

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

## Debacle sportiva e tutela delle aspettative di ritorno pubblicitario dello sponsor

**This is a pre print version of the following article:**

*Original Citation:*

*Availability:*

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/1842095> since 2022-02-19T12:09:29Z

*Terms of use:*

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)



**La fattispecie**

posti alla base dell'eccezione di inadempimento e

**Lo stato dell'arte: la posizione di dottrina e giurisprudenza anteriori**

; dall'altro, se la

*re ipsa*

d'immagine

Nell'occasione  
*sponsee*

a un'obbligazione di

eccepiteo l'inadempimento contrattuale del club per

retrocessione nella serie cadetta, anche l'infelice  
nato nel fallimento e nell'imputazione di

generale "obbligo di diligenza che,  
*quantomeno, richiede che sia stato fatto quanto possibile per evitare pregiudizi al ritorno pubblicitario atteso dallo sponsor*"

'imma

"pericolosa":

quanto la Corte d'Appello avevano rigettato le

*de facto*

l'intromissione dello

il marchio dell'impresa sponsorizzante per mezzo dell'abbigliamento dei propri atleti, degli impianti sportivi,

*comm*  
Questioni in tema di contratto di sponsorizzazione, Dir. Inf. Scorrettezze dello *sponsee* e diritti dello sponsor *ibid.*, Obblighi dello *sponsee*, diligenza e buona fede. I contratti di sponsorizzazione Giur. Comm. Sponsorizzazione e mecenatismo In tema di comportamento «scorretto» dello *sponsee* ai danni dello sponsor Giur. It. La natura atipica del contratto di sponsorizzazione Resp. civ. e prev. Lo sfruttamento pubblicitario della notorietà tra concessione di vendita e contratto di sponsorizzazione Giust. Civ. I contratti di sponsorizzazione Dir. inf. fine di pubblicità, non limitato peraltro alla sola veicolazione del nome/marchio dello sponsor, ma esteso anche a promuovere un apprezzamento favorevole, da parte del pubblico, verso di esso e i suoi prodotti

*Impresa*  
Giust. Civ.

*Riv. dir. sport.*

*Dir. Inf.*

Osservazioni in margine a due sentenze della Cassazione sul contratto di sponsorizzazione  
Dir. e Giust.

favor

Giur. It.

<sup>3</sup> &DWLYR' ULWRUQR SXEEOLFLWDULR SHU OR VSRQVRU VIRUWDRQIDF.  
o inadempimento del soggetto sponsorizzato per  
QHJOLJHQWH JHVWLRQHQVGHGJHYHQWR "

conseguire l'effeto

'attività sportiva

sponsee

"costituisce un evento estraneo rispetto  
DOOQRLE]LRQH GHGRWWD BQXERQWUDWWR'  
essere suscettibile di valutazione alla stregua del  
criterio di diligenza" L'unica obbligazione dello  
sponsee

sponsee

**Causa e oggetto del contratto di sponsorizzazione**

presso il pubblico un'attività

certa conduzione dell'evento sponsorizzato, né  
l'obbligo di adempiere con diligenza alla

-economica del negozio nel "far  
circolare il nome e i segni distintivi" associati allo

l'attività sua

sponsee "non rileva tanto che si parli bene,  
ma che si parli"

Secondo un diverso orientamento, invece, l'attività  
o l'evento sponsorizzato non rappresent

'affermazione

dirà più avanti, l'espressione

"O[R]JJHWR GL XQ LPSOLFLWR REEOLJR GHOR  
sponsee di darvi corso e portarlo a termine nel  
modo più conveniente"

del nome e dell'immagine

l'obbligo a carico

del mezzo di garantire l'attitudine del veicolo a

Scorrettezze dello sponsee e diritti dello  
sponsor cit.  
Pubblicità e sponsorizzazioni

pubblicità  
europeo  
diffusione della pubblicità  
promozione I nuovi contratti nella prassi civile e  
commerciale  
I contratti di pubblicità  
somministrazione di servizi  
I contratti di

Trattato di diritto privato  
Il contratto di  
Pubblicità e  
I  
I contratti di

Obblighi dello sponsee, diligenza e buona fede  
cit.  
Sponsorizzazione, merchandising, pubblicità

Diritto e Pubblicità  
Pubblicità commerciale. Tecnica,  
modelli, tipi contrattuali  
Organ, Scatol, Di Amb, VLS comunicazione  
SXEOLFLWDULD G[LPSUHVD

cit. Un leading  
case della Cassazione in materia di sponsorizzazione:  
O[LPSRUWDQ]D GHOD FRUHHWWH]]D GHOR  
e prev.

I contratti di diffusione pubblicitaria  
I contratti di pubblicità e di sponsorizzazione  
Satur, FD, tit, C, H

La tutela aquiliana dei diritti  
dello sponsor Dir. Inf.  
O[LQFUHPHQWR GHOD QRWRULHWj H OD Satur, FD, tit, C, H  
GHOO[LPPD sponsor costituiscono il fine e non  
O[R]JJHWR G(=) Marsa, Valora, WIVerno  
pubblicitario non è dedotto in obbligazione e lo sponsor  
non ha alcun diritto soggettivo ± Qp DOFXQ[L]DOWUD SRVL]LRQH  
giuridica contrattualmente tutelata ± ad ottenerlo, non se  
QH SXz FRQILJXUDUH XQD WXWHOD YHUVR O[HVWHUQR  
I contratti della pubblicità

I contratti di pubblicità Giur.

sist. dir. civ. comm

Una ipotesi per una  
configurazione unitaria del contratto di  
sponsorizzazione Foro Pad.  
nell' «assunzione della qualifica/titolo  
di sponsor Sponsorizzazione Contratti e

I contratti pubblicitari,  
I contratti di pubblicità: natura e  
disciplina del rapporto utente-mezzo e agente-mezzo  
Rass. Civ. I contratti di

all'imponderabilità dei risultati  
fanno dunque parte di quell'alea che lo

marketing hanno d'altronde dimostrato che i

sponsee

impresa I contratti di  
sponsorizzazione  
nell'«utilizzazione a fini direttamente o indirettamente  
SXEEOFLWDUL GHODQWPLR'ULGHODQWPLR  
Modellistica contrattuale e sponsorizzazione  
Quadr. Dir. priv.  
blicitario a mera "aspettativa"  
I servizi

Contratti di sponsorizzazione e doveri di correttezza Dir.  
Inf. Società sportive e contratti di  
sponsorizzazione Giur. It.

,OIHQRPHQR<sup>3</sup>VSRQVRUL]]D]LRQH' QHOOD GRWWLOR  
nella giurisprudenza e nella contrattualistica Dir. Inf.

pubblicitario per lo sponsor cit.  
"sponsorizzazione", in Enc. Giur. Treccani

Il diritto nello sport I  
contratti di sponsorizzazione

un'obbligazione di mezzi e non di  
cit sponsee  
contra

announcements impact the firm value of sponsoring  
firms? Int. J. Sport Finance  
tesso effetto positivo si genera sull'andamento in borsa  
Contra Soccer Sponsor: fan or businessman?

soccer sponsorship is more  
charity than commercial investment

Consumer Response to  
Negative Publicity: The Moderating Role of  
Contra Journal of Marketing Research

Effects of Word-of-Mouth and  
Product Attribute Information on Persuasion: An  
Accessibility-Diagnosticity Perspective Journal of  
Consumer Research

Social Judgement and Social Memory: The  
Role of Cue Diagnosticity in Negativity, Positivity, and  
Extremity Biases Journal of Personality and Social  
Psychology

dell'arg Le forme contrattuali  
GHOOILQWHUYHQWR GHODQWPLR'ULGHODQWPLR  
362\$ D/ULIRUPD GHODQWPLR'ULGHODQWPLR

Le operazioni di  
sponsorizzazione e il merchandising delle società  
calcistiche Riv. dir. spor.

The  
0HDQLQJV RI 6SRUVV 6SRQVRUVKLS<sup>3</sup>6XFFHVV' 1RW -XVW D

Transaction but a Relationship

sponsee  
"casualmente" il marchio dello sponsor  
Rabot Rad W attività (nella specie quella sportiva) il cui

l'efficace de arte di  
IDU SDUODUH GL Vp SDUODQGR GIDOWU  
36XFFHVV' 1RW -XVW D  
Dir. Aut.

<sup>3</sup> & DWWLYR' ULWRUQR SXEEO  
sponsor cit., sottolinea efficacemente come l'eventuale

favore dell'influenza positiva dell'annuncio di  
reputation

Determinants of sports sponsorship  
response Journal of the Academy of Marketing Science

Achieving  
marketing objectives through social sponsorship Journal  
of Marketing

Awareness of sponsorship and corporate  
image: An empirical investigation Journal of Advertising

Assessing the  
effectiveness of sport sponsorships ± An empirical  
examination Schmalenbach Business Rev.

Soccer  
championships and jersey sponsors? Stock prices: an  
empirical investigation The European Journal of  
Finance The  
sponsorship effect: Do sport sponsorship

sponsee  
sportivo non costituisce comunque né l'oggetto né la

Sponsorizzazione e autonomia contrattuale: il lato  
nascosto di un contratto nuovo Riv. dir. spor.

Sponsorizzazione e

riconosciuto come parte "forte" del

**L'obbligazione generale di buona fede e correttezza**

sponsee,  
sull'immagine e sulla

sponsee

sponsee

sponsee

compromettendone l'utilità  
L'istanza è stata accolta positivamente dalla

fede assumano particolare rilevanza all'interno del

dell'assenza di una disciplina legale tipica

pubblicità

Scorrettezze dello  
sponsee e diritti dello sponsor cit.

Giur. Civ. Mass.  
normativo nell'art. 1467 c.c., come claus

ivi

"Presupposizione" Noviss. Dig. It.

I contratti di sponsorizzazione cit.  
I contratti di sponsorizzazione  
Scorrettezze dello sponsee e diritti dello  
sponsor cit. quando i comportamenti  
dello sponsee si rivelino talmente negativi per la propria  
immagine e, di riflesso, per quella dello sponsor, da far  
si che il contratto non possa più realizzare la sua  
funzione pubblicitaria; divenendo del tutto inidoneo a  
UHDOL]]DUH O¶DVVHWR GL LQWHUHVVL SHUVHJXLWR VDUHEEH  
contrario a buona fede pretendere il proseguimento del  
rapporto» Obblighi dello  
sponsee, diligenza e buona fede cit.

valutazione a posteriori della posizione di entrambe le  
parti, in fase di attuazione del rapporto obbligatorio  
operare una sorta di vaglio delle pretese dello  
sponsor, e nel contempo di dar ingresso sul piano  
giuridico ad esigenze che sono largamente avvertite

criterio di

nella pratica A favore di un'applicazione del principio di

obbligatorio / ¶DWWXD]LRQH GHO UD  
obbligazioni Le

contra Tratt. dir. priv.  
Diritto civile

501. In giurisprudenza sembrano porre l'accento  
un'interpretazione  
"valutativa"

Foro Pad.

Dir. Lav.

Foro It.

Dir. Ind.

Resp. Civ. e

Prev.

Atipicità del contratto e sponsorizzazione Riv. dir. civ.

intuitu personae, in quanto l'identità e le

applicativo per un'integrazione del regolam

La determinazione del

regolamento

Trattato del

Contratto Regolamento

senz'altro  
quello "di tenere comportamenti appropriati e convenienti, si da non mettere in pericolo e pregiudicare con una pubblicità per così dire negativa il ritorno commerciale sperato, l'immagine e la reputazione economica dello sponsor presso i consumatori e il pubblico in genere"  
Anche l'inadempimento di tali obblighi integrativi

importanza in relazione all'economia generale del

l'inadempimento dello  
sponsee

L'inadempimento a ques  
l'e

sponsee

## La prova del danno d'immagine

interessi dell'altro contraente c

di "obblighi di protezione".  
*Teoria generale delle obbligazioni*  
*Osservazioni in tema di doveri di protezione*  
*Riv. trim. dir. e proc. civ.* *Le fonti*  
*di integrazione del contratto*  
*La nozione di buona fede quale regola di*  
*comportamento contrattuale* *Riv. dir. civ.*  
*D'Angelo, La tipizzazione giurisprudenziale della buona*  
*fede contrattuale* *Contratto e impresa*  
*Castronovo, voce "obblighi di protezione", in Enc. Giur.*  
*Treccani* *Scelte*  
*discrezionali dei contraenti e dovere di buona fede*  
*Contratto e impresa* *La clausola*  
*generale di buona fede è, dunque, un limite generale*  
*DOO ¶ DX WR QR PL DCB R R U n p s e X D O H*

Giur. It.

Giust. civ. Mass.  
Contratti

Corriere Giur.

Giur. comm.

Foro

Pad.

*Dir. Inf.*  
*cit.* *Vecchi e nuovi problemi in*  
*materia di sponsorizzazione* *Giur. it.*  
*cit.* *Riv. dir. comm.*  
*In tema di esecuzione del contratto*  
*di sponsorizzazione* *Riv. dir. sport.*

& ¶ HUDYDPR WDQWR DPDWL D SURSRVLWR GHOOH  
intemperanze dello sponsee e dei rapporti tra tutela  
cautelare atipica e arbitrato sportivo

cit.

*Obblighi dello*  
*sponsee, diligenza e buona fede* *cit.*  
*obbligo negativo di astenersi da qualunque*  
*FRPSRUWDPHQWR YROWR D YDQLILFD*  
*contrattuale* *D'Amaro, Sponsorizzazione* *Contratti*  
*G ¶ LPSUHV D*  
*cit.*  
qualora l'inadempimento riguardi obbligazioni primarie  
*re ipsa*  
*Obbligazioni e contratti*  
*Contratti*  
*Il civilista*  
*Giust. civ. Mass.*  
*Mass. Giur. It.*  
*Giust. civ. Mass.*

26

sponsee

tutela del diritto all'immagine potesse essere invocata da

*inscindibilmente compenetrata nella persona*  
*fisica, è ontologicamente inconcepibile per la persona*  
*giuridica per la sua natura di entità meramente astratta e*  
*di fictio iuris*  
*AIDA*  
*Dir. Inf*

l'allegazione

ai sensi dell'art. 115, co. 2 c.p.c.

*non egent probatione*

presidente e le sorti del campionato "possono costituire fatto notorio fra i tifosi di calcio, ma non necessariamente in altri ambiti"

ome richiesto dall'art. 1

'immagine non  
*in re ipsa*

"danno "

all'interpretazione restrittiva

"acquisito nella comune esperienza, con tale grado di certezza da apparire indubitabile ed incontestabile, non quale evento o situazione soltanto probabile" o oggetto della mera

circostanza che l'insuccesso sportivo ed il risonanza, dall'altro, che la comm

la convinzione dell'esistenza di un

### La prova del danno patrimoniale

*l'effettiva sussistenza ed entità delle sue perdite di profitti*

*ibidem* *ivi*  
*Contra*

*Riv. Dir. Ind.,  
Giust. Civ.*

*Mass. Giust. Civ.,*

*Giur. It.*  
concernente la domanda di un'agenzia pubblicitaria di

Al contrario l'obbligazione dello *sponsee*

committente (e per iniziativa di quest'ultima)

*Giust. Civ.*  
*Dir. Inf.*  
*Civ. e prev.*  
*Dir. sport.*  
*Nuova Giur. Civ. comm.*

*cit.*  
*Resp.*  
*cit. Riv.*  
*Foro It.*

*online* *Dir. e Giust.*  
*Giust. Civ. Mass.*  
*Giust. Civ.*  
*Dir. e Prat, Trib.*

*Corriere giur.*  
*Resp. civ. e prev.*

*Foro Amm. TAR*

*CDS* *Foro Amm.*  
*Manuale di*  
*diritto processuale civile. Principi*  
*Le prove civili*  
*Lezioni sul processo civile*



nesso di causalità fra dette perdite e le vicende occorse alla società sponsorizzata”.

“non è detto che abbia sempre e necessariamente effetti negativi per lo sponsor sul piano pubblicitario”. Il ritorno pubblicitario

### L'effetto “positivo” della pubblicità negativa

sponsee

tra quel precedente e l'odierna

“abbinamento”. Tale contratto, tipico di alcuni sport di caratterizza per l'utilizzo del marchio dello sponsor come

sponsee

cit. l'«indissolubile e persistente unità agli occhi del pubblico del suo nome e della sua sponsorizzata imminente e non reintegrabile

sponsorizzazione Merchandising e sponsorizzazione. Nuovi contratti per lo

sponsor, cit. possiedono una notorietà già insita e certa che sicuramente non potrebbe venir meno, salvo eventi eccezionali e imprevedibili

sponsorizzazione I contratti di advertising: should it be allowed? EIPR

Affermare che l'adempimento di un contratto di

sponsee sottostimare l' che il “parlar male” dell'azien

l'espressione usata “non rileva tanto che si parli bene, ma che si parli”

lano l'imprenditore contro le svilire o denigrare l'immagine

A ciò deve aggiungersi che l'evidenza empirica

negativi sull'opinione e sulle scelte di acquisto dei

Power Persil

l'

misti per valutare l'efficacia

l'esposizione mediatica in te Julius keeps the Score for Sports Promotion Advertising Age ratio

rinomanza di cui all'art. 20 co. 1 lett. c) C.p.i.

già conferita dall'ipotesi di contraffazione confusoria di cui all'art. 20 co. 1 lett b), ma anche al fatto che

The rational basis of trademark protection, Harvard Law Review Trademark Protection Revisited: Putting the Dilution Doctrine into Context, Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal

The Trademark Tower of Babel ± Dilution Concepts in International, US and EC Trademark Law

Turning good Ideas into Bad News: The Effect of Negative and Positive Sponsorship Information on Sponsors' Brand Image Schmalenbach Business Rev.

negative sponsorship information XQIDYRUDEO\ LQIOXHGFHV WKH IDYRUDEL LPDJH DQG WKH VWUXFWXUH RI D VS associative network, but positive sponsorship stimuli have no influence Sports sentiment and stock returns Journal of Finance

**Una conclusione: i limiti della responsabilità contrattuale dello sponsee**

“dato di comune esperienza”,

sponsee

d'immagine, ciò non possa condurre a negare il

sponsee  
l'altrui

propri dall'unico precedente

debacle  
re un'i

giudicare l'adempimento dello sponsee all'obbligazione generale di correttezza e buona

massimizzare l'interesse dello sponsor all'ottenimento di u

**La prova del danno in concreto**

l'esistenza di un danno

'avvenuta divulgazione del nome e dei segni

posto in capo all'attore appare 'onere prob

nell'equiparare l'evidenza di un rischio serio che

che l'operazione

sponsee

Seguendo queste linee guida, un'ipotesi

d'impresa

azionari dell'eliminazione da competizioni internazionali  
*Winning Ways: Immediate and Long-term Effects of Sponsorship on perceptions of Brand quality and corporate image Journal of Advertising*, riconoscono l'effetto negativo  
*brand quality*  
corporate image che l'impresa e i suoi

ETMR

Recueil

*The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses Journal of Marketing*

Dir. Inf.

EIPR

Scorrettezze dello sponsee e diritti dello sponsor cit. parametro cui ricollegare l'inadempiment  
*inidoneità del contratto a realizzare*  
O¶DVVHWR GL LQWHUHVVL SHUVHJXLWR  
*tutte le volte in cui le aspettative dello sponsor non si realizzino, anche a causa di comportamenti dello sponsorizzato*

Dir. Inf.

spettare all'autorità

penalizzazioni, sospensioni o radiazioni dall'attività

l'uscita anticipata dal contratto a condizioni

*share*

*sponsee*

---

*correttezza e probità*

*ai principi di lealtà,  
dall'art. 2 del  
all'art.*

*Diritto e lavoro nelle Marche*

*sponsorizzazione cit.*

*I contratti di  
di tali problemi  
la soluzione può essere trovata solo sul piano  
negoziale*

*Scorrettezze dello sponsee e diritti dello  
sponsor cit.*

*La sponsorizzazione sportiva e la  
violazione della buona fede: questioni vecchie e nuove  
Resp. civ. e prev.*

*morality clauses  
Il contratto di sponsorizzazione  
La sponsorizzazione sportiva  
Contratti  
"sponsorizzazione", in Dig. Civ.*