

AL VIA LA COPPA PELÈ SU FORTNITE

La presentazione di un nuovo torneo di Fortnite non rappresenta di per sé una notizia, in quanto si parla in uno dei titoli più giocati nella scena mondiale dei videogames, sebbene Fortnite, come abbiamo già avuto modo di spiegare anche nel recente passato, rappresenta un *unicum* nello scenario della comunicazione e dell'intrattenimento globale. Pertanto, specie le iniziative ufficiali di Epic (editore del gioco), suscitano sempre clamore. Tuttavia, nel caso di specie il lancio di questa competizione rappresenta un tassello importante nella campagna di espansione internazionale avviata da Fornite, con risvolti al contempo commerciali e legali.

L'accostamento con il calcio e con un personaggio emblematico come Pelè consente, infatti, di avere una risonanza trasversale e di poter raggiungere potenzialmente un pubblico molto vasto. Non è la prima volta che Fornite cerca di creare un collegamento con lo sport. Per esempio, era già avvenuto in passato con il football americano. In questo caso, però, l'iniziativa ha sicuramente una dimensione diversa e potenzialmente più ampia.

Prima di tutto, bisogna ricordare che Fornite si caratterizza per essere un videogioco accessibile online da molte piattaforme e giocabile in tre fondamentali modalità, che vanno da quella di combattimento (uno contro tutti o di tipo cooperativo), fino a quella in cui consente anche la creazione e costruzione di proprie realtà all'interno del gioco. La particolarità è che Fortnite si sta evolvendo in un senso totalmente nuovo rispetto a tutti gli altri titoli, assumendo quasi le sembianze di un nuovo network, passando da contenuto (come un videogioco) a contenitore, che ospita al suo interno incontri, eventi o, come vedremo in questo caso, più giochi diversi.

Su Fortnite le persone (*rectius* gli *avatar*) si incontrano, *chattano* e giocano assieme. Ci sono specifiche regole e missioni da superare, ma la struttura stessa del titolo permette di tenere anche eventi diversi e di diversa natura. Questo perché Fortnite al proprio interno è concepito come estremamente malleabile e adattabile a iniziative nuove e diverse. In questo senso, la sua aspirazione a community senza confini ha permesso di ospitare concerti, eventi speciali, incontri con celebrità, tutti live e rigorosamente assistiti online tramite i propri avatar. Allo stesso tempo un simile scenario rappresenta anche uno spazio pubblicitario sterminato.

La Coppa Pelè, si inserisce in questo percorso, sia perché con l'evocazione del leggendario numero dieci brasiliano richiama alla partecipazione un'ampia gamma di utenti, sia perché l'operazione si arricchisce di una serie di collaborazioni commerciali, che vanno al di là del semplice utilizzo dell'immagine del calciatore e di quella del Santos, la cui maglia rappresenta il primo premio. A partire dal 23 gennaio i giocatori potranno, infatti, acquistare e indossare la maglia di una delle 23 squadre di calcio che hanno deciso di partecipare all'evento. Non solo i *club* più blasonati al mondo, come il Manchester City e le quattro grandi della Serie A italiana: Juventus, Inter, Milan e Roma, ma anche di una moltitudine di altre squadre, provenienti da tutto il mondo, come: Seattle Sounders FC, Atlanta United, Los Angeles FC, Santos FC, Wolves, West Ham United FC, Sevilla FC, Sporting CP, Borussia Mönchengladbach, FC Schalke 04, VfL Wolfsburg, Rangers FC, Celtic FC, Cerezo Osaka, Melbourne City FC, Sydney FC, Western Sydney Wanderers e EC Bahia. La eterogeneità dei club è significativa dell'approccio globale assunto da Fortinite.

Un primo aspetto di rilievo è il discorso relativo alle partnership, per le quali Epic ha collaborato con IMG. L'offerta ai giocatori e fan di outfit brandizzati è, infatti, resa possibile principalmente dalla collaborazione con le squadre, le quali da parte loro possono fruire di un canale di comunicazione unico. Chiaramente se per alcuni club questo costituisce un primo tentativo di utilizzare un palco simile per promuovere la propria immagine, per altri tale opportunità è invece parte di una scelta già ben inquadrata. Da notare che alcuni club di particolare rilievo internazionale non sono presenti nella lista. Sul punto potrebbero avere inciso

banali circostanze o anche scelte dello stesso editore del gioco, ma occorre riflettere sulla possibilità che sulla decisione di aderire a partnership come queste influiscano anche le più ampie strategie societarie in termini di sfruttamento dei diritti IP, nonché l'eventuale esistenza di preesistenti vincoli contrattuali o di esclusive. Di fatti, oltre a quelli oggi aderenti alla Coppa Pelé di Fornite, vi sono altre società sportive che hanno già intrapreso una significativa svolta nel mondo digitale in generale e dei videogiochi in particolare, volgendo l'attenzione a vari titoli e categorie.

Da ultimo è importante segnalare l'atteggiamento di Epic quale organizzatore del torneo. Da sempre, ma in particolare, negli ultimi anni, nella scena esportiva si è molto discusso del ruolo degli organizzatori e di quello degli editori (nella duplice vesti di creatori del gioco e spesso anche di organizzatori di competizioni). Le scelte assunte in merito alla gestione degli eventi, infatti, hanno di certo un effetto tangibile sull'integrità e la stabilità di questo mercato in espansione. A seguito di diversi casi controversi si può quindi riscontrare una maggiore attenzione da parte degli organizzatori di tornei e degli editori su certe tematiche, che incidono di certo sul piano giuridico, ma ancor prima su quello sociale ed etico che avvolge videogiochi che aspirano ad essere piattaforme di socialità estesa. Epic ha pubblicato sul proprio sito internet uno specifico regolamento ufficiale con tanto di sanzioni disciplinari (la cui versione integrale è consultabile all'indirizzo: <https://www.epicgames.com/fortnite/competitive/it/news/pele-cup-official-rules>) che prevede regole di condotta personale e specifici divieti di comportamenti tossici.

In particolare, i giocatori dovranno sempre mostrarsi, si legge: *“rispettosi degli altri giocatori, degli amministratori dell'evento, degli spettatori e degli sponsor (se applicabili)”*.

Agli stessi giocatori, poi, non saranno consentiti: *“comportamenti che (a) violino questo Regolamento, (b) siano lesivi, poco sicuri o distruttivi o (c) che possano altrimenti rovinare agli altri utenti l'esperienza della Partita come intesa da Epic (come deciso da Epic). In particolare, i giocatori non possono tenere comportamenti molesti o irrispettosi, fare uso di linguaggio ingiurioso o offensivo, sabotare il gioco, diffondere spam, attuare social engineering, truffare o intraprendere qualsivoglia attività illegale”* (comportamento, appunto, definito “tossico”).

Le sanzioni disciplinari previste sono, invece: 1) l'invio di un avvertimento pubblico o privato (verbale o scritto) al giocatore; 2) la perdita di punti sessione per una o più partite presenti o future; 3) la perdita completa o parziale dei premi precedentemente assegnati al giocatore; 4) la squalifica del giocatore dal prendere parte a una o più partite e/o sessione dell'evento o ad una o più competizioni organizzate da Epic.

Da ultimo, cosa si vince. Tra i premi in palio, oltre a versioni autografate delle magliette di gioco dell'FC Santos (squadra storica di Pelè), anche alcune particolari “emote” (termine che contraddistingue le espressioni e il modo in cui un personaggio di muove) con le quali sarà possibile caratterizzare maggiormente il proprio avatar nel videogioco, come ad esempio, la storica esultanza “pugno aereo di Pelè” o il dribbling “Fancy Footwork”.

per maggiori informazioni sul tema

Avv. Alessandro Coni (coni@avvocatisport.it)

Avv. Domenico Filosa (domenico.filosa@athenalaw.it)