

FOOTBALLTRUST. Giuliano Amato, garante della libera concorrenza, commenta il patto Milan-Juve

CALCIOMARKET. Inter e Atalanta alleati Cannavaro non ci sta «Meglio fallire»



Ciccioni

ROMA. Che l'uomo abbia dei numeri è fuori discussione. Non si arriva alla presidenza del consiglio e si sopravvive poi al drammatico sfiorare del garofano crociano per Giuliano Amato...

Una commissione indagherà su quell'accordo

Potrebbe passare al vaglio di Giuliano Amato, e della commissione antitrust da lui presieduta, il patto fra Milan e Juventus. Accena non c'è nulla di ufficiale, ma pare proprio che la commissione stia raccogliendo gli elementi per valutare se il caso di apertura un'inchiesta, sull'accordo raggiunto fra le due società calcistiche per le due società comuni allo sviluppo di nuove iniziative di carattere commerciale e di marketing...

«Il problema esiste»

L'accordo commerciale fra Juventus e Milan rappresenta una minaccia per la libera concorrenza nel mondo del pallone? Ecco le risposte di Giuliano Amato, presidente dell'organismo italiano antitrust.

taggi nella diffusione dei rapporti di merchandising. Si tratta di un profilo interessante che francamente non avevo considerato. Comunque, è ovvio che un'inesa del genere possa attivare delle sinergie economiche con riflessi sulla libera concorrenza. C'è poi una considerazione più generale. Accordi di tale livello rendono quasi trascurabile l'aspetto sportivo. Un giocatore passa da un club all'altro non perché serve alla squadra ma perché destinato a diventare il testimonial di una grande campagna pubblicitaria o cinese o altro...

MARCO VENTIMIGLIA

fuori dalla competenza dell'antitrust le esibizioni si giocano altrove, il riflesso sul mercato italiano è solo indiretto. Nella prossima stagione la Juventus avrà un trattamento privilegiato sulla rete Fininvest. Il caso dell'Intesa Juventus-Milan ci troviamo davanti a delle figure tipiche nell'arricchimento antitrust. C'è un accordo di cooperazione per vendere e acquistare giocatori, uno di marchio, uno sulla pubblicità degli sponsor, un altro per la comune partecipazione ad esibizioni all'estero. Tutti accordi per sé non illegittimi, ma se i protagonisti dell'intesa hanno un forte potere di mercato allora possono suonare dei campanelli d'allarme. Un tiridino che potrebbe essere provocato da vari scenari futuri. Una partecipazione congiunta Juve-Milan, ad esempio, sbancerebbe il ricco mercato delle esibizioni internazionali. E vero potrebbe esserci un danno economico per le altre squadre, però si tratterebbe di una materia

Accuse a Tapie «L'OM comprava arbitri e partite»

Ogni anno l'Olympique Marseillais sfersava tra i 15 e i 16 milioni di franchi (2,8 miliardi di lire) per truccare le partite pagando avversari e arbitri. La rivelazione di un quotidiano transalpino che riporta le dichiarazioni Jean-Pierre Bernes, ex allenatore della società Bernard Tapie...

ma risposia capo dei servizi sportivi di Tv2. Ole Holmbeck, lancia un'idea come ci siamo - esponenzialmente, che non sollevano altrettanto clamore, come la Coppa di Danimarca nota come Giro-Cup (dal nome delle poste), o l'Amstel Gold race di Liegi. Il tutto riguarda alla necessità, sottolineando la libertà di regole in un sistema della comunicazione che nella giornata dopo giorno, offrendo sempre nuovi canali di promozione, cioè nuovi modi di diffondere i contenuti per gli acquirenti. Del resto, i contenuti fra quello che è informazione e quello che è pubblicità sono sempre più difficili a delimitare. In queste scorse settimane mi ha colpito con questo «bilancio», che finiranno sotto gli occhi di almeno due lettori: mi sembra quanto si vuole, ma pur sempre una fraglia di mercato. D'altronde, trascurare il suo ingresso nel calcio danese e la polemica che conseguente sarebbe stata: resterebbe una contraddizione. In queste

GIULIANO CAPECELATRO

per assicurare una pubblicità gratuita e continua alla Coca-Cola, in paese violazione della legge sulla pubblicità in televisione. Così si allinea la voce della presidente della Commissione culturale del partito democratico. Ha un'idea di un sistema di pubblicità che non è autorizzata a fare pubblicità nazionale. Ma, in forza del contratto che la Superlega ha con la Lega Coca-Cola, l'emittente può fare in silenzio al divieto. Per chi si chiede la Andersen, come potrà presentare le partite senza dire che sono incontri della Lega Coca-Cola, menzionando, e dunque pubblicizzando, il nome del multinazionale?

Coca-Cola, lo spot entra in campo

Punto sul vivo, ha dato una prima risposta capitolina. Ma, in forza del contratto che la Superlega ha con la Lega Coca-Cola, l'emittente può fare in silenzio al divieto. Per chi si chiede la Andersen, come potrà presentare le partite senza dire che sono incontri della Lega Coca-Cola, menzionando, e dunque pubblicizzando, il nome del multinazionale?

VACANZE LIETE

- RIMINI VISERBA ALBERGO CICCINI - Tel. 0541/733006. Vignone mare - completamente rimodernato - aria condizionata - camere bagno - telefono - parcheggio - cucina familiare - utilissime disponibili luglio 48.000. RIMINI RIVABELLA HOTELS ROBY-GRETA - Tel. 0541/257254/515. Fronte mare - parcheggio - camere bagno - balcone - ascensore - bar - ottimo trattamento - offerta speciale fino 6 agosto 82.000 - sconti famiglia. BELLARIA HOTEL EVEREST - Tel. 0541/247470. Sul mare - centrale - gestione proprietaria - cucina locale - parcheggio auto gratuito - terrazza spiumata - camere con servizi privati - balcone - speciale luglio 45.000/48.000 tutto compreso - sconti bambini - agosto interpellate. IGEA MARINA BELLARIA HOTEL ORNELLA - Via Piave, 23 - Tel. 0541/331421. Tranquillo - 50 mt. mare - giardino - cabina mare - camera servizi - balcone - ascensore - parcheggio - cucina omologata - sconti bambini luglio 40.000/46.000, agosto 55.000/65.000. ABRUZZO MONTESILVANO - PESCARA Nella verde regione dei parchi, nella pineta - 30 mt. mare - familiare - scelta tra camere separate - ascensore - pensione completa 50.000/60.000 compreso emporione - spole.

UN AMICO in più giornale del LOTTO

Table with columns: CAGLIARI, FIRENZE, GENOVA, MILANO, NAPOLI, PALERMO, ROMA, TORINO, VENEZIA and rows of numbers.

Alcune oggi si sono già appassionate al LOTTO che usano "amplificare" (definire i numeri da giocare) seguendo alcune regole. In molti della somma del cinque determinata ruota, e così "buoni numeri" viene l'ambascia che sarà vincitrice. Uno o più "giocatori" nelle quattro estrazioni successive. Esistono: - se in un'operazione in una ruota si è in un'operazione in una ruota si è in un'operazione in una ruota...