

LA NUOVA LEGGE DELEGA SUI DIRITTI TELEVISIVI: GUIDA ALLA LETTURA

Termine della delega

Come si legge nell'*articolo 1, comma 1* del testo, **“il Governo è delegato ad emanare, su proposta del Ministro per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive e del Ministro delle Comunicazioni, di concerto con il Ministro dell’Economia e delle Finanze e con il Ministro per le Politiche Europee, sentite le competenti Commissioni Parlamentari, entro il termine di 6 mesi dall’entrata in vigore della presente legge, uno o più decreti legislativi diretti a disciplinare la titolarità e l’esercizio di tali diritti e il mercato degli stessi, nonché entro 12 mesi dall’entrata in vigore dei decreti legislativi eventuali decreti integrativi e correttivi”**.

I PRINCIPI DELLA DELEGA

Lo scopo: l’equilibrio competitivo

Lo scopo immediatamente dichiarato nell'*articolo 1, comma 1* della legge delega è quello di **“garantire l’equilibrio competitivo dei soggetti partecipanti alle competizioni sportive e di realizzare un sistema efficace e coerente di misure idonee a stabilire e a garantire la trasparenza e l’efficienza del mercato dei diritti di trasmissione, comunicazione e messa a disposizione al pubblico, in sede radiotelevisiva e su altre reti di comunicazione elettronica, degli eventi sportivi dei campionati di calcio e delle altre competizioni calcistiche professionistiche organizzate a livello nazionale”**. Che significa? Potremmo definire equilibrio competitivo l’insieme di equilibrio economico ed equilibrio sportivo tra le diverse squadre di calcio coinvolte nei campionati di calcio (serie A, B e C) e nelle **“altre competizioni organizzate a livello nazionale”** (ad esempio, ad oggi, Coppa Italia e Supercoppa). La convinzione di fondo è che negli ultimi anni questo equilibrio sia venuto a mancare;

di qui la necessità di intervenire con una legge che modifichi quella del 1999 che ha introdotto meccanismi di titolarità e vendita individuale.

La premessa: il carattere sociale dello sport

Ai punti *a* e *b* dell'articolo 1, comma 2 della legge delega è contenuta la premessa di tutto l'impianto del testo. La delega, infatti, viene esercitata nel rispetto di alcuni principi. primi tra tutti: **“il riconoscimento del carattere sociale dell'attività sportiva, quale strumento di miglioramento della qualità della vita e quale mezzo di educazione e sviluppo sociale”** e **“il riconoscimento della specificità del fenomeno sportivo”** (già ribadito nella dichiarazione del Consiglio Europeo di Nizza del 2000 - come esplicitamente precisato nel testo - nonché nel recente *Independent European Sport Review* del 2006 commissionato dalla presidenza inglese dell'Unione Europea ad un panel indipendente di esperti), che deve essere caratterizzato dai requisiti di **“solidarietà finanziaria, lealtà sportiva ed equilibrio economico e strutturale nell'ambito di ciascuna competizione sportiva”**.

La contitolarità dei diritti

Ai punti *c* e *d* dell'articolo 1, comma 2 la legge delega prevede una contitolarità dei diritti di **“trasmissione, comunicazione e messa a disposizione al pubblico”** relativi agli eventi sportivi dei campionati di calcio e alle altre competizioni professionistiche. La contitolarità è tra il **“soggetto preposto all'organizzazione della competizione sportiva”** (ad oggi, la Lega Calcio, a cui l'organizzazione è demandata, in forza dell'articolo 7, comma 3 dello statuto FIGC) e **“i soggetti partecipanti alla competizione medesima”** (i singoli club). In tal senso, si allinea il nuovo sistema italiano ad alcuni dei modelli maggiormente diffusi in Europa, primo tra tutti il modello Champions League. [Cfr. allegato QUADRO EUROPEO]. Sono esclusi dalla contitolarità - e questa è una specificità della presente normativa - i diritti d'archivio, che

rimangono **“in capo a ciascun soggetto partecipante alla competizione sportiva”**.

La commercializzazione: la vendita centralizzata

Al punto e dell'*articolo 1, comma 2* della legge delega si parla della commercializzazione dei diritti, rimarcando esplicitamente il ritorno a una **“commercializzazione in forma centralizzata dei diritti”**, con lo scopo di **“garantire la libera concorrenza tra gli operatori della comunicazione”** e realizzare **“un sistema equilibrato di trasmissione, comunicazione e messa a disposizione al pubblico degli eventi sportivi, gratuita e a pagamento”**. Importante è anche il riferimento al ruolo dell'emittenza locale; tra i principi della delega vi è, infatti, la previsione di forme di salvaguardia del ruolo e delle **“esigenze dell'emittenza locale”**.

La destinazione delle risorse: l'equa ripartizione e la mutualità generale del sistema sportivo

Ai punti *f* e *g* dell'*articolo 1, comma 2* della legge delega si affronta il tema della destinazione **“delle risorse economiche e finanziarie derivanti dalla commercializzazione dei diritti”**. Su questo punto, due sono i principi regolatori che dovranno essere contenuti nel decreto legislativo di attuazione della delega: l' **“equa ripartizione, tra i soggetti partecipanti alle competizioni sportive”** e **“la destinazione di una quota”** di tali risorse **“a fini di mutualità generale del sistema sportivo”**.

Anche in questo caso, la nuova legge delega mira a rafforzare e potenziare i meccanismi di solidarietà economica interni ed esterni al sistema-calcio.

La tutela degli utenti e dei consumatori

Al punto *h* dell'*articolo 1, comma 2* la legge afferma la necessità di tutelare nel decreto attuativo della delega i **“consumatori dei prodotti audiovisivi relativi agli eventi sportivi”**. I consumatori,

infatti, sono uno dei tre soggetti su cui la legge opera, insieme a società sportive e operatori della comunicazione e, rivestendo il ruolo di destinatari del prodotto finale, la legge dovrà tenere in grande considerazione le loro esigenze.

I CRITERI DELLA DELEGA

Disciplina della commercializzazione in forma centralizzata

Al punto *a* dell' *articolo 1, comma 3* della legge delega si disciplina la commercializzazione in forma centralizzata dei diritti, specificando che tale disciplina deve in ogni caso **“consentire ai soggetti partecipanti alle competizioni sportive autonome iniziative commerciali”**.

Le procedure di commercializzazione: i soggetti abilitati

Ai punti *b c e d* dell'*articolo 1, comma 3* la legge delega si pronuncia sulla questione dei soggetti terzi che, pur non possedendo il **“titolo abilitativo”** alla diffusione di eventi sportivi, li acquistano per poi rivenderli a prezzi evidentemente maggiorati, ovvero di soggetti terzi che acquistano diritti destinati a piattaforme su cui non hanno titolo abilitativo solo per ottenere in esclusiva diritti sui contenuti sportivi e gestire il relativo mercato.

Peraltro, proprio su quest'ultimo punto, il recente provvedimento AGCM del 28 giugno 2006 ha deliberato che i contratti che garantiscono esclusiva su tutte le piattaforme esistenti e future, comprese quelle diverse dalla piattaforma utilizzata dall'acquirente, **“risultano privi della necessaria proporzionalità rispetto ai legittimi fini commerciali perseguibili da un'impresa in posizione dominante”**.

La legge delega impedisce, di fatto, questa possibilità per quel che riguarda la commercializzazione sul mercato nazionale (come specificato al punto *d*, infatti, sul mercato internazionale la possibilità permane), assoggettando la commercializzazione dei diritti **“in modo da garantire l'accesso e la parità di trattamento di tutti gli operatori della comunicazione in possesso del**

prescritto titolo abilitativo per procedere direttamente alla diffusione degli eventi sportivi”.

Si precisa, inoltre, al punto c, che la vendita dei diritti deve avvenire **“per singola piattaforma, prevedendo modalità che assicurino, ove possibile, la presenza di più operatori della comunicazione nella distribuzione dei prodotti audiovisivi relativi agli eventi sportivi”**, e stabilendo il **“divieto di acquistare diritti relativi a piattaforme per le quali l’operatore della comunicazione non è in possesso del prescritto titolo abilitativo e il divieto di sublicenziare i diritti acquisiti”**.

Il futuro: le piattaforme emergenti

Il punto e dell’articolo 1, comma 3, esplicita la necessità di una disciplina **“speciale”** per la commercializzazione centralizzata su piattaforme emergenti. La variabile delle piattaforme emergenti è un elemento introdotto nel provvedimento per evitare il fenomeno della obsolescenza della norma rispetto allo sviluppo delle tecnologie di trasmissione. La legge delega, infatti, vuole essere uno strumento duttile, in grado di essere adeguato a eventuali innovazioni tecnologiche nel campo delle comunicazioni e consentire lo sviluppo delle tecnologie emergenti anche attraverso lo sfruttamento economico di un contenuto “premium” come il calcio.

La durata dei contratti: il diritto all’accesso dei nuovi operatori

Il punto f dell’articolo 1, comma 3, tratta il tema della durata dei contratti. La preoccupazione di fondo è quella di tutelare la libera concorrenza e evitare la creazione di persistenti posizioni dominanti, soprattutto in presenza di cosiddetti monopolisti naturali, consentendo a nuovi soggetti di poter accedere al mercato. In pratica, serve a impedire le cosiddette “barriere di ingresso”.

Pertanto, la legge delega individua, **“allo scopo di garantire l’ingresso nel mercato di nuovi operatori e di evitare la creazione di posizioni dominanti”**, la necessità di fissare nei decreti attuativi una **“durata ragionevole dei contratti”**, in linea

con quanto sostenuto dall'articolo 82 del trattato CE e recentemente ribadito dalla delibera dell'AGCM del 28 giugno 2006. Quest'ultima, in particolare, ha rilevato nella stipula dei contratti di licenza e delle scritture private sottoscritti dal gruppo Mediaset attraverso RTI un abuso di posizione dominante, in quanto tali atti contenevano *“esclusive per periodi di tempo superiori ai tre anni”*.

La ripartizione delle risorse economiche

Il punto *g* dell'articolo 1, comma 3, precisa in dettaglio i **“criteri di ripartizione delle risorse economiche e finanziarie assicurate dal mercato dei diritti”**, nel seguente modo: **“almeno la metà di tali risorse”** viene attribuita **“in parti uguali, a tutti i partecipanti a ciascuna competizione”** (le società calcistiche); le **“restanti risorse”** vengono attribuite **“al soggetto preposto all'organizzazione della competizione sportiva, il quale provvede a ridistribuirle tra i partecipanti alla competizione stessa”** tenendo conto anche a) **“del bacino d'utenza”** delle singole squadre e b) **“dei risultati sportivi conseguiti”**.

Come già accennato il provvedimento prevede che una **“quota residua delle risorse”** sia destinata a **“fini di mutualità generale del sistema sportivo”**.

Il ruolo delle Autorità Garanti

Il punto *h* dell'articolo 1, comma 3 stabilisce che sono due le Autorità Garanti chiamate in causa dalla legge delega: L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) che **“nell'ambito delle rispettive competenze”** vigileranno e controlleranno **“sulla corretta applicazione della disciplina attuativa della presente legge”**.

La salvaguardia dei contratti già stipulati: una disciplina transitoria

I punti *i* e *j* dell'articolo 1, comma 3 sanciscono la tempistica di entrata in vigore della nuova disciplina, stabilendone l'effettività a partire da **“tutte le competizioni sportive aventi inizio dopo il 1° luglio 2007”** e indicano dei criteri volti a regolare la **“disciplina di un periodo transitorio”**.

La linea generale è quella di tenere conto, da una parte e per quanto possibile, degli effetti degli accordi già sottoscritti, soprattutto in relazione alle transazioni realizzate, dall'altra, della necessità di introdurre in tempi ragionevoli il nuovo regime.

Si prevede, infatti, che i decreti legislativi di attuazione contengano e disciplinino **“un periodo transitorio al fine di regolare diritti e aspettative derivanti da contratti aventi ad oggetto lo sfruttamento di prodotti audiovisivi relativi agli eventi sportivi, e di consentire una graduale applicazione dei principi di cui al comma 2, lettere e e f”**. La disciplina transitoria dovrà operare una distinzione **“tra i contratti stipulati prima del 31 maggio 2006 e quelli stipulati dopo tale data”**.