

*Provvedimento n. 3766 ( I195 )* **ASSOCIAZIONE ITALIANA CALCIATORI-  
PANINI**

*L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO*

NELLA SUA ADUNANZA del 28 marzo 1996;

SENTITO il Relatore Professor Fabio Gobbo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTE la segnalazione della Service Line Italy Srl, pervenuta in data 7 agosto 1995, di presunte violazioni degli artt. 2 e 3 della legge n. 287/90 da parte della Panini Spa e dell'Associazione Italiana Calciatori;

VISTA la documentazione pervenuta, a seguito di richieste di informazioni inoltrate dall'Autorità, da parte della Panini Spa e dell'Associazione Italiana Calciatori;

CONSIDERATI i seguenti elementi:

**I. Le parti**

**1.** L'Associazione Italiana Calciatori (in seguito AIC) è l'associazione di categoria dei calciatori tesserati alla Federazione Italiana Gioco Calcio (in seguito FIGC) per le squadre del settore professionistico. L'AIC detiene i diritti di commercializzazione dell'immagine dei calciatori in tenuta da gioco in virtù di convenzioni siglate con la Lega Calcio e la FIGC.

**2.** Panini Spa (di seguito anche Panini) svolge attività di produzione di: a) figurine adesive da raccogliere in album raffiguranti personaggi dello sport, di Walt Disney, di serie televisive, cinematografiche, animali ed altri soggetti; b) card, vale a dire figurine non adesive che su di un lato raffigurano personaggi dello sport, cartoni animati o film e sull'altro riportano diciture sul soggetto raffigurato; c) cap, vale a dire dischetti di cartone con contenuto analogo alle card; d) fumetti; e) altri prodotti editoriali quali almanacchi, figurine con gadget tridimensionali e altri; f) carta adesiva. Il gruppo Panini ha subito delle modificazioni nel corso del 1994. Il 31 agosto 1994 la Marvel Comics Italia Srl, società interamente controllata dalla Marvel Entertainment Group Inc., ha acquisito l'intero capitale sociale della Maxwell Communication Italia Spa, società holding del gruppo Panini ed in possesso del 100% del capitale della Panini Srl. Il 1° dicembre 1994 la Panini Srl e la sua controllante Maxwell Communication Italia Spa sono state fuse per incorporazione nella Marvel Comics Italia Srl che si è contestualmente trasformata nella Panini Spa.

Il fatturato realizzato in Italia dalla Panini nel periodo dal 1° settembre 1994 al 30 giugno 1995 è stato di circa 79,6 miliardi di lire ripartito tra 53 miliardi di lire per i prodotti editoriali (prodotti a-e) e 26,6 miliardi di lire per la carta adesiva.

**3.** Service Line Italy Srl (in seguito Service Line) opera da alcuni anni nel settore degli album e delle figurine in materia sportiva. L'87% del capitale sociale della Service Line è diviso in quote paritarie tra i signori Antonio Palmisano, Sandro Guerzoni e Franco Mazza. Il restante 13% è detenuto dalla signora Lidia Lena. Il fatturato della società ammonta a circa 12 miliardi di lire, di cui 4 miliardi di lire sono realizzati in Italia, derivando per il 50% dalla vendita di album e figurine dei calciatori.

**II. I fatti**

4. Il 1° luglio 1992 AIC e Panini hanno stipulato un contratto, relativo alle stagioni agonistiche 1992/93-1994/95, avente ad oggetto il diritto di fabbricare e commercializzare album di figurine e relative figurine autoadesive rappresentanti calciatori in tenuta da gioco. Tale contratto impegnava l'AIC a rilasciare un massimo di quattro licenze ad altrettanti, diversi ed indipendenti licenziatari per la produzione di figurine per tutti i campionati interessati dall'accordo e a garantire che il periodo di sfruttamento prioritario e principale delle licenze rilasciate a cessionari diversi dalla Panini sarebbe stato contrattualmente indicato nell'ultimo quadrimestre di ogni anno solare. Inoltre, a tali imprese veniva conseguentemente consentito di promuovere il proprio prodotto non oltre la fine dell'anno.

In accordo con tali condizioni, l'AIC concludeva i contratti indicati con Merlin Publishing Srl (in seguito Merlin), Euroflash Srl (in seguito Euroflash) e Service Line in cui si ribadiva il numero massimo di licenze rilasciabili e in ciascun contratto veniva fissata la data per l'inizio dello sfruttamento della licenza. La seguente tabella riporta i periodi in cui erano consentite operazioni di rilancio delle collezioni per ciascun licenziatario dai diversi contratti:

**Tabella 1**  
Periodi per il rilancio delle collezioni

Licenziataria	Periodo
Merlin	15/8 - 15/12
Euroflash	1/9 - 15/12
Service Line	15/11 - 31/12
Panini	15/12 in poi

Fonte: AIC

5. In data 5 maggio 1995, AIC e Panini hanno stipulato un nuovo contratto con il quale l'AIC cede alla Panini i diritti esclusivi della gestione economica di iniziative aventi ad oggetto l'utilizzazione delle immagini dei calciatori in tenuta da gioco, per tutti i prodotti del settore del "collezionabile editoriale", per tutti i territori del mondo, con riferimento alle seguenti manifestazioni calcistiche: campionati italiani 1995/96, 1996/97 e 1997/98, Coppa Italia delle medesime stagioni, Coppe europee di club delle medesime stagioni, Campionati Europei 1996 e Coppa del Mondo 1998.

### III. Il mercato rilevante

6. Gli accordi citati producono effetti sul settore del collezionabile editoriale, specificamente circoscritto a prodotti quali figurine adesive da raccogliere in album relative a diverse categorie di personaggi popolari, card e cap raffiguranti soggetti diversi. In tale settore Panini possiede una posizione di *leadership* a livello mondiale. Essa opera, con proprie filiali, in Francia, Gran Bretagna, Olanda, Germania e Spagna e, tramite una società mista con il gruppo Abril, in Brasile. Le collezioni di maggior successo realizzate dalla Panini riguardano i calciatori ed i personaggi dei cartoni animati della Walt Disney. Con quest'ultima Panini ha concluso nel giugno 1993 un contratto per l'acquisizione in esclusiva fino al 1997 dei diritti di produzione di figurine dei relativi personaggi. Analoghi contratti di esclusiva vengono generalmente conclusi dalle altre imprese operanti nel settore con i titolari dei vari diritti.

L'acquisizione di licenze costituisce un fattore nevralgico per l'attività di produzione e commercializzazione di figurine. Nella Relazione del Consiglio di Amministrazione della Panini Srl relativa all'esercizio sociale 1992/93 viene affermato che "la Panini ha mantenuto una posizione leader nella considerazione dei licenzianti, che le riservano normalmente un'opzione prioritaria nell'acquisizione delle licenze più importanti". A livello nazionale ciò consente a Panini di detenere una quota dell'intero settore del collezionabile editoriale non inferiore al 55-60%.

7. I prodotti del collezionabile editoriale rappresentanti le immagini dei calciatori pesano per circa un terzo nell'intero settore. Infatti, il valore delle vendite al pubblico delle figurine in Italia nel 1994 è di 120 miliardi di lire, di cui circa 40 miliardi di lire derivano dalla vendita di figurine dei calciatori.

8. Nel 1994 le vendite di figurine dei calciatori risultano essere ripartite tra le seguenti imprese: Panini, Service Line, Euroflash e Merlin. Le quote detenute da tali imprese, secondo una stima fornita dalla Service Line, sono quelle di seguito indicate:

**Tabella 2**

Quote delle vendite di figurine dei calciatori

<b>Società</b>	<b>%</b>
Panini	78
Service Line	9
Euroflash	7
Merlin	6

Fonte: Service Line

9. Al fine di accertare se i diversi prodotti corrispondono a mercati distinti è necessario valutare il loro grado di sostituibilità. In particolare, appare opportuno effettuare tale valutazione con riferimento alle figurine da raccogliere in album.

10. Nella delimitazione del mercato rilevante del prodotto possono prospettarsi due configurazioni. La prima comprende l'insieme delle figurine tra cui anche quelle rappresentanti i calciatori. La seconda limita il mercato rilevante alle sole figurine dei calciatori sulla base del presupposto che la domanda di tale prodotto presenti un'elasticità di sostituzione con gli altri prodotti del collezionabile editoriale particolarmente bassa. I dati disponibili al momento non consentono di esprimere un giudizio definitivo su questo punto. Pertanto, la valutazione che segue degli accordi conclusi tra AIC e Panini viene effettuata con riferimento ad entrambe le delimitazioni del mercato rilevante.

11. La dimensione geografica del mercato interessato dall'intesa, quale che sia la sua definizione dal punto di vista merceologico, sembra essere nazionale, in considerazione della rilevanza degli aspetti linguistici e, per quel che riguarda specificatamente i prodotti oggetto dell'accordo, della centralità delle vicende calcistiche nazionali.

12. Le imprese che intendono realizzare album di calciatori, nonché tutte le imprese che, più in generale, impiegano le immagini dei calciatori per differenziare o promuovere i propri prodotti, devono acquisire i diritti di sfruttamento economico di tali immagini. L'AIC detiene in esclusiva la gestione economica di tali diritti in base a due convenzioni riguardanti le attività promozionali e pubblicitarie relative ai calciatori. La prima (in seguito Convenzione I), stipulata con la Lega Nazionale Professionisti e la Lega Nazionale Serie C, è stata siglata il 23 luglio 1981 e successivamente modificata con gli accordi del 27 luglio 1984 e del 18 giugno 1987. La seconda (in seguito Convenzione II), con la FIGC, è stata siglata il 27 ottobre 1987. La Convenzione I riguarda le società di calcio professionistiche, la Convenzione II riguarda le squadre nazionali.

13. L'articolo 3 della Convenzione I stabilisce che "la gestione economica di iniziative aventi ad oggetto l'utilizzazione delle immagini dei calciatori in tenuta da gioco, allorché tali immagini siano destinate alla realizzazione di raccolte o collezioni o concernano comunque riproduzioni relative a più calciatori o più squadre [...] spetta in via esclusiva all'A.I.C." L'articolo 9 della Convenzione II attribuisce analoga esclusiva all'AIC con riferimento alle immagini dei calciatori in tenuta da gioco delle squadre nazionali.

#### **IV. Valutazioni giuridiche**

##### **a) Natura dei diritti delle immagini dei calciatori in tenuta da gioco**

14. La tutela giuridica dell'immagine personale risulta dall'articolo 10 c.c. e dagli artt. 96 e 97 della legge del 22 aprile 1941, n. 633 (legge sulla protezione del diritto d'autore). Il diritto all'immagine risponde al duplice fine di dare contenuto al più generico diritto alla riservatezza e di garantire a ciascuna persona lo sfruttamento economico della propria immagine. Nel caso in esame rileva prevalentemente questa seconda finalità del diritto all'immagine. Le norme citate vietano l'esposizione o la pubblicazione dell'immagine della persona senza che essa sia stata consentita e determinano per il titolare del diritto la possibilità di ottenere un corrispettivo per il consenso alla diffusione della propria immagine. Tale possibilità assume particolare rilievo per tutte quelle persone, come i calciatori professionisti, che suscitano un diffuso interesse nella collettività e alla cui immagine possono essere associate iniziative economiche.

15. Il diritto all'immagine, per il suo fondamento giuridico e per la tutela ad esso accordata dall'ordinamento, può essere associato al diritto d'autore e agli altri diritti di proprietà intellettuale. Esso, tra le

altre cose, consente la remunerazione di attività volte ad accrescere la propria popolarità che, in assenza di una tutela adeguata, sfumando la possibilità di ottenere un corrispettivo, non verrebbero intraprese. La protezione del diritto all'immagine serve dunque anche a preservare lo svolgimento di determinate attività economiche e consentire ai consumatori di godere dei prodotti che ne conseguono.

#### **b) Rapporto tra diritto all'immagine e normativa antitrust**

**16.** Il diritto all'immagine, attribuendo al suo titolare la facoltà di precludere a qualsiasi altro soggetto ogni attività che comporti lo sfruttamento economico dell'immagine, può costituire, al pari dei diritti di privativa, posizioni dominanti o di monopolio su specifici mercati ponendo un problema di contemperamento del suo esercizio con la normativa antitrust.

**17.** La Corte di Giustizia, nella sentenza *Coditel/Ciné-Vog Films (Coditel II)*, concernente una questione pregiudiziale relativa all'interpretazione dell'articolo 85 in relazione all'articolo 36 del Trattato, ha proposto la distinzione tra esistenza di un diritto riconosciuto dalla legislazione di uno Stato membro in fatto di tutela della proprietà artistica ed intellettuale, che le disposizioni del Trattato non possono intaccare, ed il suo esercizio che può risultare limitato dalle norme in materia di concorrenza. La Corte ha quindi sostenuto che occorre "determinare se l'esercizio del diritto esclusivo di rappresentazione di una pellicola cinematografica non crei ostacoli artificiali ed ingiustificati rispetto alle esigenze dell'industria cinematografica, o la possibilità di corrispettivi che vadano oltre la giusta remunerazione degli investimenti fatti, o un'esclusività di durata eccessiva rispetto a tali esigenze, e se, in via generale, tale esercizio in una zona geografica determinata non sia tale da impedire, restringere o alterare il gioco della concorrenza all'interno del mercato comune". Essa ha, inoltre, aggiunto che la valutazione degli effetti dell'esercizio del diritto esclusivo di rappresentazione va effettuata tenendo conto delle circostanze economiche e giuridiche caratterizzanti i mercati interessati.

**18.** Da tali affermazioni si può trarre un principio generale per cui, tenendo conto delle peculiarità dei mercati interessati, l'esercizio di un diritto esclusivo può risultare in contrasto con i divieti posti dalle norme a tutela della concorrenza quando, rispetto alle esigenze dell'industria in cui opera il titolare del diritto, tale esercizio comporta anche solo una delle seguenti conseguenze: 1) la creazione di ostacoli alla concorrenza artificiali ed ingiustificati; 2) la possibilità di corrispettivi superiori alla normale remunerazione degli investimenti realizzati; 3) un'esclusività di durata eccessiva. L'esercizio è da ritenersi illecito quando tali conseguenze si producono su uno qualunque dei mercati interessati allo sfruttamento del diritto in questione.

**19.** La Commissione UE ha applicato i principi affermati dalla Corte in *Coditel II* nel caso *Acquisto di film da parte di emittenti televisive tedesche*. La Commissione ha ritenuto contrario all'articolo 85.1 del Trattato l'accordo con il quale alcune emittenti televisive tedesche acquistavano il diritto di trasmettere in esclusiva per un periodo di 15 anni gran parte dell'intero catalogo della Metro Goldwyn Mayer/United Artists Entertainment Co., nonostante i film acquistati rappresentassero soltanto il 4,5% del totale di film disponibili sul mercato, perché tale accordo determinava la creazione di artificiose ed ingiustificate barriere nel mercato televisivo, dato il particolare interesse e la popolarità dei film di una delle più famose case di produzione, e perché attribuiva un'esclusiva per un periodo ingiustificatamente lungo.

#### **c) Valutazione dell'intesa**

**20.** Le norme della legge n. 287/90 in materia di tutela della concorrenza devono ritenersi applicabili all'AIC, in quanto l'attività di cessione dei diritti relativi alle immagini dei calciatori ha contenuto tipicamente economico e, nel caso in esame, attribuisce all'AIC natura di impresa ai fini dell'applicazione della normativa antitrust.

Peraltro, secondo i principi comunitari, costituisce un'attività di natura economica qualsiasi attività tesa alla realizzazione di un interesse economico, anche qualora essa non comporti alcuna remunerazione (in tal senso Corte di Giustizia 20 marzo 1985, causa 41/83, Italia/Commissione; sentenza del 23 aprile 1991, causa 41/90, *Klaus Hoefner e Fritz Elser - Macrotron GmbH* e provvedimento dell'Autorità del 13 aprile 1995, caso n. A/59, *SNAI-UNIRE*, Bollettino n. 15-16/95).

**21.** Il contratto stipulato da AIC e Panini il 1° luglio 1992, relativo alle stagioni agonistiche 1992/93-1994/95, ed il contratto stipulato dai medesimi soggetti il 5 maggio 1995, relativo alle stagioni agonistiche 1995/96-1997/98, appaiono costituire un'unica intesa, ai sensi dell'articolo 2, comma 1, della legge n. 287/90, volta a favorire Panini nell'attività di sfruttamento economico delle immagini dei calciatori in tenuta da gioco.

**22.** In particolare, il contratto del 1° luglio 1992 vincola AIC nei rapporti con le società concorrenti di Panini. A tali imprese venivano assegnate date differenziate per l'inizio della commercializzazione del proprio prodotto con conseguente limitazione del periodo di rilancio del prodotto entro la fine dell'anno. Tale condizione poneva gli operatori diversi da Panini in posizioni concorrenziali svantaggiate. Infatti, il periodo di maggiore vendita delle figurine dei calciatori ha inizio nel mese di gennaio. Questo perché: i) a causa delle dinamiche di novembre del mercato calcistico, la composizione delle squadre può mutare fino ad allora; ii) il campionato di calcio nel mese di gennaio entra nella fase decisiva, attirando maggiore attenzione. Le clausole contenute nei contratti relativi alle stagioni passate consentivano alla sola Panini di svolgere attività promozionale del proprio prodotto in gennaio, limitando di fatto la possibilità per gli altri operatori di esercitare un'effettiva concorrenza a tale impresa.

**23.** Il contratto stipulato il 5 maggio 1995 tra AIC e Panini stabilisce la concessione esclusiva a favore della Panini dei diritti di sfruttamento economico delle immagini dei calciatori per la produzione e commercializzazione di un ampio numero di prodotti, tra cui le figurine da raccogliere in album, per una durata di tre anni.

**24.** Il vantaggio attribuito a Panini nell'attività di produzione e commercializzazione delle figurine dei calciatori sembra in grado di produrre effetti distorsivi della concorrenza quale che sia la delimitazione del mercato rilevante tra le due configurazioni prospettate. La limitazione dei comportamenti dei concorrenti di Panini derivanti dal contratto del 1992 e l'attribuzione in esclusiva alla Panini del diritto di sfruttamento economico delle immagini dei calciatori in tenuta da gioco, appare significativamente ridurre la concorrenza sui mercati in cui queste imprese operano e può portare all'esclusione di alcune delle imprese concorrenti di Panini. Infatti, qualora si accogliesse la delimitazione più ampia del mercato, che comprende le figurine rappresentanti qualunque soggetto, si deve innanzitutto constatare che viene impedita la concorrenza su un segmento di mercato che ne rappresenta più del 30%. Tale esclusiva e le particolari condizioni di favore godute da Panini possono tradursi in un più generale vantaggio nell'operare nel mercato del collezionabile editoriale. Ciò risulta fondato su due constatazioni. Innanzitutto, la raccolta dei calciatori rappresenta una parte consistente dell'attività produttiva che consente agli operatori di raggiungere soglie dimensionali efficienti. Secondo le informazioni disponibili, la produzione di album e figurine dei calciatori, in quanto consente l'ottenimento di rilevanti economie di gamma e di scala, rappresenta una componente fondamentale per la sostenibilità dell'attività da essa svolta. In secondo luogo, i calciatori suscitano un largo interesse e godono di enorme popolarità presso il pubblico che compone la domanda di figurine, così la sua rilevanza è maggiore di quella rappresentata dalla sua quota nella misura in cui genera un consistente effetto di traino sulle vendite delle altre collezioni. Sulla base di queste considerazioni, si può affermare che l'intesa conclusa tra AIC e Panini sembra determinare artificiali restrizioni alla concorrenza su tale mercato che non appaiono giustificate dall'esigenza di preservare l'attività in questione.

Qualora invece si accertasse che le figurine dei calciatori compongono un mercato rilevante distinto, l'effetto restrittivo della concorrenza dell'intesa tra AIC e Panini sarebbe ancora più marcato, in quanto essa condurrebbe alla totale esclusione dei concorrenti di Panini dal mercato rilevante.

RITENUTO che i contratti stipulati da Panini e AIC costituiscono un'intesa che potrebbe avere per oggetto e per effetto di restringere in maniera consistente la concorrenza sul mercato, configurando così una violazione dell'articolo 2, comma 2, della legge n. 287/90;

#### DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti dell'Associazione Italiana Calciatori e della Panini Spa;

b) la fissazione del termine di giorni quindici, decorrente dalla notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei rappresentanti legali dell'Associazione Italiana Calciatori, della Panini Spa, della Service Line Italy Srl e da parte di chiunque abbia un interesse diretto, immediato ed attuale nel procedimento, o da persona da essi delegata, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Attività Istruttoria C di questa Autorità almeno cinque giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la Dottoressa Ombretta Main;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Attività Istruttoria C di questa Autorità dai legali rappresentanti dell'Associazione Italiana Calciatori, della Panini Spa, della Service Line Italy Srl, nonché da chiunque abbia nel procedimento un interesse diretto, immediato ed attuale o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro il termine di duecentodieci giorni, decorrente dalla data di delibera del presente provvedimento.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato ai sensi di legge.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Alberto Pera*

IL PRESIDENTE  
*Giuliano Amato*

\* \* \*