



## **LEGA SOCIETA' DI PALLACANESTRO SERIE A**

**Linee Guida per la commercializzazione di:**

- a) diritti radiofonici**
- b) diritti mobile**
- c) diritti per il territorio estero**

**Stagioni sportive 2009/10 e 2010/11**



## INDICE

**INTRODUZIONE .. pag. 4**

**CAPITOLO 1 - PRESENTAZIONE DEL CAMPIONATO DI SERIE A E DELLE ALTRE  
COMPETIZIONI SPORTIVE .. pag. 6**

- 1.1. Organizzazione generale del Campionato .. pag. 7
- 1.2. Struttura agonistica del Campionato .. pag. 7
- 1.3. Struttura delle altre competizioni organizzate dalla Lega Basket .. pag. 8
  - 1.3.1. “Final Eight”
  - 1.3.2. Supercoppa Italiana

**CAPITOLO 2 - IL MERCATO DEL BASKET PROFESSIONISTICO .. pag. 10**

- 2.1. Capacità attrattiva del Campionato e degli Eventi .. pag. 11
  - 2.1.1. Gli spettatori del Campionato
  - 2.1.2. Gli appassionati del Campionato
  - 2.1.3. I Club coinvolti nelle competizioni europee
  - 2.1.4. I giocatori italiani nell’Nba

**CAPITOLO 3 - I DIRITTI RADIOFONICI E LE CONDIZIONI DI MERCATO .. pag. 14**

- 3.1. Unico pacchetto in esclusiva.. pag. 15
- 3.2. Formazione del pacchetto .. pag. 15
- 3.3. Durata .. pag. 16
- 3.4. Esclusiva .. pag. 17
- 3.5. Procedura per la ripresa sonora .. pag. 16
- 3.6. Condizioni Particolari .. pag. 17
- 3.7. Modalità di pagamento del corrispettivo .. pag. 17
- 3.8. Costituzione dell’archivio .. pag. 17

**CAPITOLO 4 - I DIRITTI MOBILE E LE CONDIZIONI DI MERCATO .. pag. 18**

- 4.1. Unico pacchetto non in esclusiva .. pag. 19
- 4.2. Formazione del pacchetto .. pag. 19
- 4.3. Durata .. pag. 20
- 4.4. Esclusiva .. pag. 20
- 4.5. Procedura per l’accesso alle immagini .. pag. 20



- 4.6. Modalità di pagamento del corrispettivo .. pag. 20
- 4.7. Costituzione dell'archivio .. pag. 21

## **CAPITOLO 5 – STRATEGIE DI COMMERCIALIZZAZIONE DEI DIRITTI AUDIOVISIVI ESTERI .. pag. 22**

- 5.1. Unico pacchetto in esclusiva .. pag. 23
- 5.2. Formazione del pacchetto .. pag. 23
- 5.3. Durata .. pag. 24
- 5.4. Esclusiva .. pag. 24
- 5.5. Procedura per l'accesso alle immagini .. pag. 25
- 5.6. Modalità di pagamento del corrispettivo .. pag. 25
- 5.7. Costituzione dell'archivio .. pag. 25

## **CAPITOLO 6 - GLI OBIETTIVI DELLA LEGA BASKET E I CONTENUTI DEGLI INVITI AD OFFRIRE .. pag. 26**

- 6.1. Gli obiettivi della Lega Basket .. pag. 27
- 6.2. Gli obiettivi .. pag. 27
- 6.3. Contenuti dell'invito ad offrire e delle offerte .. pag. 27
- 6.4. Elementi soggettivi degli offerenti .. pag. 27
- 6.5. Elementi oggettivi degli operatori della comunicazione .. pag. 28
- 6.6. L'Intermediario Indipendente (diritti radiofonici esclusi) .. pag. 28

## **CAPITOLO 7 - PROCEDURE COMPETITIVE .. pag. 29**

- 7.1. L'offerta di acquisizione .. pag. 30
- 7.2. Pubblicità alla procedura competitiva .. pag. 30
- 7.3. Invio delle offerte .. pag. 30
- 7.4. Analisi delle offerte e decisione della Lega Basket .. pag. 30
- 7.5. Confidenzialità .. pag. 30
- 7.6. Decisione della Lega Basket .. pag. 31
- 7.7. La trattativa privata: consultazione degli operatori della comunicazione interessati e negoziazione .. pag. 31
- 7.8. Nuova procedura competitiva .. pag. 32



## INTRODUZIONE

La Lega Società di Pallacanestro Serie A (di seguito “Lega Basket”) è una associazione non riconosciuta costituita tra le società di pallacanestro (di seguito “Club”) affiliate alla Federazione Italiana Pallacanestro (di seguito “Fip”) e partecipanti al Campionato Italiano Professionistico di Serie A (di seguito “Campionato”) e agli eventi correlati (allo stato Supercoppa e Coppa Italia, di seguito “Eventi”). Ha sede in Bologna.

La Lega Basket ha come mission, tra l’altro, quella di:

- ⊗ coordinare, indirizzare e sviluppare l'attività sportiva dei Club;
- ⊗ programmare, gestire e promuovere il Campionato e gli Eventi.

La Lega Basket, in conformità con le disposizioni del Decreto Legislativo 8 gennaio 2008 n. 9 (di seguito “Decreto”) e con le previsioni dello Statuto, organizza le competizioni nazionali cui partecipano i Club e cioè:

- a) il Campionato strutturato in Regular Season e Play-Off;
- b) la Coppa Italia strutturata a mezzo di “Final Eight”;
- c) la Supercoppa, disputata dai club che, nella stagione precedente, si sono aggiudicati le competizioni di cui ai precedenti punti a) e b);
- d) altri eventi, come l’All Star Game, disputato fino alla Stagione 2006/07.

Ancor prima dell’emanazione del Decreto, la Lega Basket ha gestito i diritti, riguardanti le predette competizioni dalla stessa organizzate e previsti in queste Linee Guida, su specifico mandato conferito dai Club.

La Lega Basket intende attuare una strategia di commercializzazione dei diritti radiofonici, mobile e per il mercato estero che permetta lo sviluppo del basket professionistico secondo gli obiettivi e le strategie descritti nel seguito del presente documento. Nella definizione degli obiettivi e delle strategie oltre che nella strutturazione operativa della procedura di commercializzazione collettiva la Lega Basket si avvale della consulenza di StageUp - Sport & Leisure Business s.r.l.



Le Linee Guida analizzano sinteticamente:

- a) il mercato del basket professionistico italiano;
- b) le strategie di commercializzazione dei diritti radiofonici;
- c) le strategie di commercializzazione dei diritti mobile;
- d) le strategie di commercializzazione dei diritti audiovisivi per il mercato estero;
- e) gli obiettivi della Lega Basket e il contenuto degli inviti ad offrire;
- f) le procedure competitive.

Le definizioni utilizzate nel presente documento, dove non diversamente specificato, sono quelle specificate dal Decreto e vengono qui integralmente richiamate.



**CAPITOLO 1**

**PRESENTAZIONE DEL**

**CAMPIONATO DI SERIE A**

**E DELLE ALTRE**

**COMPETIZIONE CORRELATE**



## **1.1. ORGANIZZAZIONE GENERALE DEL CAMPIONATO**

La Serie A è il Campionato attualmente disputato dalle migliori 16 squadre italiane di basket ed è composto da due fasi.

La prima, detta “Regular Season” (o “Stagione Regolare”), è rappresentata da un girone di andata e ritorno, solitamente collocato tra il mese di ottobre e quello di maggio, in cui ciascuno dei 16 Club disputa, con ciascuno degli altri, un incontro in casa e uno in trasferta.

Secondo l’attuale format del Campionato, la stagione regolare prevede complessivamente 240 partite.

Nella seconda fase, solitamente disputata nei mesi di maggio/giugno e denominata “Play-Off”, le migliori 8 classificate della Regular Season, si incontrano tra loro ad eliminazione diretta su turni progressivi (quarti, semifinali e finale).

Con l’attuale format la fase di Play-Off può prevedere complessivamente un numero variabile di gare, compreso tra 22 e 37, a seconda dell’andamento delle gare che la compongono.

La vincitrice della fase dei Play-Off è dichiarata Campione d’Italia.

La 15a e la 16a classificata della regular season retrocedono in Legadue (secondo Campionato nazionale professionistico la cui organizzazione non è affidata alla Lega Basket).

## **1.2. STRUTTURA AGONISTICA DEL CAMPIONATO**

Ciascuna giornata del Campionato della stagione regolare viene calendarizzata di norma alla domenica (salvo limitati turni infrasettimanali qualora non vi sia concomitanza con le coppe europee).

Anche per esigenze televisive, a partire dalla Stagione 2009/10 e salvo possibili modifiche, ogni giornata verrà distribuita sull’arco temporale del week-end con queste modalità:

- ⊗ anticipo del sabato sera alle ore 20:00;
- ⊗ anticipo della domenica alle ore 12,00;
- ⊗ gare alle 18,00 della domenica;

Lo spostamento di una gara, rispetto alla data prevista, può essere richiesto da un club e disposto dietro consenso dell’altra formazione interessata. Le ultime due giornate della Regular Season debbono essere disputate in contemporanea, a meno che siano in programma incontri il cui risultato non incida sulla classifica.



Successivamente ad una prima fase di Regular Season con girone “all’italiana” sono disputati i Play- Off tra le prime 8 classificate che prevedono:

- ⊗ quarti di finale (8 squadre con scontri diretti): da disputarsi al meglio delle 5 gare (4<sup>a</sup> e 5<sup>a</sup> eventuali) con alternanza delle sedi di gara tra le due avversarie, partendo dalla prima partita in casa del Club meglio classificato al termine della stagione regolare;
- ⊗ semifinali (4 squadre con scontri diretti): da disputarsi al meglio delle 5 gare (4<sup>a</sup> e 5<sup>a</sup> eventuali) con alternanza delle sedi di gara tra le due avversarie, partendo dalla prima partita in casa del Club meglio classificato al termine della stagione regolare;
- ⊗ finale (2 squadre): da disputarsi al meglio delle 7 gare (5<sup>a</sup>, 6<sup>a</sup> e 7<sup>a</sup> eventuali) con gara 1 e 2 in casa della formazione con il miglior piazzamento al termine della stagione regolare (squadra A); gara 3 e 4 in casa dell’altra formazione (squadra B); gara 5 in casa della squadra A; gara 6 in casa della squadra B; gara 7 in casa della squadra A.

Le giornate di gara dei Play-Off possono essere calendarizzate, all’inizio di ciascuna stagione sportiva, su qualunque giorno, e quindi non tassativamente nel week end, a condizione che tra un turno e l’altro (esempio quarti e semifinali) sussistano almeno 72 ore.

### **1.3. STRUTTURA DELLE ALTRE COMPETIZIONI ORGANIZZATE DALLA LEGA BASKET**

Oggetto delle presenti Linee Guida sono anche gli Eventi attualmente: (i) Coppa Italia, realizzata a mezzo “Final Eight”; (ii) Supercoppa Italiana.

#### *1.3.1. “FINAL EIGHT”*

Le Final Eight di Coppa Italia (di seguito “Final Eight“ o “Coppa Italia”) è la competizione che viene disputata, solitamente in febbraio, tra le migliori 8 classificate al termine del girone di andata della Regular Season del Campionato. E’ ammessa la concessione di wild card come successivamente descritta.

La formula prevede un torneo ad eliminazione diretta con gare singole di quarti di finale, semifinali e finale da disputarsi in un unico impianto ospitante la manifestazione, solitamente nell’arco di 4 giorni.

Attualmente l’organizzazione operativa della Final Eight può essere effettuata sia dalla Lega Basket che da altro soggetto (es. un Club) vincitore di una apposita gara indetta dalla stessa Lega Basket.



L'organizzatore operativo delle Final Eight non ha alcuna influenza sui diritti audiovisivi oggetto del presente documento.

Nel dettaglio partecipano alle Final Eight:

- a) *nel caso di Evento organizzato da un Club Organizzatore*: il Club organizzatore più i primi 7 classificati al termine del girone di andata della Regular Season. La partecipazione del Club Organizzatore è garantita a mezzo wild card emessa dalla Lega Basket nel caso in cui detto Club Organizzatore non si classifichi tra i primi 8 al termine del girone di andata della Regular Season;
- b) *nel caso di Evento organizzato dalla Lega o da altro ente non partecipante al Campionato*: gli 8 Club primi classificati al termine del girone di andata della Regular Season.

### *1.3.2. SUPERCOPPA ITALIANA*

La Supercoppa rappresenta l'Evento di apertura della stagione sportiva agonistica della Serie A.

Si disputa di norma nel periodo settembre/ottobre e comunque a ridosso della prima giornata del Campionato. Si contendono la Supercoppa la vincente dell'ultimo Campionato (Squadra A) e la vincente dell'ultima Final Eight di Coppa Italia (Squadra B).

Si tratta di una gara unica attualmente disputata nell'impianto di casa della Squadra A.



# **CAPITOLO 2**

## **IL MERCATO DEL BASKET PROFESSIONISTICO**



## 2.1. CAPACITÀ ATTRATTIVA DEL CAMPIONATO E DEGLI EVENTI

Il Campionato è una manifestazione di grande tradizione, giunta quest'anno alla 87<sup>a</sup> edizione. E' l'evento di squadra più importante in Italia dopo la Serie A di calcio, oltre ad essere uno dei principali in ambito cestistico in Europa.

### 2.1.1. GLI SPETTATORI DEL CAMPIONATO

Il Campionato è il secondo in Italia per numerosità di spettatori dal vivo. La stagione 2008/09 ha visto, nella sola Stagione Regolare, 926.910 presenze (fonte: Lega Basket) con un valore medio per gara di 3.862 spettatori.

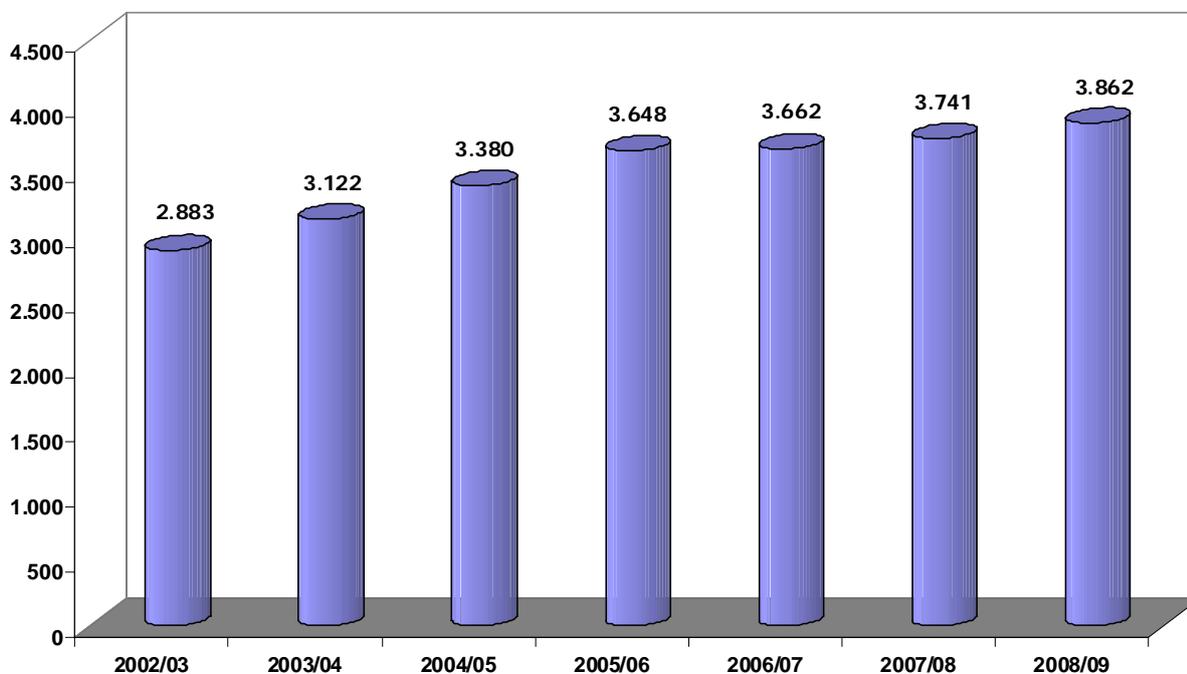
Spettatori live dei principali campionati italiani a squadre – Regular Season 2008/09

|            | Campionato Basket Serie A | Campionato Volley Maschile A1 | Campionato Volley Femminile A1 | Campionato Calcio Serie A |
|------------|---------------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| Spettatori | 926.910                   | 462.951                       | 283.928                        | 9.544.280                 |

Fonte: elaborazione StageUp su dati Leghe di specialità

Gli spettatori del Campionato sono peraltro in crescita costante dalla stagione 2002/03.

Media spettatori per gara



Fonte: Lega Basket



Va sottolineato inoltre che il Campionato si caratterizza per una vasta diffusione territoriale come emerge: i) dalla numerosità dei residenti nelle città ospitanti i Club in benchmark con gli altri campionati nazionali a squadre; ii) dalla copertura trasversale delle regioni interessate, ben 11.

**Numero di residenti nelle città ospitanti club di Serie A – Stagione Agonistica 2007/08**

|                                     | <b>Campionato Basket Serie A</b> | <b>Campionato Volley Maschile A1</b> | <b>Campionato Volley Femminile A1</b> | <b>Campionato Calcio Serie A</b> |
|-------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| N° abitanti totali città di Serie A | 5.927.800                        | 5.121.498                            | 910.500                               | 7.688.910                        |

*Fonte: elaborazione StageUp su dati Leghe di specialità*

### **2.1.2. GLI APPASSIONATI DEL CAMPIONATO**

Per “appassionati” in termini statistici si intendono coloro che dichiarano di seguire un evento sportivo con regolarità o, comunque, abbastanza regolarmente. Questa fascia di interessati rappresenta la fonte primaria del consumo non solo dello sport spettacolo, ma di ogni altra forma di consumo, direttamente o indirettamente, collegata all’oggetto di interesse con particolare riferimento alla televisione a pagamento.

Secondo la ricerca continuativa e multiclient Sponsor Value<sup>®</sup> di StageUp & Ipsos, il numero degli appassionati tra i 14 ed i 64 anni al Campionato ammontava, nel giugno 2009, a 2.159.054 adulti (in crescita rispetto ai 1.888.921 del giugno 2008). Questo dato rappresenta il top in Italia dopo il Campionato di Calcio Serie A e precede il volley maschile e femminile Serie A1, la LegaDue Basket, il Rugby Super 10.

Ad ulteriore supporto della qualità del target del Campionato si segnala che esso si contraddistingue per un pubblico caratterizzato da età compresa tra i 18 ed i 54 anni e dall’alto “potere di acquisto”, altamente compatibile con consumi tecnologici e di nuovi media (tv satellitare e digitale, ip-tv, ecc.).

### **2.1.3. CLUB COINVOLTI NELLE COMPETIZIONI EUROPEE**

Le Coppe Europee sono tre: due organizzate dall’ULEB (Union of European Leagues of Basketball) e una dalla FIBA (Federazione Internazionale di Basket).

Le Coppe organizzate dall’ULEB sono l’Euroleague, alla quale partecipano i club vincitori dei campionati nazionali e le squadre più blasonate, e l’Eurocup.

La FIBA organizza l’Eurochallenge.



I Club italiani partecipanti alle competizioni europee sono otto per ogni stagione sportiva. A causa di una rinuncia, per la stagione 2009/2010, il numero è limitato a sette Club. Partecipano all'Eurolega: MensSana Basket Siena (con licenza triennale), Virtus Pallacanestro Roma (con licenza triennale) e Olimpia Milano (con licenza annuale). La Pallacanestro Treviso sarà impegnata nei preliminari di Eurolega. L'Eurocup sarà disputata dalla Teramo Basket e dalla Pallacanestro Biella. La Victoria Libertas Pallacanestro Pesaro parteciperà all'Eurochallenge.

| Città del Club partecipante | Competizione Europea<br>(Stagione 2009/2010) |
|-----------------------------|--|
| Siena                       | Eurolega                                     |
| Roma                        | Eurolega                                     |
| Milano                      | Eurolega                                     |
| Treviso                     | Eurolega                                     |
| Biella                      | Eurocup                                      |
| Teramo                      | Eurocup                                      |
| Pesaro                      | Eurochallenge                                |

Si precisa che i diritti audiovisivi relativi alle gare delle coppe europee non sono commercializzati dalla Lega Basket ma delle organizzazioni europee di cui sopra.

#### *2.1.4. GIOCATORI ITALIANI NELL'NBA*

Il Campionato è salito alla ribalta delle cronache anche per aver formato tre talenti (Andrea Bargnani e Marco Belinelli – Toronto Raptors e Danilo Gallinari - New York Knicks) che sono stati inseriti negli ultimi anni nelle “rose” di tre prestigiose franchigie del Campionato Professionistico di Basket Americano (NBA), il massimo in ambito cestistico a livello globale e uno dei più accreditati nel mondo per qualità agonistica, interessi media e seguito del pubblico.



**CAPITOLO 3**  
**STRATEGIE DI**  
**COMMERCIALIZZAZIONE DEI**  
**DIRITTI RADIOFONICI**



### **3.1. UNICO PACCHETTO IN ESCLUSIVA**

La Lega Basket ha deciso di far proprio l'articolo 15 del Decreto offrendo al mercato un unico pacchetto in esclusiva contenente i diritti radiofonici di natura primaria di tutte le competizioni descritte nel Capitolo 1 del presente documento.

Il pacchetto è quindi rivolto, a titolo esemplificativo e non esaustivo, agli operatori della comunicazione delle piattaforme radiofoniche analogiche (FM, AM e OM), digitali (DAB), satellitari (DVB-S) e internet (WMP o Real Player), compreso il podcasting, limitatamente alle trasmissioni in lingua italiana.

In riferimento al regolamento sul diritto di cronaca radiofonica (delibera n. 406/09/CONS emanata nella riunione del Consiglio del 17 luglio 2009), si specifica che gli operatori della comunicazione radiofonica dispongono, complessivamente, in ciascun giorno di calendario solare nel quale si svolgono incontri delle competizioni, di due finestre informative di un minuto ciascuna per ogni periodo di gioco e di un'ulteriore finestra della medesima durata per ogni eventuale tempo supplementare.

Si rimanda all'art. 6 della Parte II della predetta delibera per quanto riguarda i limiti all'esercizio del diritto di cronaca.

In conformità con i dettami di legge è ammessa la possibilità che l'operatore della comunicazione, che otterrà l'assegnazione del pacchetto, possa a sua volta procedere ad una distribuzione interna dei diritti acquisiti tra le varie piattaforme che abbia in disponibilità.

Le procedure competitive sono rivolte altresì agli intermediari indipendenti che vi partecipano non assumendo il ruolo di intermediario unico ai sensi dell'articolo 7, comma 4, del Decreto.

### **3.2. FORMAZIONE DEL PACCHETTO**

La Lega Basket intende commercializzare per il biennio 2009/11 (stagioni sportive 2009/10 - 2010/11), in conformità a quanto stabilito dall'art. 7 comma 3 del Decreto, i diritti radiofonici di (i) Campionato (Stagione Regolare e Play-Off); (ii) Final Eight di Coppa Italia; (iii) Supercoppa, (iv) eventuali ulteriori Eventi organizzati dalla Lega (nel seguito complessivamente "Eventi").

Il pacchetto contiene il diritto di trasmissione radiofonica "live" di:

- a) 8 (otto) gare per ciascuna giornata della Regular Season del Campionato;
- b) tutti le gare dei Play-off del Campionato (da un minimo di 22 a un massimo di 37);
- c) 7 gare per la Final Eight di Coppa Italia;
- d) 1 gara per la Supercoppa italiana;
- e) 1 gara per All Star Game e/o altro evento di Lega Basket (eventuale).



La programmazione delle gare sarà sottoposta ad una calendarizzazione che sarà comunicata all'Assegnatario dalla Lega Basket con un anticipo di 15 giorni rispetto all'avvio di ciascuna giornata di Campionato.

Per quanto riguarda i contenuti, l'assegnatario deve garantire una presenza in contemporanea, e quindi la trasmissione, su almeno due campi per turno di gara, salvo diversa strutturazione dell'Evento.

Le trasmissioni in diretta, come pure le differite, le sintesi, gli highlights e gli eventuali approfondimenti, dovranno essere introdotti e chiusi da una sigla istituzionale della Lega Basket che avrà una durata di 15 secondi. L'assegnatario si impegna inoltre, a menzionare la Lega Basket, il Campionato e gli Eventi correlati con la corretta denominazione ufficiale precedentemente indicata dalla Lega Basket.

Il Pacchetto, oltre al diritto di trasmettere sulle piattaforme radiofoniche le gare di cui sopra in diretta, comprende inoltre:

1. diritto di trasmettere repliche, sintesi e highlights di tutte le gare degli Eventi (nel seguito "Gare");
2. il diritto di realizzare un conference channel che utilizzi in diretta, in un format "minuto per minuto", il sonoro e il commento delle gare contestualmente trasmesse in diretta;
3. diritto di diffondere il materiale audio nei tempi successivi alla "gara live" (diritto di archivio) anche sull'eventuale portale Internet dell'operatore assegnatario fermo restando quanto previsto al successivo paragrafo 3.8;
4. diritto di abbinare ai prodotti radiofonici iniziative promo-pubblicitarie (sponsorizzazione, patrocinio, abbinamento, inserimento di flash pubblicitari) e promozionali (quiz, concorsi a premio, giochi, ecc.) con esclusione delle scommesse anche on line, purché le stesse non comportino alcuna utilizzazione del nome e delle voci dei tesserati o sovrapposizione alle radiocronache effettuate.

Le specifiche del pacchetto saranno indicate nell'invito ad offrire.

### **3.3. DURATA**

Il contratto di licenza avente ad oggetto i diritti radiofonici del pacchetto ha una durata biennale e dunque per le stagioni sportive 2009/2010 e 2010/2011.



### **3.4. ESCLUSIVA**

L'esclusiva concessa dalla Lega Basket all'assegnatario dei diritti radiofonici deve essere intesa nel senso che la stessa Lega Basket, per la durata di cui sub 3.3., si obbliga a non cedere a terzi i diritti ceduti in esclusiva all'assegnatario del pacchetto unico sopra descritto (sub. 3.1 e 3.2)

La Lega Basket ed i Club si riservano la possibilità di autorizzare la radiocronaca delle gare del Campionato e degli Eventi solo da parte delle emittenti radiofoniche locali e/o regionali, con ciò intendendosi quelle che abbiano un bacino di utenza inferiore o uguale a quello regionale e che le stesse non facciano parte di reti, circuiti, network e syndacation o consorzi italiani e/o stranieri irradianti al di fuori di un ambito locale.

### **3.5. PROCEDURA PER LA RIPRESA SONORA**

La produzione radiofonica delle Gare è affidata all'Assegnatario del pacchetto unico, che assume a proprio esclusivo onere, anche economico, rischio e responsabilità, ogni attività connessa e necessaria alla produzione. All'assegnatario è consentito l'accesso gratuito con gli strumenti necessari, giornalisti e operatori sufficiente per la ripresa sonora e la cronaca radiofonica all'interno di ciascuno degli impianti sportivi sede delle Gare per produrre le stesse secondo gli eventuali limiti stabiliti dall'apposito Regolamento di Lega.

### **3.6. CONDIZIONI PARTICOLARI**

Nel contratto di licenza dei diritti radiofonici di cui al pacchetto unico saranno previste alcune condizioni a carico dell'Assegnatario ritenute essenziali dalla Lega Basket.

### **3.7. MODALITA' DI PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO**

L'Assegnatario del pacchetto deve versare il corrispettivo previsto per ciascuna stagione sportiva di riferimento in 4 rate trimestrali anticipate di cui la prima da versare al momento della sottoscrizione dell'accordo conseguente alla assegnazione.

### **3.8. COSTITUZIONE DELL'ARCHIVIO**

L'assegnatario del pacchetto avrà la possibilità di conservare e utilizzare, per l'intera durata della licenza, le registrazioni sonore dei programmi aventi origine nell'utilizzo dei diritti radiofonici (nel seguito "Programmi") in un archivio. Al termine del periodo definito dal D. Lgs. 9/08 l'Assegnatario trasferirà gratuitamente su supporto magnetico alla Lega le registrazioni dei Programmi. Una volta ricevute le registrazioni la Lega potrà renderle udibili a mezzo del suo sito internet o a utilizzarle secondo i soli limiti imposti dal predetto Decreto.



**CAPITOLO 4**  
**STRATEGIE DI**  
**COMMERCIALIZZAZIONE**  
**DEI DIRITTI MOBILE**



#### **4.1. UNICO PACCHETTO NON IN ESCLUSIVA**

La Lega Basket ha deciso di far proprio l'articolo 14 del Decreto offrendo al mercato un unico pacchetto non in esclusiva rivolto agli operatori della comunicazione delle piattaforme di telefonia mobile quali UMTS, DVB-H, DVB-TM, WAP, GPS e GPRS, limitatamente alla trasmissione in differita e ad accesso condizionato (in forma codificata ed a pagamento) per applicazioni Java, per clips e video in near live, fino ad un massimo di 2 (due) video al giorno, la cui durata non sia superiore a 60 secondi e la cui disponibilità non sia offerta per un periodo superiore a sette giorni a 7 (sette) giorni. Le immagini necessarie alla realizzazione di applicazioni, clip e video near live potranno essere relative a tutte le gare delle competizioni descritte nel Capitolo 1 del presente documento. Il pacchetto comprende inoltre l'utilizzo senza limitazione dei diritti per la telefonia fissa e mobile (UMTS, GPRS e simili) con tutti i mezzi di diffusione diversi da quelli precedentemente descritti come, a titolo esemplificativo e non esaustivo, sms, fotografie, giochi, java, suonerie etc.

Il diritto di cronaca esercitato per mezzo della telefonia mobile (delibera n. 405/09/CONS emanata nella riunione del Consiglio del 17 luglio 2009), fruibile dagli utenti senza oneri aggiuntivi, è limitato a un fotogramma a corredo della notizia riguardante l'evento o il risultato finale di ciascun evento.

In conformità con i dettami di legge è ammessa la possibilità che l'operatore della comunicazione, che otterrà l'assegnazione del pacchetto, possa a sua volta procedere ad una distribuzione interna dei diritti acquisiti tra le varie piattaforme che abbia in disponibilità.

Le procedure competitive sono rivolte altresì agli intermediari indipendenti che vi partecipano non assumendo il ruolo di intermediario unico ai sensi dell'articolo 7, comma 4, del Decreto.

#### **4.2. FORMAZIONE DEL PACCHETTO**

La Lega Basket intende commercializzare per il biennio 2009/11 (stagioni sportive 2009/10 - 2010/11), in conformità a quanto stabilito dall'art. 7 comma 3 del Decreto, i diritti di telefonia mobile di (i) Campionato (Stagione Regolare e Play-Off); (ii) Final Eight di Coppa Italia; (iii) Supercoppa; (iv) eventuali ulteriori Eventi organizzati dalla Lega.

L'Assegnatario potrà utilizzare le immagini relative a:

- f) 8 (otto) gare per ciascuna giornata della Regular Season del Campionato;
- g) tutti le gare dei Play-off del Campionato (da un minimo di 22 a un massimo di 37);
- h) 7 gare per la Final Eight di Coppa Italia;
- i) 1 gara per la Supercoppa italiana;
- j) 1 gara per All Star Game e/o altro evento di Lega Basket (eventuale).



La programmazione delle Gare sarà sottoposta ad una calendarizzazione che sarà comunicata all'Assegnatario dalla Lega Basket con un anticipo di 15 giorni rispetto all'avvio di ciascuna giornata di Campionato. Al fine di realizzare i prodotti audiovisivi per le piattaforme telefoniche secondo le scelte editoriali dell'Assegnatario i diritti sono licenziati unitamente al diritto di abbinare ai prodotti audiovisivi iniziative promo-pubblicitarie (sponsorizzazione, patrocinio, abbinamento, inserimento di flashes pubblicitari) e promozionali (quiz, concorsi a premio, giochi, ...) con esclusione del betting e del gaming, anche on line, purché le stesse non comportino alcuna utilizzazione del nome, dell'immagine e della voce dei tesserati.

Le specifiche del pacchetto saranno indicate nell'invito ad offrire.

#### **4.3. DURATA**

Il contratto di licenza avente ad oggetto i diritti mobile del pacchetto ha una durata biennale e dunque per le stagioni sportive 2009/2010 e 2010/2011.

#### **4.4. ESCLUSIVA**

Ai sensi dell'art. 14 del Decreto e come anticipato nel paragrafo 4.1 del presente documento, i diritti mobile non sono commercializzabili in via esclusiva.

#### **4.5. PROCEDURA PER L'ACCESSO ALLE IMMAGINI**

La produzione (art. 14, comma 4 del Decreto) verrà effettuata dall'Assegnatario dei diritti audiovisivi laddove i diritti di ripresa non siano esercitati da SKY Italia srl, in qualità di Assegnatario dei diritti audiovisivi sul Territorio Italiano, oppure dalle Lega Basket anche attraverso terzi incaricati a tale scopo. Saranno comunque a carico dell'Assegnatario eventuali costi tecnici di accesso alle immagini compresi quelli connessi al cambiamento di formato finalizzato alla trasmissione. I costi per l'acquisizione delle riprese saranno definiti nell'invito ad offrire diffuse successivamente alla pubblicazione delle Linee Guida. La trasmissione di immagini dovrà essere preceduta e conclusa da una sigla istituzionale della Lega basket di durata da definire.

#### **4.6. MODALITA' DI PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO**

L'Assegnatario del pacchetto deve versare il corrispettivo previsto per ciascuna stagione sportiva di riferimento in 4 rate trimestrali anticipate di cui la prima da versare al momento della sottoscrizione dell'accordo conseguente alla assegnazione.



#### **4.7. COSTITUZIONE DELL'ARCHIVIO**

L'Assegnatario del pacchetto avrà la possibilità di conservare e utilizzare, per l'intera durata della licenza, le immagini prodotte per la realizzazione dei programmi (nel seguito "Programmi") in un archivio. Al termine del periodo definito dal D. Lgs. 9/08 l'Assegnatario trasferirà gratuitamente su supporto magnetico alla Lega le registrazioni dei Programmi. Una volta ricevute le registrazioni la Lega potrà utilizzarle secondo i soli limiti imposti dal predetto Decreto.



**CAPITOLO 5**

**STRATEGIE DI**

**COMMERCIALIZZAZIONE**

**DEI DIRITTI AUDIOVISIVI ESTERI**



## **5.1. UNICO PACCHETTO IN ESCLUSIVA**

La Lega Basket ha deciso di far proprio l'articolo 16, comma 3 del Decreto, offrendo al mercato estero, per ogni nazione o area linguistica omogenea (nel seguito "Territorio"), un unico pacchetto in esclusiva contenente i diritti audiovisivi sportivi, descritti nel seguito, di tutte le competizioni previste nel Capitolo 1 del presente documento.

Le relative procedure competitive sono rivolte agli operatori della comunicazione di tutte le piattaforme televisive (DTH, DTT, internet/ip-tv, cavo e analogico) al di fuori del "Territorio Italiano", intendendo come "Territorio Italiano":

- l'Italia, San Marino e Città del Vaticano;
- treni, navi, natanti e aeromobili battenti bandiere di Italia, San Marino e Città del Vaticano o appartenenti a armatori/imprese italiane;
- le basi militari in Italia e basi militari italiane all'estero;
- le comunità italiane all'estero.

L'Assegnatario non potrà inoltre utilizzare il commento in lingua italiana in tutto il Mondo. E' altresì esclusa l'assegnazione a emittenti paneuropee in chiaro.

L'Assegnatario dovrà quindi garantire che i propri prodotti audiovisivi non saranno in alcuna forma e ad alcun titolo ricevibili o altrimenti fruibili sul Territorio Italiano e comunque mai in lingua italiana obbligandosi a mettere in atto ogni accorgimento che si renderà necessario o che verrà richiesto dalla Lega Basket al fine di impedire qualsiasi debordamento del segnale, fatto salvo il fenomeno del debordamento tecnico e involontario del segnale nelle aree limitrofe al confine di Stato (cosiddetto overspill).

In conformità con i dettami di legge è quindi ammessa la possibilità che l'operatore della comunicazione, che otterrà l'assegnazione del pacchetto, possa a sua volta procedere ad una distribuzione interna dei diritti acquisiti tra le varie piattaforme che abbia in disponibilità.

Le procedure competitive sono rivolte altresì agli intermediari indipendenti che vi partecipano non assumendo il ruolo di intermediario unico ai sensi dell'articolo 7, comma 4, del Decreto.

## **5.2. FORMAZIONE DEL PACCHETTO**

La Lega Basket intende commercializzare per il biennio 2009/11 (stagioni sportive 2009/10 - 2010/11), in conformità a quanto stabilito dall'art. 7 comma 3 del Decreto i diritti audiovisivi esteri di: (i) Campionato (Stagione Regolare e Play-Off); (ii) Final Eight di Coppa Italia; (iii) Supercoppa; (iv) eventuali ulteriori Eventi organizzati dalla Lega.



L'Assegnatario potrà utilizzare le immagini relative a:

- k) 8 (otto) gare per ciascuna giornata della Regular Season del Campionato;
- l) tutti le gare dei Play-off del Campionato (da un minimo di 22 a un massimo di 37);
- m) 7 gare per la Final Eight di Coppa Italia;
- n) 1 gara per la Supercoppa italiana;
- o) 1 gara per All Star Game e/o altro evento di Lega Basket (eventuale).

La programmazione delle Gare sarà sottoposta ad una calendarizzazione che sarà comunicata all'Assegnatario dalla Lega Basket con un anticipo di 15 giorni rispetto all'avvio di ciascuna giornata di Campionato. I diritti live di cui sopra saranno integrati dai seguenti ulteriori diritti ed aspetti collegati:

1. diritto di trasmettere "in diretta" le immagini correlate, prima dell'inizio e dopo il termine di ciascun evento all'interno dell'impianto sportivo e delle relative aree riservate, comprese le immagini degli accadimenti sportivi e/o delle interviste negli spazi al di fuori del recinto di gioco, nonché di far uso delle immagini per replay, fermi immagine e simili;
2. diritto di trasmettere "in differita" sintesi, replica e immagini salienti degli "eventi live" e delle immagini di cui al precedente sub a);
3. diritto di trasmettere l'archivio, fermo restando quanto previsto al successivo paragrafo 3.2;
4. diritto di abbinare ai prodotti audiovisivi iniziative pubblicitarie (spot, telepromozioni, televendite, sponsorizzazioni) e promozionali (quiz, concorsi), con espressa esclusione delle attività di gioco e scommesse anche on line, purché le predette iniziative non comportino utilizzazioni, totali o parziali, dei tesserati, con divieto altresì di modificare, agli stessi fini, le immagini così come fissate dalle riprese come, ad esempio, per la realizzazione di pubblicità virtuale.

### **5.3. DURATA**

Il contratto di licenza avente ad oggetto i diritti audiovisivi per il territorio estero del pacchetto ha una durata biennale e dunque per le stagioni sportive 2009/2010 e 2010/2011.

### **5.4. ESCLUSIVA**

L'esclusiva concessa dalla Lega Basket all'assegnatario dei diritti audiovisivi deve essere intesa nel senso che la stessa Lega Basket, per la durata di cui sub 5.3., non potrà autorizzare, o consentire a,



terzi di esercitare gli stessi diritti audiovisivi sportivi oggetto del contratto di licenza sulle medesime piattaforme distributive e Territorio specificati al sub 5.1 e 5.2.

#### **5.5. PROCEDURA PER L'ACCESSO ALLE IMMAGINI**

La produzione (art. 14, comma 4 del Decreto) verrà effettuata dall'Assegnatario dei diritti audiovisivi laddove i diritti di ripresa non siano esercitati da SKY Italia srl, in qualità di Assegnatario dei diritti audiovisivi sul Territorio Italiano, oppure dalle Lega Basket anche attraverso terzi incaricati a tale scopo. Saranno comunque a carico dell'Assegnatario eventuali costi tecnici di accesso alle immagini. I costi per l'acquisizione delle riprese saranno definiti in sede contrattuale.

Gli Eventi Live come pure le differite, le sintesi e gli highlights dovranno essere introdotti e chiusi da una sigla istituzionale della Lega Basket che avrà una durata di 15 secondi. La stessa sigla dovrà essere riproposta, per quanto attiene gli Eventi Live almeno altre 2 volte nel corso della trasmissione (indicativamente al termine del 2° quarto di gioco e all'inizio del 3° quarto di gioco). La sigla conterrà la riproduzione del logo della Lega Basket e degli eventuali sponsor/partner della stessa.

#### **5.6. MODALITA' DI PAGAMENTO DEL CORRISPETTIVO**

L'Assegnatario del pacchetto deve versare il corrispettivo previsto per ciascuna stagione sportiva di riferimento in 4 rate trimestrali anticipate di cui la prima da versare al momento della sottoscrizione dell'accordo conseguente alla assegnazione.

#### **5.7. COSTITUZIONE DELL'ARCHIVIO**

L'Assegnatario del pacchetto avrà la possibilità di conservare e utilizzare, per l'intera durata della licenza, le immagini prodotte per la realizzazione dei programmi (nel seguito "Programmi") in un archivio. Al termine del periodo definito dal D. Lgs. 9/08 l'Assegnatario trasferirà gratuitamente su supporto magnetico alla Lega le registrazioni dei Programmi. Una volta ricevute le registrazioni la Lega potrà utilizzarle secondo i soli limiti imposti dal predetto Decreto.



**CAPITOLO 6**

**GLI OBIETTIVI DELLA**

**LEGA BASKET**

**E I CONTENUTI DEGLI**

**INVITI AD OFFRIRE**



### **6.1. GLI OBIETTIVI DELLA LEGA BASKET**

La regole e i criteri di formazione del pacchetto, nonché le modalità di svolgimento delle procedure competitive, sono finalizzati al perseguimento degli obiettivi che la Lega Basket ha deliberato il 7 settembre 2009.

### **6.2. GLI OBIETTIVI**

Nell'assemblea del 7 settembre 2009 i Club hanno deliberato le presenti Linee Guida sulla base di un preciso obiettivo: ottimizzare la diffusione mediatica degli Eventi correlati nel rispetto di una logica economica per la valorizzazione dei diritti.

### **6.3. CONTENUTI DELL' INVITO AD OFFRIRE**

La Lega Basket rivolgerà gli inviti ad offrire per i diritti radiofonici, i diritti mobile e i diritti audiovisivi esteri ai rispettivi operatori della comunicazione, alle condizioni espresse dalle presenti Linee Guida.

Le offerte, che dovranno pervenire con le modalità e nei tempi di cui al Capitolo 7, devono comprovare non solo il possesso dei requisiti e delle qualità di seguito specificate, ma anche le capacità professionali ed economiche necessarie per il perseguimento degli obiettivi che la Lega Basket si è prefissata.

### **6.4. ELEMENTI SOGGETTIVI DEGLI OFFERENTI**

L'offerta deve specificare quanto segue:

- a) una presentazione della propria candidatura, con descrizione della propria struttura e della propria organizzazione;
- b) l'indicazione del prezzo dell'"offerta di acquisizione" del pacchetto, predisposta nei termini di cui al successivo paragrafo 8.



## **6.5. ELEMENTI OGGETTIVI DEGLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE**

Gli operatori della comunicazione, che intendano concorrere all'assegnazione del pacchetto, dovranno soddisfare i seguenti requisiti:

- diffusione di tipo nazionale, per quanto riguarda i diritti radio e mobile;
- diffusione su un intero Territorio estero per i diritti esteri;
- adeguata solidità finanziaria propria o garantita dai soci;
- disponibilità delle risorse economiche e delle condizioni tecniche per realizzare le attività previste nel presente documento, o in altri da questo richiamati.

## **6.6. L'INTERMEDIARIO INDIPENDENTE**

L'intermediario indipendente, che intenda concorrere all'assegnazione del pacchetto mobile o per il mercato estero, dovrà soddisfare i seguenti requisiti:

- possesso dei requisiti di legge ed in particolare di quelli previsti dal Decreto;
- comprovata esperienza, anche attraverso il management, nel settore dei diritti media sportivi;
- adeguata solidità finanziaria propria o garantita dai soci;
- disponibilità delle risorse economiche e delle condizioni tecniche per realizzare le attività previste nel presente documento o in altri da questo richiamati.



# **CAPITOLO 7**

## **PROCEDURE COMPETITIVE**



### **7.1. L'OFFERTA DI ACQUISIZIONE**

L' "offerta di acquisizione" deve essere:

- a) redatta in lingua italiana su carta intestata dell'offerente;
- b) sottoscritta dal legale rappresentante pro-tempore o da un procuratore speciale (autorizzato con scrittura privata autenticata, da inserire nella busta);
- c) inserita in busta chiusa e sigillata (con apposizione di timbro e firma sui lembi di chiusura).

La busta dovrà riportare la dicitura:

- "Offerta di acquisizione pacchetto radiofonico Lega Basket" per i diritti radiofonici;
- "Offerta di acquisizione pacchetto mobile Lega Basket" per i diritti mobile;
- "Offerta di acquisizione pacchetto diritti esteri Lega Basket" per i diritti audiovisivi su Territorio estero.

### **7.2. PUBBLICITÀ ALLA PROCEDURA COMPETITIVA**

La Lega Basket pubblicherà gli inviti ad offrire sul proprio sito ufficiale e su un principale quotidiano a diffusione nazionale entro due giorni dall'approvazione delle Linee Guida da parte dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

### **7.3. INVIO DELLE OFFERTE**

Le offerte in originale devono essere inviate con raccomandata con ricevuta di ritorno (vale il timbro postale di invio) o depositate (con consegna di un attestato di ricezione) entro le ore 18:00 del giorno di scadenza dell'offerta medesima che sarà specificato nell'invito a offrire presso la sede della Lega Società di Pallacanestro di Serie A – Via Aldo Moro 64, 40127 Bologna.

### **7.4. ANALISI DELLE OFFERTE**

Il Presidente della Lega Basket aprirà le buste pervenute immediatamente dopo la scadenza del termine per la consegna dell'offerta di cui sub art. 7.4.

### **7.5. CONFIDENZIALITÀ**

Ogni dato contenuto nelle buste sarà secretato.



## **7.6. DECISIONE DELLA LEGA BASKET**

Per quanto attiene i Diritti Radiofonici la Lega Basket assegnerà i diritti qualora ci sia una "offerta di acquisizione" con un prezzo pari o superiore al prezzo minimo di offerta stabilito e, comunque, al soggetto che ha formulato l'offerta di acquisizione più alta.

Per quanto riguarda i Diritti Mobile, vista la non esclusività della commercializzazione come precisato al punto 4.4 e ai sensi dell'art. 14 del Decreto, la Lega Basket assegnerà il pacchetto a tutti i soggetti che avranno formulato una offerta quantomeno pari al prezzo minimo di offerta stabilito dalla Lega Basket.

Per quanto riguarda infine i Diritti Esteri essi saranno assegnati ad ogni specifico Territorio estero al soggetto che avrà fatto pervenire l'offerta maggiore.

Qualora invece non fosse raggiunto il prezzo minimo di offerta, la Lega Basket darà corso a singole ed autonome trattative private previa consultazione, come previsto nel successivo punto 7.7, nei confronti degli operatori della comunicazione e degli intermediari che manifesteranno interesse ad acquisire i diritti. Ai fini della manifestazione di interesse, la Lega Basket pubblicherà sul proprio sito ufficiale, entro 24 ore dall'apertura delle buste, un invito a partecipare alla fase prevista al punto successivo. L'interesse va manifestato entro le 24 ore successive. Detta fase dovrà concludersi: a) nel termine massimo di trenta giorni per quanto riguarda la commercializzazione dei diritti radiofonici; b) nel termine massimo di sessanta giorni per gli altri diritti commercializzati secondo le presenti Linee Guida (mobile e diritti esteri), in ragione delle particolari caratteristiche tecniche e di mercato tali da richiedere maggiore tempo a disposizione nell'interesse sia di chi commercializza sia di chi è interessato all'acquisto.

## **7.7. TRATTATIVA PRIVATA: CONSULTAZIONE DEGLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE INTERESSATI E NEGOZIAZIONE**

Questa fase sarà condotta nel rispetto dei principi di equità, trasparenza e non discriminazione. Qualora nel suo corso dovessero essere modificati sia la composizione originaria del pacchetto (anche in più pacchetti in esclusiva), sia il prezzo minimo di offerta, i nuovi dati dovranno essere comunicati a tutti i partecipanti, in modo da consentire loro di poter valutare tutte le condizioni per formulare l'offerta ritenuta più adeguata.

La trattativa privata sarà preceduta da una consultazione con coloro che hanno manifestato interesse al fine di raggiungere una ipotesi di intesa negoziale finalizzata alla licenza dei diritti radiofonici, dei diritti mobile e dei diritti esteri. La Lega provvederà a comunicare direttamente con i



partecipanti via e-mail. La risposta ad eventuale richiesta di offerta avrà un termine minimo di 24 ore.

Al termine della fase consultiva, in caso di eventuali modifiche apportate alla composizione e strutturazione dei pacchetti, come già sopra indicato, coloro che vi avranno partecipato saranno tempestivamente e contestualmente informati a mezzo mail.

A conclusione, tutti i partecipanti saranno invitati a formalizzare la loro proposta entro termine congruo, valevole per tutti gli interessati alla medesima offerta di pacchetto, secondo le modalità che saranno indicate dalla Lega Basket nel rispetto della pari equità competitiva.

Le proposte saranno custodite nella sede della Lega Basket sotto la responsabilità del Presidente della stessa, saranno aperte nella data indicata e si procederà all'eventuale assegnazione secondo le indicazioni dell'Assemblea. Qualora la Lega Basket non ricevesse alcuna busta o giudicasse comunque insufficiente l'offerta più alta ricevuta, ma comunque inferiore al prezzo minimo di offerta pubblica, si procederà ad una nuova procedura competitiva.

La decisione della Lega Basket terrà in considerazione non solo l'aspetto economico ma, soprattutto qualora le offerte pervenute differiscano in modo sostanziale, potrà considerare anche la copertura dei prodotti editoriali offerti dal candidato e la ricchezza dell'offerta editoriale, connessa ai diritti, proposta dal candidato. Nello specifico, tra gli aspetti di cui la Lega terrà conto, si può fare riferimento al posizionamento nel palinsesto che riguarderà le gare, allo spazio complessivamente dedicato al Basket Italiano di Serie A (trasmissione delle gare, contenitori di approfondimento, programmi dedicati, speciali etc), alla rilevanza e qualità tecnica del personale giornalistico impiegato, al bacino geografico/linguistico raggiungibile.

## **7.8. CONCLUSIONE DELLE PROCEDURE**

In caso di eventuale insuccesso delle procedure competitive troverà applicazione l'art. 11 comma 3 del Decreto Legislativo n. 9/08.

La Lega Basket si riserva, fermo restando quanto al capoverso precedente di reiterare le procedure sopra descritte anche più volte e in relazione ad invenduti parziali. Ciò in ragione della diversa attrattività dei diritti in relazione alle varie fasi del Campionato segnatamente Final 8, play-off in generale e specificamente finale degli stessi.