

*«I Tiresias, old man with a wrinkled dug
Perceived the scene, and foretold the rest»*

Io, Tiresia, vecchio con le mammelle raggrinzite
Osservai la scena, e predissi il resto

T.S. Eliot, *The Waste Land*

L'EVOLUZIONE DELLA DISCIPLINA SULLA DIFFUSIONE DEI DIRITTI D'IMMAGINE RELATIVI AGLI EVENTI SPORTIVI – IN ITALIA E IN EUROPA – TRA AFFARI, CONCORRENZA E SPECIFICITÀ

di Alessio Piscini*

SOMMARIO: 1. Nota introduttiva – 2. Il rapporto tra diritto delle Comunità Europee e lo sport e il dilemma irrisolto dei diritti TV – 3. La soluzione europea – 4. La soluzione italiana – 5. Spunti di riflessione – 6. Conclusioni

1. Nota introduttiva

Alla ribalta della cronaca sono giunte recentemente le lamentose osservazioni, a firma del Presidente dell'Uefa, Michel Platini,¹ e del Presidente del CONI, Gianni Petrucci,² volte a contestare l'eccessiva invadenza delle logiche commerciali (e, in particolare, del diritto comunitario) nel mondo dello sport.

Michel Platini, in particolare, è stato *tranchant*: l'operare delle Istituzioni comunitarie, a suo dire, avrebbe determinato una situazione per la quale «ogni norma sportiva tende ad essere esaminata attraverso il prisma deformante e approssimativo della normativa europea della concorrenza».

* Avvocato del Foro di Firenze, membro C.d.A. Sobasa S.r.l., fiduciario AIC, e-mail avv.alessiopiscini@libero.it.

Il presente contributo è il frutto dell'intervento dell'autore in occasione del convegno del 21 settembre 2007 a Roma su «Sport: Diritto, Fisco e Concorrenza».

¹ Pubblicata sugli organi di stampa il 19 settembre 2007.

² Apparsa su La Gazzetta dello Sport il 21 settembre 2007.

Non è certo intenzione dello scrivente difendere né la legislazione né la burocrazia europea. Tuttavia, qualche dato merita di esser rammentato per chiarire come la Commissione UE non abbia «adulterato» il calcio più di quanto il calcio non abbia saputo adulterarsi da solo, e che gli interventi delle Istituzioni comunitarie in materia – condivisibili o meno – siano dovuti, piuttosto, ad un’attenta analisi della situazione di fatto e da una apprezzabile capacità di lettura dei prevedibili sviluppi (*perceived the scene, and foretold the rest*, per l’appunto).

In questa temperie, la materia dei diritti di diffusione relativi alle immagini degli eventi sportivi è sintomatica del più generale rapporto tra la normativa in materia societaria (anticoncorrenziale, *in primis*), di conio europeo o nazionale, e la normativa settoriale, in una continua ricerca di equilibrio tra le esigenze commerciali dei *media*, quelle individuali dei consumatori e le esigenze specifiche del settore sportivo.

2. *Il rapporto tra diritto delle Comunità Europee e lo sport e il dilemma irrisolto dei diritti TV*

Perceived the scene, and foretold the rest, dicevamo: le Istituzioni dell’UE – e, in particolare, la Corte di Giustizia – in tempi insospettabili hanno chiarito che l’attività sportiva agonistica di natura apicale stava assumendo sempre più connotati «commerciali» e che, per l’effetto, non poteva sottrarsi all’applicazione dei principi generali in materia di diritto anti-concorrenziale.³

Ulteriormente, all’inizio degli anni ’90, l’incidenza delle attività commerciali nel mondo dello sport fu intuito sia dalla Corte di Giustizia, che immediatamente ritenne le società sportive nel più ampio *genus* delle aziende, a tutti gli effetti, a prescindere dalla forma giuridica adottata,⁴ sia dalla Commissione, che rilevò come gli eventi sportivi, oltre al loro valore intrinseco, rivestissero particolare interesse nel mercato degli operatori di comunicazione (*broadcasters*).⁵

Tale ultima decisione pone in evidenza la doppia rilevanza dei diritti di diffusione sugli eventi sportivi: da un lato, l’interesse generale dello sport a raggiungere un numero sempre maggiore di *utenti*; dall’altro, l’interesse degli operatori nel mercato della comunicazione ad accaparrarsi un prodotto particolarmente appetibile, perché richiesto dai consumatori. Nel mezzo, sta il giusto prezzo. Ed è sui criteri di raggiungimento di tale giusto prezzo che società, Leghe, Federazioni, Tribunali e legislatori si sono accapigliati sino ad oggi.

In principio, non vi erano grandi interessi economici – almeno in Europa. Perciò, *nulla quaestio*. Pian piano, però, l’attenzione dei *broadcasters* nei confronti

³ In due risalenti *leading cases* la Corte aveva già chiaramente stabilito come l’attività sportiva fosse soggetta alle norme della Comunità nel caso in cui sia configurabile come attività economica – sentenze 12 dicembre 1974, causa 36/74, *Walrave e Koch*, Racc., 1405, punto 4; 14 luglio 1976, causa 13/76, *Donà*, Racc., 1333, punto 12.

⁴ Corte di Giustizia, sentenza 23 aprile 1991, causa C-41/90, *Höfner*.

⁵ Commissione Europea, decisione 19 febbraio 1991.

degli eventi sportivi si è fatta sempre più morbosa, sino a divenire spasmodica, come negli ultimi anni. A questi punti, il prezzo di vendita dei diritti di diffusione si è impennato, sino a raggiungere le vette stratosferiche della metà degli anni novanta, tutt'ora perduranti.

Dal punto di vista giuridico, i problemi essenziali che si posero – e si pongono – erano due:

- 1) la titolarità del diritto di immagine sugli eventi;
- 2) la natura del mercato nel quale le transazioni vengono a collocarsi.

Per quel che riguarda la prima questione, pacifico è che la titolarità del diritto spetti all'ente organizzatore, con riferimento agli eventi a partecipazione individuale (*meeting* di atletica, ad esempio) e, comunque, agli eventi *una tantum*, o ciclicamente ricorrenti (Olimpiadi, Campionati mondiali). Differentemente, per i Campionati *round robin* (con riferimento particolare, se non esclusivo, al calcio) la titolarità sui diritti di ogni singola gara poteva esser rivendicata sia dalla società sportiva che organizza e si assume la responsabilità giuridica della manifestazione, sia dall'Ente organizzatore (Federazione sportiva o Lega *ad hoc*), nell'ottica di una proprietà complessiva del Campionato nel suo complesso.

In entrambi i casi, l'ossequio alla tradizione romanistica conduce a sussumere il diritto dominicale nei *property rights* dell'imprenditore sui frutti della propria attività, piuttosto che nei generali principi sul diritto all'immagine.

Operativamente, i vari Stati dell'Unione Europea risolsero la questione, a suo tempo, in ordine sparso, talché in alcune nazioni vige la vendita individuale dei diritti, mentre in altre la vendita collettiva tramite Federazioni o Leghe. Gli effetti, e le impostazioni giuridiche, come ovvio, erano molto differenti.

Da notare che il problema si era posto con la stessa urgenza negli Stati Uniti degli anni Sessanta, laddove, a fronte degli assalti individualistici dei Club sugli appetitosi diritti di trasmissione, supportati da alcune pronunce giurisprudenziali, era intervenuto il legislatore per chiarire che la proprietà sulle immagini dei Campionati professionistici fosse dell'Ente organizzatore, in quanto il valore delle partite dipende, in via preminente, dalla complessiva struttura agonistica nella quale queste sono inserite (teoria della c.d. «*single entity*»)⁶.

Con riferimento alla seconda problematica, invece, sin da principio è emersa la difficoltà di ridurre *ad unum* la pluralità dei mercati; troppe differenze vi sono, sia in direzione «orizzontale» (relative alla tipologia d'evento: grandi competizioni sportive ricorrenti, campionato mondiale di calcio, campionati nazionali di calcio), sia «verticale» (mercato *upstream*, tra gli organizzatori dell'evento e i *broadcasters*, e *downstream*, tra i *media* e gli utenti), sia, anche, di natura «tecnica» (diritti televisivi in chiaro, ovvero in criptato, ovvero diritti di diffusione su piattaforme di nuova tecnologia). Simile complessa struttura determina l'assoluta impossibilità di considerare in modo unitario la negoziazione e consiglia, a qualsiasi operatore

⁶ Per un bell'intervento sull'argomento, E. Poddighe, *La qualificazione dei diritti televisivi sugli spettacoli sportivi come property rights nell'esperienza statunitense*, in *Diritti televisivi e teoria dei beni*, Cedam, 2003, 358.

in diritto, un approccio empirico, attento alle dissimili – e, spesso, divergenti – caratteristiche delle singole partizioni.

3. *La soluzione europea*

La Commissione UE, infine, nell'assenza di accordi e di, anche minima, unità di intenti tra le maggiori nazioni, ha tagliato il nodo gordiano, indicando in tre ravvicinate decisioni gli indirizzi consigliati in materia di cessione delle immagini TV nel mercato dei Campionati di calcio professionistici, i più rilevanti esempi di tornei *round robin*.⁷

Nella prima di tali pronunce (brevemente, la «Uefa»), la Commissione, lungi dall'applicazione pedissequa delle norme anti-concorrenziali, ha tentato un bilanciamento tra le aspirazioni «affaristico-commerciali» dello sport (che ci sono, e neppure tanto nascoste) e la sua riconosciuta «specificità», derivante dall'origine dilettantistica del CIO e delle Federazioni e dalla dimensione sociale dell'attività fisica agonistica.⁸ La natura imperfetta del mercato sportivo, nel quale soltanto un'equa ripartizione delle risorse garantisce il miglioramento tecnico e spettacolare, necessita anche di un'equa ripartizione delle risorse, e tale equità viene raggiunta consentendo la vendita collettiva dei diritti di diffusione (nel caso, televisiva) di un intero Campionato o Torneo (nel caso specifico, «*Champions League*» di calcio), alla stregua delle seguenti considerazioni:

- la vendita collettiva, giuridicamente, deriva dalla proprietà sui diritti di diffusione tra l'ente organizzatore e le singole squadre partecipanti, essendo tutti i sodalizi concorrenti nella produzione dello spettacolo sportivo;
- la vendita collettiva viene consentita in vista di una redistribuzione del ricavato (che diventa un aiuto «*objective and justifiable*») che tenga conto della predetta «imperfezione» del mercato;
- la vendita collettiva, comunque, persegue lo scopo, concorrenzialmente positivo, di ridurre i costi di transazione (in favore dei *broadcasters*) e valorizzare il prodotto definitivo (in favore di tutti gli operatori);
- la vendita collettiva deve comunque evitare la creazione di un monopolio nel mercato (*recte*, nei mercati), *downstream*, talché è consentita soltanto dietro frazionamento del prodotto (immagine dell'evento) in più «pacchetti»

⁷ Le decisioni sono le seguenti: 23 giugno 2003, caso 37398, *UEFA*, OJ 2003, L 291/25; 19 gennaio 2005, caso 37214, *Bundesliga*, OJ 2005, L 134/46; comunicazione 22 marzo 2006, caso COMP/C-2/38.173, *Premier League*.

⁸ In tal senso, l'Unione Europea si era già pronunciata nella Dichiarazione di Nizza del 7-9/12/2000 e nella Direttiva 89/552/CEE, c.d. «Televisione senza frontiere», indicando, nella prima, i valori sociali e educativi del mondo sportivo da preservare e, nella seconda, la tutela di tale rilevanza, mediante il riconoscimento del diritto dei cittadini ad assistere “in chiaro”, come utenti televisivi, agli spettacoli sportivi di maggior interesse e tradizione dei singoli mercati nazionali.

(divisi in relazione all'immagine stessa, ad es. intera partita o *highlights*, ovvero in relazione alla piattaforma, tra diritti di trasmissione TV in chiaro o criptato, *etc.*) ed anche con divieto di cessione per un periodo più lungo di tre anni.

Ciò posto, le successive decisioni hanno ribadito i succitati punti, con particolare attenzione all'obbligo di parcellizzazione dei diritti in «pacchetti» e al divieto di eccessiva durata temporale delle «esclusive».

La *ratio* delle conclusioni raggiunte è compiutamente esposta in uno degli *annex* al libro Bianco sullo sport:⁹ i vantaggi sopra esposti della vendita collettiva consentono di accettare lo «sportello unico» (espressione mutuata dal prof. Davide Sarti¹⁰) della vendita ai sensi dell'art. 81, comma 3, del Trattato CE, potendo questa specie di accordo tra imprese esser consentito sia per i vantaggi concorrenziali prodotti sia in ossequio alla specificità dello sport.

La Commissione, correttamente, rileva anche che la situazione di comproprietà sui diritti tra organizzatore e partecipanti, più che da un'impostazione dottrinale, deriva dalla pragmatica necessità di evitare l'applicazione dell'art. 82, Trattato CE, in punto di abuso di posizione dominante, e ciò a prescindere dalle conseguenze pratiche che questa comunione forzosa comporta.

Ecco che, alla luce dei precedenti comunitari in materia, si possono delineare facilmente i requisiti per una vendita collettiva:

1. un ragionevole numero di differenti «pacchetti» di vendita in cui dividere i diritti di diffusione, secondo le effettive ripartizione dei mercati;
2. la necessità di evitare una divisione in pacchetti che privilegi gli operatori più forti (per es., mediante la vendita degli incontri più appetibili nello stesso pacchetto), ovvero pregiudichi gli operatori di alcune piattaforme;
3. una vendita trasparente e non condizionata da clausole irragionevoli;
4. il divieto di acquisizione totalitaria delle immagini (c.d. «*no single buyer obligation*»).

La Commissione, piuttosto che un elenco di prescrizioni tassative, ha precisato che la lista dei rimedi sopra descritta deriva da un approccio empirico, volto alla ricerca della miglior soluzione in concreto. In altre parole, la miglior soluzione deve esser individuata caso per caso, semplicemente tenendo di conto delle considerazioni già svolte in ordine alla compatibilità di certi accordi con la normativa comunitaria (nelle parole originali, «*the Commission will have to carefully assess each individual case in order to determine, where necessary, the appropriate remedy or remedies*»). Quanto sopra, tenendo ferme le generali considerazioni sulla compatibilità della vendita collettiva con l'applicazione (da operare con «*sufficient flexibility*») degli artt. 81 e 82 del Trattato.

⁹ Annex, rubricato *Impact assessment*, al Libro Bianco sullo sport, par. 3.1.3, 81 e ss., reperibile in http://ec.europa.eu/sport/index_en.html (ottobre 2007).

¹⁰ DAVIDE SARTI, *Antitrust e negoziazione accentrata dei diritti esclusivi*, in *AIDA, Annali italiani del diritto d'autore, della cultura e dello spettacolo*, Milano, 2001, 343-390.

4. La soluzione italiana

Mentre in Europa si studia per una soluzione razionale, che sia politica e tecnica al tempo stesso, con particolar riferimento alla regolamentazione del ben più interessante (concorrenzialmente parlando) mercato *downstream*, l'Italia ha scelto, sino al 2006, un profilo ben differente, una de-regolamentazione selvaggia che, dati alla mano, non ha giovato al movimento sportivo.

Il problema dei diritti di diffusione degli eventi sportivi si è posto all'inizio degli anni '90, con l'avvento della TV criptata, e la possibilità, *de facto* concessa, di far vedere *pay per view* tutte le gare del Campionato di Serie A di calcio. Senza particolari approfondimenti, e in ossequio alla generale e tradizionale impostazione romanistica sui diritti dominicali, i singoli club ospitanti iniziarono, a far data dalla scadenza contrattuale tra Lega Calcio e RAI del 1993, a trattare con gli operatori del settore comunicazione per la vendita delle gare interne del massimo Campionato, con notevole beneficio per le proprie casse. Il fiume di soldi che scese al mare magno dei bilanci dei club professionistici ebbe determinante influenza anche sulla decisione del legislatore, contestata da molte voci, di consentire la finalità statutaria di lucro alle stesse, ed anche la quotazione in borsa.¹¹

Ben presto, però, la «bolla speculativa» mostrò i propri limiti, sotto forma, precipuamente, di fallimenti da parte di alcune, forse spregiudicate, società sportive professionistiche,¹² i cui maggiori guadagni erano stati presto assorbiti nei maggiori costi, in una corsa senza fine, e sotto forma della creazione di un monopolio perfetto nel mercato della TV criptata, a seguito della fusione Telepiù-Stream.

Per tale motivo, il legislatore italiano, con la lungimiranza che lo contraddistingue, non trovò di meglio che intervenire con una legge che regolasse esclusivamente «il mercato dei diritti TV in criptato» sulle gare del Campionato di Calcio di Serie A.¹³ Praticamente, un micro-settore, nel quale la vendita individuale era temperata esclusivamente dal divieto, per ogni acquirente, di detenere più del 60% delle gare dell'intero torneo (una sorta di «*no single buyer rule*»). Su tutto il resto dell'universo dei diritti di diffusione, *ne verbum quidam*. La norma, resasi necessaria anche per l'intervento dell'Autorità Garante per la Concorrenza e il Mercato (d'ora in avanti, AGCM), che aveva chiaramente benedetto la vendita individuale come unico mezzo per evitare situazioni anti-concorrenziali,¹⁴ però, non garantiva la realizzazione di alcuna esaustiva disciplina del settore, di fatto determinando una situazione di totale de-regolamentazione, laddove il calcio operava

¹¹ Legge 18 novembre 1996, n. 586.

¹² Tipico riferimento è il fallimento dell'A.C. Fiorentina S.p.A., dovuto anche ai legami tra la società sportiva e altre aziende coinvolte nell'acquisizione dei diritti di diffusione televisiva del Campionato di Serie A, nonché, pur con le dovute differenziazioni, all'esperienza poco felice del Consorzio Gioco Calcio, costituito da alcune società professionistiche per modificare *in melius* il proprio potere contrattuale.

¹³ Legge n. 78 del 29 marzo 1999, di conversione del Decreto Legge n. 15 del 30 gennaio 1999.

¹⁴ Prov. AGCM n. 7340 del 1 luglio 1999, Vendita diritti televisivi, col quale era reputata come intesa illegittima tra aziende la vendita collettiva dei diritti da parte della Lega Calcio.

con modalità a se stanti, mentre gli altri sport, specialmente laddove le Federazioni riuscivano ad aver maggior peso, continuavano ad adoperare la vendita collettiva, magari mediante deleghe *ad hoc*.

L'anno di grazia 2006, tuttavia, ha determinato una differente sensibilità, sia nell'ordinamento statale sia nell'ordinamento sportivo, in ordine alla vendita collettiva: i guai giudiziari degli ultimi anni hanno posto all'evidenza dell'opinione pubblica la necessità di tutelare i valori fondanti il movimento, e, di riflesso, hanno garantito maggior attenzione sulle esigenze di redistribuzione equa delle risorse e di solidarietà mutualistica tra società affiliate alla medesima Federazione.

Ciò posto, in quasi contemporanea, l'AGCM ha mutato radicalmente il proprio indirizzo e, nell'Indagine Conoscitiva n. 27/2006 sul mondo del calcio,¹⁵ ha rilevato come la vendita individuale avesse fallito in relazione ai generali principi dello sport, relegando l'Italia agli ultimi posti nelle statistiche sulla equa distribuzione delle risorse del movimento. Ciò posto, la vendita collettiva è stata riabilitata, con adesione *in toto* alle conclusioni della Commissione Europea sulla compatibilità con la normativa sulla concorrenza, in ossequio alla specificità dello sport, alla natura imperfetta del mercato sportivo e, soprattutto, in presenza dei già determinati requisiti, e alla sua rispondenza alle finalità preminenti del mutualismo tra i sodalizi.

Contestualmente, il Governo ha ottenuto delega dal Parlamento, a seguito dell'emanazione della Legge 19 luglio 2007, n. 106, al fine di emanare decreti per l'integrale regolamentazione del mercato dei diritti di diffusione delle immagini sugli eventi sportivi nei Campionati professionistici. Stavolta, il respiro è più largo.

I punti qualificanti dell'intervento legislativo (sulla quale è difficile esprimere un giudizio sino all'emanazione dei decreti), possono essere così sintetizzati, ovviamente nella loro dimensione di delega al governo alla normazione:

- la regolamentazione dei diritti di trasmissione, comunicazione e messa a disposizione del pubblico degli eventi sportivi dei campionati e dei tornei professionistici a squadre e delle correlate manifestazioni sportive organizzate a livello nazionale, con disciplina finalmente onnicomprensiva;
- la vendita collettiva come strumento unico e concorrenzialmente accettabile di negoziazione, ferma restando la proprietà sui diritti in capo all'ente organizzatore e alle società partecipanti;
- obbligo di redistribuzione degli utili mediante regole dettate dall'organizzatore, ma che prevedano la ripartizione, in parti uguali, alle società partecipanti della quota prevalente delle risorse; in ogni caso, previsione di una quota da destinare, a titolo di mutualità, al settore giovanile e dilettantistico, nonché agli investimenti nella sicurezza degli stadi;
- il rispetto dei principi di accesso, parità di trattamento e libera concorrenza tra gli operatori della distribuzione, senza discriminazione tra piattaforme distributive;
- assicurazione della presenza di più operatori nel mercato *downstream*, anche

¹⁵ Provvedimento n. 16280 del 21 dicembre 2006, reperibile on line all'indirizzo web www.agcm.it (ottobre 2007).

mediante divieto di acquisizione per piattaforme in mancanza di prescritto titolo abilitativo e mediante durata non superiore a tre anni dei contratti.

5. *Spunti di riflessione*

Come già accennato, la legge 19 luglio 2007 n. 106 non può esser eccessivamente criticata, né, d'altro canto, elogiata. Sino a che i decreti delegati non abbiano compiutamente indicato la via, difatti, al di là di alcune chiare petizioni di principio, e dell'evidente allineamento della legislazione italiana ai rimedi reperiti in sede europea, non vi è ancora luce sull'assetto concreto che i mercati andranno ad assumere.

Tuttavia, alcune problematiche – anche più generali – possono esser evidenziate, a mo' di spunti di riflessione, con l'auspicio di poter affrontare più esaustivamente, al di fuori dei limiti temporali del presente intervento:

a) l'effettiva rilevanza degli effetti concorrenziali e l'economicità della legge

L'impostazione della tavola rotonda mi sollecita ad affrontare l'analisi dell'intervento del legislatore italiano anche dalla prospettiva economicista, ovvero la sua rispondenza ad una corretta analisi costi-benefici.

In realtà, debbo dire che non ritengo simile prospettiva completamente adeguata alla materia. Difatti, a seconda del punto di partenza – delle «premesse» – la vendita collettiva può esser valutata positivamente o negativamente.

Come ben analizzato dall'AGCM,¹⁶ è fuori di ogni dubbio che una vendita individuale accresca lo squilibrio tra le squadre concorrenti, rendendo molto più ampia la forbice tra la disponibilità economica delle squadre più forti e più blasonate e le altre, in palese contrasto con la struttura imperfetta della concorrenza nei mercati di diffusione delle immagini sugli eventi sportivi.

Ciò posto, la vendita collettiva sicuramente garantisce il risultato sperato, e determina un maggior equilibrio economico che si riverbera sul campo. Tuttavia, volendo affrontare il problema da altra prospettiva, si potrebbe obiettare – come è stato obiettato – che la vendita collettiva, in un mercato caratterizzato da alcune squadre molto forti e da più squadre di medio-piccolo livello, determina una minor forza contrattuale dello sportello unico di vendita, ed anche un minor incentivo, per le società professionistiche, agli investimenti per i miglioramenti amministrativi (si legga: gestione degli impianti) e tecnici (si legga: valorizzazione del vivaio):¹⁷ simile argomentazione è supportata da complessi (almeno per i profani) calcoli economici.

¹⁶ Il disequilibrio derivante dalla vendita individuale è dimostrato mediante l'applicazione dell'indice di Gini (misuratore della disuguaglianza in una distribuzione): provvedimento n. 16280 del 21 dicembre 2006, *cit.*, 58 e ss.

¹⁷ Così S. FALCONIERI, F. PALOMINO e J. SAKOVICS, *La vendita dei diritti televisivi nel calcio: centralizzazione vs decentralizzazione*, in *Riv. Dir. Ec. Sport*, n. 3/2005, 67 e ss.

Ulteriormente, un pregevole intervento dottrinale di qualche tempo fa,¹⁸ imperante la vendita individuale, aveva illustrato come, a ben analizzare la questione dello sportello unico di vendita dei diritti d'immagine, quest'ultimo fosse concorrenzialmente irrilevante, in quanto il suo operare, nel bilanciamento tra abbassamento del prezzo delle gare o delle immagini più appetibili e innalzamento del prezzo di quelle meno appetibili, raggiungerebbe comunque un prezzo di vendita assolutamente corrispondente a quello derivante da un mercato deregolamentato.¹⁹ In tal senso, gli interventi in sede di vendita collettiva parrebbero inadeguati ai fini della mutualità, soprattutto se questa va intesa non come equilibrio spettacolare di un Campionato, quanto, piuttosto, come distribuzione equa di risorse tra i vari settori dell'intero movimento (professionismo; dilettantismo; vivai), che è possibile raggiungere anche mediante altri correttivi (tetti alla spesa, per esempio).

b) il rispetto del principio di autonomia dell'ordinamento sportivo

Le superiori osservazioni introducono un ulteriore problema, più generale e, forse, più delicato, riguardante i rapporti tra ordinamento statale e ordinamento sportivo.

Ai sensi della legge n. 280/2003, «*la Repubblica riconosce e favorisce l'autonomia dell'ordinamento sportivo nazionale, quale articolazione dell'ordinamento sportivo internazionale facente capo al Comitato Olimpico Internazionale. I rapporti tra l'ordinamento sportivo e l'ordinamento della Repubblica sono regolati in base al principio di autonomia, salvi i casi di rilevanza per l'ordinamento giuridico della Repubblica di situazioni giuridiche soggettive connesse con l'ordinamento sportivo*».

Fin qui, la poesia. Purtroppo, il bel principio sulla pacifica convivenza nella pluralità di ordinamenti si scontra con le spinte centripete originate dall'enormità degli interessi economici in gioco. La legge n. 106/2007 è sicuramente meritoria, sotto alcuni aspetti, ma con la medesima sicurezza invade il campo sportivo, conferendo al governo la possibilità di condizionare pesantemente le Istituzioni sportive, imponendo rigidi sistemi di ripartizione delle risorse (art. 1, comma 2, lett. 1), che arrivano sino alla coercizione a «*piani pluriennali*» (senza ironia, si potrebbe pensare a rigurgiti di centralismo programmatico) e alla costituzione di persone giuridiche *ad hoc* per la gestione delle risorse, di difficile collocazione all'interno della struttura federale. Il tutto, condito da un generale potere di controllo affidato – contro la volontà del beneficiario²⁰ – all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Difficile è capire quanto la sfiducia – magari giustificata – nelle Istituzioni

¹⁸ DAVIDE SARTI, *Antitrust e negoziazione accentrata dei diritti esclusivi*, cit.

¹⁹ A conclusioni simili è giunto anche il T.A.R. Lazio, 8 gennaio 1998, caso *Panini/AIC*, in AIDA, 1998, 558.

²⁰ L'attività di vigilanza è esplicitamente definita come «*esorbitante*» le competenze proprie dell'Autorità, in provvedimento n. 16280 del 21 dicembre 2006, *cit.*, 64.

sportive abbia inciso. Certamente una simile impostazione non è un buon viatico nella battaglia *in fieri* per il pieno raggiungimento dell'autonomia in favore dell'ordinamento di settore, e, a sommo parere dello scrivente, non è neppure efficiente in senso concorrenziale, privilegiando un intervento visibile nel mercato *upstream* (di maggior interesse per l'opinione pubblica) piuttosto che un intervento più incisivo nel mercato *downstream*, laddove si giocano più importanti e oscure partite in termini di diritto all'accesso ai mercati, sviluppo tecnologico e diritto di cronaca.

c) la compatibilità del regime *in fieri* con il sistema fiscale italiano (e con le aspettative dei clubs)

Infine, un breve accenno merita una questione irrisolta, che aspetta risposte definitive dai decreti delegati. Difatti, la già menzionata comproprietà dei diritti di diffusione comporta che la «torta» debba esser spartita tra società sportive professionistiche (con scopo di lucro) e Leghe o Federazioni organizzatrici dei tornei (ovverosia associazioni private senza scopo di lucro inserite nel circuito del CONI). In altri termini, le società sportive professionistiche, con tale novità, perdono una «fetta» del ricavato, consistente o meno, che verrà incamerata da enti che non possono, in conformità alle sovraordinate norme statali, ripartire utili alle associate.

Per un approfondimento sono costretto a rimandare – con poca eleganza – ad un mio articolo apparso in questa Rivista.²¹ Comunque, credo che qualche Presidente di C.d.A. abbia sottovalutato la questione, che probabilmente si porrà con urgenza nelle prossime, presumibilmente travagliate, assemblee delle Leghe professionistiche.

6. Conclusioni

La brevità delle riflessioni – pur ampliate in sede di redazione – non consentono un'analisi esaustiva della disciplina passata, presente e futura.

Quel che spero di aver trasmesso all'uditorato (e ai lettori) è che, a sommo parere dello scrivente, non esiste una soluzione «scientifica» che metta d'accordo i divergenti concetti di specificità dello sport ed esigenze della concorrenza. Piuttosto, l'analisi economica e tecnica può aiutare i legislatori (l'autorità politica) ad affrontare con maggior consapevolezza i complessi problemi connessi alla diffusione degli eventi sportivi; tuttavia, la decisione «migliore» è quella più adeguata ai fini prestabiliti, scelti in sede politica, con assunzione di ogni responsabilità in ordine al ruolo che si vuole conferire allo sport in questa tormentata post-modernità.

In tal senso, gli interventi della Commissione Europea – e della Corte di Giustizia – rivestono particolare utilità, proprio perché non invocano dogmatiche

²¹ A. PISCINI, *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*, in *Riv. Dir. Ec. Sport*, n. 1/2007, 27.

certezze, ma umanamente affidano a pragmatiche soluzioni il bilanciamento di valori contrastanti, i cui attriti erano stati con misura e correttezza previsti (e sofferti) sin dagli albori della grande abbuffata mediatica degli ultimi anni.