

Lo Sport



Nell'educazione motoria e fisica realizzata a scuola, il concetto di sportività (incluso il Fair Play e il rispetto delle regole) può essere trattato in abbinamento al tema della proprietà intellettuale. Lo sport muove fatturati da capogiro: dalle Olimpiadi ai Campionati di Calcio, dallo sci al nuoto, alla formula uno, alla scherma, alla vela, alla maratona... I campioni sportivi sono icone e testimonial delle aziende sponsor, ma ci sono anche i diritti televisivi, i biglietti di ingresso agli eventi, il mercato dei prodotti marchiati con le insegne della squadra del cuore, anche noto come "merchandising" (i Roma store sono un esempio). Esisterebbe lo sport professionale come lo conosciamo, se non esistesse più la proprietà intellettuale? Vi proponiamo di avviare con i ragazzi una riflessione in materia.

La dimensione economica dello sport

Lo sport è un settore in rapida crescita che spesso viene sottovalutato a livello macroeconomico: può contribuire allo sviluppo, creare nuovi posti di lavoro, favorire un maggiore benessere della popolazione ed impattare positivamente sulla spesa sociale e sanitaria. Favorisce il turismo e lo sviluppo regionale e locale, stimola il miglioramento delle infrastrutture (non solo sportive) e la riqualificazione urbana.¹ Per questi motivi, esso ha un elevato valore e potenziale sia sociale che economico.

Nel 2007 la Commissione Europea ha pubblicato un Libro Bianco sullo Sport nel quale ha trattato per la prima volta in modo analitico e sistematico le tematiche legate allo sport ed avanzato proposte per la sua promozione. Tra le tante questioni, era trattata la vendita dei diritti di trasmissione, che in mancanza di coordinamento ed azione congiunta delle società sportive dei vari Stati Membri, creavano meccanismi di distorsione ed iniquità nella distribuzione degli introiti. I diritti di Proprietà Intellettuale costituiscono una risorsa di crescente importanza nel finanziamento dello sport: marchi commerciali, diritti di immagine e diritti televisivi. La sola serie A del calcio italiano vale 1,5 miliardi di euro l'anno in diritti televisivi. Alcuni settori, tra cui segnatamente il calcio, fanno registrare un'eccessiva dipendenza economica delle società sportive dalla fonte di reddito primaria, ovvero la vendita dei diritti televisivi. E' da anni molto acceso il dibattito sui rimedi, tesi anche a garantire la sopravvivenza delle piccole società.

Forse non tutti sanno che sono riservati e protetti anche i diritti di commercializzazione dell'immagine dei calciatori in tenuta da gioco (di cui in Italia è titolare l'AIC in virtù di convenzioni siglate con la Lega Calcio e la FIGC): essi hanno un rilevante valore economico, considerato che oltre 1,5 milioni di ragazzi collezionano

¹ Cfr. Armando Pedicini e Tullio Tiani : "Lo sport e le risorse finanziarie nell'Unione Europea" in Rivista di diritto ed economia dello sport, 2012.

le figurine dei calciatori degli Album Panini e che i ricavi ammontano a svariate decine di milioni di euro annui.

Contraffazione e pirateria nel settore dello sport e dei prodotti sportivi

Casi di utilizzo improprio dei brand sportivi (segni distintivi registrabili come MARCHI, ad esempio nome e logo di una società sportiva) sono stati oggetto di pronunce anche della Corte di Giustizia Europea. La contraffazione e la pirateria nel settore sportivo sono molto diffuse: dalla captazione pirata di eventi sportivi trasmessi in forma criptata sulla pay TV, alla vendita di prodotti contraffatti e al merchandising abusivo di prodotti recanti i segni delle squadre di calcio in violazione dei diritti di sfruttamento commerciale.

A subire il danno (ingente) sono le aziende che producono scarpe, abbigliamento e accessori sportivi, le società sportive, le società editoriali che hanno acquistato i diritti e hanno il diritto di sfruttamento esclusivo. Tutto questo minaccia la sostenibilità economica delle imprese e il futuro di questo settore, i posti di lavoro e più in generale la sopravvivenza dello sport “professionalizzato” come lo conosciamo oggi.

Attività didattica:

- 1) dibattito in classe: raccogliere le opinioni personali dei ragazzi e “classificarle” fra quelle contrarie a reprimere le violazioni della PI (prodotti contraffatti, pirateria televisiva e online di eventi sportivi) e quelle favorevoli;
- 2) proporre ai ragazzi, a turno, di identificarsi in un famoso personaggio del mondo dello sport e riassumere le sue idee, punti di vista ed esperienze
- 3) ricercare online dati sul valore economico dei diritti di PI nei vari sport: aste per diritti televisivi, sponsorship, merchandising e relativi fatturati. Quale è lo sport più “ricco” in Italia? E in altri paesi europei? E in altri paesi del mondo?
- 4) ricercare online notizie sul sequestro di prodotti contraffatti nell’ambito dell’abbigliamento ed accessori sportivi o del merchandising e su altre attività di repressione (ad esempio della pirateria sulla trasmissione criptata di eventi sportivi), condotte dalle forze dell’ordine.