

LODO ARBITRALE
MILANO
25 MAGGIO 1990

PRESIDENTE: SENA

ARBITRI: CASELLA, JAEGER

PARTI: SINTEC S.R.L.

(Avv. Carnevali, D'Ercole, Fossa)

ASSOCIAZIONE PALLACANESTRO

VIRTUS ROMA

(Avv. Leonini)

**Obbligazioni e contratti •
Sponsorizzazioni sportive •
Diffusione di notizie sfavorevoli
allo sponsor • Obblighi gravanti
sullo sponsorizzato •
Inadempimento.**

L'associazione sportiva che propagandi a mezzo stampa la stipulazione dell'accordo con un nuovo sponsor prima della scadenza del precedente rapporto, arrecando turbative al preventivato ritorno pubblicitario, non adempie correttamente gli obblighi nascenti dal contratto di sponsorizzazione.

1. In data 30 giugno 1988 veniva stipulato tra le parti un contratto avente ad oggetto la sponsorizzazione della squadra di pallacanestro della Virtus Roma da parte della Sintec, titolare del marchio « Phonola ».

L'art. 19 di tale contratto prevedeva che « Qualunque controversia in ordine alla interpretazione, esecuzione ed eventuale risoluzione del presente accordo, comprese quelle riguardanti la determinazione di eventuali danni o in ordine all'esame dei comportamenti che possono risultare gravemente lesivi dell'immagine di una delle parti, sarà devoluta ad un Collegio di tre arbitri, due dei quali nominati dalle parti ed il terzo, che avrà funzioni di Presidente, dagli arbitri così designati o, in difetto, dal Presidente del Tribunale di Milano su richiesta di una delle due parti.

La parte che vorrà sottoporre la questione al Collegio Arbitrale dovrà comu-

nicarlo all'altra parte con lettera raccomandata, indicando pure il nominativo del proprio arbitro.

L'altra parte dovrà nominare il proprio arbitro entro venti giorni dal ricevimento della predetta raccomandata.

In difetto l'arbitro sarà nominato, su richiesta dell'altra parte, dal Presidente del Tribunale di Milano.

Gli arbitri decideranno, senza formalità di procedura, in via di equità e le parti già sin d'ora dichiareranno di accettare la decisione di tale arbitrato irrituale come manifestazione della propria volontà ».

Essendo insorta una controversia tra le parti in ordine alla interpretazione, esecuzione ed eventuale risoluzione di detto contratto, la Sintec, con lettera in data 17 maggio 1989, comunicava la propria volontà di dare inizio all'arbitrato irrituale previsto dall'art. 19 del contratto, nominando proprio arbitro l'avv. prof. Pier Giusto Jaeger.

Con successiva lettera in data 25 maggio 1989, la Virtus Roma nominava l'avv. prof. Mario Casella proprio arbitro.

I due arbitri nominavano quindi terzo arbitro, con funzioni di presidente, l'avv. prof. Giuseppe Sena.

In data 21 luglio 1989 gli arbitri così nominati accettavano l'incarico, invitando le parti a depositare, entro il termine dell'11 settembre 1989, una prima memoria ed entro il successivo termine del 2 ottobre 1989, una memoria di replica.

Entro i termini loro assegnati le parti depositavano memorie e documenti che venivano regolarmente scambiati.

Successivamente, in data 13 ottobre 1989, gli arbitri si riunivano nuovamente ed assegnavano alle parti un ulteriore termine fino al 20 novembre 1989 per il deposito di una terza memoria con eventuali documenti. Anche tali memorie venivano regolarmente depositate e scambiate.

Gli arbitri si riunivano in conferenza personale il 18 dicembre 1989, fissando l'udienza del 25 gennaio 1990 per un tentativo di componimento amichevole e, in caso negativo, per la discussione orale.

Il 25 gennaio 1990 gli arbitri esperivano preliminarmente il tentativo di componimento; poiché ciò non portava ad

un esito positivo, si passava alla discussione ed i difensori delle parti concludevano per l'accoglimento delle conclusioni già precisate in atti, che vengono qui di seguito integralmente riportate.

Conclusioni di Sintec s.r.l.

Nel merito

1) dichiarare che la Virtus Roma, per i motivi di cui in narrativa, si è resa inadempiente agli obblighi derivanti dal contratto di sponsorizzazione stipulato con Sintec in data 30 giugno 1988 e di conseguenza condannarla al risarcimento di tutti i danni derivati o che deriveranno alla Sintec, nella misura che risulterà nel corso dell'arbitrato o che parrà di giustizia all'On.le Collegio arbitrale;

2) dichiarare che la Sintec s.r.l. ha validamente ed efficacemente esercitato il diritto di « prelazione » al rinnovo del contratto di sponsorizzazione stipulato con Virtus Roma, e di conseguenza, previa occorrendo risoluzione del rinnovato contratto di sponsorizzazione per fatto e colpa della Virtus Roma, condannare la Virtus Roma al risarcimento dei danni subiti da Sintec, nella misura che risulterà nel corso dell'arbitrato o che parrà di giustizia all'On.le Collegio arbitrale;

3) con rifusione delle spese del procedimento arbitrale e di difesa.

In via istruttoria

si chiede l'ammissione dei seguenti capitoli di prova per testi:

1) vero che in data 14 marzo o 15 marzo 1989 il dott. Maggioni e il dott. Rossati della Sintec, presente il geom. Dall'Aglio, hanno comunicato telefonicamente al dott. Timò la volontà della Sintec di rinnovare il contratto di sponsorizzazione in corso, preannunciando l'invio di un fax di conferma. Testi: dott. Angelo Maggioni; dott. Pierluigi Rossati; geom. Dall'Aglio.

2) Vero che dopo la telefonata di cui al cap. n. 1 il geom. Dall'Aglio ha inviato il fax prodotto dalla Sintec *sub* doc. 2 (che si rammostra), usando lo stesso numero di fax dal quale la Virtus aveva in precedenza inviato a Sintec comunicazioni attinenti al contratto di sponsorizzazione. Teste: geom. Dall'Aglio.

3) Vero che le trattative per la stipula del contratto di sponsorizzazione sono

state condotte, per la Virtus, esclusivamente e costantemente dal dott. Massimo Cilli, consigliere dell'associazione medesima, il quale ha trattato e definito con i dirigenti della Sintec tutti gli aspetti tecnici ed economici del contratto; vero che la gestione del rapporto di sponsorizzazione veniva fatta, per Virtus, dal dott. Cilli. Testi: dott. Angelo Maggioni, dott. Pierluigi Rossati, geom. Dall'Aglio.

4) Vero che anteriormente al 15 marzo 1989 la Sintec aveva fatto presente a Virtus, tramite la Makis, la necessità di rivedere le modalità d'attuazione di talune forme pubblicitarie, come la stampa del retro dei biglietti e la cartellonistica. Testi: dott. Maggioni; dott. Rossati; geom. Dall'Aglio; sig. Acciari c. Makis; sig. Attilio Barbieri c. Sintec; sig. Rino Catelli c. Sintec.

5) Vero che nell'articolo pubblicato su « Tuttosport » del 12 maggio 1989, a p. 15, a firma Valli-Viberti, prodotto *sub ns. doc. 10* che si rammostra, quanto ivi riferito in merito al cambiamento di nome della squadra corrisponde a quanto detto dal Presidente Timò. Teste: Valli-Viberti c. Tuttosport.

6) Vero che quanto riportato tra virgolette nell'articolo dal titolo « Il Banco lascia, ecco Gardini », sottotitolo « Il presidente Timò: con l'addio di Bianchini iniziarono tutti i guai », pubblicato nel « Corriere dello Sport-Stadio » del 12 maggio 1989, p. 15, e prodotto *sub ns. doc. 5* (che si rammostra), a firma Mario Arceri, corrisponde a quanto dichiarato dal dott. Timò. Teste: sig. Mario Arceri c. Corriere dello Sport-Stadio.

Conclusioni per Virtus Roma

In via preliminare,
dichiarare l'inammissibilità, improponibilità, improcedibilità, difetto di poteri, impossibilità di esecuzione del mandato, o altro meglio visto dal Collegio, delle domande proposte dalla Sintec.

Nel merito
rigettare ogni domanda proposta dalla s.r.l. Sintec contro l'Associazione Pallacanestro Virtus Roma, previo, ove del caso, accoglimento della domanda di risoluzione per inadempimento della Sin-

tec, proposta in via del tutto subordinata;

condannare la Sintec al pagamento alla Associazione Pallacanestro Virtus Roma della somma di L. 320.000.000, con interessi al tasso bancario e rivalutazione monetaria, quanto a L. 120.000.000 dal 1° aprile 1989, quanto a L. 120.000.000 dal 1° giugno 1989 e quanto a L. 80.000.000 dal 1° luglio 1989 al saldo.

Con il favore delle spese di arbitrato e di difesa.

In via istruttoria

si chiede l'ammissione del seguente capitolo di prova per testi:

« Vero che le trattative con il Gruppo Ferruzzi, finalizzate al mutamento della compagine degli associati ed al conseguente controllo della Associazione Virtus Roma, furono iniziate e concluse nel giro della settimana precedente l'annuncio dato dal Gruppo alla stampa ». Si indicano come testi i sigg. Eliseo Timò e Massimo Cilli (indicati anche a prova contraria), nonché il dott. Angelo Rovati; con riserva di indicare altri testi a prova diretta e contraria nel termine che il Collegio vorrà assegnare.

Esaurita la discussione, gli arbitri dichiaravano chiusa l'udienza del 25 gennaio 1990 e si riservano ogni decisione.

2. Le circostanze di fatto possono essere così sinteticamente riassunte.

In data 30 giugno 1988 veniva stipulato tra le parti un contratto di sponsorizzazione in base al quale la squadra di pallacanestro della Virtus Roma si impegnavano « ad assumere e ad integrare la propria ragione sociale, completa del proprio marchio registrato, con il nome del marchio della Sintec individuato dalla dicitura Phonola ». L'ammontare del « corrispettivo » che Sintec doveva versare a Virtus Roma veniva fissato dall'art. 13. L'art. 12 del contratto fissava la sua durata in un anno, con termine al 30 giugno 1989, ed il successivo art. 14 disponeva che « come convenuto tra le parti, Sintec potrà esercitare diritto di prelazione, per l'eventuale rinnovo del presente accordo anche per la successiva stagione sportiva 1989/1990; tale diritto potrà essere esercitato da Sintec entro il 15 marzo 1989.

Il corrispettivo per l'eventuale secondo anno di rapporto (stagione sportiva

1989/1990) viene fin d'ora definito in L. 1.500.000 (un miliardo cinquecentomilioni) quale importo base (rif. precedente punto 13.a).

Gli importi di cui ai punti 13.b e seguenti si intendono invariati anche per l'eventuale secondo anno di rapporto.

In caso di acquisto diritto della squadra a partecipare alla Coppa dei Campioni nella stagione sportiva 1989/1990 (eventuale secondo anno di rapporto), le parti concorderanno l'ulteriore ammontare ad integrazione, riconoscibile da Sintec a Virtus ».

Nel maggio 1989 sono apparse sulla stampa notizie circa un nuovo accordo di sponsorizzazione che la Virtus Roma aveva stipulato con il quotidiano « Il Messaggero » per la stagione agonistica 1989/1990. Con lettera raccomandata del 12 maggio 1989, la Sintec comunicava alla Virtus Roma « la propria contrarietà e le proprie riserve per le modalità, il tenore ed il contenuto delle comunicazioni effettuate alla stampa nazionale circa la cessione della proprietà e, soprattutto, il cambio della denominazione dello sponsor... L'aver effettuato una comunicazione come quella che è riportata dall'intera stampa nazionale, sportiva e d'informazione, colpisce la nostra immagine e lede i suddetti diritti nel momento più delicato — e pertanto di grande rilevanza — del campionato ».

Sintec sosteneva inoltre, nella ricordata lettera raccomandata del 12 maggio 1989, di avere tempestivamente esercitato entro il termine del 15 marzo 1989, stabilito dal contratto, il diritto di « prelazione »: si legge infatti nella citata lettera « ... già avevamo comunicato tempestivamente la nostra volontà di proseguire nel rapporto ai sensi dell'art. 14 del contratto ». Secondo Sintec infatti il contratto si sarebbe rinnovato, avendo essa esercitato il diritto di « prelazione » tramite l'invio di un telefax, in data 15 marzo 1989 (prodotto *sub* doc. n. 2) del seguente tenore: « Con riferimento al nostro accordo di sponsorizzazione in vigore, nel confermare la nostra disponibilità alla prosecuzione del rapporto, Vi invitiamo ad un urgente incontro circa la definizione dei termini contrattuali ».

A tale lettera rispondeva Virtus Roma con lettera raccomandata in data 19 maggio 1989, con la quale negava ogni

addebito mosso dalla controparte e dichiarava di non aver mai ricevuto il telefax del 15 marzo 1989.

Ma, senza attendere la risposta della Virtus Roma, Sintec decideva di instaurare il procedimento arbitrale previsto dall'art. 19 del contratto, il che avveniva con lettera raccomandata del 17 maggio 1989.

3. Si deve ancora ricordare che, con ricorso *ex art.* 700 cod. proc. civ. del 19 maggio 1989, Sintec chiedeva al Pretore di Roma di inibire al Banco di Roma S.p.A. ed a Editoriale Il Messaggero S.p.A. qualsiasi ulteriore « emanazione » di notizie, filmati e dati attraverso qualsivoglia mezzo di comunicazione e contatto, concernenti la squadra di pallacanestro Virtus-Roma: anche successivamente alla scadenza contrattuale, in considerazione del rinnovo del contratto a seguito dell'esercizio del diritto di « prelazione » anche per il campionato 1989/90, o quanto meno fino alla data di scadenza del primo anno di sponsorizzazione (il 30 giugno 1989); nonché di inibire al Banco di Roma ed al Messaggero « qualsiasi ulteriore perfezionamento di accordi relativi alla Virtus che abbiano per specifico oggetto la sponsorizzazione della squadra Virtus per la prossima stagione 1989/90 da parte della Editoriale "Il Messaggero" ».

Il Pretore di Roma, con provvedimento in data 8 luglio 1989, « assolveva da ogni domanda il Banco di Roma S.p.A. » e dichiarava non corretta e lesiva dei diritti della Sintec s.r.l. la diffusione, ad opera della Soc. Editrice Il Messaggero S.p.A., di un comunicato stampa in ordine alle vicende della squadra di basket della capitale Pallacanestro Virtus, nei termini riportati dalla stampa nazionale il 12 maggio 1989 e conseguentemente ordinava alla stessa la pubblicazione di un comunicato, nel quale si doveva precisare che:

1) sponsor della squadra fino al 30 giugno 1989 è stata la Sintec-Phonola;

2) pende giudizio arbitrale per accertare l'utile esercizio da parte di quest'ultima del previsto diritto di prelazione per il rinnovo del contratto di sponsorizzazione per la prossima stagione sportiva 1989/90;

3) la stessa Sintec-Phonola, quale semplice sponsor, è chiaramente estra-

nea alla gestione tecnica della squadra e ai risultati della scorsa stagione.

A seguito di tale provvedimento, Sintec instaurava avanti il Tribunale di Roma, con atto di citazione notificato in data 12 ottobre 1989, il giudizio di merito nei confronti dell'Editoriale Il Messaggero S.p.A.

Successivamente con lettera raccomandata del 25 luglio 1989, Sintec comunicava la propria intenzione di risolvere, per fatto e colpa della Virtus Roma, il contratto di sponsorizzazione rinnovato per l'anno 1989/90, riservandosi inoltre, visti i tempi fissati dal Collegio Arbitrale che non avrebbero consentito una pronuncia prima della fine di ottobre 1989 (e cioè a campionato iniziato), ogni libertà di azione.

Si deve ancora aggiungere che, al 30 giugno 1989, la Virtus Roma era creditrice nei confronti di Sintec della somma di L. 320.000.000 per il mancato pagamento delle ultime tre rate previste dal contratto in questione (tale circostanza è da ritenersi pacifica).

4. Appare opportuno esaminare preliminarmente l'eccezione della Virtus Roma di inammissibilità o improponibilità delle domande proposte da Sintec in quanto attratte nel procedimento pendente avanti il Tribunale di Roma.

Secondo la difesa della Virtus Roma, tra le domande proposte da Sintec nei due procedimenti vi sarebbe infatti connessione per l'identità dell'oggetto (*petitum*).

Il vincolo di connessione fra più domande o controversie, alcune di competenza arbitrale ed altre di competenza del Giudice ordinario, comporterebbe infatti, secondo il costante orientamento della dottrina e della giurisprudenza, che la competenza di quest'ultimo assorbe ed esclude la competenza arbitrale, anche quando si verta in ipotesi di connessione impropria.

Tale eccezione non pare tuttavia fondata e va pertanto respinta.

Prescindendo da ogni giudizio in merito all'esistenza di un vincolo di connessione fra le domande proposte da Sintec nei due procedimenti, gli Arbitri ritengono corretto seguire il recente orientamento della giurisprudenza della Corte Suprema (Cass. 29 ottobre 1983, n. 6439) secondo cui il principio dell'attra-

zione della causa di competenza arbitrale nell'altra, ad essa connessa, di competenza del Giudice ordinario, non è applicabile nell'ipotesi di arbitrato irrituale, quale è indubitabilmente il presente, « non essendo in tal caso in questione un problema di competenza, ma un problema di merito riguardante la rinunzia delle parti all'intervento del giudice nella controversia ».

Si deve infatti sottolineare che il compromesso per l'arbitrato irrituale comporta un mandato agli arbitri per l'espletamento di un'attività negoziale in sostituzione delle parti e non l'esercizio di una funzione di natura giurisdizionale (cfr. in questo senso Cass. 14 ottobre 1982, n. 5314; Cass. 29 novembre 1986, n. 7087; Cass. 9 giugno 1987, n. 5037; Cass. 2 giugno 1988, n. 3767), con la conseguenza che non appare applicabile la regola processuale invocata dalla Virtus Roma.

5. Passando al merito della questione, si deve rilevare che la controversia è matura per la decisione senza che si renda necessario procedere all'escussione delle prove testimoniali richieste dalle parti.

Un primo esame merita la domanda di Sintec avente ad oggetto l'esercizio del diritto di prelazione con conseguente rinnovo del contratto di sponsorizzazione.

Secondo Sintec infatti il contratto si sarebbe rinnovato, avendo essa esercitato il diritto di prelazione tramite l'invio di un telefax, in data 15 marzo 1989 (prodotto *sub* doc. n. 2), del seguente tenore: « Con riferimento al nostro accordo di sponsorizzazione in vigore, nel confermare la nostra disponibilità alla prosecuzione del rapporto, Vi invitiamo ad un urgente incontro circa la definizione dei termini contrattuali ».

Virtus Roma ha contestato tale fatto, negando di aver ricevuto il telefax in questione.

Ad avviso degli arbitri gli accertamenti di fatto relativi all'effettivo invio e/o ricezione di tale comunicazione appaiono tuttavia superflui, in quanto tale comunicazione non può comunque costituire un valido esercizio del diritto di prelazione previsto dall'art. 14 del contratto.

Giova a questo punto precisare che, nonostante il contratto parli di « prela-

zione », la facoltà accordata a Sintec rientrava piuttosto nel concetto di « opzione ».

Infatti il contratto prevedeva la facoltà di Sintec di estendere la durata della sponsorizzazione ad un secondo anno a determinate condizioni che il contratto aveva già fissato.

In considerazione di ciò, gli Arbitri non ritengono che la comunicazione di Sintec sarebbe comunque stata una manifestazione di volontà qualificabile come esercizio della opzione.

Infatti in tale comunicazione Sintec mostra « una disponibilità alla prosecuzione del rapporto » e invita « ad un urgente incontro circa la definizione dei termini contrattuali ».

Agli Arbitri sembra dunque che Sintec non abbia esercitato l'opzione che, come si è detto, non avrebbe richiesto la definizione dei termini contrattuali già stabiliti; a tutto concedere Sintec avrebbe solamente comunicato la propria disponibilità alla stipulazione di un nuovo e diverso contratto di sponsorizzazione, i cui termini erano da definirsi.

Né appare accoglibile la tesi di Sintec secondo cui la volontà di ridefinire alcuni termini riguardava solamente la concreta applicazione di alcune clausole già esistenti (e più precisamente gli artt. 3 e 5, comma 2), la cui attuazione aveva dato luogo ad alcuni equivoci durante il primo anno.

Tale volontà di Sintec non traspare minimamente dalla sopraricordata comunicazione. Anche se Sintec avesse davvero voluto introdurre tali specificazioni nel contratto, avrebbe dovuto comunque esercitare l'opzione rinnovando il contratto negli stessi termini già previsti, e chiedere poi di introdurre le eventuali precisazioni.

Parimenti da respingersi è la tesi di Sintec secondo cui la volontà di rinnovo del contratto sarebbe stata comunque espressa in modo chiaro in una precedente telefonata intercorsa tra il dott. Maggioni e il dott. Rossati della Sintec ed il dott. Timò della Virtus Roma.

Anche se il contratto non prevedeva alcuna forma per l'esercizio della facoltà di opzione e non vi era obbligo legale di forma scritta *ex art.* 1350 cod. civ., non appare credibile che la decisione, che comportava l'esborso di una somma di L. 1.500.000.000 (unmiliardocinque-

centomilioni), fosse stata effettuata unicamente tramite una telefonata.

In ogni caso, tale telefonata sarebbe stata comunque successivamente revocata dalla comunicazione via telefax di cui si è detto. Infatti, come si rileva dalla memoria e dai capitoli di prova dedotti da Sintec, in tale telefonata si preannunciava l'invio di un fax di conferma della opzione; essendo dunque mancato un univoco cenno di conferma della volontà di esercitare l'opzione, anche tale eventuale telefonata sarebbe priva di significato.

Per tutti i motivi sopraesposti va respinta la domanda di Sintec di accertamento del preteso rinnovo del contratto, con la conseguente reiezione delle domande di risoluzione del contratto « rinnovato » e di risarcimento del danno.

6. Si deve ora esaminare la domanda di Sintec di accertamento del mancato adempimento da parte di Virtus Roma del contratto di sponsorizzazione stipulato in data 30 giugno 1988, con la conseguente condanna al risarcimento dei danni.

Secondo Sintec, Virtus Roma avrebbe, anteriormente alla cessazione del contratto di sponsorizzazione, ampiamente divulgato sulla stampa la notizia dell'uscita della Sintec quale sponsor e dell'ingresso, quale nuovo sponsor, del Messaggero. Tale condotta avrebbe leso il rapporto di fiducia, tipico del contratto in questione, ed avrebbe arrecato una turbativa al ritorno pubblicitario preventivato da Sintec all'atto di sottoscrizione del contratto stesso.

Tale domanda appare almeno parzialmente fondata.

Contrariamente a quanto ha affermato la difesa della Virtus Roma, gli articoli apparsi sulla stampa sono per lo più imputabili alla stessa Virtus Roma. Alcuni di questi articoli (e più precisamente gli articoli « Il presidente Timò: con l'addio di Bianchini iniziarono tutti i guai » - Corriere dello Sport/Stadio del 12 maggio 1989; « Mentre Berlusconi fatica ad acquistare la Philips, Gardini compra Roma » - Tutto Sport del 12 maggio 1989; « Roma cambia padrone » - Gazzetta dello Sport del 12 maggio 1989) contengono diverse interviste e dichiarazioni dell'allora Presidente dell'Associazione Virtus Roma, dott. Ti-

mò, nella quale viene dato ampio risalto, non solo al passaggio di « proprietà » dell'Associazione Virtus Roma, ma anche al nome del « nuovo sponsor » per l'anno successivo.

Né può dubitarsi che, nonostante il contratto non prevedesse un obbligo di segretezza circa l'eventuale nuovo sponsor, le numerose dichiarazioni ed interviste, mai seguite da un intervento di rettifica o precisazione, violino il rapporto fiduciario presente nel contratto di sponsorizzazione, specialmente in considerazione del particolare momento in cui la loro divulgazione è avvenuta (la squadra stava ottenendo un risultato notevolmente inferiore rispetto alle aspettative). Né può parimenti dubitarsi che lo sponsorizzato debba astenersi da ogni azione che possa, in qualunque forma, arrecare delle turbative a quel « ritorno pubblicitario » che costituisce la « causa » del contratto in questione.

Si può quindi concludere che, almeno negli ultimi mesi del rapporto contrattuale, non vi sia stato da parte della Virtus un corretto adempimento dei propri obblighi e che esso abbia in qualche misura fatto passare in secondo piano il nome ed il marchio « Phonola » dello sponsor, arrecando così una turbativa al ritorno pubblicitario da quest'ultimo preventivato.

7. Quanto alla domanda proposta, in via subordinata, dalla Virtus Roma di risoluzione del contratto per inadempimento da parte della Sintec dell'obbligo di pagare le rate alle scadenze previste, essa non appare sostanzialmente fondata e va pertanto respinta.

Secondo la Virtus Roma, Sintec sarebbe infatti inadempiente sino dal 30 marzo 1989, giorno in cui avrebbe dovuto pagare la quarta rata del contratto, e non potrebbe quindi opporre l'eccezione *inadimplenti non est adimplendum* in quanto in tale data la Virtus Roma non aveva posto in essere alcun atto che poteva qualificarsi di inadempimento contrattuale.

Si deve tuttavia osservare che il concreto svolgimento del rapporto contrattuale esclude che possa trovare accoglimento la domanda di risoluzione proposta dalla Virtus Roma.

Infatti, oltre alla mancanza di una clausola risolutiva espressa, va rilevato

che la Virtus Roma aveva sempre tollerato il ritardato pagamento delle rate da parte di Sintec, tanto è vero che, successivamente al 30 marzo 1989, non ne ha mai sollecitato il pagamento, né tantomeno lo ha sollecitato dopo che sono sorte tra le parti contestazioni in merito al preteso rinnovo del contratto ed all'inadempimento della Virtus Roma.

Va invece riconosciuto il credito di quest'ultima ammontante a L. 320.000.000.

Tuttavia, in considerazione degli inadempimenti seppur parziali posti in essere negli ultimi mesi del rapporto contrattuale da parte di Virtus Roma di cui si è detto sopra, inadempienze che hanno indubbiamente avuto un riflesso negativo sull'economia dell'intero rapporto, ritengono gli Arbitri equo compensare con tali danni il residuo credito dovuto.

8. In considerazione della reciproca parziale soccombenza delle parti, il Collegio ritiene equo disporre la compensazione delle spese di difesa e del procedimento, già anticipate integralmente queste ultime dalle parti.

* * *

Gli Arbitri definitivamente ed unanimemente giudicando su tutte le domande proposte dalle parti e precisando che le conclusioni raggiunte, ancorché fondate su argomentazioni di diritto, appaiono agli stessi arbitri corrispondenti ad un giudizio di equità,

— dichiarano il parziale inadempimento dell'Associazione Pallacanestro Virtus Roma agli obblighi derivanti dal contratto di sponsorizzazione stipulato con Sintec s.r.l. in data 30 giugno 1988, compensando integralmente i danni da quest'ultima subiti con quanto dovuto a saldo all'Associazione Pallacanestro Virtus Roma;

— respingono ogni altra domanda proposta dalle parti;

— compensano interamente fra le parti le spese e gli onorari degli Arbitri.

LODO ARBITRALE

17 LUGLIO 1990

PRESIDENTE: CASELLA

ARBITRI: MARICONDA, NAPOLI

PARTI: MAGLIFICIO IRGE S.P.A.
(Avv. Palmieri)A.S. AURORA BASKET DESIO
(Avv. Galbiati, Scandroglio)

**Obbligazioni e contratti •
Sponsorizzazioni sportive •
Gestione imprudente della
squadra • Obblighi di diligenza a
carico dello sponsorizzato •
Inadempimento.**

Pur non essendo quella dello sponsor un'obbligazione di risultato, grava su questi un obbligo di diligenza che richiede sia fatto il possibile per evitare pregiudizi al « ritorno pubblicitario » atteso dallo sponsor, obbligo che non può dirsi osservato da parte della squadra che, a seguito di un'impropria gestione tecnica, non riesca a vincere un solo incontro nel corso di tutto il campionato.

1. Il contratto di sponsorizzazione.

In data 2 settembre 1988 tra la Irge e la Aurora fu stipulato un contratto di sponsorizzazione sportiva per la durata di due stagioni sportive e cioè dal 1° luglio 1988 al 30 giugno 1990.

In particolare in forza del contratto l'Aurora si obbligò ad una serie di prestazioni essenzialmente consistenti nella pubblicazione del « nome » « Irge », sia attraverso l'adozione della relativa scritta sull'abbigliamento sportivo della squadra e sui cartelloni e tabelloni presenti sul campo, sia attraverso l'utilizzazione dello stesso « nome » sul materiale pubblicitario e sul periodico della società sportiva; sia attraverso la partecipazione ad attività promozionali a favore della Irge e il consenso a quest'ultima di usufruire, a fini pubblicitari, dell'immagine e della denominazione della squadra.

Da parte sua la Irge si obbligò a corrispondere all'Aurora l'importo di L. 500.000.000 per la stagione 1988/89, oltre un premio di L. 130.000.000 per l'ipotesi di promozione in A1, nonché l'importo di L. 500.000.000 ovvero L. 800.000.000 per la stagione 1989/90, rispettivamente per l'ipotesi che la squadra fosse rimasta in A2 ovvero avesse giocato in A1.

Nel contratto era anche previsto l'impegno della Irge a non interferire nella conduzione tecnica e amministrativa della Aurora, salvi eventuali suggerimenti da rivolgersi al Procuratore Generale (art. 7); nonché il diritto della Irge al recesso anticipato dall'accordo nel caso in cui l'Aurora, nella stagione 1989/90 non avesse partecipato al Campionato A1.

L'art. 9 contiene infine la clausola arbitrale del seguente tenore:

« Qualsiasi controversia in ordine all'interpretazione, esecuzione ed eventuale risoluzione del presente accordo, comprese quelle riguardanti la determinazione di eventuali danni, sarà devoluta ad un collegio composto da tre arbitri, due dei quali nominati dalle parti ed il terzo, che avrà funzioni di Presidente, dagli arbitri così nominati o, in difetto, dal Presidente del Tribunale di Milano su richiesta delle parti.

La parte che vorrà sottoporre la questione al collegio arbitrale dovrà comunicarlo all'altra con lettera raccomandata, indicando pure il nominativo del proprio arbitro.

L'altra parte dovrà nominare il proprio arbitro entro trenta giorni dal ricevimento della predetta raccomandata.

In difetto, l'arbitro sarà nominato, su richiesta, dell'altra parte, dal Presidente del Tribunale di Milano.

Gli arbitri decideranno in via di equità e le parti già fin d'ora dichiarano di accettare la decisione di tale arbitrato irriducibile, come manifestazione della propria volontà ».

2. L'esecuzione del contratto.

L'esecuzione del contratto non suscitava alcuna contestazione quanto alla stagione 1988/89 in relazione alla quale è pacifica tra le parti l'ottima prestazione della squadra di basket che infatti ottenne la promozione al Campionato di serie A1.

La controversia è insorta invece con riguardo alla stagione seguente (1989/90) quando, di fronte al deludente risultato della Aurora, risultato che ebbe risonanza sulla stampa, insorse la Irge denunciando il fatto, addebitando le asserite dannose conseguenze al colpevole comportamento dell'Aurora e anticipando la sospensione dei pagamenti a favore della squadra di basket e l'assunzione di ogni altra misura a tutela del buon nome della Irge, ove la tendenza negativa si fosse consolidata (v. lettere Irge ad Aurora del 5 settembre 1989 e 13 settembre 1989).

Con raccomandata del 5 ottobre 1989 la Irge invocava definitivamente la procedura arbitrale di cui al contratto di sponsorizzazione e, dopo più avanti (v. lettera Avv. Palmieri del 18 gennaio 1990 alla Aurora), intimava alla Aurora di non usare ulteriormente il nome Irge.

3. Le domande delle parti e l'arbitrato.

Con la stessa lettera del 5 ottobre 1989 (v. *supra*) la Irge nominava il proprio Arbitro (nella persona dell'avv. Massimo Napoli) e formulava le seguenti domande:

« A) dichiarare la inadempienza al contratto di abbinamento sportivo stipulato con il Maglificio Irge S.p.A. in data 2 settembre 1988 o, in subordine, dichiarare che è venuto meno il motivo determinante e/o la causa giuridica del contratto per fatto e colpa della convenuta, e per l'effetto dichiarare la risoluzione del contratto medesimo per fatto e colpa della A.S. Aurora Basket Desio.

B) Condannare la A.S. Aurora Basket Desio al risarcimento dei danni in favore del Maglificio Irge S.p.A.:

a) per gli esborsi inutilmente effettuati in relazione alla previsione del presidente contratto (50 milioni):

b) per gli esborsi cui la attrice è stata costretta per ulteriori attività pubblicitarie;

c) per la perdita d'immagine subita dalla attrice.

Per i primi due titoli, secondo quanto sarà provato; il terzo secondo equità.

C) Condannare la A.S. Aurora Basket Desio alla rifusione delle spese tutte del procedimento ».

Rispondeva l'Aurora Basket con l'atto di nomina del suo arbitro (nella per-

sona dell'avv. Vincenzo Mariconda), così formulando le proprie domande ed eccezioni:

1) respingere ogni e qualsivoglia domanda svolta dal Maglificio Irge S.p.A. nei confronti dell'A.S. Aurora Basket Desio;

2) condannare conseguentemente il Maglificio Irge S.p.A., in adempimento del contratto 2 settembre 1988, a corrispondere all'A.S. Aurora Basket Desio l'importo di lire settecentocinquanta milioni oltre interessi legali e rivalutazione monetaria dal dovuto al saldo effettivo;

3) condannare altresì il Maglificio Irge S.p.A. al risarcimento degli ulteriori danni subiti dall'A.S. Aurora Basket Desio in conseguenza dell'inadempimento del Maglificio Irge S.p.A. all'obbligazione di pagamento di cui al punto precedente, nella misura che sarà dimostrata nel corso del procedimento o, comunque, in via equitativa;

4) condannare infine il Maglificio Irge S.p.A. alla refusione delle spese tutte dell'instaurando procedimento ».

Ambedue gli atti di nomina di arbitro con le rispettive domande rivolte al Collegio arbitrale (v. *supra*) venivano depositati alla riunione di costituzione del Collegio arbitrale irrituale in data 7 febbraio 1990.

Disposta la convocazione delle parti e dei loro difensori, nella riunione del 7 marzo 1990 il Collegio assegnava termine unico ad entrambe le parti con produzioni e deduzioni, fissando la successiva riunione del 18 aprile 1990 per la comparizione delle parti e l'espletamento del tentativo di conciliazione.

Constatata la sterilità di quest'ultimo il Collegio assegnava alle parti termine sino al 7 maggio 1990 per il deposito di memorie conclusive, fissando al 31 maggio 1990 il termine per la formazione delle determinazioni arbitrali.

Su richiesta (15 maggio 1990) della Irge che lamentava la deduzione di nuove prove e la produzione di nuovi documenti da parte della Aurora Basket (in occasione del deposito della memoria di quest'ultima del 7 maggio 1990), il Collegio, a salvaguardia dell'integrità del contraddittorio, assegnava alla Irge termine sino al 25 maggio 1990 per il deposito di eventuali controdeduzioni. Fissava al contempo la comparizione dei difensori delle parti per l'11 giugno 1990

riservandosi di determinare in quella sede il termine finale per la formazione delle proprie determinazioni dopo aver prorogato tale termine sino alla suddetta udienza.

Nel termine del 25 maggio 1990 anche l'Aurora Basket provvedeva al deposito di una memoria.

All'udienza dell'11 giugno 1990 il difensore della Irge, riceveva l'ultima memoria depositata dalla Aurora, non si opponeva alla produzione e si dichiarava disposto ad una discussione immediata pur contestandone il contenuto e le relative produzioni.

Il Presidente del Collegio Arbitrale, dopo aver invitato le parti a proseguire nel tentativo di conciliazione, rinviava la discussione orale al 20 giugno 1990 e prorogava sino al 31 luglio 1990 il termine per il deposito delle determinazioni arbitrali.

Nella riunione del 20 giugno 1990 i difensori delle parti procedevano ad ampia discussione, all'esito della quale il Collegio Arbitrale riservava la propria decisione sulle domande originariamente formulate dalle parti come integrate, in via istruttoria, con i capitoli per prova testimoniale rispettivamente dedotti dalla parti (per la Irge, v. I memoria depositata il 10 aprile 1990; per l'Aurora v. II memoria depositata il 7 maggio 1990 ultima memoria depositata il 25 maggio 1990).

4. Il merito delle domande.

Nessuna contestazione o riserva delle parti sulla qualificazione dell'arbitrato come irrituale, con ricorso all'equità.

A fondamento delle domande sottoposte al Collegio Arbitrale la Irge contesta alla Aurora Basket di aver dilapidato il proprio patrimonio agonistico. Così dopo essersi disfatta degli elementi migliori (in particolare Coldebella, Mentasti e McNealy) avrebbe preferito tesaurizzare i margini della cessione dei diritti di utilizzo anziché provvedere ad adeguate sostituzioni. La squadra si sarebbe così indebolita retrocedendo rovinosamente nella categoria inferiore a seguito di una serie di sconfitte che, dopo aver determinato la perdita di qualsiasi seguito tra la tifoseria e nel pubblico più in generale, avrebbero trascinato nel discredito, particolarmente amplificato e

ridicolizzato dalla stampa, il « nome » Irge. A supporto delle proprie affermazioni e pretese la Irge ha prodotto la documentazione allegata alle tre memorie depositate (v. *supra*).

Da parte sua la difesa della Aurora Basket sostiene che il risultato di campionato della squadra, pacificamente pessimo, non è in alcun modo addebitabile a comportamenti della stessa Aurora in qualsivoglia modo omissivi dei doveri di « protezione » alla medesima facenti capo.

L'Aurora ha così precisato che le cessioni e i rimpiazzi effettuati in vista del campionato 1989/1990 rientrano nell'ambito delle normali campagne di vendita ed acquisti (normali per una squadra della portata dell'Aurora) e non possono essere valutati in termini di svendita o dilapidazione.

In particolare ha contestato l'esorbitanza degli importi indicati da Irge quali ricavi delle cessioni dei giocatori e, quanto al giocatore Coldebella, ha precisato che lo stesso non è mai stato in proprietà dell'Aurora.

In realtà l'Aurora ne avrebbe solo usufruito temporaneamente in prestito o comunque (secondo la tesi che sembra emergere dall'ultima difesa dell'Aurora) l'effettiva disponibilità del giocatore sarebbe stata di pertinenza del Sig. Celada al quale sarebbe andato il corrispettivo della cessione dei diritti di utilizzo.

Due circostanze invece possono essere acquisite come pacifiche perché non contestate dalle parti:

a) il pagamento da parte della Irge a favore della Aurora dell'importo di L. 50.000.000 quale anticipo (corrisposto nel luglio 1989) della maggior somma pattuita nel contratto di sponsorizzazione (v. le conclusioni assunte dalla Aurora Basket e v. la memoria depositata in data 25 maggio 1990 dalla Irge, p. 10):

b) le sconfitte subite dalla Aurora in 19 incontri su 21 disputati (compresi quelli di Coppa Italia) prima dell'inizio del campionato (v. verbale della riunione del Collegio Arbitrale in data 18 aprile 1990) la serie ininterrotta di sconfitte nel campionato, concluso a zero punti con il record di risultati negativi in una stagione.

4.1. Segue.

Ad avviso del Collegio la pur corretta indentificazione della causa del contrat-

to di sponsorizzazione nel c.d. « ritorno pubblicitario » non implica una valutazione oltre modo rigorosa degli obblighi nascenti dal contratto a carico dello sponsorizzato. In particolare non comporta che quella dello sponsorizzato sia un'obbligazione di risultato e cioè che sia richiesto il raggiungimento di rendimenti e prestazioni predeterminate.

Questa considerazione non vale, tuttavia, nella specie, ad escludere che vi sia stato inadempimento da parte della associazione sportiva.

Invero il Collegio ritiene che il comportamento contrattuale della Aurora sia censurabile sotto due concomitanti profili.

In primo luogo non si è di fronte ad un risultato di campionato (quello ottenuto dalla Aurora nel 1989/1990) solo parzialmente insoddisfacente o deteriore rispetto a quello dell'anno precedente, bensì ad una vera e propria « *débâcle* », non essendo riuscita la squadra a vincere un solo incontro in tutta la stagione (perde dunque importanza, da questo punto di vista, la circostanza contestata dalla Aurora, che la Irge abbia eccepito l'inadempimento di controparte prematuramente, fin dall'inizio del campionato: infatti, la contestazione faceva seguito a una serie non esigua di risultati negativi e ad essa non è seguita alcuna apprezzabile ripresa della squadra sul piano del gioco e dei risultati).

In secondo luogo le risultanze acquisite sono tali da far ritenere che, indipendentemente dai risultati ottenuti (v. *supra*), il comportamento della Aurora nella gestione della squadra prima e durante il campionato 1989/1990 non sia stato conforme all'obbligo di diligenza che, quantomeno, richiede che sia stato fatto quanto possibile per evitare pregiudizi al « ritorno pubblicitario » atteso dallo sponsor.

Appare significativo, da un lato, che l'Aurora si sia resa cessionaria dei diritti di utilizzo di giocatori quali l'americano McNealy e senza provvedere a sostituirli con giocatori in grado di non ridurre in modo rilevante il tasso tecnico e atletico del complesso. Né valgono in contrario le obiezioni dell'Aurora circa la fisiologia degli acquisiti e delle vendite e dei cambi e prestiti dei giocatori per le società con entrate modeste ovvero le contestazioni relative ai corrispettivi ricavati dalla ces-

sioni che si assumono inferiori rispetto a quelli affermati dalla Irge. Una corretta gestione di una squadra di basket non può infatti prescindere dall'obiettivo di perseguire, una certa equivalenza sulla carta tra giocatori in uscita e in entrata in modo da non far venir meno, in partenza, le aspettative dei « tifosi » e anche degli sponsor. Non solo: ma in una prospettiva di necessaria riduzione del livello del complesso non può richiedere incrementi e oneri rilevanti allo sponsor. E, conclusivamente, quali che siano le ragioni di una stagione sportiva infelice e l'alea connessa alle competizioni sportive, sembra certo al Collegio che non sia senza rilevanza una serie totalmente negativa di risultati e un vero e proprio primato in questo senso.

Ancora ai fini della valutazione della diligenza nella esecuzione degli obblighi derivanti dal contratto, la cessione del giocatore Coldebella, la destinazione del ricavo, la modalità del contratto, i negativi giudizi dell'ambiente e le controversie derivatene, legittimano la censura della Irge e l'obiettivo considerazione di una gestione imprudente e non sufficientemente attenta agli interessi dell'associazione e dei creditori di questa.

Pur ritenendo di non dover assumere ulteriori elementi in proposito, ritiene il Collegio che, insieme agli altri elementi offerti dalle produzioni (comprese quelle della stampa del settore), sia confortata la convinzione che i risultati eccezionalmente negativi dipendano anche da una conduzione infelice.

Le considerazioni che precedono tuttavia, se da una parte confermano l'esistenza di un inadempimento, dall'altra non obbligano ad ulteriori indagini circa « l'importanza » del medesimo ai fini di quanto previsto dall'art. 1455 cod. civ.

Ritiene infatti il Collegio che nella specie la circostanza che il contratto di sponsorizzazione sia oramai venuto a termine (30 giugno 1990) è tale da far venire meno l'effettivo interesse delle parti ad una determinazione in ordine alla risoluzione.

Resta invece intatto l'interesse dell'Aurora e dell'Irge ad una perequazione degli effetti del rapporto già esaurito, mediante la liquidazione di tutta o parte degli importi richiesti ai titoli di cui alle rispettive domande. Nella prospettiva sopra delineata e in virtù dei poteri di

equità attribuitigli dalle parti il Collegio ritiene quindi di dover tenere conto di tutte le circostanze che hanno accompagnato l'esecuzione del contratto. Da una parte, le inadempienze accertate, dall'altra il pagamento di un'unica rata iniziale di L. 50.000.000, molto esigua rispetto al corrispettivo globale pattuito. Il Collegio è tenuto a far ricorso all'equità e le circostanze, i cui confini presentano incertezze come si è rilevato, inducono a contenere la conseguenze economiche di quanto è avvenuto, limitando a ragionevoli indennizzi le reciproche pretese. In questa prospettiva e tenuto conto che l'Irge ha pur tratto qualche utilità dall'osservanza, incontestata, degli obblighi di pubblicità sulle maglie, cartelloni e abbigliamento sportivo da parte dell'Aurora e che questa non può pretendere per le ragioni già viste l'integrale corrispettivo, maggiorato degli accessori di legge, il Collegio, compensate le spese del procedimento arbitrale e di difesa, dichiara dovuto alla A.S. Aurora Basket da parte della Irge S.p.A. l'importo di L. 330.000.000, quale indennizzo determinato in via equitativa anche a fronte di ogni esborso sostenuto e comprensivo di interessi sino al saldo e compensata qualsiasi altra pretesa tra le parti, di cui L. 50.000.000 già corrisposta dalla Irge S.p.A. alla A. S. Aurora Basket, e quindi il residuo importo pari a L. 280.000.000.

« SCORRETTEZZE » DELLO SPONSEE E DIRITTI DELLO SPONSOR

1. Finalmente qualcuno dei problemi che in assenza di decisioni avevamo immaginato venissero a crearsi nel mondo, per questi aspetti silenzioso, delle sponsorizzazioni inizia a venire alla luce.

Da quanto risulta fino ad ora — e come era prevedibile — sono gli *sponsee* ad essere messi sotto accusa, per comportamenti che lo *sponsor* ritiene pregiudizievoli del ritorno commerciale sperato al momento della conclusione del contratto¹.

Va anche detto che tra le varie prestazioni, quelle dovute dallo sponsorizzato e quelle proprie dello *sponsor*, queste ultime (che consistono, prevalentemente, nel pagamento di una somma di denaro) pongono indubbiamente meno problemi quando si tratti di accertarne l'eventuale inadempimento. Per questa e altre ragioni — che vedremo tra poco — nello svolgersi del rapporto chi sponsorizza è, indubbiamente, in una posizione « debole ». Poggiando le sue attese e le speranze su di una combinazione quanto mai precaria di fattori in larga misura incontrollabili, qualsiasi imprevisto negativo, qualsiasi comportamento inappropriato dello *sponsee* può essere rischioso per la realizzazione di queste speranze ed attese.

Già è noto che anche quando tutto si svolge secondo le previsioni: l'atleta sponsorizzato si allena come dovrebbe, non viene coinvolto in scandali o non rilascia dichiarazioni svenevoli, l'*équipe* sportiva riporta un numero ragionevole di vittorie, l'avvenimento fianziato raggiunge la giusta risonanza, l'effetto positivo del contratto di sponsorizzazione (che, in ultima analisi, si concreta in un aumento delle vendite) è sempre quanto mai incerto e difficile da commisurare. Chi può dire con sicurezza quanto giovi una sponsorizzazione azzeccata — che, oltre tutto, viene sempre inserita

¹ V. i casi decisi da Pret. Montebelluna 11 agosto 1984, in *Foro pad.*, 1989, I, 272, *ivi*, II, 83 con commento di Mir. BIANCA, *Limiti alla concessione di una tutela cautelare urgente ex art. 700 cod. proc. civ. di un contratto di sponsorizzazione*; Pret. Roma 12 luglio 1989, in questa *Rivista*, 1990, p. 176 ss., con nota di DE GIORGI, *Contratto di sponsorizzazione e lesione delle aspettative di « ritorno commerciale »*, e di TESTA, *La tutela aquiliana dei diritti dello sponsor*.

in più vaste campagne pubblicitarie — all'aumento del fatturato, o viceversa quanto danneggi un abbinamento infelice? È ovvio, *a fortiori*, che quando lo *sponsee* si dà a comportamenti che hanno l'aria di essere pregiudizievoli, la controparte che gli ha versato somme, non dimentichiamo, rilevanti per risultati da lei stessa saputi incerti, cerchi di corrente ai ripari.

Ma qui sta il problema: fino a che punto può spingersi, anche ad opera di arbitri e giudici volenterosi, la tutela dello *sponsor*, posto che non solo (ovviamente) il ritorno commerciale, ma neppure l'effetto pubblicitario è mai garantito nei contratti di sponsorizzazione, che si limitano, come avviene anche nel nostro caso, ad addossare allo sponsorizzato obbligo di divulgare nome e segni distintivi²? In altre parole, fino a che punto è propria del tipo contrattuale « sponsorizzazione », così come si è diffuso nella pratica (niente impedisce di configurare accordi in cui lo *sponsee* si faccia carico della mancata diffusione pubblicitaria o sia pagato in proporzione all'aumento delle vendite) accollare il prevalente rischio dell'operazione allo *sponsor* e oltre quale limite, in presenza di quali fatti e comportamenti, è legittimo tentare di « scaricare » questo rischio sulla controparte³?

Il problema, *va de sé*, non si porrebbe neppure se si potesse parlare, tutte le volte in cui eventi imprevisi o particolari comportamenti si presentassero come dannosi, di inadempimento degli obblighi che fanno capo allo *sponsee*.

Ma non è così: gli obblighi che gravano su quest'ultimo, come ripeteva più sopra, consistono — prevalentemente — nel divulgare i segni distintivi dello *sponsor*⁴, in sé si esauriscono in comportamenti abbastanza elementari e accertare il loro mancato adempimento non comporta grossi problemi. Il fatto è che quei comportamenti pregiudizievoli, quegli imprevisi negativi non ineriscono (quasi mai) al contenuto del rapporto obbligatorio, sono difficilmente riconducibili ad ipotesi di inadempimento, ché, allora, il problema sarebbe di facile soluzione.

Su un punto siamo tutti d'accordo: lo svolgimento della gara, dell'avvenimento culturale, dello spettacolo sponsorizzati costituiscono il presupposto, non

l'oggetto, della prestazione dovuta. Tanto meno rientra nel contenuto dell'obbligazione l'esito positivo degli stessi avvenimenti⁵.

Quando potrà, allora, lo *sponsor* accollare alla controparte i rischi di una serie di sconfitte o di insuccessi di pubblico?

Le ipotesi in cui il « ritorno pubblicitario » atteso può essere messo in pericolo o, addirittura, la sponsorizzazione, si risolve in una pubblicità negativa sono innumerevoli: alcune avevamo cercato

² Risulta dal secondo lodo che qui si commenta che in forza del contratto l'A.S. Aurora si obbligò ad una serie di prestazioni essenzialmente consistenti nella pubblicizzazione del « nome Irge », sia attraverso l'adozione della relativa scritta sull'abbigliamento sportivo della squadra e sui cartelloni e tabelloni presenti sul campo, sia attraverso l'utilizzazione dello stesso « nome » sul materiale pubblicitario e sul periodico della società sportiva; sia attraverso la partecipazione ad attività promozionali a favore della Irge e il consenso a quest'ultima di usufruire, a fini pubblicitari, dell'immagine e della denominazione della squadra: tipici obblighi previsti, nei contratti di sponsorizzazione, a carico delle associazioni sportive.

³ Cfr. DE GIORGI, *Sponsorizzazione e mecenatismo*, Padova, 1988, p. 119 ss. e *ivi* altri riferimenti; TESTA, *op. ult. cit.*, p. 185.

⁴ Come è noto sono di questo tipo i servizi che lo *sponsee* si impegna a fornire allo *sponsor* e non — ovviamente — lo svolgimento dell'attività sportiva, come hanno frettolosamente inteso BRIANTE-SAVORANI, *Il fenomeno « sponsorizzazione » nella dottrina, nella giurisprudenza e nella contrattualistica*, in questa *Rivista*, 1990, p. 645, che sulla base di questo appunto escludono l'appartenenza del contratto di sponsorizzazione al genere *do ut facias*; ma v., esaurientemente, SANTINI, *I servizi*, Bologna, 1987, p. 86 s.

Sull'argomento non mancherà l'occasione di tornare in seguito, intanto segnaliamo il rischio connesso col voler fare a tutti i costi dei contratti di sponsorizzazione un tipo a sé, svincolato da ogni norma che non sia quella destinata ai contratti in generale, limitando così, in maniera rilevante, il potere di intervento del giudice in ordine alla legittimità dell'operazione posta in essere dall'autonomia dei privati (rischio opportunamente segnalato, in relazione a *liesing* e *factoring*, da ALPA, *Strumenti privatistici ed esigenze economiche. Ipotesi sintomatiche di interventi correttivi, adesivi o distortivi delle regole di mercato*, in *Contratto e impresa*, 1989, p. 376 ss.).

⁵ Cfr., oltre agli aa. citati alla nota 3, SANTINI, *op. cit.*, Bologna, 1987, p. 127.

Non va neppure drammatizzato l'effetto che un risultato negativo può avere ai fini della sponsorizzazione (v. le osservazioni di CERAVOLO-BERTINI, *Per sponsorizzare*, Milano, 1990, p. 56 s.), la sponsorizzazione sportiva sarebbe, altrimenti, operazione così rischiosa da risultare addirittura incomprensibile l'ostinarsi degli *sponsor* in questo settore.

di immaginarle⁶, altre, come ho detto, stanno venendo alla luce.

Il caso limite, che non pone particolari problemi, è quello in cui la prestazione prevista nel contratto non possa realizzarsi per circostanze non imputabili alle parti: la manifestazione sportiva o culturale, ad esempio, non può avere luogo per mancanza delle necessarie autorizzazioni o per avverse condizioni atmosferiche o insufficienza di fondi o altro (rendendo così impossibile la promozione pubblicitaria a favore dello *sponsor*), un divieto sopravvenuto di reclamizzare certi prodotti (pensiamo a quelli « da fumo ») impedisce la divulgazione dei segni distintivi.

È ovvio che, in questo caso, venendo meno la possibilità stessa di eseguire la prestazione il contratto si risolverebbe per impossibilità sopravvenuta (art. 1463 ss. cod. civ.).

Naturalmente se l'impossibilità fosse da addebitarsi ad una delle parti (ad esempio la manifestazione non può aver luogo perché lo *sponsee* non si è curato di richiedere le necessarie autorizzazioni) allora si ricadrebbe in un'ipotesi di inadempimento della prestazione (art. 1218 ss. cod. civ.).⁷

Eventualità più complessa è quella dell'atleta che non può prendere parte a tutte le gare previste nel contratto, per-

ché si è procurato una frattura nel corso della prima, frattura che lo *sponsor* adduce essere frutto di una manovra spericolata, può, in questo caso, ritenersi che l'impossibilità sopravvenuta della prestazione sia imputabile al debitore⁸?

Inadempimenti facilmente accertabili, viceversa, sono quelli dello sponsorizzato che non pubblicizzi i segni distintivi dello *sponsor* nella misura e con le modalità previste dal contratto, ovvero si rifiuti di partecipare a manifestazioni collaterali cui si era impegnato ad aderire.

2. In altri casi sono le dichiarazioni dello sponsorizzato a causare inconvenienti a danno dello *sponsor*. Spesso i contratti prevedono espressamente a carico di una o di entrambe le parti, l'obbligo di non tenere comportamenti e rilasciare dichiarazioni che possano causare discredito all'altra, ma anche in assenza di clausole di questo tenore⁹, simili fatti potranno costituire inadempimento degli obblighi integrativi della prestazione principale, che gravano sul debitore in base al principio di buona fede — correttezza (artt. 1175, 1375 cod. civ.)¹⁰.

Inoltre comportamenti e dichiarazioni del tipo sopra descritto potranno, a volte, configurare ipotesi di illecito extracontrattuale, se lesivi della reputazione professionale della controparte.

Ma qui possiamo riferirci a fatti realmente accaduti: l'atleta sponsorizzato da una casa automobilistica che dichiara, nel corso di un'intervista televisiva, di preferire un'altra marca di vetture, la squadra sponsorizzata che pubblicizza l'imminente stipulazione del contratto con un nuovo finanziatore, accusando il precedente dei propri insuccessi¹¹.

Su quest'ultimo caso, oggetto di decisione del primo lodo che stiamo commentando, si era già espressa la Pretura di Roma, ma in una diversa prospettiva. In quell'occasione, va ricordato, sotto accusa non era l'associazione sportiva patrocinata, ma i nuovi *sponsor*, che avevano (qualche tempo prima dello scadere del vecchio rapporto di sponsorizzazione) dato ampia notizia dell'imminente accordo; accusando inoltre il predecessore di avere contribuito al declino della squadra. Il Pretore aveva ravvisato, inesattamente a mio avviso,

⁶ Cfr. DE GIORGI, *op. ult. cit.*, pp. 114, 125; MIR. BIANCA, *I contratti di sponsorizzazione*, Rimini, 1990, p. 189 ss.

⁷ Cfr., sul punto, MIR. BIANCA, *op. loc. ult. cit.*

⁸ V. il « caso » di cui si fa cenno in *Sponsorship news*, 1990, n. 2, p. 22 (DI BIASE, *Se il « mezzo » salta la sponsorizzazione si paga?*). L'ipotesi è simile a quella prospettata da GALGANO, *Diritto civile e commerciale*, Padova, 1990, II, 1, p. 57 s.

⁹ V. la clausola riportata in CERAVOLO-BERTINI, *Per sponsorizzare*, cit., p. 214: « La Soc. A si impegna in ogni caso ad evitare che, per qualsiasi causa derivante dalla propria attività, il marchio «...» possa subire un qualsiasi pregiudizio di immagine o di carattere pubblicitario, o comunque cadere in discredito nei confronti dei consumatori e del pubblico in genere ».

¹⁰ Nel senso che tra correttezza e buona fede vi sia sostanziale identità v. DI MAJO, *Delle obbligazioni in generale*, nel *Commentario del cod. civ. Scialoja-Branca* a cura di GALGANO, Libro IV, *Delle obbligazioni* (artt. 1173-1176), Bologna-Roma, 1988, sub art. 1175, p. 290 ss. e ivi riferimenti. Per quanto riguarda specificamente le sponsorizzazioni e i relativi obblighi di buona fede cfr. DE GIORGI, *op. ult. cit.*, p. 114 s. e MIR. BIANCA, *op. cit.*, p. 198 s.

¹¹ Cfr. il primo lodo che qui si commenta (25 maggio 1990); qualche cenno all'altro caso raccontato nel testo in « la Repubblica », 27 luglio 1990: « *Preferisco la Mercedes e la Bmw toglie l'auto a Matthäus* ».

A mio vedere l'unica via percorribile al fine di apprestare, in alcuna delle ipotesi sopra descritte, una possibile tutela per lo *sponsor* passa, ancora una volta, attraverso la valorizzazione del principio di buona fede.

Quando i comportamenti dello *sponsor* si rivelino talmente negativi per la propria immagine e, di riflesso, per quella dello *sponsor*, da far sì che il contratto non possa più realizzare la sua funzione « pubblicitaria », divenendo del tutto inidoneo a realizzare l'assetto di interessi perseguito, sarebbe contrario a buona fede pretendere il proseguimento del rapporto pur in presenza di eventi sopravvenuti che lo rendano del tutto privo di utilità per la controparte; il verificarsi di tali circostanze giustificherebbe quindi, l'attribuzione, a quest'ultima, di un diritto di recesso¹⁶.

Ricorrere, nella prospettiva appena accennata, alla clausola generale di buona fede, si pone in contraddizione con le riserve e le resistenze da più parti avanzate all'applicazione del principio, ma non mi pare che l'ordinamento offra strumenti alternativi, e più rassicuranti,

per rispondere a problemi che pure vanno risolti.

È opportuno sottolineare, tuttavia, che sarà opportuno invocare l'applicazione di tale principio in casi eccezionali, non certo tutte le volte in cui le aspettative dello *sponsor* non si realizzino, anche a causa di comportamenti dello sponsorizzato, essendo — come dicevo sopra — proprio del « tipo » contrattuale in questione un piano di distribuzione dei rischi particolarmente gravoso nei confronti di chi sponsorizza, cui, comunque, questi ha consapevolmente consentito.

3. E veniamo al caso deciso dal secondo lodo: la squadra sponsorizzata che incorre in una serie ripetuta di sconfitte dovuta, secondo le accuse dello *sponsor*, ad un comportamento « irresponsabile » della società sportiva. Esiste, qui, altro rimedio che non sia quello, ovvio, di non rinnovare il contratto alla scadenza? (Molti contratti di sponsorizzazione prevedono durate non più lunga dell'annuale proprio allo scopo di ovviare ad inconvenienti di questo tipo).

Si è più volte ribadito che poiché il messaggio pubblicitario, nel quale si incentra il servizio, viene comunque diffuso anche in caso di sconfitta, non possono esservi reclami di qualità, e la tutela dello *sponsor* riposa solamente su eventuali clausole del contratto che ne prevedono la risoluzione in caso di prestazioni non appaganti (come nel caso di un contratto pluriennale che si risolva quando la squadra sponsorizzata sia retrocessa ad una categoria inferiore¹⁷ (clausola « di stile » nei contratti di sponsorizzazione sportiva, contenuta anche nell'accordo di cui ci stiamo occupando).

Il servizio da rendere allo *sponsor* consiste nella pubblicizzazione dei suoi segni distintivi: se la pubblicizzazione avviene e nei modi convenuti, non si potrà, per altre ragioni, accusare lo sponsorizzato di comportamento negligente.

Pensiamo, per rifarci ad un caso reale e recente, agli ultimi campionati mondiali di calcio. Indubbiamente i risultati delle sponsorizzazioni sarebbero stati di ben altro rilievo se la squadra italiana fosse risultata vincente e sicuramente gli altissimi corrispettivi non saranno stati compensati come sarebbe successo in caso di vittoria. Ma possono, gli *sponsor*,

¹⁶ Questa affermazione è comune a molti autori tedeschi, v., tra gli altri, LARENZ, *Lehrbuch des Schuldrechts*, Erster Band, Allgemeiner Teil, 13^a ed., München, 1982, pp. 32, 126 ss. (ivi con specifico riferimento ai rapporti di durata configurando un diritto di recesso « aus wichtigem Grunde »), p. 303 s.

La dottrina tedesca (in una delle molteplici applicazioni del principio di buona fede di cui al § 242 B.G.B.) fa riferimento, come è noto, al « fondamento negoziale », inteso qui in senso oggettivo, collegando al suo venir meno varie conseguenze tra cui, appunto, la facoltà di recesso nei rapporti di durata. Anche la nostra giurisprudenza più recente ha riconosciuto l'operatività del principio di buona fede nella soluzione dei conflitti tradizionalmente ricondotti alla tematica della presupposizione: A. D'ANGELO, *La tipizzazione giurisprudenziale della buona fede contrattuale*, in *Contratto e impresa*, 1990, p. 740 ss. e ivi richiami; ALPA, *I « valori » nel diritto contrattuale*, in *Riv. crit. dir. priv.*, 1990, p. 672 s. Cfr., già, BESSONE, *Adempimento e rischio contrattuale*, Milano, 1975, p. 285 ss.; per un esame della giurisprudenza v., da ultimo, L. NANNI, *La buona fede contrattuale*, in *I grandi orientamenti della giur. civ. e comm.* a cura di GALGANO, Padova, 1988, p. 145 ss., 523 ss.

Altri riferimenti di dottrina italiana e straniera e un'ampia rassegna dell'ambito di (possibile) applicazione del principio di buona fede anche nel nostro ordinamento, in DI MAJO, *Delle obbligazioni in generale*, cit., sub art. 1175, p. 298 ss., particolarmente p. 350 s.

Riguardo ai rapporti di collaborazione, nella pretesa di « mantenere in piedi » il rapporto quando la continuazione ne sia divenuta insostenibile in relazione agli affidamenti suscitati — e, quindi, inesigibile — è stata individuata una forma di abuso del diritto: v., anche per richiami, RESCIGNO, *L'abuso del diritto*, in *Riv. dir. civ.*, 1965, I, pp. 274 ss., 287 ss.

¹⁷ Cfr. SANTINI, *op. loc. ult. cit.*, v., inoltre, *supra* la nota n. 3.

rifarsi sulla Federazione Gioco Calcio perché la squadra non ha ben giocato e la gestione tecnica non è stata, secondo l'opinione generale, all'altezza della situazione? E sarebbe stato ipotizzabile, in assenza di esplicita previsione, un diritto al risarcimento dei danni qualora la squadra italiana fosse stata eliminata al primo turno? Ovvero, in che misura una fallimentare gestione tecnica della squadra sponsorizzata che conduca (come dice il nostro lodo) ad una vera e propria « *débâcle* » può rilevare come inesecuzione degli obblighi nascenti dal contratto di sponsorizzazione?

Per le ragioni sopra esposte non si può parlare — come afferma il lodo — di comportamento negligente dello sponsorizzato « che quanto meno richiederebbe che sia stato fatto il possibile per evitare il ritorno pubblicitario attestato dallo sponsor¹⁸, ma se mai, di violazione dell'obbligo di buona fede nell'esecuzione del contratto¹⁹.

Ma sarebbe corretto invocare tale principio? Secondo me è molto arduo sostenere, in questo caso, che la « conduzione infelice » della squadra, e al conseguente serie di sconfitte, sia tale da giustificare il ricorso all'art. 1375 cod. civ. Scelte sbagliate, coincidenze sfortunate, sconfitte « a catena » sono eventi per nulla inconsueti nel mondo dello sport, che lo sponsor deve mettere in programma al momento di stipulare il contratto, senza cercare di trasferire sull'altro contraente quei rischi che, come ho detto, la stessa natura del contratto di sponsorizzazione gli accolla.

Il contratto in questione, d'altra parte, prevedeva a favore dello sponsor — circostanza particolarmente rilevante — il diritto di recedere anticipatamente nel caso, poi verificatosi, in cui la squadra non avesse partecipato al campionato A1 (diritto che non fu esercitato) e un corrispettivo più basso qualora la squadra avesse continuato a giocare in A2; sarebbe inoltre scaduto entro pochi mesi.

In conclusione mi pare che la via percorsa dagli arbitri non sia condivisibile e sia anche « pericolosa », nel senso che porterebbe ad ammettere un diritto dell'impresa sponsorizzatrice ad ingerirsi nella gestione tecnica della squadra, diritto fra l'altro espressamente escluso dal « nostro » contratto, come da quasi tutti gli accordi di questo tipo²⁰.

Non resta che consigliare agli *sponsor* di cautelarsi, e non occorrono a tal fine rilevanti capacità divinatorie, inserendo nel contratto una serie ancora più dettagliata di clausole che li mettano il più possibile al riparo da spiacevoli imprevisti (ad esempio concordando la facoltà di recesso o la riduzione del corrispettivo a seguito di un certo numero di sconfitte consecutive e/o stabilendo l'obbligo del club sportivo patrocinato di rinforzare il proprio organico con l'acquisto di un certo numero di nuovi giocatori a livello internazionale)²¹.

MARIA VITA DE GIORGI

¹⁸ Così, testualmente, il lodo.

¹⁹ Sul diverso contenuto dell'obbligo di buona fede rispetto a quello di diligenza cfr., da ultimo, C.M. BIANCA, *Diritto civile*, 3, *Il contratto*, cit., p. 477 s.; Id., *Diritto civile*, 4, *L'obbligazione*, Milano, 1990, p. 86 ss.; DI MAJO, *op. cit.*, p. 295 ss. e ivi riferimenti alla copiosa dottrina in argomento.

²⁰ Risulta dal lodo che nel contratto era previsto l'impegno della Irge a non interferire nella conduzione tecnica e amministrativa dell'Aurora. Per altri riferimenti v. DE GIORGI, *op. ult. cit.*, p. 42.

Anche il « decalogo » elaborato dall'« Answer » (Associazione italiana sponsorizzazioni) prevede, all'art. 5, che « Le sponsorizzazioni devono essere realizzate in modo tale da salvaguardare l'autonomia e il diritto di autodeterminazione dello sponsorizzato nella gestione della propria attività e dei propri beni... Se relative a prestazioni sportive, devono salvaguardare l'indipendenza dello sportivo nella conduzione del training e nella programmazione dei suoi impegni, in relazione alle proprie necessità psico-fisiche ».

Particolare, nel senso che accorda allo sponsor rilevanti poteri di controllo ed intervento sulla gestione della squadra sponsorizzata, la bozza di contratto di abbinamento nel settore degli sport di squadra pubblicato in CERAVALLO-BERTINI, *Per sponsorizzare*, cit., p. 214 s., dove è previsto che « qualora la società sponsorizzata reperisse sul mercato un giocatore di prima grandezza, il cui costo di ingaggio fosse al di sopra di un tetto concordato con la società sponsorizzatrice ne darà comunicazione alla stessa, al fine di consentire a quest'ultima, ove lo ritenesse opportuno, di contribuire al suo acquisto con l'erogazione di un suo contributo per la somma eccedente »; e inoltre che « nell'eventualità in cui, nell'ambito della campagna acquisti e cessioni, la società giungesse alla decisione di cedere uno o più giocatori di prima grandezza attualmente in forza nella squadra, dovrà previamente informare lo sponsor al fine di ottenere, a titolo consultivo, il parere circa l'opportunità della cessione stessa ».

²¹ V., le clausole riportate nella bozza di contratto citata alla nota precedente: « la società sponsorizzata si impegna a far sì che (la squadra) per tutta la durata del contratto sia organizzata e composta in modo tale da poter aspirare ai massimi risultati agonistici, e quindi a rinforzare l'organico e a potenziarlo nel modo più idoneo »; « nel quadro di tale opera di rafforzamento, la Società sponsorizzata si impegna nell'acquisto, per la stagione... di almeno... nuovi giocatori a livello internazionale ». V., anche, il campionario di clausole, con cui cautelarsi contro gran parte degli eventi negativi che influiscano sul rapporto di sponsorizzazione, riportato da BRIANTE-SAVORANI, *op. cit.*, p. 648 s., ivi è segnalata anche la possibilità, per gli sponsor, di ridurre l'alea economica della sponsorizzazione attraverso particolari forme di copertura assicurativa.