

TUTTOSPORT

Associazione
Italiana
Avvocati dello Sport



La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

Avv. Stefano Bosio

«Riflessioni in tema di sponsorizzazioni e diritto sportivo»

Torino – 18 gennaio 2019

Olympialex
review



DEFINIZIONI E INQUADRAMENTO

- ▶ la sponsorizzazione è una tipologia contrattuale «che comprende una serie di ipotesi nelle quali si ha che un soggetto, il quale viene detto sponsorizzato...si obbliga a consentire, ad altri, l'**USO DELLA PROPRIA IMMAGINE PUBBLICA E DEL PROPRIO NOME** per promuovere un marchio o un prodotto specificamente marcato, **DIETRO CORRISPETTIVO**» (Cass. civ. 11.10.1997, n. 9880)
- ▶ nella sponsorizzazione «il debitore è tenuto a svolgere solo quelle attività previste dal contratto, ma senza garantire un ritorno pubblicitario al creditore. Detto tipo di rapporto negoziale è caratterizzato da un **rilevante carattere fiduciario**, rispetto al quale assumono particolare importanza i **doveri di correttezza e buona fede**, che gli artt. 1175 e 1375 c.c. pongono a carico delle parti nello svolgimento e nell'esecuzione del rapporto» (Trib. Milano 12.12.2016, n. 13557)

➔ **OBBLIGAZIONE DI MEZZI E NON DI RISULTATO**

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

SPONSORIZZAZIONE E LAVORO SPORTIVO PROFESSIONISTICO

- ▶ la normativa in materia (**L. n. 91/1981**) prevede che spetti alla Società sportiva datrice di lavoro **il solo risultato della prestazione sportiva** in quanto tale (art. 3)
- ▶ in relazione alla rilevanza dello sfruttamento dell'immagine a livello commerciale degli atleti, le Federazioni si sono orientate verso la stipula di **specifici accordi collettivi regolanti la materia**, in virtù della possibilità in tal senso concessa dall'art. 4 della L. n. 91/1981

GLI ACCORDI NEL CALCIO

- **convenzione Leghe – AIC 23.7.1981** (successivamente aggiornata ed integrata) per la regolamentazione degli accordi concernenti attività promozionali e pubblicitarie che interessino le società calcistiche professionistiche ed i calciatori loro tesserati
- **convenzione FIGC – AIC 14.6.2004** (successivamente prorogata) la normativa in materia (L. n. 91/1981) relativa alla partecipazione del calciatore ad eventuali iniziative promozionali e pubblicitarie a favore delle squadre nazionali
- **convenzione Lega Serie A (LNPA) – AIC 8.10.2012** relativa alla gestione dei «prodotti collettivi»

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

LEGITTIMAZIONE A TRATTARE DA PARTE DELL'ASSOCALCIATORI (AIC)

► **ART. 26 dello Statuto AIC**

L'attività pubblicitaria o comunque attinente all'utilizzazione del diritto d'immagine, del nome e dello pseudonimo, se a titolo individuale, è liberamente esercitata da ogni iscritto all'AIC in conformità agli accordi intervenuti tra l'AIC ed i competenti Organi della Federazione Italiana Gioco Calcio, della Lega Nazionale Professionisti Serie A, Lega Nazionale Professionisti Serie B e della Lega Italiana Calcio Professionistico.

L'iscrizione all'AIC comporta peraltro l'automatica concessione a quest'ultima dei diritti all'uso esclusivo del ritratto, del nome e dello pseudonimo degli associati in relazione all'attività professionale svolta dai medesimi ed alla realizzazione, commercializzazione e promozione di prodotti oggetto di raccolte o collezioni o comunque di prodotti che, per le loro caratteristiche, rendano necessaria l'utilizzazione dell'immagine, nome o pseudonimo di più calciatori e/o squadre.

L'AIC potrà esercitare tali diritti direttamente, per il tramite di enti o società da essa costituiti o attraverso la concessione di licenze od autorizzazioni a terzi, anche a titolo oneroso. **I diritti concessi all'AIC, in virtù del presente articolo, si estinguono per ciascun associato solo ove quest'ultimo cessa di far parte dell'Associazione** ... fermo restando che tutti i contratti concernenti l'uso del ritratto, del nome o dello pseudonimo di detto associato, già stipulati alla data della relativa cessazione, resteranno in vigore fino alla loro scadenza naturale.

L'AIC è legittimata ad intraprendere tutte le iniziative ed azioni, anche in sede giudiziaria, necessarie ed opportune per la tutela dei diritti sul ritratto, sul nome e pseudonimo degli associati ad essa concessi in base alle norme del presente Statuto.

I proventi in tal modo ottenuti saranno destinati a scopi assistenziali o di mutuo soccorso nei riguardi di tutti gli iscritti, nonché alla realizzazione degli scopi sociali.

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

CONTENUTO DEGLI ACCORDI

- ▶ **possibilità per la Società sportiva di sfruttare l'immagine dei propri calciatori in relazione alla «squadra»**, intendendosi come tale l'immagine di un gruppo più o meno limitato di giocatori appartenenti alla medesima Società → **il Calciatore non può opporsi al predetto utilizzo** → **la Società non può disporre, senza il consenso del Calciatore, della sua immagine «singola», anche se ripresa durante lo svolgimento della prestazione di lavoro a favore della Società stessa**
- ▶ **il Calciatore è libero di utilizzare la propria immagine a scopo promozionale pubblicitario** → **MA NON PUO' associare la propria immagine ai nomi, colori, maglie, simboli o contrassegni della Società per cui presta la propria opera (così come della Nazionale)**
- ▶ al fine di evitare situazioni possibili di **«conflitto di interessi»** tra contratti di sponsorizzazione e/o pubblicità della Società e quelli del Calciatore, si richiamano le **regole di buona fede e collaborazione reciproca**, con **prevalenza formalmente riservata ai contratti della Società**, in quanto coinvolgenti interessi di natura collettiva
- ▶ relativamente ai «prodotti collettivi», l'AIC, senza il consenso del Calciatore, può disporre dei diritti all'utilizzo dell'immagine del medesimo secondo le previsioni del richiamato art. 26 dello Statuto AIC → **AIC ha diritto al 50% del fatturato netto realizzato dalla LNPA**

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

NOTA

- ▶ la convenzione Leghe – AIC 23.7.1981 è prevista a tempo indeterminato con diritto di recesso da esercitare entro il 31 dicembre di ogni anno → sembrerebbe (ma a detta delle parti) sia stata formalmente data disdetta della stessa



- ▶ di conseguenza, si dovrebbe ritenere che le Società sportive non possano disporre dell'immagine di giocatori, anche se ripresi in «gruppo», ai fini promo pubblicitari



- ▶ in realtà, sia gli Accordi Economici Collettivi (di fatto, i contratti di lavoro collettivi), che i contratti tipo individuali fanno espresso rinvio alla predetta normativa, anche per quanto concerne la determinazione dei compensi

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

GLI ACCORDI NELLA PALLACANESTRO

➤ **ACCORDO COLLETTIVO “GIOCATORI PROFESSIONISTI 2003” (attualmente in vigore)**

➤ **Art. 23. Contratti pubblicitari**

23.1 La società ha diritto di sfruttare economicamente, in ogni forma lecita, l'immagine dell'atleta in quanto facente parte della squadra ed in quanto portatore delle sue uniformi, in abbinamento o meno con marchi o prodotti di ogni genere, sia nel contesto di incontri o sedute di allenamento sia al di fuori di tale contesto in occasione di visite ufficiali di squadra, senza che a questo titolo l'atleta possa vantare alcun compenso aggiuntivo o indennizzo di alcun genere. La società non potrà richiedere all'atleta prestazioni pubblicitarie individuali diverse

23.2 All'atleta è riconosciuta la facoltà di stipulare contratti pubblicitari individuali nel rispetto delle seguenti due essenziali condizioni:

- i marchi o prodotti pubblicizzati non dovranno essere in concorrenza o contrasto con quelli degli sponsor e fornitori ufficiali della società e dello sponsor ufficiale della Lega, salva specifica autorizzazione scritta, rispettivamente, della società stessa e della Lega;

- la pubblicità non dovrà richiamare i colori o in genere gli elementi distintivi della società o di altre società sportive di pallacanestro di serie “A”, o confondibili con essi, e comunque l'atleta non dovrà indossare l'uniforme di gioco della società.

23.3 Sono sempre salvi diversi accordi

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

GLI ACCORDI NEL CICLISMO

► **ACCORDO PER PRESTAZIONI SPORTIVE – CICILISTA DILETTANTE (PRONTUARIO A.C.C.P.I.)**

► **Articolo 1 – Prestazioni ed Obblighi**

.....

[3] La prestazione dell'Atleta ... si riferisce alla partecipazione alle manifestazioni sportive agonistiche comprese nel calendario internazionale e nazionale alle quali la Società prende parte, nonché all'attività di preparazione, allenamento e/o attività promozionale e pubblicitaria promossa dalla Società stessa

► **Articolo 7 – Esclusiva Pubblicitaria**

[1] La Società si riserva il diritto esclusivo di cedere eventualmente a terzi il diritto allo sfruttamento economico dell'immagine dell'Atleta - la quale acconsente senza riserve e condizioni - per la pubblicità e/o messaggi commerciali del Team, dei suoi clienti e/o dei suoi Sponsor

[2] L'Atleta si impegna a non cedere a terzi il diritto allo sfruttamento economico per uso pubblicitario del suo nome, immagine, voce

[3] Qualunque deroga potrà essere accordata all'Atleta solo ed esclusivamente per iscritto dalla Società

[4] Qualora l'Atleta non ottemperi al diritto di esclusiva, la Società ha la facoltà di sospendere il compenso, al fine di determinare i danni subiti e/o le rivalse da parte dei propri Sponsor

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

i regolamenti di condotta interni delle società sportive possono richiamare le specifiche disposizioni in materia



quindi rafforzare gli obblighi contrattuali per l'atleta



in caso di violazione, può essere prevista l'applicazione delle sanzioni disciplinari previste dagli Accordi Collettivi di Categoria

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

PROFILI REDDITUALI

➤ **PRESTAZIONI PROMOZIONALI – PUBBLICITARIE DEGLI SPORTIVI PROFESSIONISTI**



il reddito rientra nella categoria del **reddito da lavoro dipendente**, trattandosi di prestazioni e compensi contenuti nel contratto che regola la prestazione sportiva



le somme sono erogate dalla Società sportiva in qualità di datore di lavoro



infatti, ai sensi dell'art. 51, comma 1, TUIR «*il reddito di lavoro dipendente è costituito da tutte le somme ed i valori in genere, a qualunque titolo percepiti nel periodo di imposta, anche sotto forma di erogazioni liberali in relazione al rapporto di lavoro*

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

PROFILI REDDITUALI


➤ INPS – Messaggio n. 19435 del 28.11.2013

Compensi per lo sfruttamento economico del diritto di immagine

Quadro sinottico del trattamento fiscale e previdenziale

SOGGETTO PERCETTORE	ATTIVITA' PROFESSIONALE	IMPONIBILITA' FISCALE	IMPONIBILITA' PREVIDENZIALE
soggetto NON iscritto al FPLS	SI'	SI' nella misura del compenso lordo	SI', nella gest. separata, in misura pari a quella fiscale, entro i massimali previdenziali
soggetto iscritto al FPLS	SI'	SI' nella misura del compenso lordo	SI', nel FPLS, in misura pari ad una franchigia del 40% dell'ammontare totale dei compensi percepiti (per prestazione lavorativa + per diritto di immagine), entro i massimali previdenziali
Soggetto NON Iscritto al FPLS + avente causa a titolo gratuito o oneroso	NO	SI' nella misura del compenso lordo	NO

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

- ▶ ASPETTI REDDITUALI – LA DIATRIBA INPS/ARBITRI FIGC
 - ▶ OGGETTO DEL CONTENDERE: gli arbitri di calcio FIGC sottoscrivono con la Federazione **un contratto di collaborazione coordinata e continuativa per l'attività di arbitro** ed un **secondo contratto per la cessione in via esclusiva del diritto di immagine** relativo alle gare, comprensivo del diritto sulla voce, in conseguenza della propria attività di ufficiale di gara
- 
- CONTENUTO DEL DIRITTO DI IMMAGINE CEDUTO: diritto della FIGC, per sé e propri aventi causa, di fissare, diffondere, distribuire, mettere in commercio, noleggiare, pubblicare, registrare, trasferire su qualsiasi supporto, riprodurre le immagini e/o la voce dell'arbitro, nell'ambito delle funzioni di ufficiale di gara o comunque nell'ambito dell'attività di tesserato FIGC e associato dell'AIA (anche in divisa da gioco, da allenamento o in divisa federale), in tutto o in parte, con qualsiasi mezzo e in ogni forma, anche in abbinamento ad attività di marketing, promo-pubblicitarie o di merchandising, ed anche mediante utilizzazione dell'immagine dell'arbitro quale testimonial di marchi dei partner commerciali della FIGC o attraverso l'utilizzazione di materiale tecnico sponsorizzato, ma sempre ed esclusivamente riferite all'attività di ufficiale di gara

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

- ASPETTI REDDITUALI – LA DIATRIBA INPS/ARBITRI FIGC
- IL PARERE DELL'INPS

i redditi derivanti dalla cessione del diritto di immagine sono da assoggettare alla stessa contribuzione richiesta per i redditi derivanti dal contratto di collaborazione dell'arbitro con la FIGC (contratto di collaborazione coordinata e continuativa – gestione separata INPS ex L. n. 335/1995)



assoggettamento previsto in virtù del rimando all'art. 54, comma 1, quater del TUIR, in base al quale *«concorrono a formare il reddito i corrispettivi percepiti a seguito di cessione della clientela o di elementi immateriali comunque riferibili all'attività artistica o professionale»*

La sponsorizzazione e il rapporto di lavoro sportivo

- ▶ ASPETTI REDDITUALI – LA DIATRIBA INPS/ARBITRI FIGC
- ▶ IL PARERE DEGLI ARBITRI (E DELLA GIURISPRUDENZA – Trib. Vasto 23.2.2018, Trib. Milano 8.5.2018, Trib. Trento 2.10.2018)

il diritto di immagine e il diritto di autore sono configurati come diritti assoluti di cui il titolare può disporre liberamente. A tal fine l'articolo 2579 c.c. detta una normativa che predispone ad un tempo una tutela patrimoniale, consistente nel diritto ad un equo compenso, ed una tutela reale concretantesi nel diritto di opporsi alla diffusione, trasmissione e riproduzione audiovisiva.



ne consegue che **il relativo corrispettivo si atteggia quale prezzo della cessione e non quale quota parte della retribuzione per l'opera prestata, di talché lo stesso non può essere assunto a base del calcolo dei contributi previdenziali da versare**



l'art. 2, co. 26, della l. 335/95, prevede l'obbligo contributivo alla gestione separata da parte dei «soggetti che esercitano per professione abituale, ancorché non esclusiva, attività di lavoro autonomo, di cui al comma 1 dell'articolo 49 del testo unico delle imposte sui redditi»

➡ *art. 53, co. 1, TUIR – «sono redditi di lavoro autonomo quelli che derivano dall'esercizio di arti e professioni. Per esercizio di arti e professioni si intende l'esercizio per professione abituale, ancorché non esclusiva, di attività di lavoro autonomo diverse da quelle considerate nel capo VI, compreso l'esercizio in forma associata di cui alla lettera c) del comma 3 dell'articolo 5»*



la legge istitutiva della Gestione separata esclude dall'assoggettamento previdenziale tutti gli emolumenti diversi da quelli derivanti direttamente da attività di lavoro autonomo di cui all'art. 53, co. 1, TUIR. E tra questi ultimi non v'è il corrispettivo per la cessione del diritto all'immagine che, infatti, è contemplato dall'art. 54, co. 1 – quater, TUIR



GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Avv. Stefano Bosio

stebos@inwind.it