

P O R T O L A N O
C A V A L L O
s t u d i o l e g a l e

L'evoluzione delle regole del mercato dei diritti del calcio in Italia e in Europa

ERNESTO APA

I-COM, 17 FEBBRAIO 2014

DIRITTI TELEVISIVI SU EVENTI SPORTIVI LE ORIGINI - INQUADRAMENTO PROBLEMATICO

- Il tema dell'esistenza di un diritto sulla competizione sportiva si pone per la prima volta in Italia verso la metà degli anni '50
- **Assenza di norme** che riconoscessero espressamente diritti esclusivi in relazione allo sfruttamento di eventi sportivi
- Non riconducibilità di tale diritto al paradigma del **diritto d'autore** (acceso dibattito in dottrina e giurisprudenza)
 - **numerus clausus** dei diritti assoluti (inclusi i diritti esclusivi di proprietà intellettuale)
 - diritto d'autore tutela opere dell'ingegno, invece nel calcio la **creatività è vincolata alle «regole del gioco»**: l'organizzatore non «crea» l'evento sportivo, che si svolge secondo caratteristiche di improvvisazione indipendenti dalla personalità del creatore

V. Corte di Giustizia UE, *Karen Murphy* (2011): «*Gli incontri sportivi **non possono essere considerati quali creazioni intellettuali** qualificabili come opere ai sensi della direttiva sul diritto d'autore. Ciò vale, in particolare, per gli incontri di calcio, i quali sono disciplinati dalle **regole del gioco**, che non lasciano margine per la libertà creativa ai sensi del diritto d'autore»*

DIRITTI TELEVISIVI SU EVENTI SPORTIVI LA TUTELA ACCORDATA DALLA GIURISPRUDENZA

Nondimeno, la giurisprudenza riconobbe la titolarità originaria dei diritti di sfruttamento audiovisivo dell'evento sportivo in capo alla **squadra di casa**, che a proprie spese e proprio rischio aveva allestito lo spettacolo sportivo (*Corte di Cassazione, sentenza n. 2118/1963*).

- 1) Tesi civilistica: **disponibilità del campo di gara, *ius excludendi***
- 2) Tesi industrialistica: **remunerare gli investimenti** necessari all'organizzazione dell'evento (investimenti per la disponibilità del campo di gara; remunerazione di atleti e tecnici; etc.) – Obiezione: anche la squadra ospite sostiene questi costi, almeno in parte
- 3) Tesi antitrust: **favorire la competizione** sul mercato dell'offerta dei servizi di spettacolo sportivi, evitare il monopolio dell'offerta in capo all'organizzatore della competizione

NEGOZIAZIONE DIRITTI TV SPORTIVI (1993-1999)

- **Fino al 1993**, la Lega commercializzava in maniera **centralizzata** i diritti televisivi
 - RAI è a lungo l'unico interlocutore: Campionato (differita e highlights in chiaro) e la Coppa Italia (diretta in chiaro)
 - Nel 1993 accordo Lega-Telepiù per i diritti criptati di 28 gare di Serie A e 32 di Serie B
- Dal **1993**, con la diffusione delle trasmissioni criptate e della pay-TV, i principali club iniziano a **vendere individualmente** i propri diritti
- Nel **1999** AGCM ritiene che il sistema di **vendita centralizzata** della Lega costituisca una **intesa restrittiva della concorrenza** tesa alla fissazione diretta dei prezzi e propone la **vendita individuale** come unico mezzo per evitare posizioni anticoncorrenziali (Prov. AGCM n. 7340/1999 (I-362), caso «Vendita diritti televisivi»)

Il legislatore era quindi chiamato a risolvere un conflitto di interessi tra

- da un lato, le squadre dotate di **più ampio seguito di spettatori e maggiore capacità finanziaria** (queste squadre sostenevano l'introduzione di un modello di sfruttamento dei diritti audiovisivi che consentisse di trarre ricavi proporzionati al numero dei loro sostenitori – cd. «bacino d'utenza»)
- dall'altro, le squadre **minori** (che perseguivano una ripartizione delle risorse ispirata a **criteri solidaristici**, che attribuisca alle squadre meno seguite dal pubblico una percentuale di ricavi più che proporzionale al bacino d'utenza, in funzione di **riequilibrio delle risorse** e della competitività dei partecipanti al torneo)

LA VENDITA INDIVIDUALE: IL DECRETO D'ALEMA

- Il legislatore intervenne a disciplinare la materia con il D.L. 15/1999, che conferiva alle società calcistiche iscritte ai campionati di serie A e di serie B, ed in particolare alla **squadra di casa**, la **titolarità dei diritti di trasmissione televisiva in forma codificata**, introducendo la **vendita soggettiva** dei diritti TV criptati
 - limite del **60%** all'acquisizione dei diritti in esclusiva da parte dello stesso broadcaster
 - nel caso in cui sul mercato agisca un unico soggetto, la soglia del 60% non si applica, ma la durata dei contratti in esclusiva non può superare i **3 anni**
- Il Decreto riguardava soltanto il mercato dei diritti TV criptati per il Campionato di calcio di Serie A, ma si riteneva che il principio fosse applicabile anche ad altri eventi

GLI EFFETTI DELLA VENDITA INDIVIDUALE

- A seguito dell'intervento legislativo, la Lega Calcio modificò il proprio Regolamento interno ed elaborò un nuovo piano di mutualità relativo alla ripartizione degli introiti per il periodo 1999-2005
- Si ebbe una **esplosione del valore dei diritti** (anche per effetto di altri fattori, quali l'aumento degli abbonati alla pay-TV e la nascita di una seconda piattaforma, con conseguente concorrenza tra Stream e Telepiù):
 - mentre nella stagione precedente Telepiù aveva versato alla Lega 112 milioni di euro, nel 1999-2000 Stream e Telepiù pagarono ai club 408 milioni
 - la cifra complessiva investita dalle pay-TV nel triennio 1999-2002 fu di 1.278 milioni, contro i 325 investiti da Telepiù per il periodo 1996-1999.

LA VENDITA DEI DRITTI SPORTIVI ALL'ESAME DELLA COMMISSIONE EUROPEA

- Fra il 2003 e il 2005 si sono registrati diversi interventi della Commissione europea favorevoli alla **vendita centralizzata**
 - *UEFA* (23 giugno 2003, decisione n. 37398)
 - *Bundesliga* (19 gennaio 2005, decisione n. 37214)
 - *Premier League* (22 marzo 2005, comunicazione COMP/C-2/38.173)
- Secondo la Commissione la vendita centralizzata consente un'**equa ripartizione delle risorse**, necessaria per il miglioramento tecnico e spettacolare della competizione sportiva
- La vendita collettiva inoltre riduce i costi di transazione per i broadcasters
- Comunque è necessario apportare correttivi per evitare che la vendita collettiva determini **creazione di monopoli** nel mercato *downstream*:
 - **obbligo di parcellizzazione** dei diritti in **pacchetti**
 - limiti alla **durata** delle esclusive (divieto di cessione per un periodo superiore ai 3 anni)

- Nell'Indagine Conoscitiva IC27 del 2006 sul settore del calcio professionistico, in aderenza ai principi affermati dalla Commissione europea, AGCM riconsidera la posizione assunta nel 1999 ed afferma la **compatibilità della vendita centralizzata con le norme della concorrenza**, se accompagnata a nuovi criteri di mutualità
 - AGCM prende atto del fallimento della vendita individuale, che ha accentuato gli squilibri di tipo economico (ed anche in termini di risultati sportivi) tra società maggiori e società minori ed ha relegato l'Italia agli ultimi posti nelle statistiche sull'equa distribuzione delle risorse
 - secondo AGCM le Leghe, in quanto rappresentative delle società, non sono i soggetti più idonei alla definizione delle regole di ripartizione delle risorse. Occorrerebbe affidare questo compito a un soggetto terzo o a un organismo indipendente che risponda direttamente alla FIGC, sul modello Co.Vi.Soc.

VENDITA ACCENTRATA COME MODELLO EUROPEO

- **Inghilterra:** vendita centralizzata gestita da Federazione su mandato delle società, che sono titolari dei diritti
- **Germania:** vendita centralizzata (con molti pacchetti) per la prima divisione, decentrata per la seconda
- **Francia:** vendita collettiva
- **Spagna:** unico tra i principali paesi a seguire un modello di vendita individuale, che ha portato Real Madrid e Barcellona a raccogliere circa la metà delle risorse. Il Governo spagnolo nel 2013 ha deciso di promuovere una modifica legislativa per il passaggio al sistema di vendita accentrata

LA RIFORMA MELANDRI (D. LGS. 9/2008) IL RITORNO ALLA VENDITA CENTRALIZZATA

- La riforma Melandri del 2008 ha segnato il ritorno al modello della vendita centralizzata
 - L'art. 1 della legge enuncia i seguenti principi:
 - garantire la **trasparenza** e l'**efficienza** del mercato dei diritti audiovisivi degli eventi sportivi nazionali
 - disciplinare la ripartizione delle risorse economiche e finanziarie assicurate dalla **commercializzazione in forma centralizzata** di tali diritti
 - garantire l'**equilibrio competitivo** fra i soggetti partecipanti alle competizioni e destinare una quota di tale risorse a **fini di mutualità**
-

LA RIFORMA MELANDRI (D. LGS. 9/2008) IL RITORNO ALLA VENDITA CENTRALIZZATA

- **Superamento** del precedente sistema di titolarità individuale dei diritti audiovisivi
- **Contitolarità dei diritti audiovisivi** tra Lega e squadra di casa (ad eccezione del diritto di archivio che spetta in esclusiva alla squadra di casa)
- **Diritto di esercizio esclusivo** dei diritti audiovisivi in favore della **Lega**, organizzatore della competizione (quindi si ha una scissione tra (con)titolarità ed esercizio)
- La Legge Melandri contiene una **disciplina analitica** della titolarità dei diritti, del loro esercizio, delle procedure di offerta e dei contratti di licenza

- I **diritti esclusivi** attribuiti dalla legge riguardano:
 - Fissazione e riproduzione
 - Comunicazione al pubblico
 - Distribuzione, noleggio, prestito dell'originale e delle copie di riprese, fissazioni o riproduzioni;
 - Elaborazione o riproduzione delle emissioni per nuove trasmissioni o nuove fissazioni
 - Usi pubblicitari/ promozionali
 - Conservazione in archivio
- Diritti audiovisivi sportivi sono qualificati come «**diritti connessi**» ex articolo 78-*quater* Legge sul diritto d'autore (L. 633/1941), introdotto dall'art. 28 Legge Melandri
- Durata dei diritti pari a **50 anni** dalla data in cui si svolge l'evento
- Il legislatore ha così qualificato i diritti audiovisivi sportivi come **diritti di proprietà intellettuale**

RIPARTIZIONE DELLE RISORSE

- In Italia i diritti sportivi incidono sui ricavi delle squadre più che negli altri paesi europei: questa incidenza è pari al 55% Premier League, 48% Liga, 31% Bundesliga, 66% Serie A (fonte: articolo Pacileo)
- Il 17 aprile 2013 AGCM ha inviato segnalazione al Parlamento sui criteri di ripartizione delle risorse derivanti dalla vendita centralizzata dei diritti: AGCM ha ribadito che la Lega non è un soggetto terzo ed ha inoltre affermato che il sistema di ripartizione è poco meritocratico, attribuendo eccessivo rilievo a bacino d'utenza e risultati storici

RIPARTIZIONE DELLE RISORSE

- Ciascun criterio è legato ad uno dei fattori che determinano il valore dei diritti
 - 40% suddivisione egualitaria: incertezza del risultato, che deriva dall'equilibrio del torneo
 - 30% risultati sportivi (5% classifica ultima stagione, 15% quinquennio precedente, 10% risultati storici a partire da stagione 1946-47): intensità agonistica della competizione
 - 30% bacino d'utenza (25% sostenitori, 5% popolazione residente nel comune): seguito del pubblico
- Ripartizione in Inghilterra: 50% in parti uguali, 25% numero di partite della squadra trasmesse in diretta, 25% classifica ultimo campionato. Diritti esteri ripartiti in parti uguali

MERCATO UNICO EUROPEO DIRITTI TV

- Corte di Giustizia, C-403/08–C-429/08 (*Karen Murphy*): le **clausole di esclusiva territoriale** inserite nei contratti tra Premier League e i *broadcasters* costituiscono **restrizioni alla concorrenza vietate** in quanto realizzano una compartimentazione dei mercati
- Indagine della Commissione europea sulle restrizioni territoriali negli accordi di licenza tra Major cinematografiche americane e *pay-TV* (13 gennaio 2014)
- Riguarda solo le opere musicali, ma è utile per cogliere quale sia il trend a livello comunitario, la Direttiva sulla gestione collettiva del diritto d'autore e dei diritti connessi e le licenze multi-territoriali per i diritti su opere musicali per l'uso online nel mercato interno (4 febbraio 2014)

P O R T O L A N O
C A V A L L O
studio legale

GRAZIE