

Bruxelles, 24 luglio 2003

Un nuovo modello di commercializzazione dei diritti di trasmissione del campionato tedesco di calcio (Bundesliga)

La Commissione ha intenzione di esentare il nuovo modello di commercializzazione dei diritti di trasmissione delle partite della prima e seconda divisione della Bundesliga dalle norme antitrust. Il piano presentato dalla Lega calcio tedesca assicura una maggiore varietà e concorrenza nella trasmissione delle partite della prima e seconda divisione della Bundesliga. Ci si attende anche un impulso per i nuovi media (servizi UMTS e Internet a banda larga). Secondo la Commissione, il modello di commercializzazione tradizionale restringe la concorrenza tra i club e tra le imprese mediatiche, rafforzando le tendenze alla concentrazione del settore. Nel nuovo modello non è più possibile vendere tutti i diritti di trasmissione in un solo pacchetto ad un'unica emittente. Per la prima volta i diritti di trasmissione vengono smistati in un certo numero di pacchetti, che vengono offerti in vendita separatamente attraverso una procedura trasparente. In futuro, tutte le partite saranno disponibili in diretta su Internet e sui telefoni portatili. Inoltre, i club della prima e della seconda divisione potranno loro stessi commercializzare una parte dei diritti di trasmissione. Nell'ambito del procedimento in corso, gli operatori del mercato avranno la possibilità di far conoscere il loro punto di vista.

Come ha spiegato Mario Monti, commissario competente per la concorrenza, la suddivisione dei diritti in diversi lotti, venduti nell'ambito di una procedura trasparente, dà "maggiori opportunità a diverse emittenti". Inoltre, la commercializzazione dei diritti attraverso i club comporta "maggiore concorrenza e aumenta l'offerta di programmi di calcio per il consumatore". La ripartizione in lotti permette altresì di evitare un "monopolio dei diritti da parte di pochi operatori, particolarmente forti finanziariamente." "Ciò è bene per il calcio e per i tifosi", ha continuato Monti.

La proposta concilia gli interessi del calcio, dei tifosi e i vantaggi economici derivanti dalla vendita centralizzata con le norme europee in materia di concorrenza.

Monti sottolinea: "Dopo il caso della Champions League UEFA, l'attuale modello instaura, per la prima volta, anche in un contesto nazionale, una procedura trasparente e non discriminatoria per l'aggiudicazione dei diritti di vendita centralizzata" ed aggiunge: "Il nuovo modello di commercializzazione prevede più trasmissioni in diretta televisiva, anche delle partite della seconda divisione della Bundesliga. Saranno commercializzati anche pacchetti per trasmissioni in diretta su Internet e telefoni portatili." Ciò rafforzerà lo sviluppo dei nuovi media soprattutto nelle aree di lingua tedesca.

“I telefoni portatili della prossima generazione e Internet hanno urgente bisogno di contenuti che possano attrarre il pubblico. La Commissione è riuscita a far sì che questi contenuti siano disponibili ai consumatori per la prima volta su tutto il mercato europeo.”

Il commissario ha così spiegato il ruolo dei club nel nuovo modello: “L'ammontare della vendita centralizzata verrà ridotto. In tutti i settori – televisione, radio, Internet e telefoni cellulari – non sarà più possibile commercializzare in esclusiva determinati diritti e, in futuro, i club della Bundesliga li potranno commercializzare autonomamente.” Ad esempio, con la vendita dei diritti televisivi delle loro partite giocate in casa un giorno dopo l'incontro, i club potranno scoprire nuove fonti d'entrata. Inoltre, i club hanno la possibilità di accedere ad alcuni diritti, la cui vendita centralizzata non è riuscita alla Bundesliga.

I diritti di commercializzazione dei club nel campo della telefonia mobile e di Internet sembrano particolarmente idonei a mettere a disposizione dei tifosi speciali offerte. In tal modo, i tifosi potranno scaricare da Internet azioni della loro squadra oppure guardare momenti di gioco delle partite in diretta sul telefono cellulare.

Il nuovo modello proteggerà altresì l'immagine commerciale della Bundesliga in quanto principale organizzatore. Infine, gli acquirenti hanno il vantaggio di dover contattare un unico offerente per l'acquisto dei diritti di trasmissione necessari per un resoconto completo dell'attività della Bundesliga.

In un procedimento parallelo, la Commissione ha esentato la vendita centralizzata delle partite della Champions-League UEFA dalle norme antitrust.

Uno sguardo al progetto di accordo

- I pacchetti saranno offerti in vendita nel corso di un procedimento trasparente e non discriminatorio dalla Lega o da un altro soggetto indipendente. In caso di controversia, i candidati possono rivolgersi ad una corte arbitrale. La durata dei contratti non può superare tre stagioni di campionato.
- Due pacchetti televisivi contengono diritti di trasmissione in diretta, che possono essere acquistati sia dalle Tv in chiaro che dalla pay-TV. Un pacchetto contiene la partita del sabato della prima divisione della Bundesliga e la partita della domenica della seconda divisione della Bundesliga (pacchetto dei giorni di partite principali). Il secondo pacchetto comprende la partita della domenica della prima divisione della Bundesliga e la partita del venerdì della seconda divisione della Bundesliga (pacchetto dei giorni di partite secondarie). In aggiunta, entrambi i pacchetti autorizzano in particolare la diffusione delle partite dell'altra giornata a mezzo di un sistema di trasmissione telefonica. Il pacchetto 3 contiene diritti per la TV in chiaro relativi a programmi di richiamo e ai diritti di trasmissione televisiva in diretta di almeno due partite della prima divisione della Bundesliga per campionato. Il pacchetto 4 prevede la trasmissione in diretta delle partite della seconda divisione della Bundesliga nella TV in chiaro. Ulteriori pacchetti contengono i diritti di sfruttamento secondario e terziario.
- TV in chiaro. Questi pacchetti possono di volta in volta essere suddivisi tra i diversi operatori della TV in chiaro.
- Pacchetti di vendita centralizzata su Internet e telefonia mobile: diversi pacchetti comprendono trasmissioni in diretta e in differita.
- Diritti televisivi dei club: ogni club può commercializzare le partite giocate in casa 24 ore dopo l'incontro una sola volta per la TV in chiaro.

- Diritti dei club relativi alla telefonia mobile, a Internet e alla trasmissione radiofonica: ogni club può offrire gli ultimi momenti di gioco sul telefono cellulare e inserire sul proprio sito web ampi stralci delle azioni di gioco. Inoltre, ogni club può offrire spezzoni in diretta dei suoi incontri sulla radio e sul telefono cellulare, nonché la diffusione audio su Internet.
- I diritti non venduti dalla Bundesliga possono essere offerti sul mercato parallelamente da ogni club locale.
- Ulteriori pacchetti della Lega e diritti dei club completano il progetto di accordo, che, nel settore televisivo, dovrà entrare in vigore nel luglio 2006. Tutte le altre regole saranno in vigore già nel luglio 2004.

Fase successiva

Prima che la Commissione prenda una decisione finale circa l'esenzione delle regole di mercato appena liberalizzate, essa pubblicherà un resoconto sul modello di commercializzazione proposto dalla Bundesliga sulla Gazzetta ufficiale, in base all'articolo 19, paragrafo 3 del regolamento del Consiglio n. 17/1962. Tutte le parti interessate, in particolare i club, le imprese mediatiche e le associazioni dei consumatori avranno l'opportunità di sottoporre alla Commissione i loro commenti sul proposto modello di commercializzazione.