



Il mercato dei diritti audiovisivi e mediatici sugli eventi sportivi

Corso di diritto sportivo 21/22



Prof.ssa A. Busacca
Materiale ad uso degli studenti

SERIE A: RICAVI OPERATIVI

04. IL PROFILO ECONOMICO E FINANZIARIO DEL CALCIO PROFESSIONISTICO

€ 301,8 MILIONI

+32,4%

RICAVI DA INGRESSO STADIO

€ 1,2 MILIARDI

€ 517 MILIONI

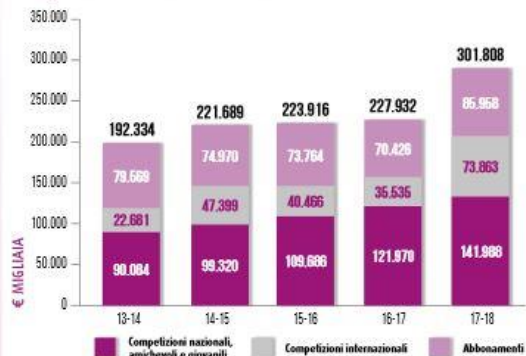
+8,2%

RICAVI DA SPONSOR

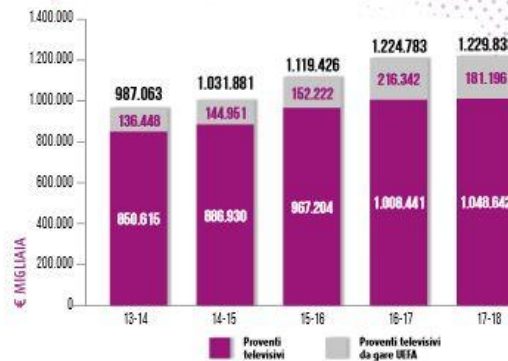
€ 21,6

+0,1%

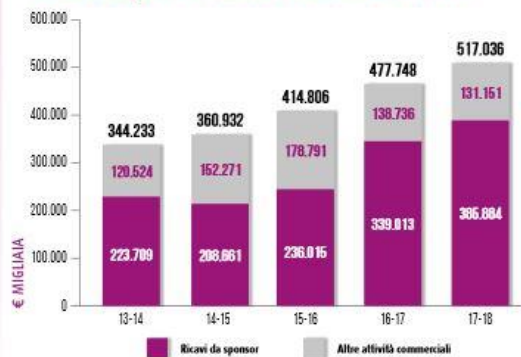
Ripartizione ricavi da stadio 2013-2018



Ripartizione ricavi da diritti radiotelevisivi 2013-2018



Ricavi da sponsor e da altre attività 2013-2018



Ripartizione ricavi da sponsor 2017-2018



Nota: I ricavi da sponsorizzazioni e altre attività commerciali si riferiscono ai ricavi derivanti da: sponsor ufficiale, sponsor tecnico, altri sponsor, attività di merchandising, royalties e pubblicità.

Fonte: Elaborazioni PwC

DATA CONSUMPTION: CONTENUTI VIDEO E SPORT

04. IL PROFILO ECONOMICO E FINANZIARIO DEL CALCIO PROFESSIONISTICO

Consumo di dati mobile e rete fissa 2013-2022 in Italia (MB mdi)



Consumo di dati per tipologia di contenuti 2013-2022 in Italia (MB mdi)



• Nel corso degli ultimi anni in Italia si è assistito a un'accelerazione esponenziale del consumo di dati in mobilità. Tale crescita è prevalentemente riconducibile al consumo di contenuti video (pari a circa l'85% del totale stimato del traffico dati nel 2022).

• I servizi OTT (Over-The-Top) continuano a guadagnare quote crescenti del mercato audiovisivo (attraendo nuovi player). In un contesto sempre più competitivo, i diritti sportivi live (e in particolare il calcio) costituiscono un asset chiave per un'offerta esclusiva.

• Oltre all'offerta tradizionale di streaming di eventi sportivi di Sky (Now TV e Sky Go), a partire dalla Stagione Sportiva 2018-2019 DAZN si è assicurata i diritti di 114 match di Serie A all'anno, in esclusiva, per 3 anni e di tutte le partite di Serie B. Eleven Sports, invece, ha acquisito i diritti relativi alla Serie C.



Fonte: Entertainment & Media Outlook in Italy, 2018-22, PwC

Oggetto del diritto

- ▶ Ripresa e diffusione delle immagini dell'evento sportivo
- ▶ *Ius excludendi alios*
- ▶ Sfruttamento economico e commercializzazione delle immagini dell'evento

Titolarità

▶ Quali soggetti?

L'organizzatore
dell'evento

Le società sportive e gli
atleti

▶ Quale paradigma?

▶ Proprietario?

▶ Attraverso il ricorso
alla tutela del diritto
d'autore?

▶ Risultato dell'attività
di impresa?

Contenuto/limiti dei diritti sugli eventi sportivi

- ▶ Ripresa (diretta) delle immagini dell'evento
- ▶ Comunicazione /trasmissione/messa a disposizione del pubblico delle riprese
- ▶ Distribuzione delle immagini
- ▶ Utilizzazione delle immagini per finalità promozionali
- ▶ Diritto di archivio
- ▶ Limite del diritto di cronaca
- ▶ Durata temporale dell'esclusiva
- ▶ web e concorrenza transfrontaliera

Valore sociale dello sport ed eventi in chiaro**

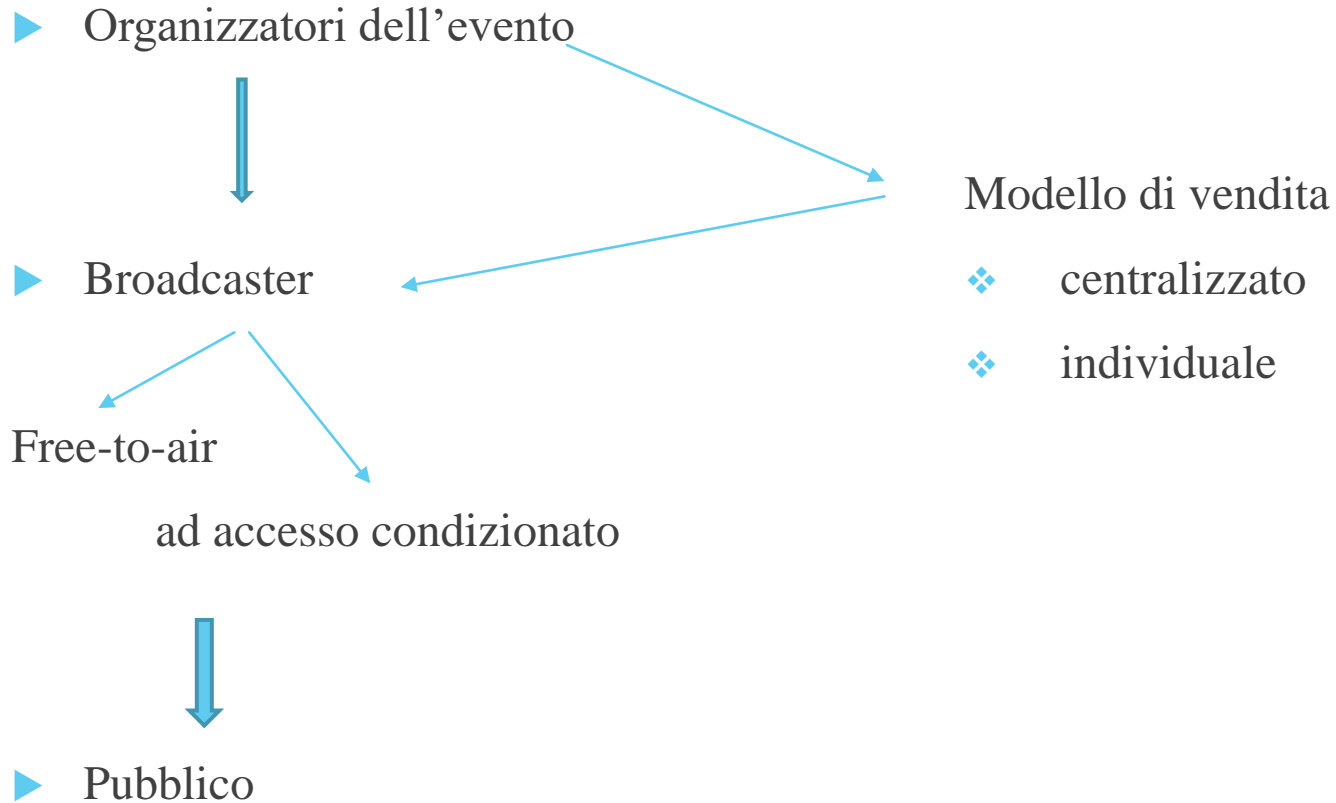
Direttiva 89/552/CEE Tv senza frontiere

Direttiva 2010/13/UE SMA (modificata dalla 2018/1808)

Delibera AGCOM 131/12/CONS

- ▶ Olimpiadi
- ▶ Campionati mondiali (fasi finali)
- ▶ Campionati mondiali ed europei (gare della nazionale)
- ▶ Campionati europei (fasi finali)
- ▶ Internazionali di Tennis
- ▶ Giro d'Italia
- ▶ Gran Premio d'Italia di F1
- ▶ *Festival della canzone italiana di SanRemo*

Mercato dei diritti audiovisivi



Prodotto: calcio

CAMPIONATO NAZIONALE

Ciascun turno del torneo

- ▶ Anticipi/posticipi
- ▶ Diretta
- ▶ *Flash intrerview*

- ▶ *Highlights*
- ▶ *Sintesi*

- ▶ archivio

COPPA NAZIONALE (COPPA ITALIA)

- ▶ Impossibilità di definire il numero di gare di ogni singolo club
- ▶ Minore interesse del pubblico per il prodotto

Il mercato dei diritti sugli eventi sportivi nell'evoluzione del mercato radiotelevisivo

PERIODO I

Dal monopolio all'avvento degli operatori privati

- ▶ **Monopolio Rai**
- ▶ **Commercializzazione centralizzata**
- **Titolare dei diritti: Lega Calcio**
- **Ripartizione mutualistica**

- ▶ **Operatori privati: concorrenza**
- ▶ **Creazione di eventi sportivi «nuovi» pensati per il mercato televisivo**

PERIODO II

La concorrenza nella piattaforma

- ▶ **Emergenza del modello ad accesso condizionato**
- ▶ **Aumento del valore dei diritti televisivi**
- ▶ **Rivendicazione di autonomia da parte delle società sportive**
- ▶ **Legge 29 marzo 1999, n.78**
- ▶ **Concorrenza tra Stream e Telepiù per l'accesso condizionato**
- ▶ **Concorrenza tra Rai e Telemontecarlo per le immagini “in chiaro”**

PERIODO III

La concorrenza delle piattaforme

- ▶ Concorrenza tra Rai e Mediaset per i diritti in chiaro
- ▶ Concorrenza tra le diverse piattaforme per l'accesso condizionato
- ▶ Negoziazione individuale dei club
- ▶ Squilibrio nell'allocazione dei prodotti
- ▶ Esigenza di una regolamentazione più incisiva

PERIODO IV

Ritorno alla negoziazione centralizzata

- ▶ Finalità sociale e finalità economiche: un tentativo di armonizzazione
- ▶ Ripartizione mutualistica
- ▶ Riconoscimento della contitolarità, ma dell'esercizio del diritto da parte della Lega

Legge (delega) 19.07.2007, n.106 d.lgs.9 gennaio 2008, n.9

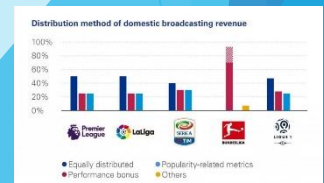
- ▶ Riconoscimento del carattere sociale e non economico dell'attività sportiva
- ▶ Contitolarità del diritto di sfruttamento economico delle competizioni
- ▶ Vendita «in forma centralizzata» attraverso procedure «strutturate per consentire la libertà di concorrenza e l'efficienza del sistema di offerta dei contenuti»
- ▶ Regola del non-single buyer
- ▶ Garanzia del diritto di cronaca e dei limiti alle clausole di esclusiva
- ▶ Ripartizione degli introiti secondo criteri percentuali compositi, con destinazione di una quota, non inferiore al 4%, alla mutualità generale del sistema
- ▶ Riconoscimento del diritto di archivio in capo ai singoli soggetti che partecipano alla competizione sportiva

Tutela della concorrenza e trasparenza nelle procedure (artt.6-9)

- ▶ Predisposizione di Linee-Guida (sottoposte a vaglio di AGCOM e AGCM)
- ▶ Individuazione di distinte procedure competitive per mercato nazionale, mercato internazionale e trasmissione radiofonica
- ▶ Offerta di pacchetti con divisione degli eventi secondo criteri di interesse ed equilibrio nella composizione
- ▶ Divieto di acquisizione da parte di unico operatore
- ▶ Indipendenza per i soggetti che partecipano all'asta come intermediari e durata massima dei contratti (3 anni)

Ripartizione degli introiti (artt.25-26)

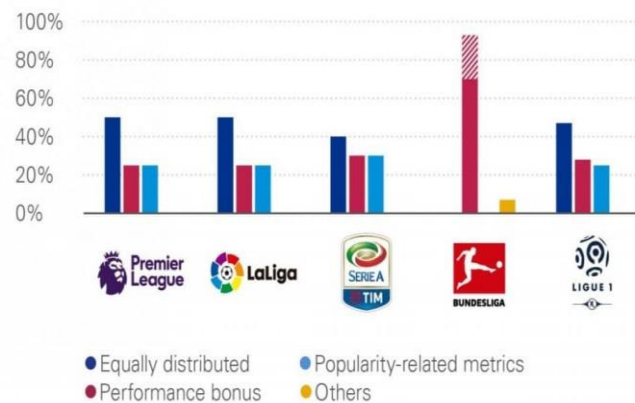
- ▶ Ultima modifica con la l.145/2018
- ▶ Quota prevalente in parti uguali (50%)
- ▶ Quota del 28% in considerazione dei «risultati sportivi» (ultimo campionato, ultimi 5 anni, «merito storico»)
- ▶ Quota del 22% in considerazione del «radicamento sociale» (pubblico di riferimento, audience mediatica certificata, minutaggio dei giovani 15/23 anni*-dalla stagione 2021/2022)
- ▶ Quota non inferiore al 4% sviluppo dei settori giovanili ed investimenti per la sicurezza degli impianti
- ▶ Dalla stagione 2019/2020 possono accedere alla solo le società, quotate o non quotate, che per l'anno precedente abbiano sottoposto i propri bilanci alla revisione legale svolta da una società di revisione iscritta nel registro dei revisori contabili e soggetta a vigilanza CONSOB.



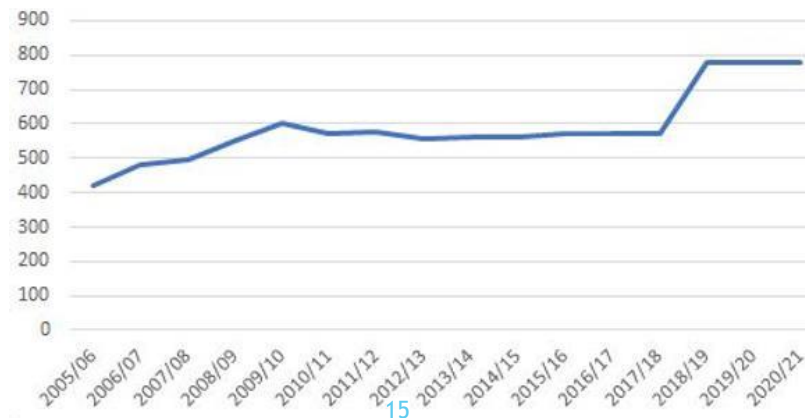
Diritti tv Serie A, le stime con il nuovo contratto

	Parti uguali 50%	Tifosi 20%	Storia 5%	Risultati sportivi		Totale 100%
				5 anni precedenti 10%	Ultimo anno 15%	
Juventus	30,5	26,6	5,8	11,6	16,6	91,0
Inter	30,5	27,6	5,2	9,3	14,8	87,4
Napoli	30,5	22,0	3,5	10,5	17,4	83,9
Roma	30,5	19,9	4,9	11,0	13,9	80,3
Milan	30,5	23,5	5,5	8,7	11,3	79,6
Lazio	30,5	13,2	4,1	8,1	15,7	71,6
Fiorentina	30,5	13,1	4,6	9,9	8,7	66,8
Sampdoria	30,5	10,6	4,4	7,0	13,1	65,5
Atalanta	30,5	10,4	2,9	6,4	12,2	62,4
Torino	30,5	10,1	3,8	7,6	9,6	61,5
Udinese	30,5	8,4	2,3	5,2	10,5	56,9
Genoa	30,5	10,5	2,6	5,8	7,0	56,4
Bologna	30,5	11,3	3,2	2,9	7,8	55,7
Cagliari	30,5	6,2	2,0	3,5	6,1	48,4
Chievo	30,5	6,1	0,9	4,6	5,2	47,4
Sassuolo	30,5	6,2	0,3	4,1	4,4	45,4
Verona	30,5	7,3	1,7	2,3	1,7	43,6
Crotone	30,5	4,6	1,2	1,7	3,5	41,5
Spal	30,5	3,0	1,5	0,6	2,6	38,1
Benevento	30,5	3,4	0,6	1,2	0,9	36,5
TOTALE	610,0	244,0	61,0	122,0	183,0	1220,0

Distribution method of domestic broadcasting revenue



Diritti Serie A



«No single buyer» e tutela del mercato

- ▶ Norma di ordine pubblico
- ▶ Tutela la concorrenza

Art. 9.

Assegnazione dei diritti audiovisivi

1. La partecipazione alle procedure per l'assegnazione dei diritti audiovisivi e' consentita solo agli operatori della comunicazione in possesso del prescritto titolo abilitativo ed agli intermediari indipendenti.
2. Nell'ipotesi in cui vengano messe in concorrenza più piattaforme, la partecipazione alla procedura competitiva e' consentita anche all'operatore della comunicazione in possesso del titolo abilitativo per una sola piattaforma.
3. Le linee guida di cui all'articolo 6 indicano i requisiti di capacità tecnica, professionale, economica e finanziaria richiesti agli intermediari indipendenti ai fini della partecipazione alle procedure di cui al comma 1.
4. E' fatto divieto a chiunque di acquisire in esclusiva tutti i pacchetti relativi alle dirette, fermi restando i divieti previsti in materia di formazione di posizioni dominanti.

La regola del «no single buyer» nella più recente giurisprudenza

- ▶ Vendita dei diritti per il triennio 2015-2018; (presunta) intesa restrittiva della concorrenza

Provvedimento AGCM 1790: sanzione a Mediaset RTI, Sky, LNPA, Infront
TAR Lazio 23.12.2016 nn,12811, 12812, 12814, 12816 : annulla la sanzione

Consiglio di Stato 28.12.2020 e 30.12.2020, nn.8533, 8534, 8535


Conferma l'annullamento del provvedimento AGCM perché considerato il mercato di riferimento ed il numero dei competitors, non può considerarsi intesa anti concorrenziale

La norma si riferisce alla fase di aggiudicazione

La regola del «no single buyer» nella più recente giurisprudenza

Trasmissione in streaming, situazione di posizione dominante sul mercato

Annuncio accordo Sky-Mediaset per acquisizione della piattaforma R2

AGCM: effetti anticoncorrenziali, sanzione del divieto di offerta di prodotti e servizi trasmissione streaming in esclusiva su piattaforma on line a carico di Sky (prov. 27784)

TAR Lazio sentenza 05.03.2020 n.2932 : annulla il provvedimento

Consiglio di Stato 04.06.2020 : accoglie ricorso AGCM e ribalta la decisione del TAR, confermando il divieto di esclusiva per lo streaming fino al 2022

Assegnazione dei diritti audiovisivi per il triennio 2021-2024

**SERIE A
DIRITTI AUDIOVISIVI**

La Lega Nazionale Professionisti Serie A comunica l'avvio della procedura di commercializzazione dei diritti audiovisivi relativi al Campionato di Serie A da disputarsi nelle stagioni sportive 2021/2022, 2022/2023 e 2023/2024.

PROCEDURA RISERVATA AGLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE

COMMERCIALIZZAZIONE PER PIATTAFORMA

Pacchetto A	Piattaforma Satellite
Pacchetto B	Piattaforma Digitale Terrestre
Pacchetto C	Piattaforma Internet, Piattaforma IPTV, Piattaforma Wireless per Reti Mobili
Pacchetto speciale DOLB	Diritti accessori per i Pacchetti A, B, C.

PACCHETTI COMMERCIALIZZAZIONE MISTA



Pacchetto 1	Tutte le Piattaforme
Pacchetto 2	Tutte le Piattaforme
Pacchetto 3	Piattaforma Internet, Piattaforma IPTV, Piattaforma Wireless per Reti Mobili

La Lega Nazionale Professionisti Serie A comunica che l'invito a presentare Offerte comprensivo della descrizione dei Pacchetti, dei diritti e dei termini e delle condizioni alle quali saranno accettate offerte dai soggetti interessati alla loro acquisizione è disponibile sul sito internet ufficiale della Lega Nazionale Professionisti Serie A: www.legaseriea.it nella sezione Documenti/Diritti Audiovisivi e Radiofonici, oppure può essere richiesto alla Lega Nazionale Professionisti Serie A via mail al seguente indirizzo: presidenza@legaseriea.it.

Le offerte dovranno essere presentate alla Lega Nazionale Professionisti Serie A, presso la Segreteria di Presidenza, in orario di apertura degli uffici e, in alternativa, mediante modalità telematica, a partire dalle ore 10:00 del 22 gennaio 2021 e fino e non oltre le ore 18:00 del 26 gennaio 2021 (si precisa che la Lega Nazionale Professionisti Serie A riserva il seguente orario di apertura: dai lunedì al venerdì dalle ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 14:00 alle ore 18:00).


Milano, 4 gennaio 2021


La rivoluzione televisiva

Offerta Dazn-Tim  

La app si aggiudica le **10 partite**, di cui 3 in coesclusiva

840 milioni



Offerta Sky 


La tv satellitare resta in corsa fino a lunedì 29 per il pacchetto 2, che comprende **3 partite in coesclusiva**. Finora ha presentato la proposta di 70 milioni. Ha facoltà di alzare l'offerta fino a lunedì. Alle 18 nuova assemblea per assegnare o riformulare il pacchetto. In questo caso entrerebbe in corsa Mediaset

70 milioni


Come hanno votato

La app ha vinto la gara per cui era necessario il quorum di 14 voti con 16 preferenze.

I club che hanno votato Dazn



I club che hanno votato Sky



Diritti esteri

Finora sono stati assegnati i diritti audiovisivi internazionali solo per gli Usa a Cbs Broadcasting per 57 milioni annui per il campionato a cui ne vanno aggiunti 6 per la Coppa Italia. Per il resto del mondo bisogna scegliere se appoggiarsi a un intermediario indipendente o procedere alla vendita paese per paese

Il valore attuale dei diritti tv

Nel triennio 2018-2021, i diritti domestici valgono 973 milioni, gli esteri 371 fanno

Stadio virtuale vs. Stadio reale?

Sondaggio FIGC sulla flessione di affluenza negli stadi

- ▶ 37% caro prezzi
- ▶ 24% nuova normativa anti-violenza
- ▶ 23% concorrenza delle televisioni
- ▶ 7% qualità dello spettacolo
- ▶ 7% livello degli stadi