

Dottorato di Ricerca
in “Diritto ed Impresa”
XXXI Ciclo

DIRITTI DI SFRUTTAMENTO ECONOMICO DEGLI EVENTI SPORTIVI

I Diritti Audiovisivi Sportivi

SINTESI

Lo sport è un fenomeno multiforme, che coniuga aspetti di tipo sociale, culturale ed economico. Tuttavia, i profili commerciali hanno acquisito ormai una dimensione preponderante, come appare bene illustrato dal fiorente mercato dei diritti sportivi e dall'importanza strategica loro attribuita.

Lo sport si inserisce tra le forme di intrattenimento moderno più diffuse. Si tratta di uno spettacolo necessariamente fruito dal vivo, che sebbene in origine fosse rivolto principalmente alla ristretta cerchia degli spettatori presenti intorno al terreno di gioco, oggi si rivolge ad un pubblico ben più vasto, che vi accede potenzialmente ovunque. Gli eventi sportivi sono, infatti, abitualmente distribuiti attraverso un numero crescente di mezzi e dispositivi, in qualsiasi luogo e momento l'utente preferisca.

In effetti, lo sport svolge un ruolo essenziale tanto per gli operatori tradizionali, quanto per quelli nuovi, che si affacciano su un mercato sempre più complesso. Gli eventi sportivi attirano l'attenzione di molti spettatori, a causa dell'incertezza dell'esito di qualsiasi competizione. Tale incertezza crea un senso di eccitazione e aspettativa. Allo stesso tempo ciò attira un vasto pubblico e induce le persone a pagare per ottenere svariati servizi, solo perché associati a competizioni sportive. Da un lato, lo sport fornisce una preziosa fonte di contenuti per gli operatori in molteplici settori. D'altra parte, i corrispettivi pagati da tali operatori rappresentano il canale principale di finanziamento delle organizzazioni sportive.

La presente tesi evidenzia come lo sport professionistico si sia sviluppato in un'industria dell'intrattenimento di grande valore. Vengono quindi osservate le regole applicabili agli eventi sportivi e ai relativi diritti di sfruttamento. L'indagine verifica come i diritti attinenti la proprietà, la concorrenza e il mercato audiovisivo contribuiscano a ricostruire un quadro giuridico generale.

In primo luogo, la tesi considera il processo di *commodification* che ha interessato lo sport. Questo è

diventato un prodotto destinato ad una commercializzazione massiva all'interno di un mercato dove convergono numerosi interessi. In particolare, gli eventi sportivi rappresentano il centro di interesse di organizzatori, media, agenzie di marketing, sponsor, nonché associazioni, club e atleti. Questo intreccio di rapporti richiede una chiara comprensione della portata dei diritti relativi agli eventi, nonché l'identificazione di chi sia legittimato ad esercitarli ed entro quali confini lo possa fare. Solo dopo aver valutato chiaramente tali aspetti appare possibile supportare e salvaguardare ogni fase della catena del valore che si sviluppa a partire dall'allestimento degli eventi sportivi. Si parte quindi dall'idea che solo una volta qualificato l'evento e compreso il perimetro dei diritti insistenti sullo stesso è poi possibile assicurare certezza ai rapporti giuridici che si intrecciano intorno all'attività di commercializzazione degli eventi sportivi.

La prima parte della tesi offre una panoramica dettagliata in merito alle posizioni dottrinarie elaborate allo scopo di qualificare giuridicamente gli eventi sportivi. D'altronde, nonostante il suo indubbio valore, lo sport è un fenomeno tuttora relegato in una sorta di limbo giuridico. La dottrina e la giurisprudenza hanno dibattuto a lungo sulla natura degli eventi sportivi. In particolare, in Italia la dottrina si è principalmente divisa tra due tesi. Da una parte si ritiene che sull'evento insistano dei diritti di natura assoluta. In questo senso, l'evento viene assimilato ad un'opera autoriale ovvero viene comunque qualificato come il risultato dello sforzo economico dell'organizzatore. Secondo questa impostazione, chi realizza l'evento detiene il controllo e i diritti sul risultato della sua attività, in virtù del valore del suo contributo e dell'investimento economico. La dottrina maggioritaria ha invece tradizionalmente ritenuto che all'organizzatore dell'evento potesse al più essere riconosciuto un diritto di credito, originante dal rapporto che si instaura tra chi controlla l'impianto di gioco e i terzi che sono ammessi ad accedervi.

La Corte di Giustizia Europea ha fornito il proprio contributo al dibattito. Nella causa *Premier League contro Murphy*, la Corte ha dichiarato che gli eventi sportivi non possono essere qualificati come opere autoriali, in quanto non appaiono come il risultato della creazione intellettuale di un autore. La sentenza, tuttavia, non nega in assoluto una protezione. La Corte riconosce espressamente il valore economico degli eventi sportivi e dei relativi interessi, reputandoli meritevoli di tutela. Secondo la Corte, gli eventi sportivi, in quanto tali, hanno un carattere unico e vanno quindi protetti. La scelta sul merito viene rinviata a ciascun ordinamento giuridico nazionale. Pertanto, la sentenza fa salve le disposizioni eventualmente adottate dai singoli Stati per la tutela degli eventi sportivi. Taluni

ordinamenti (come quello italiano e francese) hanno scelto di prevedere espressamente una disciplina in materia.

L'ordinamento italiano ha adottato il D.lgs. 9/2008 relativo "*Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse*", in virtù del quale gli organizzatori della competizione professionistica e delle singole gare sono riconosciuti contitolari dei diritti audiovisivi relativi alle stesse. Il D.lgs 9/2008 ha modificato la legge sul diritto d'autore e ha introdotto un nuovo articolo 78-quater, che disciplina i diritti audiovisivi sportivi rinviando alle norme sul diritto d'autore in quanto applicabili. I diritti audiovisivi sono definiti come diritti esclusivi, con una durata di cinquanta anni dalla data dell'evento, che includono la fissazione e la riproduzione, nonché la registrazione e messa a disposizione del pubblico delle immagini dell'evento. La legge prevede espressamente i diritti di archivio sulle gare già disputate. Tali diritti vengono attribuiti in esclusiva all'organizzatore dell'evento, fermo restando che il club ospitante deve consentire al club ospitato di accedere e sfruttare l'archivio della partita, a condizioni di reciprocità. L'organizzatore dell'evento detiene il controllo sulla produzione audiovisiva della partita, a meno che non vi rinunci in favore dell'organizzatore della competizione. Tuttavia la proprietà delle riprese spetta in ogni caso all'organizzatore dell'evento.

La tutela degli eventi sportivi può essere assicurata anche con altri strumenti, già disponibili all'interno dell'ordinamento giuridico. La legge sui marchi o le regole sulla concorrenza sleale consentono rispettivamente di sfruttare commercialmente e tutelare i segni distintivi relativi a un prodotto o servizio e dall'altra di impedire che concorrenti pongano in essere pratiche lesive ai danni dell'azienda, qualificabili come concorrenza sleale o parassitaria. Inoltre, sebbene un evento sportivo non sia considerato come un'opera protetta dal diritto d'autore, lo stesso non vale necessariamente per le riprese e le trasmissioni televisive della stessa. Gli operatori televisivi, infatti, godono della protezione assicurata dalla legge alle loro trasmissioni.

Le forme di sfruttamento degli eventi sportivi si estendono al di là dell'ambito televisivo. Vi sono settori di crescente interesse sul quale può idealmente espandersi il potere degli organizzatori sportivi. In questo senso, si assiste ad un progressivo tentativo di rafforzare i diritti proprietari sulle competizioni sportive, soprattutto facendo leva su strumenti propri delle norme sulla proprietà intellettuale, nonostante le gare appaiono non automaticamente sussumibili entro le categorie presupposte da tali regole.

In linea con quanto precede, è immaginabile un diritto di sfruttamento economico che si estenda a qualsiasi forma di sfruttamento commerciale dell'evento sportivo in quanto ad esso abbinata. I dati, le riproduzioni attraverso nuove tecnologie (VR, 3D) costituiscono nuove frontiere per la commercializzazione dello sport, ma derivano tutte dall'evento e ne costituiscono una modalità espressiva. In virtù di tale prospettiva, i diritti insistono su qualsiasi prodotto o servizio comunque collegato all'evento in modo qualificato. Tale legame qualificato sussiste ogni qualvolta quello stesso prodotto o servizio benefici del fatto di derivare o di essere direttamente associato ad un evento ovvero ad una competizione sportiva. Così come la fissazione delle immagini e la loro successiva distribuzione sono entrate nell'alveo dei diritti proprietari degli organizzatori sportivi è possibile immaginare di comprendervi anche ulteriori forme di sfruttamento commerciale.

Cionondimeno, la dimensione audiovisiva degli eventi sportivi appare quella più rilevante. In quanto tale essa appare meritevole di un'analisi approfondita, costituendo un modello per successive elaborazioni con riguardo ad altre forme di utilizzazione economica. Del resto, anche l'attenzione stessa dei legislatori si è da sempre concentrata prevalentemente sulla regolamentazione della comunicazione al pubblico degli eventi. Il connubio tra media e sport è strategico, considerati i valori del mercato. Lo sport è uno spettacolo destinato a un vasto pubblico. Sicché media e sport hanno sviluppato una relazione simbiotica. Entrambi beneficiano della loro reciproca azione. Gli sport hanno fornito contenuti e pubblico ai media. Mentre i media hanno concesso entrate e promozione per lo sport.

Il mercato dei diritti audiovisivi sportivi offre un esaustivo esempio di come il regime giuridico applicabile agli eventi sportivi sia il frutto di una convergenza fra più formanti normativi, che si concentrano su tale oggetto, ma che devono essere necessariamente adattati alle peculiarità che lo contraddistinguono. Si assiste, infatti, ad una tensione tra i diritti di proprietà, gli interessi del mercato e quelli collettivi della comunità. Tutti gli operatori dei media vogliono accedere agli eventi sportivi, in quanto costituenti una risorsa indispensabile per la loro attività. Parallelamente, il pubblico desidera seguire gli eventi sportivi, in quanto rappresentano una primaria forma di intrattenimento. Al centro vi sono gli organizzatori degli eventi sportivi che reclamano di poter sfruttare nel modo più ampio possibile i propri diritti di proprietà.

La tesi, pertanto, esplora come tali diversi fattori normativi esercitino un'influenza al riguardo. La normativa sulla concorrenza mira a facilitare una competizione libera, equa ed efficace (sia a monte che

a valle) nel mercato delle trasmissioni sportive. La regolamentazione sui media mira a preservare la regolare diffusione dei contenuti, nonché ad assicurare al pubblico informazioni e accesso libero ai principali eventi sportivi. Queste due prospettive si affiancano e ognuna contribuisce a creare un regime giuridico speciale. Parte della tesi è quindi dedicata all'analisi dei diritti audiovisivi sportivi sotto il profilo della disciplina antitrust, esplorando come tali norme e le decisioni delle autorità competenti abbiano influenzato il mercato. Le attività di vendita, acquisto e sfruttamento dei diritti di trasmissione sportiva hanno, infatti, attirato l'attenzione della Commissione europea e delle autorità indipendenti nazionali, nonché quella della Corte di Giustizia Europea.

I diritti di trasmissione sportiva sono solitamente commercializzati tramite accordi di licenza esclusivi. Questo modello è diventato parte integrante dell'industria audiovisiva. Tramite la concessione dei diritti in esclusiva gli organizzatori possono aumentare i loro introiti, perché gli operatori interessati ad aggiudicarsi i diritti sono incentivati ad investire, laddove sia offerto loro il controllo assoluto del mercato locale. Per gli operatori la disponibilità dei diritti in esclusiva è funzionale a poter attirare utenti e recuperare così gli alti costi sostenuti in sede di aggiudicazione. In questo senso, è possibile affermare che il prezzo pagato per l'esclusiva da un'emittente sarà tendenzialmente superiore alla somma degli importi che più emittenti avrebbero pagato per ottenere i medesimi i diritti su base non esclusiva.

Tuttavia, gli accordi di esclusiva sollevano alcune criticità. L'esclusiva crea monopoli territoriali e limita l'accesso ai contenuti. Una simile restrizione però presenta effetti negativi, in quanto gli eventi sportivi costituiscano dei *must-have contents* per l'intera industria dei media. Come sottolineato dalla Corte di Giustizia Europea, gli accordi di licenza dei diritti audiovisivi sportivi devono essere esaminati in base alla durata, alla qualità e all'effetto orizzontale e verticale per il mercato. Al contempo, l'analisi della licenza esclusiva, nell'ottica della Commissione Europea, deve mirare a garantire che il mercato operi regolarmente e che gli appassionati di sport possano beneficiare di una più ampia copertura dei principali eventi sportivi.

In aggiunta, la commercializzazione dei diritti sportivi avviene, di regola, attraverso un sistema centralizzato. In questa ottica, la competizione sportiva è considerata come un prodotto singolo ed unitario. I diritti siano venduti congiuntamente da un unico soggetto. Nel caso degli sport di squadra, questo centro unitario è solitamente rappresentato dalla lega, la quale agisce per conto di tutti i partecipanti alla competizione. Alla base di un simile sistema vi è quindi un intreccio di accordi

orizzontali tra imprese concorrenti. Un tale assetto produce un effetto di restrizione sull'offerta di partite. Secondo la Commissione, la vendita congiunta dei diritti di trasmissione di per sé produce effetti anticoncorrenziali, precludendo l'accesso al mercato, nonché condizionando la fruizione dei consumatori.

L'approccio della Commissione alla vendita collettiva dei diritti sportivi è esemplificato dalla decisione nel caso UEFA Champions League (2003), che ha costituito il primo di una serie di precedenti in materia. La Commissione ha ritenuto tale pratica come una restrizione della concorrenza ai sensi dell'articolo 101, paragrafo 1, del TFUE. Tuttavia, la stessa Commissione ha costantemente tenuto conto anche dei vantaggi che un simile sistema produce a favore del mercato, nonché degli effetti che favoriscono i consumatori. Di riflesso, le autorità antitrust, a livello nazionale e sovranazionale, hanno stabilito, nel corso del tempo, diversi impegni che i venditori di diritti audiovisivi ovvero i *broadcaster* aggiudicatari sono chiamati ad assumere, al fine di attenuare gli effetti preclusivi connessi alla vendita collettiva.

Nella tesi si sottolinea come il sistema di vendita normalmente adottato nella commercializzazione dei diritti sportivi, rifletta anche la struttura gerarchica propria dell'organizzazione sportiva. Inoltre, si evidenzia come la vendita collettiva tenda a provocare un aumento del prezzo di acquisto dello sport. Accanto, vi sono ragioni di efficienza che supportano la vendita congiunta e giustificano tale soluzione anche di fronte alle regole antitrust. Questo complesso di ragioni viene generalmente riassunto nel concetto di specificità dello sport, il quale ha trovato espresso riconoscimento nell'articolo 165 del TFUE. In tale ottica, nel sistema di vendita congiunta, la redistribuzione delle entrate tra i club raggiunge un equilibrio sportivo e mantiene la competitività tra le stesse.

Oltre alla sua dimensione economica, lo sport assume un importante significato sociale. Lo sport può svolgere ruoli diversi, sia di tipo educativo che culturale, dato che lo sport ha la capacità di rappresentare e rafforzare lo spirito di una nazione. La copertura televisiva in chiaro delle competizioni sportive ha facilitato esperienze visive condivise, che hanno favorito il senso di identità nazionale e culturale. Pertanto, l'accesso del pubblico agli eventi sportivi maggiori può svolgere un ruolo fondamentale all'interno della società. Tale valore va preservato. Un simile obiettivo di tutela appare percorribile attraverso regole specifiche, di carattere pubblicistico, piuttosto che attraverso le norme sulla concorrenza.

A tal riguardo, occorre fare riferimento al regolamento europeo del settore audiovisivo, a partire dalla direttiva "TV senza frontiere" del 1989, come poi sostanzialmente riveduta nel tempo e sostituita infine dalla direttiva sui Servizi Di Media Audiovisivi, la quale ha esteso la normativa di settore a tutte le forme di servizi di media audiovisivi. La regolamentazione europea si occupa, tra l'altro, degli eventi sportivi, in termini di garanzia di accesso alle loro immagini. La legge nazionale in Italia include diverse disposizioni che regolano l'accesso del pubblico alle immagini degli eventi sportivi. In applicazione delle norme europee, l'accesso è garantito a scopo di cronaca rispetto agli eventi sportivi di maggiore interesse, al fine di consentire a tutti gli operatori di svolgere attività informativa. Allo stesso tempo, l'Italia è tra i Paesi che ha adottato una lista speciale degli eventi che devono essere trasmessi attraverso in chiaro e non possono essere sfruttati dalla televisione a pagamento su base esclusiva.

L'obiettivo principale che ispira il presente lavoro è volto alla ricostruzione di un quadro giuridico applicabile agli eventi sportivi e alle relative forme di sfruttamento commerciale. La ragione di una simile analisi ermeneutica è dovuta al fatto che l'equilibrio raggiunto fino ad ora attraverso la combinazione tra formante legislativo e giurisprudenziale, è destinato ad essere scosso a causa dell'evoluzione che il mercato dell'intrattenimento sta vivendo. Nell'ultimo decennio, il panorama dei media è cambiato radicalmente. Di riflesso, lo sviluppo tecnologico ha fortemente influenzato il modo in cui gli spettatori possono seguire lo sport. Il mezzo di trasmissione è diventato intercambiabile, grazie all'ampia disponibilità di dispositivi connessi. Il panorama attuale è caratterizzato dall'emergere di nuove tecnologie di comunicazione (Internet e televisione digitale) e dalla convergenza di queste tecnologie, con una conseguente moltiplicazione del numero di dispositivi attraverso i quali è possibile accedere ai contenuti. I media erano soliti decidere quali informazioni avrebbero raggiunto il pubblico e quando questo ne avrebbe potuto fruire. Oggi tutti possono consumare i contenuti sportivi sulla piattaforma che preferiscono e nel momento in cui vogliono. Di conseguenza, il pubblico può ora essere informato sugli eventi sportivi in modo continuo e illimitato in qualsiasi luogo e momento che gli si addica. La modalità per seguire lo sport si sono moltiplicate. L'evento si è trasformato in un prodotto il cui confezionamento presenta sempre più gradi di originalità. Il pubblico stesso decide dove, quando e su quale dispositivo guarderà i contenuti o consulterà le informazioni.

In ragione della accresciuta capacità di trasmissione, il numero di emittenti e le ore dedicate al contenuto sportivo sono aumentate in modo sostanziale. Questa evoluzione digitale consente anche la

Dottorato di Ricerca in Diritto ed Impresa
Dottorando: Alessandro Coni

trasmissione di una più ampia varietà di eventi sportivi a tipologie di pubblico diverse. In secondo luogo, le nuove piattaforme, come Internet e i telefoni cellulari, hanno creato l'opportunità per i fornitori di contenuti di espandere le loro offerte. Il processo di digitalizzazione ha inoltre drasticamente ridotto il costo della produzione e distribuzione dei contenuti. Lo stesso organizzatore sportivo è ora in grado di veicolare la propria offerta direttamente al pubblico, senza intermediari. In considerazione di quanto precede è possibile ipotizzare che le soluzioni prospettate in passato debbano essere riconsiderate alla luce del nuovo panorama che si profila, mantenendo ferma l'attenzione sui principali interessi in gioco. Innanzitutto la necessità di preservare gli incentivi a sostegno di chi contribuisce all'industria sportiva in virtù della propria attività di realizzazione, finanziamento e distribuzione. In secondo luogo, la preoccupazione di salvaguardare il pubblico e il diritto delle persone di accedere ad un contenuto che ricopre un'importanza unica per l'intera società.