



## La nuova frontiera del gaming

I *Non Fungible Token*, fenomeno in grande espansione, possono essere utilizzati anche nel mondo del gioco. Ecco una guida pratica per tutti i player di questo mercato in ascesa.

di Hélène Thibault

**I**l fenomeno degli Nft è in continua espansione. Dal settore dell'arte a quello della musica, passando per quello della moda e dello sport, ha penetrato numerosi settori interessati a cogliere questa nuova opportunità di monetizzare i propri asset nella sfera digitale.

Il settore del *gaming* non è da meno. Con lo sviluppo di esperienze virtuali potenzialmente destinate a confluire in un unico spazio virtuale, le possibilità per le piattaforme di gioco sono immense, e l'utilizzo della *blockchain* e degli Nft porta alla definizione di nuovi modelli di business per le aziende del settore.

Gli Nft non sono solo l'opportunità di ripensare il business del gioco nel rapporto con l'utente, ma anche un nuovo vettore di comunicazione dalle infinite possibilità per i brand, non solo per la naturale sconfinatezza del mondo virtuale, ma anche per le caratteristiche dello stesso utente, mosso da un senso di appartenenza a *community* di gioco che ne definisce i comportamenti e ne indirizza gli acquisti.

Ma prima di entrare nel merito delle applicazioni concrete che lo strumento degli Nft e il correlato utilizzo della *blockchain* possono trovare nel mondo del *gaming*, soffermiamoci sul concetto di Nft. Che cosa sono e perché costituiscono uno strumento nuovo e dalle importanti potenzialità?

Gli Nft o *Non Fungible Token* sono – come lo indica la stessa denominazione – *Token Non Fungibili*, ossia un asset digitale unici e non intercambiabili il cui possesso

viene certificato tramite memorizzazione della relativa transazione su un registro distribuito decentralizzato e immutabile chiamato *blockchain*.

Da un punto di vista tecnico, prendono la forma di cc.dd. *smart contract*, ossia di programmi informatici la cui creazione ed i successivi trasferimenti vengono registrati sulla *blockchain* nella forma di una sequenza compressa di numeri chiamata *hash*. È questo il passaggio che permette di conferire all'intero meccanismo i pregi di sicurezza ed affidabilità, tipiche della *blockchain*. Come qualunque *token*, il contenuto di un Nft e i diritti allo stesso associato possono essere dei più vari. L'Nft può infatti consentire l'accesso ad un servizio/piattaforma digitale, conferire diritti di voto in un *pool* decisionale, garantire l'accesso ad un evento o ad una prestazione, rappresentare la proprietà di un bene reale o digitale. A differenza degli altri *token* però, gli Nft non sono fungibili, nel senso che non possono essere scambiati con un bene identico (a differenza ad esempio di un *bitcoin*, che quale *token* fungibile, può essere scambiato con un altro senza che ciò comporti un cambio di contenuto o di valore).

Questa loro caratteristica di unicità, associata alle virtù certificatrici della *blockchain* su cui si appoggia, fa degli Nft uno strumento unico di creazione di scarsità digitale, contraddistinta da certezza e immutabilità e le rende una potenziale fonte di reddito rilevante per i titolari di diritti.

Ora, come lo strumento degli Nft può essere validamente impiegato nel mondo del *gaming*?

Prima di tutto, possono essere utilizzati come oggetti da collezionare e/o da utilizzare nel gioco. Si pensi a *badge* o trofei che si possono esporre in bacheca ovvero oggetti o indumenti che si possono esibire o utilizzare all'interno del gioco stesso. Per un neofita, la possibilità per i *publisher* del gioco di trarre un profitto significativo da questo tipo di proposta in-game può essere di difficile comprensione, ma vi è di fatto che le *community* di gioco hanno un senso di appartenenza tale che poter accedere ad un prodotto magari esclusivamente accessibile all'interno del proprio gioco di riferimento conferisce di per sé valore all'oggetto stesso.

A ben vederli, la possibilità di acquistare contenuti in-game da parte dei giocatori esiste da anni, e ciò indipendentemente dagli Nft e dalla *blockchain*. I *publisher* da tempo propongono la possibilità di ottenere *avatar* od accessori dietro pagamento di un corrispettivo. Infatti, settori come la moda, lo sport, il cinema o la musica sono da tempo presenti nel mondo del *gaming* attraverso partnership di *co-branding* che li consentono di presidiare il relativo spazio consumeristico digitale. *Blockchain* e Nft spalancano però nuove porte, in quanto offrono garanzie di unicità, immutabilità ma soprattutto scarsità finora non presenti nel mercato del *gaming*. Consentono di dare un contenuto più sicuro, e quindi potenzialmente maggior valore economico, alla proprietà digitale.

Tutti i *player* del mercato sembrerebbero trarre vantaggio dal nuovo strumento.

Lato piattaforma di gioco, diventa possibile far leva sulla "scarsità certificata" degli Nft per valorizzare al meglio i propri contenuti *in-game*, a maggior ragione se l'acquisto e/o lo scambio di tali contenuti viene consentito solo nella cripto-valuta della stessa piattaforma. Inoltre, sono prospettabili anche Nft *off-game* che danno accesso ad esperienze uniche che parlano alla fan base di riferimento. A tale proposito, anche il settore degli esports potrebbe validamente ricorrere – e sta infatti già ricorrendo – allo strumento degli Nft, sulla falsa riga di quanto proposto in ambito sportivo, proponendo contenuti esclusivi relativi alla propria squadra o alle proprie performance durante i tornei, a destinazione dei propri fan.

Lato brand, settori come la moda, la musica o l'arte per cui la scarsità è un elemento centrale, vedono di buon occhio lo strumento degli Nft e vengono infatti quotidianamente annunciate collaborazioni tra piattaforme e brand interessati a popolare lo spazio digitale con Nft a loro riferibili. Esse dovranno però essere gestite bene per avere l'effetto scontato dato le peculiarità e la relativa chiusura delle *online community*.

Lato giocatore anche si disegnano nuovi scenari, nei quali diventa possibile monetizzare quanto ottenuto in gioco, anche a titolo gratuito. Il *business model* delle piattaforme tende infatti a spostarsi sempre di più il mercato da un modello *free-to-play* e *play-to-win* ad un modello *play-to-earn*, ove il giocatore viene premiato per e in funzione del proprio coinvolgimento nel gioco

e quindi, di fatto, è stimolato a monetizzare il proprio asset sulla piattaforma di *crypto* collegata al gioco stesso. Insomma, una prospettiva *win-win* che potrebbe garantire vita lunga allo strumento degli Nft nel mondo del *gaming*, a fortiori se il futuro del digitale dovesse essere quello del metaverso, un mondo di realtà virtuali interconnesse in cui ciascuno potrà utilizzare, sfruttare e monetizzare al meglio i propri asset digitali, indipendentemente dalla piattaforma che l'abbia generato.

Si sarà tuttavia intuito il fatto che il quadro tecnologico di riferimento è in costante evoluzione, e come le numerose e potenzialmente infinite possibilità di utilizzo dello strumento degli Nft rende difficile il loro inquadramento giuridico.

Gli Nft non sono ad oggi espressamente regolamentati, risulta anche difficile un loro collocamento giuridico analogico sistematico, alcuni sembrano più configurabili come meri *utility token* mentre altri potrebbero configurarsi più come strumenti finanziari/*security token*, per modalità di offerta e modello di business sottostante. Dal collegamento con il mondo delle cripto-valute del business degli Nft nasce peraltro un'ulteriore zona grigia, data l'incertezza dell'evoluzione normativa in materia e il carattere per essenza *crossboarder* delle cripto-valute.

Altro tema sensibile e potenzialmente di importante rilievo economico è quello dei diritti di proprietà intellettuale che conferisce l'acquisto del *Token*. Se è innegabile che l'acquisto del *Token* conferisce al suo proprietario un diritto di proprietà sul bene digitale stesso e, con specifico riferimento alla realtà del *gaming*, di utilizzarlo all'interno del gioco, non si può altrettanto dire dei diritti di proprietà intellettuale e di sfruttamento economico del bene sottostante, i quali dovrebbero rimanere in capo all'autore/titolare dei diritti. Ad esempio, acquisire la proprietà di un *outfit* brandizzato da utilizzare all'interno di un gioco non necessariamente comporta il diritto di "esportare" tale *outfit* in un'altra realtà digitale e, a maggior ragione, il diritto di replicare l'*outfit* in altri contesti (virtuali o reali) o utilizzarlo ad altri scopi.

Le specificità tecniche e le incertezze giuridiche che caratterizzano gli Nft rendono in ogni caso essenziale per le piattaforme e i titolari di diritti che intendono proporli alle proprie fan base gestire con accuratezza modalità di offerta e vendita degli Nft e redazione dei termini e condizioni di vendita del prodotto, con particolare riguardo agli aspetti di licenza della proprietà intellettuale sottostante, di informazione sui rischi finanziari e tecnici e di disciplina della relativa responsabilità.

#### L'AUTRICE

**Hélène Thibault** è avvocatessa dal 2003. Specializzata in diritto commerciale e della proprietà intellettuale, vanta un'esperienza pluriennale nei settori dell'entertainment e dello sport e collabora con lo studio legale Tonucci & Partners.

