

EXPnews

eSport: il punto di EXP Legal sul 2018 e gli auspici per un 2019 di successo



1) I numeri del mercato Internazionale:

Quindicimila persone ammassate in un'arena buia, illuminate solo dal rapido sfarfallio di enormi schermi e dal bagliore delle sale da gioco con pareti di vetro disposte sul palcoscenico.

Cinque milioni di telespettatori guardano a distanza tramite servizi di streaming, milioni di mani che chattano e trasmettono i propri commenti.

Un annunciatore invoca l'ingresso dei giocatori mentre i fan scoppiano in canti e saluti, incoraggiando le loro squadre preferite alla vittoria.

Per i players, la posta in gioco è alta, con 24 milioni di premi in denaro. Questa è stata la scena dei campionati internazionali di Dota 2 nel 2017.

Il 2017 si era chiuso, dunque, regalando al mondo eSport un grande successo, che metteva le basi per un 2018 ricco di attese e che non ha deluso.

Il mercato del video gaming è cresciuto in modo esponenziale, tanto da poter rilevare che i ricavi del settore sono state pari al doppio di quelle prodotte dal settore cinematografico⁽¹⁾.

Lo sparattutto di Epic Games Fortnite, nella sua modalità battle royale, solo otto mesi dopo la sua uscita, contava 40 milioni di utenti che si collegavano per giocare ogni mese, diventando il titolo più visto in Twitch, con oltre 4.500 account utenti in streaming - e un average di oltre 140.000 spettatori⁽²⁾.

Nel giugno 2018, i telespettatori hanno speso su Twitch un totale di 17,7 milioni di ore guardando i giocatori competere in *League of Legends*⁽³⁾.

Il numero complessivo di spettatori eSports è grande e sempre in crescita e la posta in gioco per le imprese che cercano di essere coinvolte, davanti o dietro agli schermi, estremamente alta.

Entro il 2020, si prevede che il mercato globale degli eSports genererà 1,5 miliardi di dollari di entrate annue, principalmente da sponsorizzazioni e pubblicità per un pubblico globale stimato di 600 milioni di fan⁽⁴⁾.

Electronic Arts, nella sua previsione di bilancio del quarto trimestre 2017, ha segnalato 18 milioni di giocatori impegnati in giochi competitivi sui

⁽¹⁾ Deloitte Insights, "eSports graduates to the big leagues", a report by the Center for Technology, Media & Telecommunications.

⁽²⁾ Max A. Cherney, "Fortnite" more important than cryptocurrency to large companies during earning season", MarketWatch, June 6, 2018.

⁽³⁾ Graham Ashton, "Top 10 Twitch's most-watched game," *Rolling Stone*, March 6, 2018.

⁽⁴⁾ Statista, "eSports market revenue worldwide in 2017, by segment," 2018.

EXPnews

propri titoli FIFA 18 e NFL 18, con un aumento del 75% rispetto all'anno precedente⁵⁾.

Facebook ha acquistato i diritti esclusivi per i tornei di livestream di quattro famose organizzazioni eSports, tra cui la Global Offensive Pro League di Valve's Counter Strike.

Il servizio di streaming di Amazon, *Twitch*, ha acquisito il diritto esclusivo di diffondere i giochi della Blizzard's *Overwatch League games*.

Ciò che offre il mercato degli eSports, dunque, sta diventando sempre più allettante: solo nel 2018 ci sono stati almeno 30 grandi tornei di eSport in tutto il mondo, con i migliori giocatori che hanno firmato contratti pluriennali del valore di 320.000 dollari l'anno⁶⁾.

Inevitabilmente, sempre più adolescenti aspirano seriamente ad essere giocatori professionisti e diventare un campione di eSport sta diventando l'utopia delle nuove generazioni, un sogno da inseguire.

Il successo negli eSport professionali, però, richiede un lavoro di squadra rigoroso e un impegno risoluto verso alte prestazioni.

Solo attraverso di esse i team possono guadagnare milioni di premi in denaro, con squadre e giocatori famosi che traggono vantaggio dalle entrate pubblicitarie, dal merchandising e dai diritti d'autore.

1.1) Quali sono i titoli che hanno messo in palio le cifre più alte.

In cima ad una lista stilata da *The Esports Observer* c'è *Dota 2*, da sempre tra gli eSport più 'generosi' con i propri giocatori.

L'edizione 2018 del mega-torneo *The International* ha raggiunto, da sola, la quota record di 25.5 milioni di dollari, più della metà di quello che, nel complesso, il MOBA di Valve ha elargito nel corso dell'anno: 41.26 milioni.

Al secondo posto c'è *Counter-Strike: Global Offensive*, con 22.47 milioni di dollari di montepremi.

Cifre dovute ad un numero enorme di tornei

dedicati e sparsi per il mondo, che si avvicina ai 400.

Solo terzo *Fortnite*, che molti indicano già come il gioco che scalzerà *Dota 2* in cima alla classifica già dal 2019.

Per la Battle Royale di Epic Games sono 19.96 i milioni di dollari di montepremi 2018.

Nella top ten c'è soltanto un altro gioco che supera i 10 milioni di dollari. Si tratta di *League of Legends* che con i suoi tornei ha messo in palio 14.12 milioni.

1.2) I nuovi franchising lanciati nel nord america e il modello NBA.

Nel 2018, i publishers hanno lanciato tre nuovi titoli in franchising nordamericani: la NBA 2K League, la North American League of Legends Champions Series e la *Overwatch League*.

Il modello del franchising segna un grande passaggio al mainstream e uno sforzo concertato da parte dell'ecosistema eSports per diventare un'industria a pieno titolo.

Attraverso il modello franchising si auspica possano progredire gli sforzi degli organi di governo incaricati di far rispettare le norme comportamentali, sostenendo la protezione delle competizioni, assicurandone l'integrità e combattendo le frodi.

Nell'aprile 2018, il commissario NBA Adam Silver è salito sul palco del Madison Square Garden per annunciare un elenco di nuovi progetti e obiettivi, tra i quali la realizzazione della lega eSport NBA 2K.

Silver nel suo discorso ha fatto riferimento ad una particolare "combinazione di abilità fisiche e mentali" che caratterizzavano quei particolari campioni chiamati da lui sul palco e definiti come "giocatori NBA". Nessuna delle persone che si è unita con entusiasmo sul palco con lui, però, aveva vinto i campionati NCAA o trascorso anni a perfezionare i salti e le schiacciate: erano, infatti, giocatori professionisti di eSport, in quel momento certificati dalla più alta autorità del basket. I loro contratti prevedono diritto ad alloggi, spese di trasloco, assicurazioni, un fondo pensione e un salario garantito⁷⁾.

La NBA 2K del 2018 ha stabilito un roster di

27 squadre per la stagione inaugurale della sua lega NBA 2K - quella che Silver chiama associazione's "fourth league" - formalizzando così la relazione della NBA con il mondo eSport e sottolineando la sua intenzione di allargare la platea di spettatori eSports.

Essendo la prima organizzazione di professionale eSports a formare una lega in franchising, l'NBA sta testando il mercato, realizzando pratiche all'avanguardia e mettendo in evidenza le sfide da affrontare, rendendo più facile per gli altri un ingresso futuro.

[L' eSports è ora una parte ufficiale del futuro del basket professionistico.](#)

2) Il mercato Italiano:

Con i numeri del mercato internazionale così forti e incisivi, anche il fenomeno italiano dell'eSports non poteva che subire finalmente una netta ascesa.

Il 2018 per l'eSport italiano, infatti, è stato l'anno della consacrazione quale fenomeno sociale ed economico.

Seppure il movimento resti acerbo sia da un punto di vista normativo, organizzativo e di ecosistema, finalmente l'eSports italiano ha cominciato a ritagliarsi il suo importante spazio sulle pagine dei giornali di settore ed attrarre i primi investimenti di rilievo.

Abbiamo assistito all'ingresso nel mondo eSport delle prime grandi squadre di serie A (Sampdoria, Roma, Empoli, Parma, Cagliari) che hanno costruito propri team con propri professionisti e propri sponsor.

2.1) I successi degli eGamers italiani:

Ci sono stati grandi successi eSportivi per i nostri talenti a partire da Daniele "Jiizuke" Di Mauro, primo italiano nella EU LCS e primo italiano nella storia ai Worlds.

A novembre, al circuito di Valencia, Lorenzo "Trastevere73" Daretti è riuscito a bissare il successo ottenuto nel 2017 ed è stato nuovamente incoronato campione del mondo di MotoGP.

Per quanto riguarda un diverso titolo video ludico, PES, dobbiamo menzionare Ettore "Etto-

⁵⁾ Dean Takahashi, "FIFA 18 and Madden esports hits 18 million players, up 75%," *VentureBeat*, May 8, 2018.

⁶⁾ Derek Heitner, "A look inside Riot Games, from \$320,00 player salaries to using esports as a catalyst for sales", *Forbes*, May 2, 2018.

⁷⁾ Deloitte Insights, "eSports graduates to the big leagues", a report by the Center for Technology, Media & Telecommunications.

EXPnews

rito97” Giannuzzi. A Barcellona, nella Cúpula, Ettore ha scritto la storia di PES conquistando non solo il suo secondo titolo mondiale, ma diventando anche il primo giocatore al mondo a vincere sia nella *modalità 1vs1* che in quella a squadre, con i compagni di squadra Luca “IIDi- struttore44” Tubelli e lo spagnolo Alex Alguacil. Anche Daniele “Iceprinsipe” Paolucci, ha avuto un’annata di successo, già campione europeo di FIFA 17, nel 2018 è stato selezionato come primo atleta eSport italiano sponsorizzato Red Bull, un importante riconoscimento per il talentuoso pro gamer romano⁽⁸⁾, che attualmente milita nel team eSport italiano Mkers, fondato da Thomas De Gasperi e Paolo Cisaria.

L’Italia ha in casa un patrimonio di talenti che si sono già contraddistinti a livello internazionale e delle realtà che si sono strutturate e consolidate con poche risorse, oltre che una lunga tradizione di ospitalità di grandi eventi internazionali.

2.2) Il primo report sull’eSport italiano di AESVI in collaborazione con la Nielsen:

Abbiamo seguito la pubblicazione del primo report italiano sugli eSports da parte AESVI in collaborazione con la Nielsen, che ha permesso di avere finalmente un primo “quadro” del fenomeno italiano.

Da tale report è emerso in particolare che in Italia, Racing e videogiochi sportivi sono le tipologie di videogiochi con il più alto livello di conoscenza tra gli Avid Fan (95%), mentre il livello di interesse più elevato si registra tra chi conosce i First Person Shooter (83%)⁽⁹⁾.

Secondo AESVI e Nielsen, FIFA si posiziona al primo posto per le partecipazioni a competizioni gaming (62%) e la categoria dei videogiochi sportivi quella più utilizzata. Quattro tra i primi cinque titoli per frequenza di gioco appartengono a questa categoria.

Gli appassionati di eSports mostrano, inoltre, una positiva attitudine nei confronti delle sponsorizzazioni, dichiarando la tendenza predominante ad informarsi sui relativi brand ed ad attribuirgli un maggior appeal.

Le forme di advertising che integrano il brand o il prodotto all’interno dell’evento, invece che

‘occuparlo’, sono quelle verso cui si registra la migliore predisposizione, in particolare l’utilizzo del prodotto da parte dei player, l’applicazione del logo sull’abbigliamento e la titolazione di un evento.

È in crescita la presenza di sponsor non endemici. Su tutti i tech brand, il beverage e gli snack vengono considerati ‘semi-endemici’ per la facilità di integrarli nell’esperienza di gioco.

Molti deal provengono anche dalle categorie automotive, personal care e financial services. Amazon, Red Bull, Sony, Coca Cola, Samsung, Nintendo, GameStop, McDonald’s e Microsoft sono i brand che godono di associazione sponsorship con il mondo eSports da oltre 1/3 degli Avid Fan.

A detta degli esperti della AESVI *“anche per il mercato italiano, dunque, il settore degli eSports offre delle prospettive di sviluppo interessanti in termini di crescita economica, sviluppo di nuove competenze e opportunità di lavoro. Gli eSports sono inoltre un’attività intrinsecamente sociale in grado di coinvolgere le giovani generazioni in un’esperienza che coniuga tecnologia, capacità di lavorare in team, pensiero strategico”*.

Il 2019 potrebbe essere l’anno del definitivo consolidamento del fenomeno.

2.3) La ricerca presentata dalla Format research in collaborazione con AIESP⁽¹⁰⁾

Format Research ha realizzato una completa indagine su videogaming e mercato eSports, in collaborazione con A.I.eSp. (Associazione Italiana eSports) e che Pierluigi Ascani – Presidente di Format Research – ha presentato a Milano il 14 novembre nel corso del 3° Forum Sport & Business.

L’indagine ha permesso di analizzare i comportamenti, le tendenze e i consumi dei videogamer in Italia.

La ricerca ha dato modo di verificare che ad oggi in Italia, a seconda del diverso coinvolgimento con i videogiochi, possono essere identificate tre diverse categorie di soggetti: i

“giocatori 58%”, che si limitano ad “utilizzare” i videogiochi; gli “e-sportivi amatoriali 24%”, che oltre a “giocare” partecipano a gare e competizioni c.d. *open*; gli “e-sportivi appassionati e/o professionisti 18%”, che “giocano”, partecipano e seguono gare, competizioni e alcuni streamer/caster.

Uno degli aspetti più importanti emersi dalla ricerca è relativo ai “canali” utilizzati per seguire ed informarsi sugli eSports.

In particolare, è emerso che il canale preferenziale è rappresentato da Youtube, utilizzato dal 61% dei giocatori, e utilizzato dall’80,6% degli appassionati. A seguire troviamo Facebook, i vari siti internet dedicati ai videogames e agli esports, i game stores e solamente in coda Twitch. Twitch è la piattaforma streaming di Amazon, canale principale a livello internazionale e che anche se in Italia è poco utilizzato, viene in ogni caso seguito da una percentuale importante di soggetti appassionati, pari al 37,5%.

Tale dato comprova come il pubblico di soggetti competenti ed esperti di esports internazionale, anche in Italia, sia estremamente elevato e tendenzialmente destinato a crescere.

2.4) Il ruolo di EXP Legal e la partecipazione al convegno mondiale dell’International Legal Network di Las Vegas⁽¹¹⁾:

L’eSport rappresenta una area di expertise innovativa su cui EXP Legal ha fissato da tempo un focus di attenzione di lungo termine, maturato anche grazie alla partnership con A.I.eSp., l’associazione che si sta affermando come un punto di riferimento per il movimento dell’eSport in Italia.

La partecipazione di EXP Legal al panel⁽¹²⁾ della round table dell’International Legal Network (ILN) è stato un momento fondamentale per condividere importanti riflessioni sul mondo eSports. Di fronte ad una platea di oltre 50 avvocati provenienti dai cinque continenti e riuniti nella capitale del *gaming* - Las Vegas e a poca distanza proprio dall’eSport Arena⁽¹³⁾ - sono stati affrontati temi - rilevantissimi economicamente e socialmente – connessi agli eSport.

⁽⁸⁾ <https://www.redbull.com/it-it/tags/esports>.

⁽⁹⁾ “Primo rapporto sugli eSports in Italia”, AESVI in collaborazione la Nielsen.

⁽¹⁰⁾ <http://www.aiesp.it/format-research-presenta-la-piu-completa-indagine-su-videogaming-e-mercato-esports/>

⁽¹¹⁾ <https://www.ilntoday.com/about/>

⁽¹²⁾ Al panel hanno partecipato anche: **Jennifer Carleton** Howard & Howard Attorneys, PLLC; **John English** Global Market Advisors.

⁽¹³⁾ <https://www.esportsarenavegas.com/>

EXPnews

La multinazionalità e interdisciplinarietà degli studi legali rappresentati nel meeting dell'ILN, hanno consentito un confronto comparativo tra la grande e veloce crescita del movimento eSport in Italia e in altri Paesi europei, con lo sviluppo inarrestabile in Nord America, Cina e Korea, Paesi dai quali trarre conoscenze, benchmark, ispirazione, modelli di sviluppo e fonti di *case studies*.

Il messaggio che è emerso dal panel del **meeting ILN** è che anche per realizzare idonei modelli legali occorre muoversi con la stessa velocità degli eGames, avere la stessa capacità strategica, prontezza di riflessi, visione, velocità e connessione con reti di expertise.

2.5) Cosa auspicare per il 2019

Maggior consapevolezza del fenomeno, conoscenza della materia, successi sportivi dei nostri professionisti nonché l'ingresso nel mercato di grandi players hanno inevitabilmente dato linfa al mercato eSport italiano, che se nel 2018 ha messo delle basi importanti, ci si aspetta che nel 2019 compia il definitivo salto di qualità.

Quel che davvero si auspica tutti gli operatori del settore, è innanzitutto la consacrazione e il riconoscimento da parte delle istituzioni governative.

Ciò che davvero tutti gli eSportivi italiani sperano, è che finalmente vengano posti in essere interventi legislativi adeguati e finalizzati a disciplinare un fenomeno che da un punto di vista sociale ed economico non può più essere ignorato dalle istituzioni. A tal fine potrebbe essere importante la realizzazione di quella che secondo molti rumors è destinata a diventare realtà proprio nel 2019, ossia, la Lega Serie A di eSport targata FIFA 19/20.

Di tale avviso è anche uno dei maggiori esponenti del movimento eSport italiano, Mattia "Lonewolf92" Guarracino⁽¹⁴⁾, il primo gamer italiano professionista ad essere stato ingaggiato da una società di Serie A: l'U.C. Sampdoria. Guarracino si è laureato campione d'Italia di FIFA per ben sei volte e tra i premi più importanti della sua carriera spiccano la medaglia di bronzo alle olimpiadi dei videogiochi ai World

Cyber Games in Corea del Sud (2011), una medaglia di bronzo ai campionati europei nel 2011 in Polonia e la medaglia d'oro ai campionati europei Ems IX.

Nell'agosto 2017 ha preso parte al primo Mondiale dedicato ai club.

Mattia è un amico di EXP Legal e alla domanda su cosa si aspettasse dal 2019 degli eSport ci ha risposto che *"mi aspetto che il 2019 sia l'anno del cambiamento, l'anno in cui finalmente per alcuni titoli di prima fascia, quali ad esempio FIFA, possa essere istituita la lega ufficiale di Serie A. Rappresenterebbe un salto di qualità per tutto il movimento eSportivo italiano"*.

3) Le Issues emergenti:

Grazie alla grande risonanza globale del fenomeno e alle prime forme di consolidamento del movimento eSports quale vera e propria industry, soprattutto all'estero, è stato possibile nel corso di questo anno rendersi conto in maniera chiara di quali siano le principali problematiche, che gli attori del settore dovranno affrontare anche in Italia con il crescere del movimento.

- **Match fixing, doping e hacking** nei confronti dei quali ci si aspetta che le istituzioni governative nonché le associazioni e più in generale gli enti che operano nel settore, intervengano in modo rigoroso per garantire l'equità, la credibilità e la genuinità delle partite⁽¹⁵⁾;
- **Aspetti legali:** (i) la sicurezza informatica avrà bisogno di maggiore attenzione per proteggere team e giocatori, proteggere i dati sensibili e prevenire vulnerabilità e intrusioni; (ii) tutela dei diritti di proprietà intellettuale e problemi di licenza; (iii) cyberbullismo all'interno dei giochi; (iv) effetti fiscali negativi a causa del disallineamento e inadeguatezza della normativa rispetto alla crescita geografica e demografica dell'economia eSport.

Tutte problematiche connaturali alla tipologia di interessi coinvolti, dal punto di vista tecnico, economico e umano, nei quali il mondo degli addetti ai lavori, il mondo della consulenza e le istituzioni devono confrontarsi per identificare e disegnare le best practices e il quadro normativo di riferimento, ad oggi non adeguato al fenomeno.

4) La Partnership EXP Legal – A.I.eSp⁽¹⁶⁾.

Con A.I.eSp., EXP Legal persegue il duplice obiettivo di seguire e approfondire l'evoluzione del movimento, con approccio culturale e multidisciplinare, a livello nazionale e internazionale.

Studio e analisi delle evoluzioni normative, nazionali ed internazionali e dei modelli contrattuali applicati nell'industry, toccando i temi dell'ingaggio dei videogiocatori professionisti da parte dei team, delle sponsorizzazioni, del franchising, della gestione dei diritti televisivi, di trasmissione e pubblicitari, non dimenticando di osservare le operazioni straordinarie, che, attraverso fusioni e acquisizioni, saranno sempre più frequenti tra i grandi operatori del mercato mondiale delle Sport, aggregando valori con effetti significativi nel mercato finanziario.

Parallelamente, la partnership A.I.eSp - EXP Legal, vuole far emergere tutte le criticità che rendano evidente alle istituzioni e associazioni competenti, la necessità di interventi legislativi mirati, che non possono più essere rimandati.

Antonello Corrado, Emanuele Cretaro ■

⁽¹⁴⁾ <https://www.esports-academy.it/>

⁽¹⁵⁾ <https://www.everyeye.it/notizie/pubg-esport-quattro-pro-player-imbrogliati-bannati-per-tre-anni-357882.html>

⁽¹⁶⁾ <http://www.explegal.it/it/exp-news-it/item/146-italia-in-prima-linea-nello-studio-e-definizione-del-mercato-degli-esports>