



Gli eSport in una terra di nessuno tra gioco d'azzardo e concorsi a premi

📅 02/05/2019

📖 SOCIETÀ, GIOCHI E SCOMMESSE, INTRATTENIMENTO, SPORT, SPONSORIZZAZIONI E TURISMO, IT & TMT

Roberto A. Jacchia
Sara Capruzzi

Il mercato del c.d. *social gaming*, ossia i giochi *online* che richiedono un'interazione tra giocatori, coinvolge un sempre più elevato numero di attori ed attira una crescente mole di investimenti. Tra le nuove frontiere del *competition gaming*, si è di recente registrata una crescita nel mercato dei cosiddetti sport elettronici (*eSport*).

In generale, per *eSport* si intende un gioco elettronico competitivo a livello professionale, che include solo i videogiochi. Per i titoli di maggiore spessore, gli *eSport* si articolano in campionati di durata annuale in cui *cyber-atleti* provenienti da tutto il mondo, e di età compresa tra i 16 ed i 25 anni, si affrontano per premi in denaro; al termine della competizione, ha luogo un

grande evento finale che viene organizzato in città quali Londra, Tokyo o Miami¹. Questi tornei, tra i quali si annoverano il *World Cyber Games*, l'*Electronic Sports World Cup* e il *DreamHack*, sono organizzati come qualunque altro evento sportivo, con arbitri e commentatori specializzati, mentre le fasi di qualifica si tengono spesso tramite piattaforme *online*.

Convenzionalmente, la Corea del Sud è considerata la patria degli *eSport*. La deregolamentazione delle imprese delle telecomunicazioni della metà degli anni Novanta ha consentito lo sviluppo di una vasta rete a banda larga e l'introduzione di stazioni televisive specializzate esclusivamente nei tornei competitivi videoludici, favorendo lo sviluppo di una cultura di *gaming* in cui i *videogamer* professionisti vengono considerati al pari

¹ Per ulteriori informazioni, si veda il seguente [LINK](#).



di atleti tradizionali. Tuttavia, a dominare attualmente la scena internazionale, vi sono il Nord America, il più grande mercato di *eSport*, con un fatturato di 409,1 milioni di dollari previsto per il 2019, e la Cina, con un fatturato di 210,3 milioni.

Esistono diversi generi di *eSport*, quali i videogiochi strategici in tempo reale (*Real Time Strategy*, RTS), gli “sparatutto in prima persona” (*First-person shooter*, FPS) e quelli che prevedono la presenza di centinaia o migliaia di giocatori contemporaneamente (*Massively multiplayer online*, MMO)². Attualmente, uno dei videogiochi più giocati al mondo è *League of Legends*, al cui evento finale dello scorso anno, tenutosi a Pechino, hanno assistito circa 73 milioni di spettatori, mentre il torneo ad aver elargito il montepremi più alto è *Dota2* svoltosi nel 2017 (con circa 24 milioni di dollari).

Il settore degli *eSport* è rapidamente cresciuto negli ultimi anni, passando da un valore complessivo di 130 milioni di dollari nel 2012 all'attuale stima di 1,1 miliardi, con la possibilità di raggiungere entro il 2022 gli 1,8 miliardi³, e con una consistente parte dei ricavi (circa l'82% per il 2019) proveniente dai diritti televisivi, dalla pubblicità e soprattutto dalle sponsorizzazioni⁴. Questi dati hanno suscitato l'interesse del Comitato Internazionale Olimpico (CIO), che il 28 ottobre 2017 ha per la prima volta prefigurato un'equiparazione degli *eSport* a vere e proprie discipline sportive, con

la possibilità, al momento aperta, di inserirli nel palinsesto delle Olimpiadi di Parigi 2024.

L'Italia non può ancora dirsi teatro di eventi di grande portata, anche se recentemente sono stati mossi i primi passi. Allo scopo di usare esclusivamente videogiochi sportivi per avvicinare i ragazzi allo sport tradizionale e di creare i presupposti per una crescita del settore e un buon ritorno per gli investitori alla fine del 2017 è stata costituita la Federazione italiana degli *eSport* (Federesport). Ad essa si affianca l'Associazione Italiana *eSport* (A.I.eSp), nata per sviluppare in Italia la cultura video-ludica anche mediante lo svolgimento di attività sportive agonistiche e amatoriali nel rispetto delle regole delle discipline olimpiche.

Sullo sviluppo del mercato italiano degli *eSport* pesano l'assenza di un quadro normativo certo, sia nazionale che europeo, e l'inevitabile difficoltà di ricorrere per *default* a discipline nate con altro scopo, vale a dire la disciplina del gioco d'azzardo da un lato e quella delle manifestazioni a premio⁵ dall'altro.

Poiché la partecipazione ad una competizione *eSport* comporta non soltanto il pagamento di una tassa di iscrizione, ma anche una vincita in denaro, essi vengono regolati dal Decreto Direttoriale 10 gennaio 2011⁶, rientrando in linea di principio nella

² Per ulteriori informazioni, si veda il seguente [LINK](#).

³ Si veda il seguente [LINK](#).

⁴ Lo studio “*Global Esports Market Report 2019*”, pubblicato da *Newzoo* e consultabile al seguente [LINK](#), e fornisce un'attenta analisi del mercato degli *eSport*.

⁵ Le manifestazioni a premio si suddividono in operazioni a premio e concorsi a premio. In entrambi i casi, si tratta di iniziative dirette a favorire, nel territorio dello Stato, la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne o marchi oppure la vendita di beni o servizi attraverso la promessa di premi, che consistono in beni (compresi beni immobili), servizi e sconti di prezzo. Tuttavia mentre nel primo caso il premio è messo in palio per tutti coloro che acquistano un determinato quantitativo di beni o servizi, previa presentazione di un certo numero di prove d'acquisto, nel secondo l'assegnazione del premio dipende esclusivamente dalla sorte o dall'abilità del candidato, valutata da terze persone rispetto ai promotori. Per ulteriori informazioni, si veda il seguente [LINK](#).

⁶ Ministero dell'economia e delle finanze, 10 gennaio 2011, Disciplina dei giochi di abilità nonché dei giochi di sorte a quota fissa e dei giochi di carte organizzati in forma diversa dal torneo con partecipazione a distanza, GU n. 27 del 3 febbraio 2011.

definizione di giochi di abilità⁷. Il Decreto prevede la subordinazione della fornitura di servizi di gioco d'azzardo ad una concessione rilasciata dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (ora Agenzia delle Dogane e del Monopoli)⁸ e, talora, anche ad una autorizzazione di polizia.

L'unica ipotesi che potrebbe rimanere al di fuori della stringente disciplina del gioco d'azzardo, rimanendo nei confini di un semplice *social gaming*, è quella in cui i giocatori partecipino alla competizione rimanendo *offline*, non vincendo direttamente alcun premio ma garantendosi via via la possibilità di accedere a successive sessioni di gioco e fasi eliminatorie. Tuttavia, il fascino esercitato da queste pratiche consiste proprio nella possibilità di sfidare *online* avversari provenienti da ogni parte del mondo, per cui tale ipotesi rimane difficilmente praticabile.

Se anche l'elemento aleatorio venisse rimosso, e dunque i tornei *eSport* non venissero più qualificati come giochi di abilità, nondimeno essi sarebbero soggetti alla disciplina delle

manifestazioni a premio. In questo caso, un significativo ostacolo all'organizzazione di competizioni *eSport* in Italia sarebbe costituito dal D.P.R. n. 430/2001⁹ e, in particolare, dall'art. 1, comma 6, che limita l'ambito territoriale delle manifestazioni a premio esclusivamente a quello dello Stato¹⁰. Ciò si traduce agli effetti pratici in un divieto di organizzazione delle competizioni internazionali, con scarsa adattabilità alla categoria degli *eSport*, che rivolgendosi ad una realtà virtuale e non geografica, nascono con una naturale vocazione internazionale. Lo stesso D.P.R. n. 430/2001, inoltre, vieta l'assegnazione di premi in denaro¹¹ ed impone la gratuità della partecipazione alle competizioni¹², caratteristiche ambedue difficilmente riconciliabili con la pratica degli *eSport*, quali oggi sono conosciuti.

Una maggiore apertura sembra provenire da una recente interpretazione fornita dal Ministro dello Sviluppo Economico¹³, che ha riconosciuto ad imprese estere stabilite nel territorio dell'Unione la possibilità di organizzare manifestazioni a premi in Italia, in deroga alla normativa

⁷ L'articolo 1 del Decreto, denominato "Oggetto e definizioni" al comma 2, lettera o), definisce il "gioco di abilità" come "... ciascun gioco a distanza tra giocatori nel quale il risultato che determina la vincita del giocatore dipende, in misura prevalente rispetto all'elemento aleatorio, dall'abilità dei giocatori; i giochi di carte organizzati nella modalità del torneo sono considerati giochi di abilità...".

⁸ Conformemente a quanto stabilito dall'articolo 24, comma 13, della legge 7 luglio 2008, n. 89, contenente Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee, GU Serie Generale n.161 del 14.07.2009.

⁹ Decreto del Presidente della Repubblica, del 26 ottobre 2001, n. 430, Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali, ai sensi dell'articolo 19, comma, 4, della legge 27 dicembre 1997, n. 449, GU n. 289 del 13.12.2001.

¹⁰ L'articolo 1 del D.P.R. 430/2001, denominato "Ambito applicativo", al comma 6 così dispone: "... Le attività relative allo svolgimento delle manifestazioni a premio sono effettuate nel territorio dello Stato ad eccezione delle attività connesse al confezionamento dei prodotti realizzate al di fuori del detto territorio...".

¹¹ L'articolo 4 del D.P.R. n. 430/2011, denominato "Premi", al comma 1 così dispone: "... I premi messi in palio consistono in beni, servizi, sconti di prezzo e documenti di legittimazione di cui all'articolo 2002 del codice civile, suscettibili di valutazione economica, assoggettati all'imposta sul valore aggiunto o alla relativa imposta sostitutiva, escluso il denaro, i titoli dei prestiti pubblici e privati, i titoli azionari, le quote di capitale societario e dei fondi comuni di investimento e le polizze di assicurazione sulla vita. I premi, inoltre, sono costituiti anche da giocate del lotto o da biglietti delle lotterie nazionali...".

¹² L'articolo 1 del D.P.R. 430/2001 al comma 5 così dispone "... La partecipazione ai concorsi e alle operazioni a premio è gratuita, salvo le ordinarie spese di spedizione o telefoniche necessarie ai fini della partecipazione stessa. E' vietata la diretta maggiorazione del prezzo del prodotto o servizio promozionato...".

¹³ Per ulteriori informazioni, si veda il seguente [LINK](#).

vigente, purché garantiscano il rispetto della normativa di attuazione della Direttiva sul commercio elettronico¹⁴ del proprio Stato Membro di stabilimento. Di conseguenza, la competenza in materia di manifestazioni a premi spetterebbe allo Stato in cui l'impresa europea abbia stabilito la propria sede, mentre resterebbe nella competenza dello Stato Membro di svolgimento della manifestazione la tutela dei consumatori. Tuttavia, sebbene si tratti di uno sviluppo significativo, tale soluzione non trova riscontro in una disciplina certa.

Ci si trova, dunque, al momento confrontati con una sorta di “vuoto” normativo, con obiettivi rischiosi di vedere le attività di *eSport* ricondotte a sistemi disciplinati in modo molto pervasivo (gioco d'azzardo e manifestazioni a premi), ma ambedue lontani dal prodotto e dal suo rapido divenire.


¹⁴ Direttiva 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno, GUUE L 178 del 17.07.2000.




Roberto A. Jacchia

PARTNER

 r.jacchia@dejalex.com

 +39 02 72554.1


 Via San Paolo 7
20121 - Milano




Sara Capruzzi

ASSOCIATE

 s.capruzzi@dejalex.com

 +32 (0)26455670

 Chaussée de La Hulpe 187
1170 - Bruxelles

MILANO

Via San Paolo, 7 · 20121 Milano, Italia
T. +39 02 72554.1 · F. +39 02 72554.400
milan@dejalex.com

ROMA

Via Vincenzo Bellini, 24 · 00198 Roma, Italia
T. +39 06 809154.1 · F. +39 06 809154.44
rome@dejalex.com

BRUXELLES

Chaussée de La Hulpe 187 · 1170 Bruxelles, Belgique
T. +32 (0)26455670 · F. +32 (0)27420138
brussels@dejalex.com

MOSCOW

Ulitsa Bolshaya Ordynka 37/4 · 119017, Moscow, Russia
T. +7 495 792 54 92 · F. +7 495 792 54 93
moscow@dejalex.com