



DISEGNO DI LEGGE

d'iniziativa della senatrice SBROLLINI

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA L'8 APRILE 2020

Modifiche al decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, in materia di
titolarità e commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi

ONOREVOLI SENATORI. - Come è noto, il ritorno alla vendita centralizzata ha prodotto un ottimo risultato: ha generato per le casse della Lega calcio di serie A un aumento di oltre il 70 per cento delle risorse rispetto al 2010 (si è arrivati a circa 1.500 milioni di euro). A cascata ne hanno beneficiato le categorie professionistiche inferiori, il calcio dilettantistico e il *basket*.

Gran parte del risultato è stato dovuto a una migliore organizzazione delle leghe sportive, costrette dal provvedimento legislativo a dotarsi, nel corso di questi anni, di strutture, tecnici e professionisti di sicure affidabilità e conoscenza del settore, sia dal punto di vista commerciale, sia dal punto di vista dei rapporti istituzionali (specie con le Autorità indipendenti), sia sotto il profilo legale (l'applicazione di una nuova normativa, peraltro molto articolata e complessa, ha comportato un notevole sforzo nelle conoscenze giuridiche). Tutto ciò ha imposto una crescita incoraggiata anche da alcune disposizioni del cosiddetto decreto Melandri, il decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, che hanno indotto le organizzazioni sportive a un maggiore senso di responsabilità e di consapevolezza.

A tutto ciò non è corrisposta, invece, una crescita del mercato a valle, quello cioè delle comunicazioni, da sempre e tuttora ingessato da una dialettica scarsamente competitiva tra gli operatori nazionali e non aperto alle nuove realtà multinazionali e globalizzate, tant'è che, dopo aver perso l'unico concorrente sulla televisione a pagamento (Mediaset Premium), SKY è rimasto l'unico vero interlocutore, in attesa che il mondo delle cosiddette *Over-the-Top* o OTT possa trovare un suo mercato alternativo alla tele-

visione. Purtroppo, ciò non è ancora così, come viene denunciato da un ultimo provvedimento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCOM), con il quale l'Autorità ha sottolineato come il mercato *internet*, e in particolare delle OTT (Dazn, Timvision, Vodafone), non solo sia ancora poco sviluppato e non in grado di essere alternativo alla televisione satellitare di SKY, ma declassi anche il digitale terrestre a mera piattaforma trasmissiva, senza alcuna competitività. Per tale motivo, una revisione del decreto Melandri può aiutare a creare mercato da una parte, e rendere più appetibile il prodotto, specie a livello internazionale, dove si gioca la vera partita per la crescita degli introiti.

E così, se è vero che la prima parte del decreto Melandri, dedicata alle finalità e ai principi che sottendono la vendita centralizzata (contitolarità tra Lega e società sportive, finalità, obiettivi e principi della vendita centralizzata, diritto d'archivio, diritto di cronaca, protezione del diritto d'autore, legittimazione processuale: articoli da 1 a 5 e articolo 28) non necessita di alcuna modifica sostanziale; se è altrettanto vero che la terza e ultima parte del decreto, che disciplina la ripartizione delle risorse economiche derivanti dalla vendita centralizzata (articoli da 21 a 27), non è più attuale e nonostante le modifiche di questi ultimi anni vedrà una sua modifica nei decreti delegati previsti dall'articolo 5 della cosiddetta legge Giorgetti (legge 8 agosto 2019, n. 86), è evidente che la seconda parte, quella cioè relativa alla procedura di commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi (articoli da 6 a 20), è risultata, e risulta ancora oggi, di difficile ap-

plicazione, specie se si tiene conto di quel che è accaduto in Italia negli ultimi anni.

I meccanismi di commercializzazione e di vendita sono oggi troppo complicati, difficili da comprendere per chi non fa parte del sistema italiano. Occorre introdurre, anche per dare determinati segnali, alcuni concetti base, come la figura dell'editore, da intendere in modo più ampio rispetto al passato.

Fino ad oggi i diritti audiovisivi degli eventi sportivi erano appannaggio dei proprietari delle piattaforme distributive. Il soggetto che trasmetteva, e trasmette ancora oggi, le partite del campionato di calcio era, ed è, il proprietario della piattaforma distributiva, satellite o digitale terrestre (SKY, RAI, Mediaset).

Occorre agevolare gli editori non proprietari di capacità trasmissiva, intervenendo, per esempio, sugli obblighi di *must carry*, che oggi impongono all'operatore di rete di trasportare i canali televisivi di altri fornitori di contenuti. Il decreto Melandri aveva individuato il problema, ma il *favor* previsto all'articolo 13 (accesso a qualunque piattaforma di terzi a condizioni eque, trasparenti, non discriminatorie ed orientate ai costi) è stato concesso soltanto all'organizzatore della competizione (la Lega) e non agli editori, che non si possono dunque appellare al decreto Melandri per trovare spazio in Italia.

L'articolo 11, come modificato dal presente disegno di legge, estende il *favor* anche agli assegnatari non in possesso del titolo abilitativo. In questo modo tutti possono partecipare. L'importante è ottenere il titolo abilitativo in un arco temporale sufficientemente ristretto, sei mesi, rispetto alla data di aggiudicazione, secondo quanto prevede l'articolo 9, comma 2. Per ottenerlo, l'assegnatario, senza titolo abilitativo, non solo gode del *must carry* imposto a tutti gli operatori di rete, ma usufruisce anche della possibilità di sublicenziare i diritti, atteso, come si vedrà di seguito, il superamento del divieto imposto oggi dal decreto Melandri.

Occorre poi semplificare la vendita. Come era accaduto al momento dell'entrata in vigore del decreto Melandri, quando, nel disciplinare i meccanismi di vendita centralizzata, si erano prese come esempio realtà europee quali la *Bundesliga*, la *Premier League* e l'*Union of European Football Associations UEFA Champions League*, anche oggi, nell'ipotesi di una revisione, sarebbe opportuno vedere cosa accade in altri sistemi. In particolare, occorrerebbe approfondire le procedure attuali di vendita dell'*UEFA Champions League* adottate dall'UEFA d'intesa con la Commissione europea. Tali procedure infatti, pur prevedendo un *tender* molto dettagliato e concertato con la Commissione europea, consentono oggi all'UEFA maggiori spazi di manovra nel confezionamento dei pacchetti, privilegiano molto di più le trattative private e non limitano l'UEFA al prezzo minimo di vendita.

Innanzitutto, nella procedura di vendita è opportuno, per renderla più snella, avere un solo interlocutore (come l'UEFA con la Commissione europea). La scelta non può che ricadere ovviamente sull'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, proprio perché si parla di comunicazione e di rapporti tra operatori della comunicazione (articoli 6, comma 6, e 19), mentre si lascia all'AGCOM il compito di vigilare sul comportamento dei protagonisti del settore con i poteri conferiti con la legge n. 287 del 1990.

Si semplificano anche alcune regole d'ingaggio come quelle previste dagli articoli 7, 8 e 10, rendendo più chiari alcuni divieti, come quello della «*no single buyer rule*», o flessibili altri divieti, come quelli che impongono il divieto dei *full rights* (modello invece dell'attuale UEFA Champions League) o della durata, su richiesta dell'organizzatore della competizione, che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni può derogare se le circostanze del mercato lo consentono. Si lascia più spazio (anche nella durata e nella scelta) alla vendita dei diritti interna-

zionali, un settore nel quale l'Italia soffre troppo la concorrenza delle leghe spagnole, inglesi e tedesche (articolo 16).

Il presente disegno di legge, inoltre, con l'obiettivo di invogliare nuovi operatori e di far crescere il mercato, contiene disposizioni volte ad allineare la disciplina nazionale alle regole europee, consentendo la sublicenza, a patto che sia autorizzata dal solo organizzatore della competizione (articolo 11, comma 3).

Il divieto, si rammenta, era stato introdotto nel decreto Melandri (articolo 11, comma 5) per impedire agli operatori della comunicazione di « fare mercato » con i diritti acquisiti (« compro per rivendere al prezzo che decido io e a chi voglio io ») senza alcun ritorno economico per la Lega e per le società sportive. Un divieto espresso in una norma, si diceva allora, avrebbe sensibilizzato maggiormente le leghe e le società sportive sull'importanza della gestione (diretta, senza intermediari) dei diritti televisivi, come facevano, e fanno ancora oggi, le altre leghe europee (come la *Bundesliga* e la *Premier League*) o come fa da sempre l'UEFA. La Lega calcio di serie A e la Lega calcio di serie B hanno acquisito ora tale consapevolezza.

Oggi vengono dunque meno i presupposti di quel divieto ed è possibile introdurre la nuova regola. È noto che la facoltà di concedere agli operatori il diritto di sublicenziare a terzi apre il mercato: si consente così a nuovi *players* di accedervi, anche in un momento successivo all'assegnazione (alla quale non possono partecipare perché non hanno risorse economiche sufficienti per competere), e di far crescere alcune piattaforme.

Semplificare significa anche non rendere difficoltosa la vendita a tal punto da pregiudicare il ritorno economico. Ciò è accaduto per i campionati professionistici minori, come quelli organizzati dalla Lega pro (nel calcio) o dalla Lega di serie A (nel basket)

o per manifestazioni sportive minori sia pure legate alle leghe maggiori di serie A e di serie B (Coppa Italia, Supercoppa, Campionati primavera). Le leghe minori, infatti, hanno avuto notevoli difficoltà a vendere il prodotto perché troppo ingessato nelle procedure di vendita. Sono prodotti che vanno venduti liberamente, anche aggregandoli tra loro o consentendo a intermediari o *broker* sportivi di poterli inserire in pacchetti di diritti aperti e più appetibili per gli operatori della competizione. Di qui la modifica all'articolo 7 che, al comma 8, rimanda solo agli obblighi delle linee guida e che, al comma 8-*bis*, estende i principi generali del decreto Melandri anche agli sport non professionistici previsti nella lista degli eventi predisposta dall'AGCOM.

È invece sostituito l'articolo 14 del decreto Melandri, relativo alle piattaforme emergenti, che la stessa AGCOM, con la delibera n. 630/12/CONS del 13 dicembre 2012, ritiene non sussistenti nell'attuale panorama dell'offerta di contenuti audiovisivi. Si lascia comunque la facoltà all'AGCOM di reintrodurre la disciplina speciale qualora ve ne siano le condizioni.

Si richiedono inoltre da più parti norme più efficaci (specie dal punto di vista penale) che contrastino l'uso indiscriminato delle immagini delle partite sul *web*, con una decisa presa di posizione anche nei confronti dei *provider*. Sul fronte della tutela, occorre innanzitutto riconoscere quel che in giurisprudenza è ormai un'interpretazione abbastanza consolidata: le riprese televisive assurgono a opera dell'ingegno come prevede ora espressamente il novellato articolo 4, comma 7.

Ma è sul livello della protezione che si dovrebbe migliorare e pertanto vengono aggiunti nuovi commi all'articolo 17 del decreto Melandri. Sempre ai fini della semplificazione del sistema di vendita, anche per evitare incertezze e dubbi da parte degli operatori della comunicazione, è stato previ-

sto che la produzione sia centralizzata dall'organizzatore della competizione (nuovi commi 4, 5 e 6 dell'articolo 4 del decreto Melandri) e che quest'ultimo possa commercializzare i diritti d'archivio agli assegnatari dei diritti audiovisivi, almeno quelli relativi alla stagione in corso e a quella immediatamente precedente, purché l'utilizzazione dell'archivio sia limitata esclusivamente ai cosiddetti prodotti audiovisivi collettivi, cioè ai prodotti audiovisivi relativi alle competizioni nella sua globalità e non focalizzati invece sulla singola squadra (articolo 3, comma 2). Un commento finale merita quella che può risultare una vera e propria rivoluzione del mondo del calcio, anche a seguito delle ultime vicende legate all'emergenza sanitaria: la trasmissione di un evento in diretta e in

chiaro, come prevede il modello attuale del calcio spagnolo. Il valore del calcio non può essere pregiudicato dal solo fatto che una partita a giornata possa essere trasmessa in chiaro. È sufficiente vedere quel che accade alla *UEFA Champions League*, dove la vendita in chiaro a pagamento ha generato, e genera, maggiori ricavi. I tempi sono oggi maturi per ripercorrere quella strada anche a livello nazionale: la partita è trasmessa certamente anche a pagamento (non si può impedire l'acquisizione di tutti i diritti del campionato da parte di un unico operatore, come accade da anni sul satellite), ma la contemporanea diretta in chiaro avrebbe una funzione fortemente promozionale per l'immagine del calcio nazionale (articolo 8, comma 1, lettera a)).

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

1. Al decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, sono apportate le seguenti modificazioni:

a) all'articolo 2, comma 1:

1) la lettera z) è sostituita dalla seguente:

« z) “operatore della comunicazione”: il fornitore di servizi *media* e dei servizi interattivi definito ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettere b), h), i), m) e q), del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, nonché l'aggregatore di contenuti o l'operatore dell'informazione »;

2) dopo la lettera dd) sono aggiunte le seguenti:

« dd-bis) “aggregatore di contenuti”: l'impresa che offre servizi di aggregazione e di visualizzazione di contenuti propri o di terzi;

dd-ter) “operatore dell'informazione”: l'editore di giornali, quotidiani, periodici o riviste, che opera anche nell'editoria elettronica, ovvero il soggetto esercente l'editoria elettronica »;

b) all'articolo 3, il comma 2 è sostituito dal seguente:

« 2. L'esercizio del diritto di archivio è attribuito all'organizzatore di ciascun evento, il quale consente, in condizione di reciprocità, alla società sportiva che partecipa all'evento in qualità di ospite di conservare nel proprio archivio e di utilizzare economicamente le immagini dell'evento medesimo. Al

fine di perseguire il migliore risultato economico nella commercializzazione dei diritti audiovisivi, l'organizzatore della competizione concede in licenza agli assegnatari di cui all'articolo 9 i diritti di archivio degli eventi che si disputano nella stagione sportiva in corso, oggetto degli inviti a offrire, e di quelli che si disputano nella stagione sportiva immediatamente precedente a quella in corso. I predetti assegnatari possono utilizzare economicamente le immagini dell'archivio esclusivamente al fine di realizzare prodotti audiovisivi focalizzati sulla competizione »;

c) all'articolo 4:

1) al comma 1, le parole: « Fermo restando quanto previsto dall'articolo 27, » sono soppresse;

2) i commi 4, 5, 6 e 7 sono sostituiti dai seguenti:

« 4. La produzione audiovisiva dell'evento spetta all'organizzatore della competizione, che mette a disposizione dell'organizzatore dell'evento il segnale contenente le relative riprese ai fini della costituzione dell'archivio e dell'utilizzazione economica delle immagini nei limiti previsti dal presente decreto.

5. La proprietà delle riprese di ciascun evento, quale risultato delle produzioni audiovisive di cui al comma 4 del presente articolo, anche in deroga a quanto previsto all'articolo 78-ter della legge 22 aprile 1941, n. 633, spetta all'organizzatore dell'evento, fermo restando il diritto dell'organizzatore della competizione di farne uso per tutti i fini di cui al presente decreto.

6. L'organizzatore della competizione distribuisce il segnale contenente le riprese degli eventi a tutti gli assegnatari dei diritti audiovisivi a condizioni trasparenti e non discriminatorie e sulla base delle destinazioni d'uso stabilite dallo stesso organizzatore della competizione. L'accesso al segnale e ai servizi tecnici correlati è concesso previo

pagamento dei prezzi indicati nel tariffario predisposto dall'organizzatore della competizione. Il segnale deve essere senza loghi, fatti salvi quelli dell'organizzatore della competizione e dei suoi *sponsor*, e, su canali separati, con commenti parlati e dotati di rumori di fondo. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni vigila sulla corretta applicazione del presente comma.

7. Le riprese audiovisive degli eventi costituiscono opere dell'ingegno ai sensi della legge 22 aprile 1941, n. 633 »;

d) all'articolo 5, il comma 8 è sostituito dal seguente:

« 8. Alle violazioni del presente articolo e del regolamento di cui al comma 3 si applicano le sanzioni amministrative previste all'articolo 1, comma 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249. Le sanzioni previste nei confronti degli esercenti della radiodiffusione sonora e televisiva in ambito locale sono ridotte a un decimo »;

e) all'articolo 6, il comma 6 è sostituito dal seguente:

« 6. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni verifica la conformità delle linee guida ai principi e alle disposizioni del presente decreto e le approva entro sessanta giorni dal ricevimento delle stesse. La predetta Autorità, prima di provvedere, richiede il parere non vincolante dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che lo deve rilasciare entro trenta giorni dalla richiesta. L'invio telematico delle linee guida all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni da parte dell'organizzatore della competizione, in conformità a quanto stabilito dall'articolo 7, comma 2, determina l'inizio della procedura competitiva. Dopo l'approvazione delle linee guida da parte dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, l'organizzatore può procedere alle successive fasi della procedura competitiva, relative alla pubblicazione degli inviti a offrire, all'esame

delle offerte presentate e alle assegnazioni dei pacchetti ovvero alle fasi di trattativa privata, secondo i tempi e le modalità fissati nelle linee guida »;

f) all'articolo 7, i commi da 4 a 7 sono abrogati e il comma 8 è sostituito dai seguenti:

« 8. Alla commercializzazione dei diritti audiovisivi relativi alle competizioni della categoria professionistica calcistica inferiore al campionato di serie A e alle competizioni degli altri sport professionistici a squadre oggetto del presente decreto, nonché di quelli relativi alle Coppe nazionali e agli ulteriori eventi organizzati sulla base dell'esito delle competizioni, si applicano esclusivamente le disposizioni di cui alla presente sezione.

8-bis. Alla commercializzazione dei diritti audiovisivi relativi agli eventi di campionati, coppe e tornei non professionistici a squadre e delle correlate manifestazioni sportive, organizzate a livello nazionale, specificati nella lista degli eventi di cui alla delibera dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni n. 131/12/CONS del 15 marzo 2012, si applicano gli articoli 1, 2, 3, 4, 5 e 28 del presente decreto »;

g) l'articolo 8 è sostituito dal seguente:

« Art. 8. - (*Offerta dei diritti audiovisivi e formazione dei pacchetti*) - 1. L'organizzatore della competizione:

a) non può assegnare tutti i pacchetti di dirette offerti in esclusiva al mercato a un solo operatore della comunicazione o a un solo intermediario indipendente, fatto salvo quanto previsto dall'articolo 19, comma 1, e fermi restando i divieti previsti in materia di formazione di posizioni dominanti; deve altresì prevedere, anche mediante un pacchetto separato, che un evento per ciascuna giornata sia trasmesso in chiaro e in diretta, in anticipo o in posticipo;

b) ai fini di alla lettera a), deve predisporre i pacchetti in modo equilibrato, para-

metrando il loro valore sulla base dell'offerta commerciale complessiva e del valore, in termini economici e di importanza, dei singoli eventi;

c) può fissare un prezzo minimo per ciascun pacchetto e un prezzo minimo complessivo di tutti i pacchetti di dirette commercializzati simultaneamente, al di sotto dei quali, in un caso o in entrambi i casi, ha facoltà di non assegnare il singolo pacchetto o di revocare l'intera offerta o, nell'ambito della stessa procedura competitiva, di procedere a trattativa privata o di attivare una nuova procedura competitiva »;

h) l'articolo 9 è sostituito dal seguente:

« Art. 9. - (*Assegnazione dei diritti audiovisivi*) - 1. La partecipazione alle procedure per l'assegnazione dei diritti audiovisivi è consentita agli operatori della comunicazione e agli intermediari indipendenti.

2. Nell'ipotesi che uno o più pacchetti sia acquisito da un operatore della comunicazione non in possesso di titolo abilitativo, a condizione che tale titolo sia necessario e che l'operatore abbia comunque le capacità richieste per l'esercizio dei diritti audiovisivi assegnati, lo stesso operatore è tenuto a procurarsi il titolo abilitativo entro sei mesi antecedenti all'inizio della competizione alla quale i diritti audiovisivi assegnati si riferiscono. Qualora ciò non sia possibile, per qualunque motivo, il contratto di licenza è risolto e in tale caso:

a) l'operatore della comunicazione non può ripetere il corrispettivo già versato e l'organizzatore della competizione non è tenuto a versare alcun indennizzo;

b) i diritti audiovisivi sono assegnati al secondo miglior offerente, che può tuttavia rifiutare entro sette giorni dalla comunicazione inviata dall'organizzatore della competizione.

3. L'organizzatore della competizione predispone un pacchetto non esclusivo da desti-

nare a tutti gli operatori dell'informazione che, attraverso strumenti digitali, forniscono informazioni al pubblico, integrando contenuti editoriali cartacei e contenuti digitali »;

i) l'articolo 10 è sostituito dal seguente:

« Art. 10. - (*Contratti di licenza*) - 1. I contratti di licenza hanno una durata massima di tre anni, fatto salvo quanto previsto all'articolo 19, comma 1, e ferma restando la disposizione dell'articolo 16, comma 2.

2. I contratti di licenza sono vincolanti per tutta la durata prevista dai contratti medesimi, indipendentemente dalle società sportive partecipanti a ciascuna competizione in forza dei meccanismi di retrocessione e promozione previsti dai regolamenti sportivi »;

l) l'articolo 11 è sostituito dal seguente:

« Art. 11. - (*Modalità di esercizio*) - 1. Le linee guida di cui all'articolo 6 disciplinano le modalità di commercializzazione dei diritti audiovisivi rimasti invenduti in modo da consentire anche all'organizzatore dell'evento di commercializzarli o di esercitarli direttamente attraverso il proprio canale tematico ufficiale, relativamente ai soli eventi ai quali la propria squadra partecipa.

2. Il comma 1 del presente articolo non si applica nel caso in cui, per scelta dell'organizzatore della competizione, alcune dirette non siano oggetto di commercializzazione ai sensi dell'articolo 7, comma 3.

3. L'operatore della comunicazione assegnatario dei diritti audiovisivi può subconcedere in licenza a terzi, in tutto o in parte, i diritti audiovisivi o cedere, in tutto o in parte, i contratti di licenza, previa autorizzazione, a titolo oneroso e in forma scritta, dell'organizzatore della competizione. L'operatore della comunicazione, se autorizzato, deve operare nei confronti dei soggetti terzi in modo equo, trasparente e non discriminatorio.

4. L'operatore della comunicazione assegnatario dei diritti audiovisivi può conclu-

dere, previa autorizzazione, a titolo oneroso e in forma scritta, dell'organizzatore della competizione, accordi aventi ad oggetto la ritrasmissione, in simultanea o in differita, direttamente o da parte di terzi, dei prodotti audiovisivi, e accordi di distribuzione del segnale su altre piattaforme, esclusivamente previa autorizzazione, a titolo oneroso e in forma scritta, dell'organizzatore della competizione. L'operatore della comunicazione, se autorizzato, deve operare nei confronti dei soggetti terzi in modo equo, trasparente e non discriminatorio.

5. Le autorizzazioni di cui ai commi 3 e 4 si intendono concesse a tutti gli assegnatari che hanno partecipato in forma associata alla procedura competitiva di cui agli articoli 6 e 7 al solo fine di ripartire esclusivamente tra loro i diritti audiovisivi agli stessi assegnati.

6. L'intermediario indipendente assegnatario dei diritti audiovisivi è tenuto a subconcedere in licenza i diritti stessi con modalità eque, trasparenti e non discriminatorie, nel rispetto dei principi stabiliti dal presente decreto e dalle linee guida di cui all'articolo 6 in materia di assegnazione dei diritti audiovisivi.

7. All'assegnatario dei diritti audiovisivi che non è operatore di rete ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera *d*), del testo unico di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, si applicano i benefici di cui all'articolo 13 del presente decreto »;

m) all'articolo 12, comma 1, le parole: « all'articolo 11, comma 4 » sono sostituite dalle seguenti: « all'articolo 11, comma 2 »;

n) l'articolo 14 è sostituito dal seguente:

« Art. 14. - (*Piattaforme emergenti*) - 1. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni può individuare in ogni momento piattaforme emergenti, tenendo conto anche delle analisi di mercato previste dal titolo I, capo II, del codice delle comunicazioni elet-

troniche, di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, in modo che possano beneficiare su base non esclusiva di quote rilevanti di diritti di prima messa in onda adatti alle proprie caratteristiche tecnologiche »;

o) l'articolo 16 è sostituito dal seguente:

« Art. 16. - (*Commercializzazione dei diritti audiovisivi sul mercato internazionale*) - 1. Alla commercializzazione dei diritti audiovisivi destinati al mercato internazionale si applicano le disposizioni della sezione I, salvo quanto previsto dal presente articolo.

2. Il contratto di licenza può avere una durata massima di sei anni »;

p) all'articolo 17 sono aggiunti, in fine, i seguenti commi:

« *1-bis.* Le violazioni dei diritti di sfruttamento audiovisivo degli eventi realizzate in pregiudizio dei legittimi titolari o licenziatari degli stessi sono soggette alle sanzioni di cui alla sezione II del capo III del titolo III della legge 22 aprile 1941, n. 633.

1-ter. Per le violazioni commesse tramite *internet*, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, anche su segnalazione dei titolari o dei licenziatari dei diritti di cui al comma *1-bis*, ordina, anche senza udire l'altra parte, ai fornitori di connettività di inibire l'accesso agli indirizzi *internet protocol* (IP) e ai *domain name system* (DNS) che indebitamente consentono la visione, in tempo reale o in differita, degli eventi »;

q) l'articolo 19 è sostituito dal seguente:

« Art. 19. - (*Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*) - 1. Ferme restando le competenze generali e quelle previste dal presente decreto, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, tenuto conto delle esigenze del mercato dei diritti audiovisivi, provvede sulle richieste dell'organizzatore

della competizione volte a consentire deroghe al limite di cui all'articolo 8, comma 1, lettera a), e all'articolo 10, comma 1. Tale richiesta può avvenire anche nell'ambito delle linee guida di cui all'articolo 6. La predetta Autorità, prima di provvedere, richiede il parere non vincolante dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che lo deve rilasciare entro trenta giorni dalla richiesta.

2. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni delibera, nel rispetto dei principi della legge 7 agosto 1990, n. 241, in materia di procedure istruttorie e di criteri di accertamento, per le attività a essa demandate dal presente decreto, nonché le opportune modifiche organizzative interne finalizzate a dare attuazione al presente decreto anche mediante un'apposita struttura »;

r) l'articolo 20 è sostituito dal seguente:

« Art. 20. - (*Autorità garante della concorrenza e del mercato*) - 1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato vigila sulla corretta applicazione del presente decreto e delle linee guida di cui all'articolo 6, comma 1, avvalendosi dei poteri di cui alla legge 10 ottobre 1990, n. 287 ».

€ 1,00