

INDICE SOMMARIO

<i>Prefazione</i>	XI
-----------------------------	----

CAPITOLO I

I DIRITTI TELEVISIVI NELL'ELABORAZIONE DOTTRINALE E GIURISPRUDENZIALE

1. Il binomio sport e televisione: dalla manifestazione sportiva allo spettacolo sportivo	1
2. I diritti televisivi nell'opera ermeneutica anteriore all'intervento legislativo del 1999: la dottrina	7
2.1. <i>Segue</i> : la giurisprudenza	14
3. La prassi negoziale secondo le regole del mercato	19
4. La dottrina successiva all'arresto della Cassazione n. 2118/1963: tutela giuridica e interesse dell'atleta	22
5. <i>Segue</i> : attività imprenditoriale e tutela dell'organizzatore sportivo.	26
5.1. Tutela assoluta <i>ex lege</i>	30
5.2. Tutela relativa <i>ex contractu</i>	37

CAPITOLO II

L'INTERVENTO DEL LEGISLATORE LA LEGGE N. 78/1999 E LA LEGGE DELEGA N. 106/2007

1. La legge n. 78/1999: finalità e contenuto.	43
2. I prodromi della legge delega n. 106/2007.	49
3. La legge delega n. 106/2007 e il d.lgs. n. 9/2008	54

CAPITOLO III

LA DISCIPLINA DEI DIRITTI AUDIOVISIVI NEL D.LGS. N. 9/2008

1. L'ambito di applicazione del d.lgs. n. 9/2008.	59
-----------------------------------------------------------	----

2.	Definizione dei diritti audiovisivi: considerazioni critiche sul piano terminologico formale.	61
3.	<i>Segue</i> : considerazioni critiche sul piano contenutistico sostanziale — i diritti audiovisivi nell'alveo dei diritti connessi.	64
3.1.	Le ragioni a fondamento della inapplicabilità della tutela autoriale all'evento sportivo: il preteso principio di tipicità dei beni immateriali.	69
3.2.	<i>Segue</i> : l'ossimoro evento sportivo/opera dell'ingegno.	72
3.2.1.	Attività sportiva: analisi della nozione e contenuto creativo.	76
3.3.	<i>Segue</i> : tutela autoriale e funzione dell'attività sportiva.	79
3.4.	La tutela autoriale dello spettacolo sportivo.	82
4.	Il contenuto dei diritti audiovisivi: unità o pluralità di situazioni giuridiche soggettive.	83
5.	Titolarità ed esercizio dei diritti audiovisivi.	86
6.	Considerazioni finali: l'esercizio dei diritti audiovisivi quale sinonimo di commercializzazione.	89

CAPITOLO IV

LA COMMERCIALIZZAZIONE DEI DIRITTI AUDIOVISIVI

1.	Natura giuridica della negoziazione dei diritti audiovisivi: dal tipo sociale al tipo legale.	91
2.	Il contenuto del contratto tipo.	97
3.	La centralizzazione dell'offerta dei diritti audiovisivi e i criteri di ripartizione dei proventi.	100
4.	Analisi comparatistica: negoziazione centralizzata e individuale dei diritti televisivi e criteri di ripartizione dei proventi.	103
5.	<i>Segue</i> : individuazione del soggetto titolare dei diritti TV.	119
6.	La compartimentazione del mercato dei diritti televisivi tra mercato nazionale e mercato internazionale.	131
7.	La regola del <i>no single buyer</i> : l'esperienza della procedura di gara per le stagioni 2015-2018.	140

CAPITOLO V

IL DIRITTO DI CRONACA

1.	Libertà di informazione e diritto di cronaca degli eventi sportivi.	153
2.	I limiti all'esercizio del diritto di cronaca tra finalità di notizia e finalità di spettacolo.	160

3.	<i>Segue</i> : la disciplina legislativa sui brevi estratti di cronaca	163
4.	La durata dei brevi estratti di cronaca: le contrapposte posizioni di AGCOM e Sky	165
5.	Diritto di cronaca degli eventi sportivi e libere utilizzazioni nella disciplina sul diritto d'autore	167
6.	Il diritto ad essere informati	169
7.	L'accesso agli eventi di particolare rilevanza per la società tra diritto di cronaca e <i>anti-siphoning rules</i>	178
8.	Diritto alla visione e strumenti di tutela: oltre i confini dell'ordinaria tutela contrattuale	184

CONCLUSIONI

1.	I risultati della ricerca	187
2.	La proiezione dei risultati nel quadro della teoria dell'esperienza giuridica	190