

IL QUADRO GIURIDICO DEI CONTRATTI DI SPONSORIZZAZIONE E DEI DIRITTI TELEVISIVI

di *Stefano Pellacani**

ABSTRACT: The paper aims to examine the legal framework of sponsorship contracts and television rights, analysing sponsorship as a modern phenomenon, a commercial transaction and an advertising communication tool, while acknowledging its historical roots. It explores the complex nature of sponsorship, its legal, communicational and economic profiles, and its emergence in the European and Italian context, particularly in the sports sector.

Il saggio si propone di esaminare il quadro giuridico dei contratti di sponsorizzazione e dei diritti televisivi, analizzando la sponsorizzazione come fenomeno moderno, un negozio commerciale e uno strumento di comunicazione pubblicitaria, pur riconoscendone le radici storiche. Viene esplorata la complessa natura della sponsorizzazione, i suoi profili giuridici, comunicazionali ed economici, e la sua affermazione nel contesto europeo e italiano, in particolare nel settore sportivo.

Keywords: *Sponsorship – Ambush marketing – Television rights – Sports law – Contract.*

Sponsorizzazione – Ambush marketing – Diritti televisivi – Diritto sportivo – Contratto.

SOMMARIO: 1. Introduzione – 2. Quale definizione di sponsorizzazione? – 2.1 (*segue*) Sponsorizzazione e figure affini – 3. La sponsorizzazione nel mondo dello sport – 3.1 (*segue*) *Ambush marketing* e sponsorizzazione – 4. Il contratto di sponsorizzazione – 5. Diritti televisivi nel mondo dello sport

* Avvocato del Foro di Lucca, con specializzazione del CNF in diritto sportivo, dottore di ricerca con curriculum in diritto dello sport presso l'Università di Palermo. Autore di pubblicazioni scientifiche in vari settori del diritto sportivo, collabora con l'ateneo di Pisa e di Firenze nell'ambito del diritto privato e del management dello sport.