

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

di Alessio Piscini*

SOMMARIO: 1. Cenni preliminari: natura giuridica, oggetto e proprietà dei diritti di diffusione sulle manifestazioni sportive – 2. La questione sulla proprietà e le sue conseguenze in ordine alla vendita: profili sulla contrattazione collettiva e quella individuale; l'ingerenza del diritto anti-concorrenziale e la peculiarità dello sport – 3. La neonata riforma e le sue prevedibili implicazioni – 4. La grande questione irrisolta: la ripartizione dei proventi economici nell'ambito del diritto associativo italiano

1. Cenni preliminari: natura giuridica, oggetto e proprietà dei diritti di diffusione sulle manifestazioni sportive

«Lo sport nel suo complesso appare oggi nel nostro Paese, assai più che nel 1989, come - al tempo stesso - una straordinaria forza economica, un grandissimo fenomeno sociale ed un potentissimo veicolo di comunicazione. Il fatturato del sistema sportivo italiano può essere valutato, a prezzi 1996, in circa 53.600 miliardi di lire. Tale cifra rappresenta la somma di quanto viene speso dalle famiglie italiane, dal settore pubblico e dalle aziende, con l'aggiunta delle esportazioni nette di beni sportivi (la differenza tra quanto viene prodotto in Italia e consumato all'estero e quanto viene prodotto all'estero e consumato in Italia), per acquistare beni e servizi sportivi, fare e vedere sport, comunicare attraverso lo sport».¹

* Avvocato del Foro di Firenze, Giudice Sportivo FIDAL e FISJ, docente del Corso di Perfezionamento in Diritto ed Economia dello Sport presso l'Università di Firenze.

¹ Nomisma s.p.a. (di seguito, Nomisma), *Sport e Economia 1999: Studio sugli aspetti economici del sistema sportivo italiano negli anni 1994-1998*, Bologna, 1999, 4. Il testo è reperibile on line all'indirizzo web www.coni.it (marzo 2007).

La citazione è datata e, forse, costituisce un incipit poco elegante, ma l'efficacia dei numeri è superiore a qualsiasi abilità retorica: piaccia o meno, il valore aggiunto (ovverosia la parte di ricchezza del paese) derivante dalle varie attività sportive era pari, nel 1999, a 44.900 miliardi di vecchie lire. Il solo calcio professionistico valeva, da solo, 815 miliardi.² «In altre parole, tutto ciò significa che lo sport contribuisce a creare circa il 2,4% del PIL italiano ai prezzi di mercato».³

L'*escalation* non si è fermata: nel nuovo millennio, *sponsorship*, *merchandising* e, non ultimi, diritti di diffusione degli eventi, anche per mezzo delle nuove tecnologie, hanno esteso progressivamente l'ambito dello sport sino a condurlo nell'ambito dello spettacolo e dell'economia più che dell'attività fisica, così alterando, forse definitivamente, gli equilibri.

Il diritto arranca faticosamente, inseguendo i mutamenti repentini della società, mentre l'ultimo decennio ha posto al primo posto nell'agenda degli operatori del settore la ricerca di un soddisfacente bilanciamento nell'insanabile dicotomia tra sport e economia, tra olimpismo, se mai esistito, e industrialismo.

In questa temperie, particolare rilevanza economica – e non solo – assumono le problematiche sorte in relazione al diritto di diffondere e comunicare in presa diretta (o differita) le immagini di un evento sportivo professionistico, spesso seguito da centinaia di migliaia di appassionati.

In particolare, il diritto alla diffusione appare come uno *ius* sull'immagine dello spettacolo, a prescindere dalla singolarità dei partecipanti; tale diritto coincide perfettamente, nei fatti, con la proprietà sull'evento stesso.

In altre parole, vi deve essere un soggetto giuridico che si assume le responsabilità *ex legibus* discendenti dalla manifestazione e, perciò, che rivendica la titolarità sui «prodotti» economicamente apprezzabili dell'evento stesso.

Va necessariamente premesso che il legislatore, sin dal 1942, ha tracciato con chiarezza, in materia di opere artistiche e spettacoli (ovverosia, quei beni materiali o immateriali prodotti dall'uomo «di carattere creativo che appartengono alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, all'architettura, al teatro ed alla cinematografia, qualunque ne sia il modo o la forma di espressione», art. 1 L. n. 633/1941, di seguito LDA), una disciplina che ne regola sia la paternità giuridica sia la titolarità sui diritti connessi, patrimoniali e non.

Con riferimento alla comunicazione al pubblico, la citata legge stabilisce che il creatore dell'opera o dello spettacolo possiede il diritto esclusivo di sfruttamento economico dell'opera, ivi compresa la sua comunicazione al pubblico con qualsiasi mezzo – in altri termini - il diritto unico a decidere della sua diffusione mediatica.⁴

² Nomisma, *Sport e Economia 1999: Studio sugli aspetti economici del sistema sportivo italiano negli anni 1994-1998*, ibi, p.110.

³ Nomisma, *Sport e Economia 1999: Studio sugli aspetti economici del sistema sportivo italiano negli anni 1994-1998*, ibi, p.113.

⁴ Per esattezza, l'art. 16 della legge 22 aprile 1941, n. 633, testualmente recita «il diritto esclusivo

Con un processo di interpretazione analogica estensiva, il fenomeno sportivo può esser paragonato al più ampio *genus* dello spettacolo, laddove si consideri la creatività che si manifesta nell'esplicazione delle competenze tecniche dei vari attori – atleti, tecnici, dirigenti e quant'altro.

Ciò premesso, il passo è breve per un'applicazione, anche solo di principi, della LDA all'ambito delle manifestazioni sportive.

Tuttavia, non può tacersi come, sul punto, vi sia – e sono più d'uno – chi ritiene di escludere tale discendenza dal diritto d'autore, rifiutando di assimilare lo sport allo spettacolo e collegando i diritti sulle immagini degli eventi ai generali profili economico-organizzativi dell'attività sportiva (in ossequio ad una equiparazione tra sport e economia altrettanto discutibile).

Nessuno dubita, però, che l'organizzatore possieda i diritti connessi all'evento: pertanto, la sostanza non muta se il rapporto *latu sensu* «dominicale» deriva piuttosto dal generale diritto di appartenenza all'imprenditore di risultati della propria attività economica, ovvero da un malinteso *ius excludendi alios* da parte del titolare del luogo di celebrazione della manifestazione (principio palesemente inapplicabile, però, ai casi del cosiddetto «campo neutro»⁵).

Ad ogni buon conto, pare difficile discostarsi dai riferimenti concettuali, prima che normativi, reperibili nella LDA, per un duplice ordine di motivi; *in primis*, perché la sussunzione dello sport nel più generale ambito della cultura-spettacolo, operazione avvalorata dalla moderna sensibilità nonché dalla natura gioiosa e fantasiosa dell'agone incruento, consente a pieno titolo di comprendere lo spettacolo sportivo nelle estrinsecazioni della capacità creativa dell'uomo; *in secundis*, e passando dalla poesia alla prosa, perché appare invero difficile capire quale sia la linea di demarcazione tra l'opera d'ingegno e la mera documentazione, nel caso di ripresa di un evento sportivo, laddove la direzione (*rectius*, regia) delle riprese mantiene un tasso di discrezionalità e di abilità tecnica molto maggiore rispetto ad un concerto ovvero ad uno spettacolo teatrale.

Non può tacersi, però, come la Suprema Corte abbia avvalorato la tesi della proprietà derivante dai diritti economici sugli eventi, rilevando come costituisca reato, ai sensi dell'art. 171, lett. f), L. n. 633/1941, la illecita diffusione della ripresa di un evento sportivo nel solo caso in cui la valutazione in concreto delle immagini induca a ritenere la realizzazione, da parte degli operatori mediatici, di una rielaborazione creativa dell'evento – elevando a discriminare applicativo la

di comunicazione al pubblico su filo o senza filo dell'opera ha per oggetto l'impiego di uno dei mezzi di diffusione a distanza, quali il telegrafo, il telefono, la radio, la televisione ed altri mezzi analoghi e comprende la comunicazione al pubblico via satellite, la ritrasmissione via cavo, nonché le comunicazioni al pubblico codificate con condizioni particolari di accesso; comprende, altresì, la messa a disposizione del pubblico dell'opera in maniera che ciascuno possa avervi accesso dal luogo e nel momento scelti individualmente».

⁵ Per una panoramica delle varie impostazioni, può consultarsi E. SOVRANO, *Commercializzazione centralizzata e titolarità dei diritti televisivi su manifestazioni sportive*, in *Quaderni del Master in Management delle Organizzazioni Sportive*, 1999, 36.

bravura del regista.⁶

A prescindere dalle dispute concettuali, un punto fermo può esser enucleato: coloro i quali creano l'evento stabiliscono con la propria creatura un rapporto dominicale in virtù del quale possono godere e disporre anche della sua riproduzione e diffusione a distanza.

Ciò stabilito, il problema si complica (qualsiasi tesi sia scelta) laddove si voglia identificare il titolare del sopra esposto diritto (che, a scopo identificativo, si può chiamare «diritto di diffusione a distanza»).

A menzione della LDA, autore è chi crea l'opera, ovvero chi organizza e dirige la creazione dell'opera stessa (art. 6 LDA).

Volendo insistere nell'interpretazione estensiva proposta, il titolare del diritto di diffusione di una manifestazione sportiva è, dunque, il suo organizzatore: tale diritto, anche se discendente dal generale potere di sfruttamento economico della manifestazione, peraltro, si configura come assoluto, ed è garantito anche ai sensi dell'art. 41 della Costituzione, in punto di libertà economica, alla «impresa sportiva» (in conformità anche alla tesi della discendenza economico-commerciale dello stesso).⁷

Tuttavia, l'individuazione del soggetto titolare del diritto, in relazione alle varie tipologie di manifestazioni, non è affatto operazione lineare.

Nulla quaestio in ordine agli eventi costituenti un *unicum* chiaramente identificabile (ad es., un *meeting* di atletica, una partita amichevole di calcio, una gara di ciclismo). Per ognuno di essi esiste o viene creato un'associazione o un comitato *ad hoc* che ne cura precipuamente l'organizzazione e che ne acquisisce *ab origine* i diritti.

Ad esempio, le Olimpiadi vengono gestite in modo paritario dal Comitato Olimpico Internazionale (CIO) e dal singolo Comitato ospitante, oppure, in ambito nazionale, si pensi al ciclistico Giro d'Italia, alla cui cura è preposta una società per azioni, affiliata alla Federazione Ciclistica Internazionale, la RCS Sport.⁸

Differente si presenta la collocazione giuridica degli eventi, relativi agli sport di squadra, cosiddetto *round robin*, ovvero sia costituiti da un torneo tra più di due società che si affrontano direttamente l'una con l'altra, sommando progressivamente i risultati ottenuti. Quasi tutti i campionati nazionali degli sport più seguiti, peraltro, adottano questa formula.

In tal caso, l'intero torneo può essere considerato nella propria unicità come spettacolo a sé stante, ovvero ogni singola gara può assumere una propria autonomia giuridica (e non solo fattuale) che ne consentirebbe l'apprezzamento

⁶ In tal senso, Cass., 4 luglio 2006, n. 33945, in *Dir. e Giust.*, 2006, 39.

⁷ Così, Trib. Roma, 31 marzo 2003, in *Giur. Merito*, 2004, 263; in senso conforme, Trib. Brescia, 28 febbraio 2003, in *Giur. Merito*, 2004, 264; Pret. Roma, 18 settembre 1987, in *Riv. Dir. Sport.*, 1982, 72. In tal modo, la tesi sulla configurazione «autoriale» dei diritti di diffusione si salda con la concezione più propriamente imprenditoristica degli stessi.

⁸ Per quel che riguarda il Giro d'Italia Donne e Under 21, invece, la FCI bandisce una vera e propria gara per l'assegnazione, con regolamenti reperibili on line all'indirizzo web www.feder ciclismo.it (marzo 2007).

anche come evento in sé e per sé. Deve anche aggiungersi, ad integrazione, che nella quasi totalità dei campionati relativi agli sport professionistici, l'organizzazione del campionato è affidata dalla Federazione, in via ufficiale, ad una Lega che si costituisce come associazione privata delle società partecipanti al torneo stesso.

Se, dunque, vi è spesso coincidenza tra i soggetti proprietari (o la Lega, in via unitaria, come somma delle associazioni, ovvero i sodalizi separatamente, ciascuno per gara di propria competenza), ciò che cambia, e di gran lunga, sono le modalità di disposizione e godimento dei diritti dominicali nei casi di proprietà unitaria in capo alla Lega ovvero atomizzata in capo a ciascuna società.

Nel primo caso, infatti, la Lega, molto spesso facente parte dell'organigramma federale, si vincola a criteri di cessione dei diritti e ripartizione degli introiti particolarmente rigidi, informati del cosiddetto «principio di mutualità» vigente tra le associate. Nel secondo caso, invece, le varie società hanno piena libertà di movimento nel mercato dei *media*, potendo usufruire integralmente del proprio potere contrattuale e potendo riscuotere la gran parte del ricavato, con l'eccezione di una piccola percentuale da destinare ad un monte comune.⁹

La problematica è centrale nell'assetto stesso della disciplina sul diritto di diffusione. Per questo, se ne demanda la compiuta analisi nel secondo paragrafo. Piuttosto, a conclusione di questi brevi cenni preliminari, devono aggiungersi alcune note in ordine all'effettivo oggetto di tale diritto, nonché alla sua estensione.

Con riferimento alla prima problematica, i diritti *de quibus* sono tradizionalmente legati alla diffusione radiotelevisiva, e fotografica, delle cronache sugli eventi sportivi e, di fatto, sono rimasti legati a questo ambito sino allo scorso decennio.

Soltanto con lo sviluppo scalpitante delle nuove tecnologie, i metodi di riproduzione e comunicazione in presa diretta di una manifestazione, così come di ogni ambito della vita, si sono viepiù moltiplicati. Ecco, dunque, che hanno bussato alle porte delle Federazioni, delle Leghe e, quindi, delle società sportive, aziende operatrici nel campo della telecomunicazione in chiaro e in criptato (suddivisa in *pay per view*, *pay-tv* e *on demand*), via digitale o satellitare, ovvero nel campo della diffusione informatica delle immagini, nonché tramite la telefonia mobile di «terza generazione» (UMTS e *similia*).

A grandi linee, attualmente il mercato dei diritti di diffusione è diviso tra i diritti radiotelevisivi (in chiaro oppure in criptato, sul satellite o sul digitale terrestre) e quelli di nuova generazione (diritti di comunicazione via telefonia ovvero mediante IP, *Internet Protocol*, i diritti xDSL/Internet); in ciascuno di tali settori il diritto di diffusione può dividersi tra il formato integrale (dell'evento-partita ovvero

⁹ A titolo esemplificativo, si ricorda come, attualmente, le società di Serie A di calcio professionistico possono negoziare individualmente la cessione dei diritti di diffusione televisiva delle gare organizzate nello stadio di propria gestione, obbligandosi a versare alla Lega, a fini mutualistici, il 19% di quanto incassato; diversamente, nei casi di cessione collettiva dei diritti da parte della Lega organizzatrice, in Germania o in Inghilterra, la metà del ricavato è divisa in parti eguali, mentre il residuo viene ripartito secondo indici che privilegiano il risultato sportivo più che il potere economico del club.

dell'intero torneo), ovvero gli *highlights* (le azioni più importanti o i momenti salienti dell'agone in una sorta di riassunto). In teoria e in pratica ognuno di questi prodotti è commerciabile separatamente, anche in considerazione della generale autonomia contrattuale ai sensi dell'art. 1322 c.c.

In ogni caso, il legislatore e gli operatori giuridici hanno sempre ritenuto che il mercato dei diritti di diffusione fosse unico (attesa la identità del consumatore finale), e che semplicemente la pluralità di piattaforme consentisse una suddivisione dello stesso in specifici settori.¹⁰

Tale proliferazione ha consentito minori rischi di concentrazione nel mercato secondario degli operatori mediatici, in modo tale da evitare pericolosi interventi anti-concorrenziali da parte degli organi statali.

Circa l'estensione dei diritti in discussione, invece, si rammenta come la titolarità sugli stessi (e il conseguente potere *excludendi alios*) debba necessariamente bilanciarsi con il diritto della cittadinanza ad essere informata, ai sensi anche dell'art. 21 del testo costituzionale, che esercita spinta eguale e contraria rispetto alle già citate libertà economiche dell'organizzatore di eventi.

La giurisprudenza ha costantemente indicato quale punto di equilibrio del bilanciamento tra principi costituzionali la difesa del diritto di cronaca in relazione alle notizie relative allo svolgimento della gara.

La cronaca è considerata quale elaborazione giornalistica dei fatti avvenuti ma, come ben chiarito alcuni decenni fa, «l'informazione è notizia e non pedissequa riproduzione della manifestazione e non può consistere nella diffusione – anche differita – dell'intero spettacolo o di una larga parte dello stesso»,¹¹ tanto che risulta lesiva del diritto d'autore (ed anche, in alcune pronunce, della normativa in ordine alla concorrenza tra imprese¹²) la diffusione intera della gara a mezzo radio o telefono, anche se avviene dall'esterno,¹³ mentre sarà possibile riprodurre un'immagine statica dell'azione nonché diffondere notizie, in diretta, relative alle fasi di gioco da parte di un operatore internet ovvero di un operatore di telefonia mobile.

Inoltre, non tutto è negoziabile: la Commissione Europea si è pronunciata in ordine al generale diritto d'informazione in capo all'utente finale (lo spettatore), indicando, all'interno della cosiddetta «direttiva senza frontiere» (direttiva della Commissione Europea n. 89/552, come modificata dalla successiva n. 97/36¹⁴) sulla libera circolazione dei servizi di telediffusione nell'ambito del mercato europeo – peraltro da tempo oggetto di consistenti proposte di riforma – che le manifestazioni

¹⁰ Così, ad es., Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, provvedimento, 1° luglio 1999, n.7340, punto n. 114, in *Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, n. 26/1999.

¹¹ Trib. di Roma, 21 luglio 1978, in *Foro Padano*, 1979, I, 155.

¹² In tal senso, Trib. Milano, 14 luglio 2003, in *Diritto Informatica*, 2003, 780; Trib. Roma, 21 luglio 1978, *ibi*, p.155.

¹³ Trib. di Roma, 30 giugno 1978, in *Riv. Dir. Sport.*, 1979, 69.

¹⁴ Reperibili in *GUCE I*, n. 298 del 17 ottobre 1989, 23; in *GUCE I*, n. 202 del 30 luglio 1997, 60.

sportive di maggiore importanza per la comunità nazionale – il cui elenco deve essere stabilito da ciascuno Stato – debbano essere liberamente accessibili mediante i canali di comunicazione in chiaro.¹⁵

In conclusione, a prescindere da ogni implicazione nel campo della concorrenza, appare indubbio come il titolare del diritto abbia la facoltà di sfruttare economicamente l'evento, impedendo ogni riproduzione e diffusione dello stesso in modo integrale o parziale, ad eccezione dei soli resoconti giornalistici ovvero della diffusione delle notizie in presa diretta relative al suo svolgimento.

2. *La questione sulla proprietà e le sue conseguenze in ordine alla vendita: profili sulla contrattazione collettiva e quella individuale; l'ingerenza del diritto anti-concorrenziale e la peculiarità dello sport*

Come già rilevato, la trasformazione dello sport negli ultimi anni ha posto notevoli problematiche in punto di adeguamento delle normative di settore con i generali principi dell'ordinamento statale o comunitario. In particolare, alcune problematiche in diritto sono assunte a emergenze vere e proprie nell'ambito del settore sportivo, in considerazione delle notevoli conseguenze pratiche che ne discendono; tra queste, l'individuazione della titolarità circa il diritto di diffusione dell'evento diventava velocemente terreno di battaglia tra gli operatori del settore, man mano che la valutazione economica del diritto cresceva con progressione geometrica.

Difatti, se la proprietà individuale dei diritti consente il pieno estrinsecarsi del mercato degli stessi tra una pluralità di soggetti (sia tra i cedenti sia tra i cessionari), la vendita collettiva o centralizzata (avente ad oggetto i diritti sui vari campionati da parte dell'organizzatore) determina l'unicità del soggetto venditore, con l'acquisizione per quest'ultimo di una sorta di posizione dominante, se non monopolistica, e la fisiologica contrazione della concorrenza anche nel mercato degli acquirenti.

Come ben evidenziato dalla miglior dottrina,¹⁶ la tesi della titolarità

¹⁵ L'Italia non si è adeguata a detta direttiva con una legge; piuttosto, l'Autorità Garante delle Comunicazioni ha sancito, in un proprio atto, il diritto del pubblico ad assistere liberamente ad alcune manifestazioni sportive, tramite la televisione, considerate «di particolare importanza», ovvero «1. le Olimpiadi estive e invernali; 2. la finale e tutte le partite della nazionale italiana nel campionato del mondo di calcio; 3. la finale e tutte le partite della nazionale italiana nel campionato europeo di calcio; 4. tutte le partite della nazionale italiana di calcio, in casa e fuori casa, in competizioni ufficiali; 5. la finale e le semifinali della Coppa dei Campioni e della Coppa UEFA qualora vi siano coinvolte squadre italiane; 6. il Giro d'Italia; 7. Il Gran Premio d'Italia automobilistico di Formula 1», delibera 172/99 del 28 luglio 1999, in Gazz. Uff. n. 119 del 24 maggio 1999, di rettifica della delibera n. 9/1999 del 9 marzo 1999. A tali manifestazioni, l'Autorità si è riservata di aggiungere – con tempistica indeterminata – le finali dei campionati mondiali di pallacanestro, pallanuoto, pallavolo alle quali partecipi la squadra nazionale italiana; b) la finale e le semifinali della Coppa Davis alle quali partecipi la squadra nazionale italiana; c) il campionato mondiale di ciclismo su strada.

¹⁶ D. SARTI, *Antitrust e negoziazione accentrata dei diritti televisivi*, in *Annali italiani del diritto d'autore, della cultura e dello spettacolo*, 2001, 346.

individuale, ancorata alla discendenza dello *ius excludendi alios*, appare aberrante laddove non considera la natura «sinfonica» dello sport, non solo nei tornei ma anche nelle singole partite, la cui spettacolarità deriva dalla compartecipazione delle squadre di tutto l'evento.

Tuttavia, attualmente l'opinione comune degli autori converge sulla natura individuale del diritto, anche in caso di tornei *round robin*,¹⁷ e la tesi è sposata anche dal legislatore statale il quale, con il solo riferimento ai diritti di trasmissione criptata di immagini di partite dei campionati di calcio di serie A e B, ha indicato la negoziazione individuale quale metodo consentito (art. 2 D.L. n.15/1999 «ciascuna società di calcio di serie A e di serie B è titolare dei diritti di trasmissione televisiva in forma codificata»).

Nè, d'altro canto, poteva essere altrimenti, in considerazione del fatto che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito, AGCM), nei provvedimenti nn. 6633 e 6662 del 3 dicembre 1998, avverso RAI, Mediaset e Telemontecarlo, e n. 8386 del 14 giugno 2000 avverso Strema/Telepiù, aventi ad oggetto la vendita dei diritti criptati delle gare, aveva chiaramente individuato la titolarità, in capo alla società ospitante, di ogni gara.

Tale granitica certezza, però, ha subito notevoli incrinazioni, nel tempo, a causa degli insistenti interventi del diritto comunitario in punto di adeguamento della disciplina ai principi europei nel campo della concorrenza commerciale¹⁸ e alla varietà di esperienze interne all'Unione.

Sin dall'ormai lontano 1974,¹⁹ la Corte di Giustizia delle Comunità Europee ha stabilito che il diritto comunitario si applica allo sport, quando tale pratica sia qualificabile come attività economica ai sensi del Trattato. Tale indirizzo è stato costantemente reiterato, sino alla celeberrima sentenza *Bosman*,²⁰ laddove il principio di libera circolazione dei lavoratori all'interno della Comunità è stato riconosciuto come pienamente operante nel settore sportivo, in considerazione di una pretesa natura imprenditoriale delle società sportive professionistiche e in dispregio alle legislazioni normative restrittive poste dalla totalità delle Federazioni a difesa dei vivai nazionali.

Tuttavia, simile trasfusione dei principi commerciali del diritto comunitario nella pratica sportiva ha ridotto la propria estensione man mano che le istituzioni politiche europee prendevano contezza della specificità del settore sportivo.²¹

¹⁷ Così, tra i tanti, L. DI NELLA, *Ancora sulla commercializzazione dei diritti televisivi su manifestazioni sportive nell'esperienza tedesca*, in *Riv. Dir. Sport.*, 1999, 596; E. Poddighe, *“Diritti televisivi” e teoria dei beni*, Cedam, Padova, 2003.

¹⁸ Ci si riferisce all'art. 81 del Trattato Istitutivo delle Comunità Europee, pubblicato nell'ultima versione consolidata nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee C/321 E1 il 29/12/2006, in materia di accordi e pratiche anticoncorrenziali, nonché all'art. 82, stesso Trattato, in materia di abuso di posizione dominante.

¹⁹ Corte di Giustizia, sentenza 12 dicembre 1974, *Walrave*, causa C-36/74, in *Racc.* 1974, 1405.

²⁰ Corte di Giustizia, sentenza 15 dicembre 1995, *Bosman*, causa C-415/93, in *Racc.* 1995, I-4921.

²¹ Dapprima, con la Dichiarazione sullo sport, allegata al Trattato di Amsterdam, siglato tra gli

Tale consapevolezza si è infine concretizzata nell'approvazione dell'art. III-282 del Trattato istitutivo della Costituzione per l'Unione Europea, pur nel travaglio della sua incompleta approvazione, che testualmente recita «l'Unione contribuisce alla promozione dei profili europei dello sport, tenendo conto delle sue specificità, delle sue strutture fondate sul volontariato e della sua funzione sociale e educativa».

Questo riconoscimento ha condotto le Istituzioni Europee verso la maggiore attenzione sull'ontologica interdipendenza dei competitori e sulla necessaria tutela dell'incertezza dei risultati, talché potrebbero essere giustificate «l'attuazione da parte delle associazioni sportive di un quadro regolamentare specifico, in particolare in relazione ai mercati della produzione e della vendita degli spettacoli sportivi»,²² in totale o parziale deroga ai principi comunitari. Ancora oltre, la Commissione Cultura ed Educazione del Parlamento Europeo, in un recente documento di lavoro, ha rilevato espressamente come le tradizionali leggi della competizione economica non possano trovare applicazione nel settore dello sport, laddove la qualità della manifestazione trae alimento dalla comparabile forza dei singoli competitori.²³

Seguendo tale interpretazione, le resistenze alla negoziazione collettiva sembrano perdere i propri sostegni concettuali, atteso che il cosiddetto «test di proporzionalità», ovvero la verifica in concreto di un mezzo di regolamentazione quale meno restrittivo per la concorrenza, deve essere calibrato proprio sulla peculiarità dello sport come fenomeno sociale.

Né può tacersi della disciplina vigente negli Stati Uniti e negli altri paesi dell'Unione Europea, laddove la vendita centralizzata è la regola, anziché l'eccezione.

Difatti, la dottrina statunitense ha sposato, pur con recenti voci contrarie, la teoria della *single entity*,²⁴ per la quale vi è una natura cooperativa essenziale nello svolgimento di un torneo (un *surplus* di creatività, si potrebbe dire) che determinerebbe l'unicità del prodotto-campionato e la titolarità dello stesso in capo alle Federazioni ovvero alle Leghe organizzatrici. E, a tale stregua, gli operatori del diritto hanno inteso esentare espressamente la vendita collettiva dei diritti di diffusione dall'applicazione delle norme sull'antitrust, consentendo piuttosto la vendita collettiva se ed in quanto subordinata alla ripartizione solidaristica dei proventi.²⁵ A conclusioni del tutto simili sono giunte le corti inglesi²⁶ e i legislatori

Stati membri il 2 ottobre 1997, indi con il Rapporto di Helsinki sullo sport, redatto e pubblicato dalla Commissione Europea il 10 dicembre 1999, in *Com. (1999) 644 and /2*, e infine nel Trattato di Nizza, siglato il 26 febbraio 2001, con l'allegata Dichiarazione relativa alle caratteristiche specifiche dello sport.

²² Comunicato della Commissione Europea, n. IP/99/133 del 24 febbraio 1999.

²³ *Working Document* della Commissione Europea Cultura ed Educazione, pubblicato in data 20 settembre 2006.

²⁴ Sul punto, si veda D. SARTI, *Antitrust e negoziazione accentrata dei diritti televisivi*, in *Annali italiani del diritto d'autore, della cultura e dello spettacolo*, cit., p. 21.

²⁵ *US Sports Broadcasting Act* 15 U.S.C., par. 1291.

²⁶ *Retractive Practices Court*, 28 July 1999, *Premier League*, 2000, in *E.M.L.R.*, 78.

francese e tedesco.²⁷ Comune denominatore di queste esperienze è la valutazione *sui generis* del fenomeno sportivo con riferimento alla normativa anti-concorrenziale, sulla scorta non solo della unicità dei Campionati, ma anche della necessaria mutualità tra squadre, garantita meglio tramite la negoziazione collettiva.

Anche sulla scorta della spinta operata dai diritti nazionali, la Commissione Europea è giunta definitivamente a decidere sulla legittimità della vendita centralizzata, con ciò aderendo in modo implicito alla tesi della proprietà dell'ente organizzatore dei diritti di diffusione nei casi di campionati *round robin*. La svolta è avvenuta con la concessione dell'esenzione rispetto alle norme anti-concorrenziali del Trattato al metodo di negoziazione centrale dei diritti di diffusione radiotelevisiva sugli stessi operato dall'UEFA con riferimento al torneo di *Champions League*.²⁸

Peraltro, tale esenzione fu concessa anche in considerazione del fatto che la UEFA propose la vendita a pacchetti dei vari diritti di diffusione, in modo da evitare la concentrazione monopolistica anche nel mercato secondario dei *mass-media*.

Il problema, pertanto, viene risolto mediante due accorgimenti: da un lato, collegando la vendita centralizzata alle esigenze della mutualità tipiche dell'agonismo programmatico; dall'altro, temperando la natura monopolistica della vendita centralizzata con la parcellizzazione del diritto di diffusione consentita dalle nuove tecnologie: si evita che più soggetti negozino i diritti di diffusione relativi ad uno stesso Campionato, ma si impone che l'unico negoziatore tratti la vendita degli stessi diritti divisi rigorosamente (tra diritti TV di varia forma, *highlights*, radio, xDSL/internet e quant'altro), in modo da evitare l'accaparramento degli stessi da parte di un solo operatore.

La soluzione, perciò, pare raggiunta: l'organizzatore dell'evento può cedere collettivamente i diritti di diffusione, qualora reperisca un mezzo di commercializzazione che eviti la concentrazione degli stessi nelle mani di un solo operatore mediatico.

Anche l'Italia, nel terremotato panorama calcistico degli ultimi anni, glorificato dai trionfi sportivi e devastato dalle incursioni giudiziarie, non è insensibile agli stimoli provenienti dall'estero. Per questo, l'AGCM e il Governo, in tempi differenti, sono entrambi intervenuti nella materia.

Ad onor del vero, il primo documento ufficiale proviene dall'esecutivo che, nella seduta del Consiglio dei Ministri in data 21 luglio 2006, ha approvato un disegno di legge-delega *ad hoc*, il cui testo, come modificato dalle competenti Commissioni e dall'esame delle aule parlamentari, è all'esame del Senato della

²⁷ Art. 18, L. n. 610/84 della Repubblica Francese e GWB, *Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen*, par. 31.

²⁸ Decisione della Commissione del 23 luglio 2003, caso COMP/C.2-37.398; analogo esito hanno ottenuto le vertenze COMP 38.828 – PO/FA, decisa poco dopo, in materia di cessione collettiva dei diritti di diffusione della *Premier League* inglese e COMP/C-2/37.214 del 19 gennaio 2005, con riferimento ai diritti di diffusione della *Bundesliga* tedesca.

Repubblica,²⁹ mentre l'AGCM ha pubblicato, a fine 2006, una corposa relazione all'esito dell'indagine conoscitiva chiusa il 27 dicembre, avente ad oggetto la fisiologia – e la patologia – della concorrenza tra le società professionistiche di calcio, nonché tra tutti gli operatori di quel settore.

3. *La neonata riforma e le sue prevedibili implicazioni*

L'intervento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha rivestito duplice importanza nel generale dibattito sulle riforme necessarie per la ristrutturazione del mondo dello sport: in prima battuta, perché è intervenuta pesantemente in tutti i settori sensibili del movimento (mercato del lavoro; equilibrio finanziario; rapporto di mediazione sportiva), identificando con sufficiente chiarezza gli aspetti imprenditoriali dello sport e, conseguentemente, auspicando profonde modifiche, in chiave anti-concorrenziale, delle normative di settore; *in secundis*, e nello specifico, perché ha esplicitato l'*iter* logico che giustifica un cambio di rotta sul punto dei diritti di diffusione.

Pur nella già lamentata visione calciocentrica (tipica dell'Italia), l'AGCM ha il merito di verificare come «le entrate legate ai diritti televisivi satellitari rappresentano in media la maggiore entrata per una società di calcio professionistico militante in Serie A; tuttavia, a causa della negoziazione individuale, tra le varie squadre l'incidenza percentuale relativa a tali introito varia moltissimo, sino al 15%, in relazione alla loro appetibilità»³⁰ per gli acquirenti dei diritti.

La conclusione è sibillina: «l'attuale criterio di vendita individuale dei diritti di trasmissione televisiva ha determinato sperequazioni tra le società di calcio all'interno del medesimo campionato» (p. 51).³¹

Preso atto, perciò, degli interventi della Commissione Europea in favore della specificità dello sport, già ricordati, nonché di una situazione di fatto per cui, nel settore calcistico, le Leghe professionistiche operano su delega specifica di ogni società, per la negoziazione collettiva di alcuni diritti di diffusione (per l'esattezza, diritti televisivi degli *highlights* e diritti radiofonici del Campionato e diritti televisivi e radiofonici delle gare di Coppa Italia), e che tale sistema meglio garantisce la mutualità, ovvero una ripartizione dei proventi legata sia al potere economico dei club sia ai risultati sportivi sia alle esigenze di equilibrio economico, la AGCM salomonicamente conclude: «l'Autorità auspica che la ripartizione dei proventi derivanti dalla vendita dei diritti televisivi, indipendentemente dallo

²⁹ Al momento della redazione dell'articolo (maggio 2007), la votazione sul provvedimento è stata rimandata a causa di uno sciopero del trasporto aereo.

³⁰ Provvedimento AGCM, 21 dicembre 2006, n. 16280, reperibile on line all'indirizzo web www.agcm.it (marzo 2007), 50.

³¹ Per un'opinione contraria, peraltro ben argomentata, si veda S. FALCONIERI, F. PALOMINO, J. SAKOVICS, *La vendita dei diritti televisivi nel calcio: centralizzazione vs decentralizzazione*, in *Riv. Dir. Ec. Sport* vol. 1, n. 3, 2005, 67, per i quali non esiste un sistema migliore di vendita dei diritti, dovendo quest'ultimo rapportarsi ad alcune varianti dipendenti dal sistema-sport e del mercato dei diritti.

specifico meccanismo di commercializzazione adottato, sia effettuata da un soggetto avulso dagli interessi economici delle società di calcio, e realizzata nell'ottica di garantire la necessaria flessibilità al sistema» (p. 64).

Correttamente, infatti, l'AGCM si limita ad affrontare i temi aderenti al proprio ambito di competenza, ovverosia la tutela della concorrenza tra imprese, rispetto al quale la regolamentazione specifica dell'attività negoziale sui diritti di diffusione appare esorbitante.

Le previsioni dell'Autorità, d'altro canto, risultano speculari (a parte qualche divergenza) agli indirizzi espressi dall'esecutivo, il quale, con il progetto di legge approvato il 21 luglio 2006, ha richiesto al Parlamento una delega al fine di ristabilire l'equilibrio competitivo tra le società di calcio mediante una più ragionata negoziazione dei diritti di diffusione.

Tale progetto, originariamente destinato alle sole competizioni calcistiche, è stato approvato dalla Camera dei Deputati con significative modifiche, ed è stato finalmente approvato, nella sua forma definitiva, dal Senato in data 6 maggio 2007.³²

Il testo del disegno di legge – come modificato dalla Camera – prevede espressamente che il Governo, con appositi decreti d'attuazione, disciplini «la titolarità e l'esercizio e il mercato» dei «diritti di trasmissione, comunicazione e messa a disposizione del pubblico, in sede radiotelevisiva e sulle altre reti di comunicazione elettronica, degli eventi sportivi dei campionati professionistici e delle altre competizioni professionistiche organizzate a livello nazionale».

Ergo, la questione riguarderebbe esclusivamente l'intera sfera professionistica dello sport.³³

I principi informativi di tale intervento dovranno essere: *in primis*, il riconoscimento del carattere sociale dell'attività sportiva e, quindi, la equa ripartizione tra i soggetti partecipanti delle risorse economiche e finanziarie derivanti dalla commercializzazione dei diritti (art. 2, lett. a) e f); *in secundis*, e ciò che è più importante, «il riconoscimento, in capo al soggetto preposto all'organizzazione sportiva e ai soggetti partecipanti alla competizione medesima, della contitolarità del diritto di utilizzazione a fini economici della competizione sportiva» (art. 2, lett. c).

La salvaguardia della concorrenza, d'altro lato, sarebbe tutelata mediante strumenti equilibrativi di cosiddetto «secondo livello»³⁴ (le emittenti televisive e gli

³² I lavori sono stati notevolmente rallentati a causa prima delle vicende che hanno coinvolto il mondo dello sport (l'uccisione dell'ispettore Filippo Raciti durante i tumulti occorsi in occasione della gara Catania-Palermo) e indi le tribolazioni del Governo, dimissionario per un voto in politica estera.

³³ La questione non è oziosa, atteso che, nella versione uscita dal Consiglio dei Ministri, la normativa era rivolta esclusivamente «ai campionati di calcio e alle altre competizioni calcistiche professionistiche» (art. 1), e la modifica del testo operata dalla Commissione competente presso la Camera dei Deputati ha avuto valenza oltremodo sostanziale.

³⁴ Così M. COCCIA, *Il diritto antitrust e lo sport*, in M. COCCIA, A. DE SILVESTRI, O. FORLENZA, L. FUMAGALLI, L. MUSUMARRA, L. SELLI, *Diritto dello Sport*, Le Monnier, Firenze, 2004, 259.

operatori mediatici) che consentano il pluralismo degli operatori e la loro professionalità (con esclusione espressa del fenomeno della sub-licenza, ed anche dell'acquisto dei diritti relativi a piattaforme per le quali non si posseda titolo abilitativo, art. 2, lett. d). In particolare, viene raccomandata la parità di trattamento di tutti gli operatori, e la loro necessaria presenza concorrente (art. 3, lett. b) e c). Non irrilevante, a tal proposito, è la circostanza che sia competente per vigilanza e controllo l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, assieme all'Autorità garante per le telecomunicazioni (art. 3, lett. l).

La mania tutta italiana di una legislazione onnicomprensiva pervade anche questo disegno di legge che, in spregio all'autonomia dell'ordinamento sportivo (anch'essa riconosciuta per legge³⁵), va ad incidere anche sui criteri di ripartizione dei proventi, prevedendo la prevalenza³⁶ dell'attribuzione delle risorse relative ai diritti di sfruttamento economico «in parti uguali» alle singole squadre, con l'attribuzione del residuo all'organizzatore, che provvede a ripartirle «tenendo conto anche del bacino d'utenza e dei risultati sportivi», e ciò, comunque, «in modo tale da valorizzare e incentivare le categorie inferiori e lo sviluppo del settore giovanile» (art. 2, lett. h) e i).

Graziosamente, viene concesso che la ripartizione possa avvenire «anche» attraverso regole determinate dall'organizzatore; regole, però, che debbono conformarsi *in toto* alle stringenti limitazioni *ex lege*.

La normativa, qualora resa definitiva e supportata adeguatamente dai decreti d'attuazione, chiude definitivamente la partita; difatti, depurato dei salamelecchi in onore alla socialità dello sport e alla sua autonomia, il testo chiarisce:

- a) che le questioni economiche relative al mondo professionistico sono d'intera competenza statale, ivi compresa l'attività di indirizzo con riferimento alla mutualità, in ossequio ai principi in materia di tutela della concorrenza tra imprese;
- b) che i diritti di sfruttamento delle manifestazioni sportive – così intesi in modo più aderente ad un *property right* dell'imprenditore che non al diritto d'autore, inteso in senso artistico ovvero dello spettacolo – fanno capo all'organizzatore dell'evento e ai singoli partecipanti, se differenti, quali contitolari;³⁷
- c) che entro tali diritti si comprende qualsiasi riproduzione dell'evento stesso, di qualsiasi tipo e mediante qualsiasi piattaforma o mezzo tecnologico;

³⁵ «La Repubblica riconosce e favorisce l'autonomia dell'ordinamento sportivo nazionale», art. 1 L. n. 280/2003.

³⁶ Anche in questo caso il passaggio alla Commissione competente della Camera ha sensibilmente modificato il testo originario, che prevedeva l'attribuzione in parti uguali delle risorse di «una quota pari almeno alla metà» delle stesse: dopo il primo esame parlamentare, l'indicazione dei criteri si è esattamente ribaltata, con necessità di una ripartizione paritaria di almeno il 51% degli introiti.

³⁷ In tal modo vengono rielaborate le conclusioni cui era giunto il Tribunale di Francoforte, 18 marzo 1998, *Eisele vs FIA e ISC*, per il quale la Federazione nazionale doveva considerarsi contitolare dei diritti della manifestazione sportiva in virtù del valore aggiuntivo dato dal suo apporto organizzativo.

d) che, presumibilmente, le questioni relative ai limiti del sopra citato indirizzo, nonché al diritto d'informazione dell'utente finale (il cosiddetto «terzo livello» del mercato), restano subordinate o, meglio, sacrificate all'ambito economico-concorrenziale; infatti, non trovano menzione nel testo di legge.

La probabile approvazione del disegno di legge (e la conseguenziale redazione dei decreti) fa intravedere significativi problemi di coordinamento e integrazione tra la nuova normativa e i correnti indirizzi giurisprudenziali, tra cui, a titolo esemplificativo, quello in punto di diritto di cronaca.³⁸

D'altro canto, la critica al testo non deve esser eccessiva, poiché la riforma è stata più volte autorevolmente auspicata e poiché i decreti attuativi hanno comunque la possibilità di calibrare la disciplina sulla base delle esigenze già riconosciute dello sport: l'autonomia, la solidarietà tra attori, la tutela dei vivai e la finalità di lucro delle imprese sportive (nonché delle aziende di comunicazione, senza pregiudizio per la concorrenza).

Il presente lavoro, peraltro, nell'imminenza del licenziamento del testo definitivo, si prefigge lo scopo di indicare i motivi di attrito, in modo che siano evidenti sin d'ora gli intricati problemi che si porranno prossimamente. Per questo ci si auspica che quanto già espresso sia sufficiente a garantire un positivo approccio critico.

In tal senso, un ulteriore elemento di discussione, sino ad oggi del tutto ignorato, pare degno di trattazione e, pertanto, viene fatto oggetto del prossimo paragrafo.

4 *La grande questione irrisolta: la ripartizione dei proventi economici nell'ambito del diritto associativo italiano*

La soluzione prospettata dal disegno di legge, si ribadisce, crea una sorta di contitolarità dell'organizzatore dell'evento sportivo e delle società a questo partecipanti dei diritti di sfruttamento economico sullo stesso.

È chiaramente previsto nel testo come parte del ricavato debba esser incamerato dall'organizzatore *iure proprio* e quindi ripartito tra le altre società, secondo criteri mutualistici concordemente stabiliti. Nei fatti, è la legge ad imporre una ripartizione dei proventi dalla cessione. La formula, seppur possa apparire scontata, non lo è affatto e incide pesantemente nei vecchi schemi del diritto delle persone giuridiche.

³⁸ Difatti, nel testo non vi è menzione del diritto di cronaca, peraltro riconosciuto anche dall'art. 19 della Dichiarazione Universale sui diritti dell'uomo che esplicita come «ogni individuo ha diritto alla libertà di opinione e di espressione, incluso il diritto di non esser molestato per la propria opinione e quello di cercare, ricevere e diffondere informazioni e idee attraverso ogni mezzo e senza riguardo a frontiere»; in tal senso, e posta la rilevanza, condivisibile o meno in via di principio, dello sport nella società moderna, mal si attaglia a tale principio, come riconosciuto dalle corti statali, l'enucleazione di un diritto assoluto allo sfruttamento economico della manifestazione, la cui *potestas excludendi alios* potrebbe creare notevoli intralci alla libera circolazione delle notizie.

La questione che si pone, difatti, deriva dalla natura giuridica dell'organizzatore dell'evento. Tale figura, nell'ambito dell'agonismo programmatico dell'ordinamento sportivo, è sempre corrispondente o alla Federazione Sportiva Nazionale ovvero, nel caso dei maggiori campionati di sport di squadra, dalla Lega di riferimento.

Questa Lega, in particolare, è considerata un ente «di secondo grado», quale associazione delle società sportive che partecipano ad uno o più determinati campionati.³⁹ Le Leghe hanno la precipua funzione di accollarsi l'organizzazione del Campionato o dei Campionati di riferimento, competenza che deriva direttamente dagli Statuti e dai Regolamenti della Federazione.

Nell'ambito di tale attività, la Lega si costituisce come associazione privatistica non riconosciuta – al pari della Federazione – dotata di piena autonomia organizzativa e amministrativa. Dalla sua composizione – nonché da un sistema di deleghe *ad hoc* – discende la rappresentatività delle società associate, talché si ritiene che gli accordi sottoscritti in forza del mandato associativo «comportano l'assunzione dei relativi obblighi attivi e passivi in capo a tutte le associazioni».⁴⁰

In definitiva, Federazioni e Leghe sono tutte costituite come associazioni sportive senza finalità di lucro, con la sola eccezione della Lega Pallavolo di Serie A, che nell'aprile 2002, si è trasformata in un consorzio con attività esterna ai sensi degli artt. 2602 e ss. del codice civile.

Pur essendo la pallavolo sport puramente dilettantistico – e quindi meno interessato dalla *bagarre* sui diritti di trasmissione, se non nei principi – tale trasformazione è sintomatica. Come giustamente rilevato,⁴¹ le attività di natura commerciale esercitate dalle Leghe hanno ormai assunto preponderanza sulle proprie competenze istituzionali, tanto che i proventi da *sponsorship*, *merchandising* e cessione dei diritti di diffusione sono la parte più consistente delle entrate associative.

Tuttavia, la legislazione italiana vieta in ogni modo la ripartizione degli utili fra associati, nel caso di sodalizi senza scopo di lucro.⁴² Vieppiù, le modifiche introdotte dall'art. 90 L. n. 289/2002 hanno imposto che tale divieto venga inserito direttamente negli Statuti delle società, al fine che queste possano essere riconosciute dal CONI⁴³ e partecipare all'ordinamento sportivo da quest'ultimo rappresentato

³⁹ Così, O. FORLENZA, L. SELLI, *I soggetti degli ordinamenti sportivi nazionali*, in M. COCCIA, A. DE SILVESTRI, *Diritto dello Sport*, cit., p.90.

⁴⁰ M. SANINO, *Diritto Sportivo*, Cedam, Padova, 2002, 78.

⁴¹ Si veda O. FORLENZA, L. SELLI, *I soggetti degli ordinamenti sportivi nazionali*, in M. COCCIA, A. DE SILVESTRI, *Diritto dello Sport*, cit., p. 91.

⁴² È pacifico in dottrina e giurisprudenza che l'esistenza di una società commerciale derivi dall'esercizio comune di un'attività con contenuto economico e dalla sua finalizzazione al conseguimento di utili: per tutti, si veda F. DI SABATO, *Manuale delle Società*, Utet, Torino, 1995, 5; F. FERRARA, F. CORSI, *Gli Imprenditori e le Società*, Giuffrè, Milano, 2006, 207; G. FERRI, *Delle Società - art. 2247-2324*, in A. SCIALOJA, G. BRANCA (a cura di), *Commentario al Codice Civile*, Zanichelli, Bologna, 1996, 455; *a contrariis*, l'assenza di scopo di lucro è essenziale e connaturata alle persone giuridiche costituite ai sensi degli artt. 14 e ss. del codice civile.

⁴³ A tal fine si rammenta come a partire dal 2 novembre 2005 è entrato in funzione il Registro

nel vertice.

Se tale limite non ha alcuna incidenza nei confronti dei singoli sodalizi, che, nel caso del professionismo, sono società di capitali con scopo di lucro⁴⁴ e, dunque, mediante la vendita individuale possono incamerare i diritti TV o *similia*, potrebbe però costituire un ostacolo concettuale e pratico alla letterale applicazione dell'art. 2, lett. h), del testo del disegno di legge nei confronti di Leghe e Federazioni, associazioni non riconosciute ai fini dell'ordinamento statale, e che, ad oggi, erogano contributi alle associate o semplicemente trattano la stipula di contratti in nome e per conto altrui, senza mai distribuire somme mai qualificabili come «utili» o «ricavi».

Secondo la norma in esame, difatti, gli Enti organizzatori dell'evento si vedrebbero attribuiti direttamente parte dei proventi della cessione, oltre a incassare anche il residuo, agendo quale mandatari senza rappresentanza.

La maggior parte dei proventi, compresi quelli ricevuti nella qualità di titolare dell'evento, devono poi esser ridistribuiti tra gli associati.

Sino ad oggi la problematica era stata risolta in disparate maniere – anche per l'assenza di una chiara indicazione sulla titolarità dei diritti: ad esempio, la Lega Nazionale Professionisti (di seguito, LNP), organizzatrice dei Campionati di calcio di serie A e B, gode di delega specifica rilasciata da ogni singola società al fine di contrattare e stipulare la cessione dei diritti, attualmente in forma collettiva, del calcio (*highlights* e diritti radiofonici, art. 3, lett. d) del Regolamento interno della LNP). Inoltre, La LNP usufruisce anche di entrate considerate «meri introiti finanziari a scopo mutualistico» (art. 19, comma 2, del Regolamento interno della LNP), e corrispondenti ad una percentuale dei corrispettivi della vendita individuale da parte delle società dei diritti di diffusione delle gare sui circuiti criptati di comunicazione televisiva. Tali somme vengono incamerate esclusivamente per la distribuzione in forma mutualistica alle altre società. *Ne verbum quidem*, però, nel Regolamento su riparti diretti di somme agli associati – così non è nel nuovo Statuto FIGC – però, come si vedrà in seguito.

Eguale situazione nelle Carte della Lega Professionisti Serie C. Diversamente, la Lega Pallavolo Serie A, come si è già indicato, si è costituita direttamente come Consorzio e, comunque, non compare nell'organigramma federale.

Se la riforma giunge in porto, si andrebbe ad adottare un sistema misto di

delle Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche, in forma telematica, pubblicato sul sito web www.coni.it; il Registro è stato istituito dall'articolo 5, comma 5, lett. c) del D.lgs. 23 luglio 1999, n. 242 e regolamentato dalla deliberazione del Consiglio Nazionale CONI dell'11 novembre 2004; inoltre, con l'articolo 7 della L. n. 186/2004 è stato disposto che le agevolazioni fiscali previste per le società ed associazioni sportive dilettantistiche dall'art. 90 della L. n. 289/2002, e successive modificazioni, si applicano solo alle società ed alle associazioni sportive dilettantistiche che sono in possesso del riconoscimento ai fini sportivi rilasciato dal CONI, quale garante dell'unicità dell'ordinamento.

⁴⁴ Così a seguito della modifica della L. n. 91/1981, compiuta dal D.L. n. 485/1996, come convertito dalla L. n. 586/1996.

titolarità dei diritti, con obbligo di ripartizione diretta dei proventi: in tal senso, sarebbe possibile la deroga al generale principio di indivisibilità degli utili, sancito dallo stesso art. 90 L. n. 289/2002 («i proventi delle attività non possono, in nessun caso, essere divisi fra gli associati, anche in forme indirette»), in forza di una *lex specialis* sopravvenuta.

In ogni caso, si va adesso a creare un *unicum* in ambito commerciale (anche fiscale), costituito da un ente senza scopo di lucro che distribuisce di fatto introiti a lei spettanti, alle proprie affiliate o associate. La regolamentazione del settore sarà il primo banco di prova cui deve confrontarsi il legislatore, se sceglierà di proseguire nella strada segnata dal disegno di legge in discussione.

La FIGC, peraltro, aveva da poco operato una fuga in avanti, prevedendo nello Statuto di recente approvazione,⁴⁵ un articolo rubricato «distribuzione delle risorse» (art. 12), nel quale si scrive testualmente che «le Leghe di settore possono stipulare gli accordi attinenti ai diritti di diffusione e, in generale, allo sfruttamento commerciale delle competizioni di competenza» e che «i ricavi derivanti dai predetti accordi sono distribuiti con modalità perequative che perseguano l'equilibrio competitivo in ciascun campionato, con una quota destinata allo sviluppo delle attività di calcio giovanile delle società partecipanti ai campionati da cui derivano tali ricavi».

Il dado è tratto; perciò, è la distribuzione dei ricavi tra gli associati, come consentita dalla legge, che da oggetto misterioso, diviene uno strumento essenziale anche ai fini della garanzia circa l'equilibrio sportivo.

Quel che è certo è come la negoziazione collettiva – più rispondente, in via di principio, alle esigenze solidaristiche dello sport – non è la panacea di tutti i mali. Né questa riesce, da sola, a contrastare la progressiva erosione dei principi dell'olimpismo da parte delle fisiologiche esigenze commerciali in capo a società di capitali che esercitano, a buon diritto, lo scopo di lucro.

Il diritto di sfruttamento economico su una manifestazione sportiva è una contraddizione in termini, se considerata nell'ottica dell'ontologico in-utilitarismo del gioco sportivo. Tuttavia, non ci si può nascondere dietro la filosofia o, peggio, demagogiche petizioni di principio. Lo sport è uno dei settori trainanti dell'economia europea e italiana, in particolare. E non si può fare sport di livello, senza adeguati investimenti e adeguati riscontri in termini finanziari.

Per questo, la condivisibile strategia di bilanciare le esigenze economiche delle società professionistiche con il necessario equilibrio sportivo, tramite la vendita centralizzata vincolata a precisi criteri di mutualità, è un passo piccolo, ma significativo, verso una regolamentazione (peculiare) del mondo dello spettacolo sportivo professionistico.

L'interconnessione tra le varie discipline (diritto commerciale sportivo,

⁴⁵ Le numerose modifiche al testo statutario sono state approvate dall'Assemblea Straordinaria della FIGC il 22 gennaio 2007, ed è stato pubblicato, con le modifiche richieste dal CONI e dalla FIFA, nel Comunicato Ufficiale n. 90 del 21 marzo 2007, reperibile on line all'indirizzo web www.figc.it (aprile 2007), nella sezione dedicata alle comunicazioni ufficiali della Segreteria.

diritto fiscale sportivo, diritto associativo sportivo e quant'altro) determina comunque la necessità di un organico ripensamento del settore, al fine di evitare sia di dovere successivamente emendare le riforme e richiudere le falle, in una sorta di moto continuo, sia di garantire maggiore professionalità a tutto il movimento.