di una lega sportiva non vuol dire riscontrare automaticamente una sua responsabilità.

Più in generale, è discutibile se tale disposizione - che non ha uguali nella realtà europea - abbia realmente raggiunto gli obiettivi prefissati, tenuto conto del fatto che non si applica ai settori sportivi diversi da quelli in essa citati esplicitamente né, soprattutto, a tutte le ipotesi in cui il soggetto che conclude il contratto non sia una lega sportiva ma una singola squadra od atleta. Senza trascurare l'ulteriore dato rappresentato dall'evoluzione tecnologica del settore¹⁰⁰.

"The antitrust laws...shall not apply to any joint agreement by or among persons engaging in or concluding the organized professional team sports of football, baseball, basketball, or hockey, by which any league of clubs participating in professional football, baseball, basketball, or hockey contests sells or otherwise transfers all or any part of the rights of such league's member clubs in the sponsored telecasting of the games of football, baseball, basketball, or hockey, as the case may be, engaged in or conducted by such clubs. In addition, such laws shall not apply to a joint agreement by which the member clubs of two or more professional football leagues...combine their operations in expanded single league...if such agreement increases rather than decreases the number of professional football clubs so operating..."

¹⁰⁰ Per maggiori approfondimenti si veda E. Poddighe, "Diritti televisivi e teoria dei beni", Padova, 2003.

Dal confronto tra lo scenario nordamericano e quello europeo emerge il dato comune di un panorama in divenire, pervaso di forti aspirazioni all'uniformità e nel quale una serie di comportamenti, che sarebbero astrattamente contrari alle regole di concorrenza, vengono tollerati proprio in ragione delle peculiarità del settore. Rimane comunque un interrogativo ancora senza risposta: si può giustificare l'eliminazione o comunque una significativa diminuzione di concorrenza all'interno di una lega (o di altro analogo organismo collettivo del settore sportivo), che comporta un aumento del prezzo da pagare per fruire del prodotto-sport, con l'obiettivo di difendere e migliorare la qualità di quella specifica disciplina, al fine renderla più popolare presso il pubblico e preferibile rispetto ad altri prodotti del mondo dello sport?

Bibliografia

AA.VV., *La Gazzetta dello Sport*, archivio

AA.VV., *Guerin Sportivo*, archivio

AA.VV., "Passion, pride and profit – A survey of football", in *The Economist*, 1 giugno 2002

AA.VV., *Temi di Diritto Sportivo*, a cura di Laura Santoro, Ed. Leopardi, Palermo 2006

Ascani M., *Management e gestione dello sport*, Sperling & Kupfer, Milano, 2004

Ascani B. F., *I diritti dello sport in tv sui media e nella comunicazione*, Saggio, Aprile 2006

Baroncelli A. – Lago U. – Szymanski S., *Il business del calcio. Successi sportivi e rovesci finanziari*, Egea, Milano, 2004

Basile G. – Brunelli M. – Cazzulo G., *Le società di calcio professionistiche: aspetti civilistici, fiscali e gestionali*, Buffetti Editore, Roma, 1997

Beha O., *Anni di cuoio: l'Italia di oggi allo specchio del calcio*, Newton Compton, Milano, 1987

Beha O. – Ferrarotti F., *All'ultimo stadio. Una repubblica fondata sul calcio*, Rusconi, Milano, 1983

Braghero M. – Perfumo S. – Ravano F., *Per sport e per business: è tutto parte del gioco*, Franco Angeli, Milano, 1999

Bromberger, *La partita di calcio. Etnologia di una passione*, Editori Riuniti, Roma, 1999

Celata G., *I media e la new economy. La sfida del digitale*, Guerini e Associati, Milano, 2000

Cherubini S., *Il marketing sportivo. Analisi, strategie, strumenti*, Franco Angeli, Milano, 2003

Cherubini S. – Canigiani M. (a cura di), *Media e comarketing sportivo. Strategie di convergenza nel mercato globale e locale*, Franco Angeli, Milano, 2001

Coccia M. "Diritti televisivi sugli eventi sportivi e concorrenza", Mercato, concorrenza e regole, 1999

Coccia M., De Silvestri A. Forlenza O., Fumagalli L., Musumarra L., Selli L., *Diritto dello sport*, Le Monnier Università, Firenze, 2004

Dalla Chiesa N., *La partita del secolo*, Rizzoli, Milano, 2001

Dayan D. – Katz E., *Le grandi cerimonie dei media*, Baskerville, Bologna, 1993

Deutsch A., *Sports broadcasting and virtual advertising: defining the limits of copyright law and the law of unfair competition*, Marquette Sports Law Review, Fall, 2000

Deutsch M., *Unfair competition and the "misappropriation doctrine" - a renewed analysis*, Saint Louis University Law Journal, Winter, 2004

Devescovi F., *Principi di economia della televisione*, Guerini e Associati, Milano, 2003

Di Feliciano L. – Mezza M., *Switch over. Scenari e obiettivi della TV al tempo del digitale terrestre*, Guerini e Associati, Milano, 2004

Di Nella L., "Antitrust e diritti tv, ovvero come cambia lo sport", Rivista di diritto sportivo, 1998.

Di Nella L., "Ancora sulla commercializzazione centralizzata dei diritti televisivi su manifestazioni sportive nell'esperienza tedesca", Rivista di diritto sportivo, 1999

Falconieri S., Palomino F., Sakovics J., "La vendita dei diritti televisivi nel calcio: centralizzazione vs decentralizzazione", Rivista di Diritto ed Economia dello Sport, Fasc 3/2005

Falsanisi G. – Giangreco E.F., *Le società di calcio del 2000. Dal marketing alla quotazione in Borsa*, Rubbettino, Soveria Mannelli (Catanzaro), 2001

Fisch A., *Compulsory licensing of blacked-out professional team sporting event telecasts (ptsets): using copyright law to mitigate monopolistic behavior*, Harvard Journal on Legislation, SUMMER, 1995

Fisher - Maxwell - Evan Sue Schouten, *The economics of sports leagues - the Chicago Bulls case*, Marquette Sports Law Journal, Fall, 1999.

Fondazione Rosselli - Istituto di Economia dei Media, *L'industria della comunicazione in Italia. Scenari di policy e strategie competitive*. Ottavo Rapporto IEM, Guerini e Associati, Milano, 2005

Galeano E., *Splendori e miserie del gioco del calcio*, Sperling & Kupfer, Milano, 1997

Giannaccari A., *"Calcio, diritti collettivi e ritorno all'antico. Storia a lieto fine?"*, Mercato, concorrenza e regole, 2006

Ginsborg P., *Ma quale Italia?*, in Storia e Dossier, luglio agosto 1994

Goodman B. T., *the sports broadcasting act: as anachronistic as the dumont network?*, Seton Hall Journal of Sport Law, 1995

Gratton, Solberg, *"The Economics of Sports Broadcasting"*, Routledge

Griffith T., *Beyond the Perfect Score: Protecting Routine-Oriented Athletic Performance with Copyright Law*, Connecticut Law Review, Winter, 1998

Hornby N., *Febbre a 90'*, Guanda, Parma, 1997.

Iozzia G. - Minerva L., *Un matrimonio d'interesse. Sport e televisione*, RAI ERI, Roma, 1986

Lanfranchi P. (a cura di), *Il calcio e il suo pubblico*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 1992

LeBlanc S., *American needle, inc. v. nfl: professional sports leagues and "single-entity" antitrust exemption*, Duke Journal of Constitutional Law & Public Policy Sidebar, 2010

Liguori M. - Napolitano S., *Il pallone nel burrone. Come i maggiori imprenditori italiani hanno portato il calcio al crac*, Editori Riuniti, Roma, 2004

Malagutti V., *I conti truccati del calcio. Perché il mondo del pallone è sull'orlo del fallimento*, Carocci, Roma, 2002

Manenti F., Marcato G., Nicolò A., Tedeschi P., Valbonesi P., *Tutela della concorrenza in Italia: analisi di alcuni provvedimenti dell'AGCM*, Department of Economics, Università di Padova

Manfredi F., *"Football and its future. Trends and issues on football Management"*, Egea, Milano

Marzola P.L., *L'industria del calcio*, La Nuova Italia Scientifica, Roma, 1990

Meltz M., *Hand It Over: Eurovision, Exclusive EU Sports Broadcasting Rights, and the Article 85(3) Exemption*, Boston College Environmental Affairs Law Review, Winter, 1999

Minerva L., *Il pallone nella rete. Storia e numeri, vizi e virtù del calcio televisivo*, RAI ERI, Roma, 1990

Morris D., *La tribù del calcio*, Mondadori, Milano, 1982

Ormezzano G.P., *Una storia del calcio mondiale*, Longanesi, Milano, 1989

Papa A. – Panico G., *Storia sociale del calcio in Italia*, Il Mulino, Bologna, 2002

Piscini A., *Sul fronte sportivo qualcosa di nuovo (ma non troppo): spunti di riflessione e note preventive sulla riforma in materia di diritti di trasmissione e comunicazione degli eventi sportivi*, Rivista di diritto ed economia dello sport, Fasc 1/2007.

Piscini A., *L'evoluzione della disciplina sulla diffusione dei diritti d'immagine relativi agli eventi sportivi – in Italia e in Europa – tra affari, concorrenza e specificità*, Rivista di diritto ed economia dello sport, Fasc 3/2007.

Simonelli G. – Ferrarotti A., *I media nel pallone*, Milano, Guerini e Associati, Milano, 1995

Stewart S., *The Development of Sports Law in the European Union, Its Globalisation, and the Competition Law Aspects of European Sports Broadcasting Rights*, Sports Lawyers Journal, Spring, 2009

Sudgen J. – Tomlinson A., *"FIFA and the Contest for World Football"*, Polity Press, Cambridge, 1998

Tibbetts J., *National Basketball Ass'n v. Motorola, Inc.: Second Circuit Clarifies Copyright Preemption for New Technology*, Boston University Journal of science and Technology Law

Trevor Slack, *The Commercialisation of Sport*, Routledge, 2004

Valdano J., *Il sogno di Futbolandia*, Mondadori, Milano, 2004

Wall A., *Sports marketing and the law: protecting proprietary interests in sports entertainment events*, Marquette Sports Law Journal, Fall, 1996

Weatherill S., *Resisting the Pressures of "Americanization": The Influence of European Community Law on the "European Sport Model"*, Williamette Journal of International Law & Dispute Resolution, 2000

Zagrosek R.- Schmieder S., *Marketing of sports broadcasting rights and antitrust law*, Journal of Sports and Entertainment Law, 2004

Zeno-Zencovich V., *La statalizzazione dei "diritti televisivi sportivi"*, Rivista Dir. Informatica 2008, 6., 695.

Sitografia

www.agcom.it

www.calciatori.com

www.calciolibero.com

www.calcioinborsa.com

www.comunicazioni.it

www.coni.it

www.coolstreaming.it

www.deloitte.com

www.dgmag.it

www.europa.eu

www.europarl.it

www.fifa.com

www.footballeconomy.com

www.football-research.org

www.goal.com

www.governo.it

www.isimm.it

www.lega-calcio.it

www.masternewmedia.org

www.monitorcalcio.it

www.quomedia.diesis.i

www.repubblica.it

www.soccerinvestor.com

www.sporteconomy.it

www.sportsystemeurope.com

www.sportundmarkt.de

www.stageup.com

www.uefa.com