

IL CALCIO NEL MONDO DEL METAVERSO

(La nuova frontiera dei diritti audiovisivi sportivi)

di *Daniele Bianchi**, *Andrea Monti*** ed *Enzo Morelli****

Sommario: 1. Gli sviluppi connessi alla transizione digitale. – 2. Gli sport americani e il “Metaverso Sportivo”. – 3. Il Metaverso e il calcio. – 4. Il “Metaverso Sportivo” nel calcio professionistico italiano. Il Decreto Melandri e il diritto d'autore. – 4.1. Il luogo virtuale dove viene disputato l'evento sportivo virtuale: lo stadio virtuale, il “Metaverso Sportivo”. – 4.2. I soggetti che possono esercitare “Diritti Meta Sportivi”. – 4.3. Il “Metasegnale”. – 5. La tutela dei “Diritti Meta Sportivi”. – 6. Lo sfruttamento dei “Diritti Meta Sportivi”. – 7. La tutela dei “Metatifosi”. – 8. Conclusioni.

1. Gli sviluppi connessi alla transizione digitale

Il “Metaverso”, questo sconosciuto.

Termine già noto dagli inizi degli anni '90¹, viene oggi preso in prestito da Facebook per sfruttare commercialmente la metafora – pur ontologicamente priva di riscontro - di un mondo virtuale che interconnette tutti noi (o meglio i nostri avatar) estendendo le possibili interazioni fra individui e gruppi. Metaverso, avatar, mondi virtuali, sono tutti concetti che per la loro evanescenza sono di grande attrattiva e utilità per la creazione

* Daniele Bianchi, avvocato di Milano, esperto in Diritto sportivo.

**Andrea Monti, avvocato e professore incaricato di elementi di Diritto e legislazione sportiva presso il corso di laurea in Scienze motorie (Università di Chieti-Pescara).

*** Enzo Morelli, avvocato e docente di giustizia sportiva presso il Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, esperto in materia di diritti audiovisivi sportivi.

¹ Metaverse è un termine coniato da Neal Stephenson nel libro appartenente alla cultura cyberpunk “Snow Crash” (1992), descritto dall'autore come una sorta di realtà virtuale condivisa tramite internet (che nel '92 era ancora una chimera), dove si è rappresentati in tre dimensioni attraverso il proprio avatar. In questo mondo la differenza tra le classi sociali è rappresentata dalla risoluzione del proprio avatar e dalla conseguente possibilità di accesso a luoghi esclusivi.

di nuovi servizi di comunicazione elettronica. Da quell'avviso di Facebook di qualche mese fa (che ha deciso di denominare "Meta" la holding del Gruppo, che controlla le piattaforme Facebook, Whatsapp, Instagram, etc.², e di avviare il relativo progetto), si sono moltiplicati gli annunci dei grandi gruppi tecnologici di costituzione di altri mondi virtuali o di integrazione di tali nuovi mondi. Microsoft ha annunciato che dal 2022 integrerà il Metaverso nella piattaforma Teams con una funzionalità chiamata "Mash": gli utenti potranno creare un avatar con cui partecipare alle riunioni di lavoro³. Decentraland, creato da Ethereum, consente già oggi agli avatar di creare edifici virtuali, case, parchi e far pagare agli altri avatar la visita⁴. Sandbox consente agli avatar, dotati di uno stile visivo a blocchi come Minecraft, di costruire, possedere e monetizzare utilizzando NFT (*Non Fungible Token*) e i Token SAND. Stageverse consente agli utenti di assistere a concerti attraverso filmati 3D a 360° ed effetti speciali.

Quantomeno per quanto interessa ai fini di questo articolo, quindi, il Metaverso non è una singola tecnologia, ma il risultato della convergenza delle evoluzioni in vari settori, dal software, alle reti di telecomunicazioni, alle tecnologie per la videoripresa e per l'elaborazione delle immagini. Il Metaverso è, in altri termini, una piattaforma di content-delivery autonoma e distinta rispetto all'emittenza radiotelevisiva via DVB e via satellite.

In altri termini, il Metaverso, come il mondo dello sport (in particolare, quello che si riconosce nel Movimento Olimpico), ha come base una nuova comunità, una sorta di

² Marc Zuckerberg ha parlato del progetto chiamato Metaverso nel corso della convention Facebook Connect 2021, presentando Horizon Home che sembra essere il primo passo. Si tratta della nuova home della piattaforma di realtà virtuale Oculus che permette la personalizzazione di questo spazio all'interno del quale è possibile invitare gli avatar dei propri amici.

³ Nadella di Microsoft ha parlato di Metaverso nel corso dell'evento Ignite, in cui è stato mostrato il video di un meeting su Teams tra due manager Accenture: uno in carne e ossa, l'altro nella sua versione avatar.

⁴ Tutti gli elementi virtuali di Decentraland possono essere acquistati con una criptovaluta chiamata MANA. Decentraland ha ospitato anche un festival musicale con Paris Hilton.

nuova società organizzata che, secondo la lezione ancora attualissima di Santi Romano, “crea” le sue regole di convivenza.

È evidente che siamo ancora all’inizio, ma le potenzialità tecnologiche permettono di intravedere numerosi nuovi ambiti operativi ai quali applicare le categorie giuridiche e gli istituti che si sono consolidati attorno alla normativa applicabile in tema sui diritti audiovisivi sportivi. Prima che questo accada, tuttavia, è necessario che il processo di integrazione tecnologica cui si è accennato arrivi a compimento. Occorre potenziare le prestazioni dei servizi di accesso (e certamente il 5G aiuterà l’accesso in mobilità), quelli basati su data-centre, occorrerà studiare e sviluppare sempre più le analisi dei fenomeni geografici, l’infrastruttura fisica, i flussi di traffico, la demografia, gli spostamenti. Come dice il Corriere della Sera, *“per ora esistono molti di questi mondi non connessi tra loro, ma la ricerca è già ben al di là della realtà virtuale cui siamo abituati, di solito associata al gaming”*⁵.

Il Metaverso si affaccia, quindi, in tutti i campi del vivere civile, tocca diverse “funzioni” sociali ed economiche della comunità in senso ampio, presentandosi con l’illusione del separato, dell’“altro”, del virtuale. Un “doppio sogno” del reale che ben si inserisce nei meccanismi di sospensione dell’incredulità caratteristici dell’intrattenimento e, dunque, della nuova modalità di fruizione di ogni spettacolo, anche quello sportivo, resa possibile dall’immersività che caratterizza il Metaverso.

Le prime embrionali forme di fruizione degli spettacoli sono riferite a concerti musicali, a partecipazioni ad eventi culturali, a convegni, a kermesse artistiche. Oggi le agenzie del settore si trovano davanti alla necessità di organizzare spettacoli con una nuova struttura, che vede non solo una parte fisica o una digitale, ma la coesione delle due. Si

⁵ Corriere della Sera, *“Miccichè Presidente di Engineering. Ibarra: ora il Metaverso”*, firmato Andrea Bonafede, dd. 29 marzo 2022.

prenda, ad esempio, *Voyage* degli Abba: gli artisti sono stati integralmente clonati partendo dall'esecuzione fisica dei pezzi e trasformati in "doppelganger" che si muovono sul palco di fronte agli spettatori.

La scelta tecnologica di veicolare contenuti tramite un Metaverso basato sui protocolli della rete internet impedisce al momento la sua verticalizzazione gerarchica. Innanzitutto, vi è una sorta di limite di impossibilità tecnica: come sottolineato da Jaron Lanier, tecnologo e artista: «*non esiste alcun posto dove collocare tutti i sensori e i display digitali necessari*» per un'immersione totale nella realtà digitale. Esistono ed esisteranno singoli Metaversi, quante sono le singole reti interconnesse che vorranno utilizzare questa tecnologia, ognuno concentrato in un singolo micro ambiente, dal mondo del lavoro al campo sanitario a quello dello spettacolo. Tutte singole piattaforme e applicazioni in grado di offrire all'utente una messe sterminata di Metaverso trattenendolo a lungo in una sorta di *full immersion*.

E come accade per altre realtà, sono gli sport americani ad aprire la strada alla definitiva transizione digitale.

2. Gli sport americani e il “Metaverso Sportivo”

I Brooklyn Nets sono stati, di fatto, la prima squadra professionistica ad entrare nel Metaverso (chiamato dalla società “Netaverse”). È stato ideato un sistema video, composto da cento telecamere ad altissima risoluzione tutte intorno al campo di gioco, che sviluppa rendering in 3D realistici in pochi secondi su un campo focale a 360 gradi, che riesce a cogliere tutti i dettagli di quello che accade dentro al campo, per poi inserirli all'interno del sistema *Canon's Free Viewpoint*, che riesce a creare, tra l'altro, modelli 3D dei giocatori con tempistiche mai viste prima d'ora. E nonostante la (ancora) scarsa definizione delle immagini (come possibile verificare nel confronto tra l'immagine televisiva e quelle del Metaverso), la riproduzione dei giocatori appare quantomeno fedele, certamente più degli elementi di contorno (es., tribune, canestri). I movimenti liberi dell'angolo di visuale, anche durante la stessa azione di gioco, possono far pensare che si tratti di immagini catturate da una o più telecamere e trasposte all'interno della cornice del Metaverso: in realtà, allo stato attuale, si tratta di immagini di giocatori frutto di una rielaborazione digitale alquanto fedele.



E, con un ritardo di pochi secondi (ma si pensi alla differenza temporale, qualche secondo, che esiste oggi tra una trasmissione sul digitale terrestre e una sul satellite), i

tifosi possono seguire, in diretta, la propria squadra, posizionandosi (virtualmente) sia negli spalti sia dentro al campo, assaporando la partita nei minimi particolari e in un modo mai sperimentato prima.

Sulla base di questo primo approccio, l’NBA si è mossa stipulando un accordo con Meta al fine di offrire ai tifosi posti a bordo campo virtuali su specifici dispositivi (gli “*Oculus Quest 2*”), in modo da vivere una esperienza unica, assistere alle partite come se si fosse direttamente all’interno di un’arena. Al momento questa possibilità è limitata a coloro che risiedono in un’area geografica in cui la partita non è trasmessa in televisione e che disponga di un abbonamento al League Pass⁶. Si tratta di una funzione valida solo per alcune partite, come, ad esempio, è accaduto lo scorso 10 gennaio per la partita tra Boston Celtics e Indiana Pacers. Per poter vedere la partita occorre registrarsi anche a *Horizon Venues*, la piattaforma da cui è possibile assistere agli eventi sportivi nel Metaverso, scaricabile gratuitamente per il proprio visore. La visione del match, pur con alcune difficoltà⁷, era stata resa possibile tramite 6 telecamere sparse per il TD Garden, che hanno permesso agli utenti di poter vedere il match da diverse angolazioni. L’utente poteva anche scegliere tra due “zone”: in una era possibile interagire e parlare liberamente con le altre persone che in quel momento stavano guardando la partita nel Metaverso; nell’altra si stava comodamente “seduto” in una sorta di “privè”.

⁶ Un servizio televisivo sportivo della NBA che offre tutte le partite ed è gestito da Turner Broadcasting System.

⁷ Tuttavia, i problemi non sono mancati: Jabari Young, uno dei giornalisti di CNBC che ha assistito all’evento, ha parlato di alcuni bug relativi all’avatar, soprattutto in caso di connessione intermittente. Young ha anche parlato di scarsa interazione con i telecronisti e i moderatori dell’evento.

L'esperienza si è rivelata positiva e le potenzialità sono apparse subito incredibili, tant'è che sono state già calendarizzati altri appuntamenti per ripetere l'esperimento. Il problema più grave è che il frame rate non è stabilissimo, quasi più vicino a quello di un videogioco che di un evento live.

E qui che dobbiamo fare una prima considerazione.

La fruizione delle immagini sportive è, in generale, sempre "gamificata"; anche se basta vedere come è meno marcata la differenza tra la partita reale in televisione e, ad esempio per il mondo del calcio, il videogioco FIFA, che riproduce le immagini televisive per copiare pedissequamente le movenze, i colpi e le azioni di ciascun calciatore dei maggiori campionati delle leghe europee.

È evidente allora che sempre più la tecnologia è in grado di avvicinarsi all'esatta riproduzione grafica alla realtà, sempre più il Metaverso può essere accettato da tutti gli utenti, e non solo dai più giovani che giocano da anni e che sono abituati all'immagine gamificata⁸. E ciò è tanto più vero se si considera come gli E-sports "sportivi" (quelli, cioè,

⁸ Del resto, il Metaverso non essendo una realtà ancora fruibile, ha un precedente proprio nei videogame per intravedere le enormi possibilità di una simile infrastruttura: Fortnite, sviluppato da Epic Games, nel giro di pochi anni è passato da semplice sparatutto in terza persona a vero e proprio universo digitale popolato da 350 milioni di utenti (di cui il 64% nella fascia 18-25 anni), dove oggetti, accessori e vestiti (le cosiddette "skins") hanno assunto un ruolo centrale nell'intera esperienza videoludica. In Fortnite gli utenti possono oggi acquistare repliche digitali dei più disparati oggetti prodotti nel mondo reale, dall'alta moda al mondo dei fumetti, dalla musica pop all'abbigliamento sportivo. Si è di fronte ad un vero e proprio aggregatore sociale in cui convergono i più famosi *brand* che, sfruttando la potenza e l'influenza dei loro marchi, offrono agli utenti la possibilità di personalizzare il proprio avatar con accessori acquistabili nello store della piattaforma attraverso la conversione di denaro reale nella valuta di gioco. Le stesse dinamiche sono presenti sulla piattaforma Roblox, popolata da 43 milioni di utenti, il 67% dei quali ha un'età inferiore ai 16 anni. L'esperienza offerta da una simile realtà digitale non si limita tuttavia alla semplice personalizzazione della propria controparte digitale, ma è in grado di ridefinire intere dinamiche sociali, trasportando nel mondo virtuale esperienze che siamo oggi abituati a vivere nel mondo reale. La pandemia ha sicuramente accelerato questo processo: basti pensare ai concerti di Travis Scott ed Ariana Grande, rispettivamente ospitati su Fortnite e Roblox, che hanno registrato decine di milioni di visitatori, aprendo a possibilità di marketing pressoché infinite. Sebbene le realtà appena citate esistano solo in versione desktop – ossia fruibili solo attraverso lo schermo di un PC o di un televisore – la loro transizione verso tecnologie che implicano una realtà virtuale immersiva è ormai imminente. In questo contesto è ovvio che società storicamente attive nella produzione di contenuti potranno avere notevoli vantaggi dall'adozione di massa di questa tecnologia, potendo sfruttare i loro portafogli IP per creare nuovi mondi digitali immersivi, sviluppandoli direttamente o concedendo in licenza i propri contenuti a terzi. Per esempio, Disney potrebbe creare mondi digitali per le serie Star Wars o Marvel, permettendo agli utenti di esplorarne ogni

che riproducono alcune discipline sportive riconosciute dal CONI) sono sempre più considerati e riconosciuti, come dimostra il protocollo sottoscritto dal CONI il 17 gennaio 2022⁹.

Ma, in realtà, il vero salto di quello che possiamo cominciare a definire il “Metaverso Sportivo” viene raggiunto quando quelle immagini, reali nel gioco, ma virtuali nell’ambientazione, possono essere visibili da casa. Quando, cioè, il telespettatore, seduto comodamente sul divano di casa, riesce a switchare dallo schermo televisivo allo schermo del Metaverso e vivere l’esperienza sensoriale in un modo diverso e in un altro mondo, quello virtuale. È una dimensione, quella del Metaverso Sportivo, a sua volta separata e distinta dalle altre, straordinariamente immersiva, dove le funzionalità tecniche potrebbero costituire una nuova fruizione dello spettacolo sportivo, creando così le condizioni per un vero e proprio matrimonio d’interessi, se non d’amore. E la fusione tra il Metaverso e lo spettacolo sportivo avrà (quasi) certamente un fulcro di snodo, che potremo chiamare il “*Metasegnale*”.

Come è stato accertato nei primi esperimenti, il problema risiede, infatti, nella capacità tecnologica del segnale contenente le immagini di “portare” una ottima qualità delle immagini medesime, soprattutto se confrontata, tale “nuova” tecnologia, con quella dei

angolo utilizzando l’identità del proprio personaggio preferito (così Balletti, “*Un Metaverse, due sistemi: introduzione alle opportunità commerciali e profili giuridici in occidente e in Cina*”, in lsole24ore.com).

⁹ Così si legge nel comunicato del CONI del 17 gennaio 2022: “*Il Comitato Olimpico Nazionale Italiano e il Comitato Promotore E-Sports Italia hanno siglato oggi – al Foro Italico – un protocollo d’intesa e una convezione finalizzati alla cooperazione per supportare le Federazioni e le DSA a sviluppare al loro interno un settore dedicato agli Sport Elettronici e Simulati. Il protocollo, nell’individuare il percorso dell’attività in ossequio ai principi del CIO e del CONI, si impegna a offrire alle Federazioni e alle DSA – attraverso il Comitato Promotore – le competenze e gli strumenti tecnici per istituire la versione elettronica delle discipline corrispondenti alla fattispecie tradizionale di riferimento, tra quelle comunque presenti e ammissibili in base all’elenco per l’iscrizione al Registro nazionale delle ASD e SSD del CONI e ai criteri e requisiti delle norme sportive nazionali e internazionali. La convezione si propone di regolare il rapporto tra il Comitato Promotore e i singoli organismi sportivi nell’ambito dell’attuazione dei contenuti del protocollo. I due accordi hanno validità biennale e prevedono comunque il completamento del quadriennio olimpico*”.

televisori di ultima generazione, nonché nell'uso della tecnologia informatica (passando dalla tecnologia quantistica) di "elaborare" le immagini reali in immagini virtuali e nella capacità della rete di trasmettere il detto segnale, così rielaborato, in tutti i dispositivi connessi.

Un segnale che, proprio perché rielaborato, assume connotazioni proprie e caratteristiche uniche. Un vero e proprio "*Metasegnale*", in cui convergono in un nuovo ambiente globale, interattivo e immersivo, immagini, dati, informazioni, per fornire advertising, betting, gaming. Una sistema di blockchain in cui convivono molteplici forme digitali attraverso le quali lo spettatore/tifoso, avatarizzato, potrà godere, anche in diretta, dell'evento sportivo.

3. Il Metaverso e il calcio

Il Metaverso è entrato anche nel calcio. I due mondi, pur così distanti, vivono delle speciali affinità elettive, come la natura giuridica globale e "parallela" (*rectius*, autonoma/privatistica). Questo ingresso si preannuncia trionfale, non tanto, come vedremo più avanti, con prodotti come gli NFT (che, comunque, in alcuni casi riproducono, tra l'altro, le immagini di archivio delle partite e, quindi, vanno ad incidere oggi sul mondo dei Diritti Audiovisivi Sportivi), ma con le "dirette" delle partite, e, quindi, del prodotto più importante di qualunque evento sportivo, soprattutto del calcio.

Come abbiamo detto sopra, sono soprattutto gli americani a intravedere nel Metaverso un nuovo modo per fruire di gare, incontri e partite: guardare comodamente la partita dal divano in televisione, ma consentire al tempo stesso di assistervi come se si fosse all'interno dello stadio e parteciparvi anche attivamente (peraltro, anche dal punto di

vista della possibilità di scommettere online con forme di *crypto-betting*). Il Metaverso consente, infatti, di eliminare i vincoli geografici, temporali e numerici: ma questa nuova visione, questa nuova frontiera, è possibile trasportarla anche nel mondo del calcio, e soprattutto in Europa?

Già da qualche tempo si assiste a qualche piccolo passo verso questa direzione.

In una intervista rilasciata a "90min.com", l'ex terzino del Valencia, Cristiano Piccini (ora alla Stella Rossa), ha spiegato il suo progetto di realtà virtuale, un centro commerciale bidimensionale in cui l'utente può navigare in esperienze multisensoriali: *Art gallery di Nft*, visite di luxury estate e showroom di auto, fashion, design. Anche nel calcio sarà possibile muoversi: le società sportive potranno cominciare ad utilizzare il Metaverso per promuovere visite guidate all'interno dei propri stadi completamente digitali e così consolidare la fidelity del tifoso. I fan potrebbero, infatti, incontrare gli avatar dei propri calciatori e si avrebbe persino la possibilità di organizzare delle vere e proprie partite tra giocatori professionisti e gente comune. Il primo club a investire sul Metaverso è stato il Manchester City che, all'interno di una più vasta collaborazione con Sony, ha inaugurato la versione "VR" dell'"*Etihad Stadium*", regalando ai tifosi uno stadio nel Metaverso all'interno del quale interagire tra di loro e con la squadra che amano.

Come abbiamo detto prima, un'altra risorsa utilizzata per il Metaverso è la tecnologia blockchain, cui gli NFT (certificati di autenticità digitale che servono a rendere dei beni non replicabili e insostituibili)¹⁰ vengono commercializzati. Gli NFT hanno già rivoluzionato il mondo dell'arte, ma stanno crescendo pian piano in altri settori, anche nel calcio. In occasione di un Roma-Inter di Serie A, gli occhi dei tifosi giallorossi si sono illuminati quando sulle tribune dell'Olimpico è stato avvistato Francesco Totti. Non si

¹⁰ Essi possiedono una specifica individualità, un codice identificativo tutto loro, il che vuol dire che se un utente dispone di un NFT è in possesso di un manufatto unico al mondo.

trattava, tuttavia, di un riavvicinamento tra l'ex capitano e la società: Totti era, infatti, ospite di Digital Bits. La società di criptovalute che sponsorizza i capitolini ha pensato all'ex capitano per creare contenuti unici, foto e video che possano essere acquistati dai fan attraverso i token.

Un altro caso è quello di Entourage Global che sul Metaverso lancia prodotti digitali esclusivi di Giorgio Chiellini, Gianluigi Buffon, David Trezeguet, Roberto Carlos. Infine, è impossibile non parlare di Shirtum, la società in cui hanno investito giocatori come Papu Gomez, Ivan Rakitic e Ronaldinho, che permette ai fan di entrare a stretto contatto con i propri beniamini.

Il Real Madrid sta invece investendo nel nuovo Bernabeu. Come anticipato da *el Economista*, i blancos, condizionati vuoi dal Covid-19, ma anche, in alcuni e rari casi, dalla reperibilità di un posto a sedere comodo, stanno valutando l'opportunità di vendere posti virtuali grazie a immagini personalizzate a 360 gradi e suoni ambientali riprodotti fedelmente. Del resto, è ciò che è accaduto nella stagione sportiva scorsa della NBA quando, per effetto del Covid-19, si sono disputate le partite a porte chiuse, ma con la presenza di video e telecamere posizionati al posto dei sedili da cui i telespettatori a casa hanno potuto assistere agli eventi come se fossero seduti all'interno dei palazzetti.

L'obiettivo, dunque, di società come il Real Madrid – al pari di quello che verosimilmente perseguiranno in un prossimo futuro anche società sportive italiane come Juventus, Milan, Inter, Atalanta, etc. - è dunque quello di portare il tifoso nel Metaverso e fargli vivere le stesse emozioni di una gara *live*, seduto nel suo "seggolino" o in piedi a cantare in curva, ma dal divano di casa. Uno dei punti di forza del nuovo Bernabeu virtuale sarà, infatti, il punto di vista dello spettatore, che potrebbe essere riprodotto per essere identico a quello di cui godono i fan "in presenza".

In questo modo si creeranno due biglietterie, magari con differenti prezzi, ma ci sarebbe la possibilità di vendere due volte lo stesso posto. Il Metaverso potrebbe aprire ai tifosi di tutto il mondo i cancelli degli impianti più iconici, che per varie ragioni non sono fruibili a tutti. Si potrà offrire un'esperienza molto simile alla realtà, dando la possibilità di godersi l'evento live, nello stadio preferito, comodamente dal divano di casa. Verranno installate telecamere sui seggiolini dello stadio e lanciate delle campagne abbonamenti virtuali, attraverso le quali il tifoso potrà selezionare il settore e il posto desiderati all'interno dello stadio. Durante la partita sarà catapultato, ad esempio, al posto 10D della Tribuna Monte Mario dello Stadio Olimpico di Roma o al posto 5A della Tribuna Autorità dello Stadio San Siro di Milano.

Da queste prime esperienze è possibile, quindi, comprendere come il calcio potrebbe sfruttare le tecnologie che compongono il Metaverso. Il Metaverso dello sport professionale dal vivo diventerà un nuovo spazio per monetizzare le proprietà dei diritti media sportivi. Nel "Metaverso Sportivo" l'esperienza reale di assistere allo sport sarà ricreata e monetizzata nella sua interezza, attraverso la vendita di biglietti che consentiranno di accedere a beni digitali, a esperienze di match day VIP, con sessioni di *meet and greet* con ex atleti professionisti, e soprattutto alla visione della partita¹¹.

Ma ciò che maggiormente viene "toccato" è la diversa esperienza sensoriale multidimensionale da parte dell'utente: se, come si ritiene, il prossimo futuro ci porterà verso esperienze in cui guardare lo sport sarà sempre più realistico, quello che ci accadrà (indossando il visore) sarà avere la sensazione di essere effettivamente presenti alla

¹¹ Altri ancora pensano che si potrebbe lanciare una "Serie A del Metaverso", un vero e proprio campionato digitale che si svolgerebbe parallelamente a quello reale. Già esiste comunque la E-League della Serie A, un vero e proprio campionato di E-sports che sta raccogliendo un notevole successo e seguito.

partita. Gli stimoli visivi dovranno corrispondere all'esperienza reale: per esempio, saremo in grado di guardare l'azione che più ci interessa della partita, senza essere legati a quella inquadrata dalle telecamere, ma potendo scegliere quella inquadratura particolare che riteniamo migliore ai nostri fini.

4. Il “Metaverso Sportivo” nel calcio professionistico italiano. Il Decreto Melandri e il diritto d'autore

Ci si chiede a questo punto se il Metaverso, inteso come piattaforma autonoma, possa trovare applicazione in Italia, e più precisamente al Campionato di Calcio di Serie A. E se la risposta è affermativa, occorre capire quali siano le linee di applicazione giuridica del Metaverso nel sistema normativo sportivo italiano.

Nel rispondere al quesito, e ricordando che, in Italia, la commercializzazione dei diritti audiovisivi relativi agli sport professionistici a squadre (calcio e basket) è regolata dal decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 (il c.d. Decreto Melandri), va subito evidenziato che occorre riferirsi al prodotto audiovisivo per eccellenza dell'intero panorama dello sport italiano, che è sicuramente la “diretta” delle partite del Campionato di Serie A e che viene definita dal Decreto Melandri come “*la trasmissione in tempo reale dell'evento*” [art. 2, comma 1, lettera g)].

È su questo prodotto che dobbiamo concentrare la nostra analisi. Gli NFT, che pure oggi stanno avendo un grande successo, soprattutto dal punto di vista mediatico, lambiscono gli ambiti normativi del Decreto Melandri (in quanto alcuni di essi rappresentano, almeno potenzialmente, il “certificato digitale” di immagini di gioco che rientrano nell'archivio di proprietà dei singoli club, costituendo dunque diritti soggettivi), ma non

hanno un enorme riscontro in termini di grande pubblico. Cosa diversa, invece, può suscitare la trasmissione live dell'evento che, veicolata tramite le tecnologie del Metaverso, può incidere, anche in modo radicale, sugli stessi presupposti della normativa sui Diritti Audiovisivi Sportivi.

Per comprendere meglio l'ambito in cui possono essere esercitati tali diritti è necessario evidenziare:

- a) la piattaforma che utilizza tecnologie finalizzate all'acquisizione, rielaborazione e ritrasmissione o messa a disposizione dell'evento sportivo e che abbiamo già definito come "Metaverso Sportivo";
- b) chi è il soggetto che detiene ed esercita i diritti sulla generazione dei contenuti rielaborati a partire dalla ripresa dell'evento sportivo, che potremmo chiamare i "Diritti Meta Sportivi";
- c) la produzione del contenuto da veicolare, il c.d. "Metasegnale".

4.1. Il luogo dove viene disputato l'evento sportivo virtuale: lo stadio virtuale, il "Metaverso Sportivo"

Da quel che è dato di capire, sia pure con estrema difficoltà, ciascun soggetto è in grado potenzialmente di creare un proprio mondo virtuale, un proprio Metaverso. Ovviamente, occorre avere disponibilità economiche ingenti per costruire una propria piattaforma digitale¹², probabilmente basata sulla tecnologia blockchain, al fine di

¹² Se il Metaverso debba o meno considerarsi una piattaforma trasmissiva a sé stante, o sia solamente un'evoluzione della piattaforma internet in combinazione con altre innovative tecnologie, è tema di dibattito e sarà, a tal fine, interessante attendere la posizione dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni sul punto. Sarà, in particolare, di elevato rilievo

consentire alla propria *fan base* di accedere allo stadio virtuale, effettuare transazioni commerciali e, soprattutto, assistere agli eventi in diretta.

Ma di chi sarà questo nuovo spazio virtuale? Dovrà necessariamente attivarsi la Lega Calcio Serie A, cui spettano, come vedremo più avanti, i “*Diritti Meta Sportivi*”, o dovranno farlo i singoli club, cui fanno carico l’organizzazione delle partite?

La regola generale è e rimane sempre la stessa, quella, cioè, che governa il mondo del calcio da sempre. Lo stadio dove la squadra disputa le proprie partite casalinghe è la “casa” del singolo club, che ne sopporta rischi, oneri e responsabilità. Anche il Decreto Melandri tiene conto di questa posizione, se, come è vero, e lo vedremo più avanti, affida allo stesso club la realizzazione delle riprese (la c.d. produzione) delle partite che sono disputate nel proprio stadio. È il club che consente l’accesso all’interno del proprio stadio alle apparecchiature di riprese e al personale dei broadcasters, ed è quindi lo stesso club ad avere il potere e il diritto di far accedere all’interno dello stadio le telecamere (speciali) ed il relativo personale dei Metacasters (come possiamo definire i broadcasters che trasmettono nel Metaverso) per la riproduzione dell’ambiente di gioco, il c.d. “Metaverso Sportivo”.

Del resto, lo stadio reale è di proprietà del club (ad esempio, il Mapei Stadium) o è concesso a quest’ultimo in godimento (usufrutto, concessione d’uso, etc.) da parte del Comune (lo stadio San Siro): solo il club (sempre che, in caso di concessione del Comune, abbia ottenuto la concessione anche di questo diritto), e nessun altro, può consentire la riproduzione grafica dello stadio, con particolare riferimento al suo interno, che non è visibile da parte di chiunque. Come certificato dalla giurisprudenza di legittimità, nel

pratico verificare se il Metaverso sarà incluso nella lista delle “piattaforme emergenti” periodicamente individuate dall’AGCOM. In tal caso, infatti, potrebbe trovare applicazione ai Diritti Meta Sportivi l’art. 14 del Decreto Melandri il quale, in particolare, impedisce l’assegnazione dei diritti concernenti la piattaforma emergente su base esclusiva.

parlare di “riproduzione”, occorre fare riferimento alla definizione di cui all’art. 13 della Legge sul diritto d’autore¹³, e quindi considerare la riproduzione come *“la moltiplicazione in copie diretta o indiretta, temporanea o permanente, in tutto o in parte dell’opera, in qualunque modo o forma, come la copiatura a mano, la stampa, la litografia, la fotografia, la fonografia, la cinematografia ed ogni altro procedimento di riproduzione”* (Cass. Civ., n. 9757/2013).

Nel caso qui esaminato, lo stadio reale sarebbe oggetto di riproduzione digitale da veicolare nel Metaverso. Riproduzione che non consisterebbe in una mera replica (come nel caso di una fotografia), bensì comporterebbe un procedimento di rielaborazione con l’apporto di elementi creativi e originali all’interno dello stadio, i cui diritti esclusivi di utilizzazione economica devono trovare una maggiore tutela a favore della società sportiva.

Come sopra detto, sussiste, in capo a quest’ultima, un potere interdittivo come diretta manifestazione del diritto di proprietà (o di godimento del bene in esclusiva): essendo al proprietario (o usufruttario o concessionario, sempre e comunque nei limiti dell’atto concessorio) riconosciuto il diritto di godere e disporre in maniera esclusiva, nonché ritrarre i frutti della cosa, anche lo sfruttamento economico dei suoi profili incorporali dovrebbe ritenersi parte del contenuto del diritto di proprietà. Da ciò discende che la tutela avrebbe carattere reale e non meramente obbligatorio e la riproduzione

¹³ Art. 13 della Legge sul Diritto d’Autore: *“Il diritto esclusivo di riprodurre ha per oggetto la moltiplicazione in copie diretta o indiretta, temporanea o permanente, in tutto o in parte dell’opera, in qualunque modo o forma, come la copiatura a mano, la stampa, la litografia, l’incisione, la fotografia, la fonografia, la cinematografia ed ogni altro procedimento di riproduzione”*.

dell'immagine costituirebbe un illecito anche se posta in essere da un terzo in buona fede¹⁴.

Come prima analisi, viene dunque logicamente da fornire una preliminare risposta: nell'ambito regolato dal Decreto Melandri, ma di più nell'ambito del diritto d'autore, non siamo in presenza di una lacuna. La legge già prevede un fenomeno di virtualizzazione (rectius: riproduzione digitale) dell'impianto sportivo e dunque non pare vi sia spazio per un ricorso a *analogia legis* ("*same business, same risks, same rules*", per dirla all'anglosassone, con le debite differenze di impostazione). Come vedremo al paragrafo 4.3, il Metasegnale (che riproduce il Metaverso Sportivo), anche se avrà capacità doppia rispetto al segnale audiovisivo, sarà soggetto alle stesse meccaniche giuridiche di titolarità e funzionalità nell'ambito del fenomeno sportivo e produttivo, regolamentato dal diritto d'autore e dal Decreto Melandri [che, come vedremo al paragrafo 5), è entrato a tutti gli effetti sotto l'applicazione della legge sul diritto d'autore].

4.2. I soggetti che possono esercitare "Diritti Meta Sportivi"

Il Decreto Melandri (che, come detto, si applica esplicitamente e direttamente al Metaverso e non attraverso una mera interpretazione estensiva o addirittura attraverso analogia), da una parte, prevede un regime di co-titolarità dei diritti di trasmissione delle partite del Campionato (i c.d. "Diritti Audiovisivi Sportivi") tra le società sportive partecipanti al Campionato e la Lega Calcio Serie A¹⁵, ma, dall'altra parte (art. 3, comma

¹⁴ "Non si vede su quali basi si potrebbe anche solo dubitare che il diritto di proprietà su una cosa si estenda pure alla sua immagine, evidente essendo che esso investe la cosa nella totalità e con riguardo a tutti i suoi aspetti, fra i quali il tratto esteriore gioca un ruolo certamente non secondario non fosse altro perché essenziale ai fini dell'individuabilità della cosa stessa nel mondo esterno", così M. Fusi, "Sulla riproduzione non autorizzata di cose altrui in pubblicità", in Riv. dir. ind., 2006, p. 98.

¹⁵ Ma ciò vale anche per la Lega Calcio Serie B, la Lega Pro e la Lega Basket Serie A.

1) , attribuisce solo a quest'ultima il diritto di esercitarli in esclusiva fino all'ottavo giorno dalla conclusione dell'evento (art. 4, comma 2) . Successivamente all'ottavo giorno, i Diritti Audiovisivi Sportivi diventano diritti di archivio, che sono di proprietà della singola società sportiva (art. 3, comma 2, e art. 4, comma 2).

È dunque evidente che l'esercizio dei Diritti Audiovisivi Sportivi relativi alla diretta della partita del Campionato, indipendentemente da dove la detta partita viene disputata (in casa dell'una o dell'altra società sportiva), compete esclusivamente alla Lega Calcio con le modalità di commercializzazione pure disciplinate dal Decreto Melandri (predisposizione delle Linee Guida approvate dalle due Autorità di controllo, pubblicazione di Inviti ad offrire, assegnazione dei diritti, durata massima triennale, etc.).

Come vedremo nel paragrafo 5, se le immagini riprodotte nel Metaverso Sportivo altro non sono che la riproduzione rielaborata delle immagini audiovisive delle partite, i cui Diritti Audiovisivi Sportivi sono esercitati in via esclusiva dalla Lega Calcio di Serie A, anche i Diritti Meta Sportivi non possono che essere esercitati dalla stessa Lega Calcio di Serie A.

4.3. Il "Metasegnale"

In forza dell'articolo 4, comma 4, del Decreto Melandri *"la produzione audiovisiva dell'evento spetta all'organizzatore dell'evento medesimo"*. La produzione quindi, per i motivi sopra specificati, rientra nei diritti e nelle competenze assegnati dal Decreto Melandri alla società sportiva.

L'organizzatore della competizione, la Lega Calcio della Serie A, non rimane comunque inerte di fronte a queste attività individuali: deve, infatti, "coordinare" le produzioni

audiovisive dei singoli club, determinando le modalità di produzione e gli standard tecnici minimi, qualitativi ed editoriali, ai quali l'organizzatore dell'evento deve attenersi. In ogni caso, la società sportiva deve mettere a disposizione della Lega Calcio di Serie A *"il segnale contenente le immagini dell'evento, comprensivo delle fonti di ripresa e dei formati indicati negli standard minimi"* e deve consentire alla stessa Lega *"di accedere alle postazioni di regia ai fini dei necessari controlli, anche ai fini sportivi"*.

Ai fini della elaborazione del Metasegnale, per creare la realtà virtuale dell'evento sportivo, la società sportiva è comunque obbligata (per consentire alla Lega di poter esercitare i Diritti Meta Sportivi) ad autorizzare il soggetto che deve riprendere e rielaborare le immagini (il c.d. *"Metacaster"*):

- a) ad accedere all'interno dello stadio per posizionare le telecamere necessarie per riprodurre e rielaborare la realtà virtuale dell'evento oggetto delle riprese;
- b) a rielaborare in tempo reale le immagini ai fini della trasmissione del Metasegnale, secondo i formati e gli standard minimi che devono essere determinati dalla Lega Calcio Serie A;
- c) a trasferire il Metasegnale nel Metaverso Sportivo in modo che gli utenti, che vi accedano, anche con il proprio avatar, possano fruire dell'evento in diretta.

È evidente che tutta questa attività di produzione del Metasegnale andrebbe centralizzata. Ma essendo la produzione "normale" affidata ai club, ad oggi anche il Metasegnale dovrà essere prodotto dai singoli club, che potranno comunque anche concedere con delega alla Lega Calcio il potere di farlo in forma centralizzata (come è accaduto nei primi anni di commercializzazione dei Diritti Audiovisivi Sportivi).

5. La tutela dei “Diritti Meta Sportivi”

I Diritti Audiovisivi Sportivi godono di una forte tutela, non solo perché disciplinati da una normativa speciale come il Decreto Melandri, ma anche perché ricadono sotto la protezione della legge sul diritto d'autore, in quanto espressamente considerati diritti connessi. L'articolo 28 del Decreto Melandri ha, infatti, previsto che fosse inserito nella legge sul diritto d'autore (22 aprile 1941, n. 633) l'articolo 78 *quater*, che prevede che *“ai diritti audiovisivi sportivi di cui alla legge 19 luglio 2007, n. 106, ed relativi decreti legislativi attuativi si applicano le disposizioni della presente legge”* (la Legge sul Diritto d'Autore), *in quanto compatibili”*.

I diritti connessi¹⁶ sono quei diritti che non derivano, per titolo e giustificazione, da un atto di creazione intellettuale, ma da un atto di attività industriale (come, ad esempio, accade per il produttore fonografico). Si tratta di un diritto considerato minore (rispetto al diritto d'autore puro), ma che offre identica protezione assoluta, sia dal punto di vista sostanziale, sia dal punto di vista processuale: *“l'assimilazione si fonda, sul piano sistematico, sulla necessità del riconoscimento degli investimenti che gli organizzatori di eventi sportivi (in particolare nel settore del calcio) effettuano e sulla conseguente necessità di garantire ad essi la possibilità di un adeguato ritorno economico nel negoziare con gli operatori della comunicazione la possibilità del loro sfruttamento. Basta il fatto che i materiali su cui insistono i diritti audiovisivi sportivi sono semplice documentazione di eventi, per i quali è apprestata una tutela pur sempre di schema autorale basata sull'esclusiva e*

¹⁶ E che si tratti di diritto connesso lo si deduce non solo dall'aspetto sistematico in cui la norma viene inserita (il titolo IV della legge sul diritto d'autore, dedicato appunto ai diritti connessi), ma anche dalla stessa formulazione dei diritti audiovisivi sportivi (lettera o) dell'articolo 2), che altro non sono che la trasposizione dei diritti connessi, di cui all'articolo 78-ter e 79 in tema di diritti di produzione e di diritti relativi all'emissione radiofonica e televisiva.

*determinata in ragione della rilevanza economica (pubblicitaria) degli eventi sportivi medesimi*¹⁷.

Si afferma così *"la natura di diritti di proprietà intellettuale dei diritti audiovisivi sportivi"*¹⁸.

In questo contesto, si inseriscono anche alcuni principi tipici della legge sul diritto d'autore, come, per quel che qui interessa, quello dell'indipendenza delle singole facoltà comprese nel diritto patrimoniale d'autore, di cui all'art. 19 della legge sul diritto d'autore, che consente, evidentemente, all'organizzatore della competizione di poter sfruttare al meglio ogni facoltà prevista, come nel nostro caso, nel Decreto Melandri, costringendo l'assegnatario dei diritti allo sfruttamento economico dei diritti nei soli ambiti e nei soli limiti delle facoltà effettivamente trasferite nei contratti di licenza, consapevole che, là dove nulla dice il contratto, nulla è trasferito all'assegnatario.

E ciò è tanto più vero se si considera che lo stesso Decreto Melandri specifica che:

- a) la definizione di "Diritti Audiovisivi Sportivi" comprende, in conseguenza del loro inserimento all'interno della tutela autorale, i diritti di *"fissazione, elaborazione o riproduzione, in tutto o in parte, delle emissioni dell'evento per nuove trasmissioni o ritrasmissioni o per nuove fissazioni aventi ad oggetto l'evento"* [articolo 2, comma 1, lettera o), punto 6];
- b) la stessa definizione comprende anche i diritti concernenti *"l'utilizzazione delle immagini dell'evento per finalità promozionali e pubblicitarie di prodotti e servizi,*

¹⁷ Così Frassi, Commento a Notizie e novità legislative nazionali, in Riv. Dir.Ind., 2008, III, pp. 26-27, secondo cui *"l'affacciarsi di nuove tecnologie e l'ampliamento delle possibilità di sfruttamento dei materiali protetti... parrebbe aver determinato la consacrazione normativa dei diritti audiovisivi sportivi, con particolare riferimento alla moltiplicazione delle possibilità di fruizione degli eventi sportivi su media diversi (TV, internet e telefonia mobile). Logica vorrebbe, tuttavia, che i diritti sportivi fossero stati collocati nella lda in ragione della considerazione che molte delle norme previste nel decreto (v. gli articoli 1 a 5) sono strutturalmente norme di diritto d'autore [...]"*.

¹⁸ Così Sarti, Gestione individuale e collettiva dei diritti su eventi sportivi, in AIDA, 2008, pp. 131-136,

- nonché per finalità di abbinamento delle immagini dell'evento a giochi e scommesse e per lo svolgimento delle relative attività*" [articolo 2, comma 1, lettera o), punto 7];
- c) la definizione di "immagini salienti" comprende, oltre ovviamente alle immagini più importanti dell'evento, anche *"i fermi immagine, le immagini al rallentatore, l'instant replay e qualsiasi altro fotogramma o elaborazione delle azioni di gioco in grafica animata"* [articolo 2, comma 1, lettera l], con ciò includendo, dunque, apparentemente, anche queste nuove e inedite esperienze audiovisive e tecnologiche.

Se il Metaverso è la riproduzione grafica del mondo reale dell'ambiente di gioco in cui si svolge l'evento sportivo e dell'evento sportivo medesimo, per effetto della *"riproduzione"* di cui alla lettera a), dell'*"abbinamento"* delle immagini per lo svolgimento di attività a giochi di cui alla lettera b) e della *"elaborazione delle azioni di gioco in grafica animata"*, è di tutta evidenza che anche i *"Diritti Meta Sportivi"* rientrano nella disciplina (e nella tutela) del Decreto Melandri.

Il Metaverso ha comunque delle implicazioni di natura normativa e regolamentare anche diverse da quello "più semplice" del Decreto Melandri in un contesto, tuttavia, meno "improvvisato" rispetto al passato. Se nel 2000 la direttiva in tema di *e-commerce* ha consentito di "traghetare" Internet in questi anni di grandi cambiamenti, oggi abbiamo un *framework* legale decisamente più maturo e complesso, tenuto comunque conto che lo sfruttamento a livello digitale pone altrettanti problemi, come quelli che abbiamo riscontrato negli anni '80 e '90 nella trasmissione televisiva. Nel mondo digitale del Metaverso, l'utente risponderà con il proprio avatar, e cioè, in sostanza, con i propri dati e le proprie informazioni che saranno evidentemente alla mercè di un mondo non troppo regolamentato. Sappiamo che a livello europeo esiste una serie di proposte di grande rilievo sotto il profilo dell'attenzione ai diritti

fondamentali, come la Proposta di Regolamento EU 112/2018, che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione online, la Proposta Regolamento 850/2020, relativo a un mercato unico dei servizi digitali, la Proposta di Regolamento 842/2020, relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale, la Proposta di Regolamento 106/2020, relativo a regole armonizzate sull'intelligenza artificiale (AI). Le prime tre proposte puntano ad una maggiore responsabilizzazione del provider, anche attraverso sistemi di *Alternative Dispute Resolution* approvati da Autorità di Controllo, mentre la quarta è una normativa futuristica che si pone l'ambizioso obiettivo di regolamentare l'intelligenza artificiale.

Anche di ciò si dovrà tener conto nel prossimo futuro se si vorrà sfruttare il Metaverso Sportivo.

6. Lo sfruttamento dei “Diritti Meta Sportivi”

Occorre, quindi, verificare quali problematiche crei lo sfruttamento dei Diritti Meta Sportivi, tenuto soprattutto conto che, come detto al capitolo precedente, sarà necessario prima di tutto provare a disciplinare ogni singolo tipo di rapporto, procedendo anche a regolamentazioni specifiche, con i titolari delle piattaforme e degli store e con gli utenti, anche in considerazione delle interazioni tra gli avatar.

I temi più caldi, ad oggi, sono così sintetizzabili¹⁹.

Sicuramente sarà necessario il rilascio del consenso da parte dei vari soggetti riprodotti virtualmente (atleti, arbitri, tifosi) e delle autorizzazioni dei luoghi sportivi (stadi,

¹⁹ Il Metaverso potrebbe essere anche foriero di nuove tipologie di illeciti penali (cybercrime), dove l'intenso uso di *deep fake* (ancora più gestibili con gli avatar) potrebbe aumentare considerevolmente il numero di reati (dalla sostituzione di persona a complesse truffe digitali), tenuto anche conto che la normativa in materia di reati informatici risale al 1993 (con alcune modifiche minori avvenute nel 2008).

palazzetti) che saranno oggetto di riproduzione virtuale e la tutela della proprietà intellettuale, dato che il Metaverso Sportivo può comportare un “mash-up” di personaggi e diritti di proprietà intellettuale posseduti da attori separati²⁰.

Caldo è ovviamente il tema della privacy. L’interoperabilità tra le varie piattaforme, in un prossimo futuro di un collegamento tra i diversi Metaversi Sportivi, rappresenta un potenziale problema in tema di diritto alla protezione dei dati personali e il rischio di monitoraggio onnipresente e di compromissione della sicurezza dei dati. Le persone potranno, infatti, accedere alle esperienze del Metaverso Sportivo attraverso ogni device (smartphone, PC, tablet, etc.), ma così facendo si generano problematiche connesse al volume dei Metadati e alla qualità dei Metadati. Il volume dei Metadati che si potrebbe generare e conseguentemente raccogliere nel Metaverso è infinitamente superiore a quello acquisibile nel *world wide web*. La qualità dei Metadati, invece, è completamente diversa: si pensi alla possibilità di acquisire lo “sguardo” dell’utente o determinate altre emozioni o movimenti che un casco virtuale, un headset Oculus, ma soprattutto i futuri device dell’*internet of things* (Iot), potranno raccogliere. Metadati, impronte digitali e *breadcrumb* digitali vengono tracciati rivelando identità, posizione, età, preferenze di acquisto e molto altro²¹. Sia il mondo fisico che quello virtuale si influenzeranno costantemente a vicenda e in modo ubiquitario. Sono quantità insondabili di dati depositati in data center per lo più centralizzati (anche se sono state suggerite soluzioni blockchain, database distribuiti su più territori), con elevata capacità di calcolo e di archiviazione, a disposizione di altri esseri umani, potenzialmente aggregati e sottoposti

²⁰ Accordi Collettivi, singole liberatorie, contratti specifici: si tratta di un argomento delicato, che dovrà comunque essere affrontato con gli organismi sportivi competenti (federazioni, AIC, società sportive).

²¹ Poiché il Metaverso Sportivo interconetterà sia il mondo fisico che i suoi gemelli digitali – le copie digitali dei nostri ambienti fisici – il numero delle interazioni generatrici di informazioni verrà ampliato a dismisura. Tutti gli utenti umani nel mondo fisico saranno sottoposti a continuo rilevamento di dati biometrici *eye-tracking* e *motion tracking*, onde cerebrali, raccolti dalle interfacce cervello-computer, dai dispositivi indossabili, e opereranno attraverso avatar e oggetti virtuali, droni ed agenti robotici collaborativi, situati sia nel Metaverso che nella *mixed reality*, in ambienti fisici.

a processi di *data analysis* per gli scopi più svariati, destinati allo sviluppo di applicazioni di intelligenza artificiale, monitoraggio e pianificazione.

Ovviamente, anche di tutto ciò la Lega Calcio di Serie A dovrà tener conto nel momento in cui, dopo, immaginiamo, una prima (libera) fase di sperimentazione, andrà a immettere sul mercato i Diritti Meta Sportivi. E non vi è dubbio che, per i motivi sopra evidenziati (tra cui, ricordiamo, la trasformazione e la rielaborazione delle immagini reali in immagini virtuali e la conseguente trasmissione), la Lega Calcio potrà procedere alla predetta commercializzazione in ossequio ai principi (equità, trasparenza e non discriminazione nei confronti di tutti gli operatori broadcasters, che, come abbiamo detto sopra, abbiamo definito "*Metacasters*") e alle regole imposte dal Decreto Melandri per la commercializzazione dei Diritti Audiovisivi Sportivi.

E, dunque:

- a) predisposizione delle Linee Guida (ovvero nello stesso ambito delle Linee Guida dei Diritti Audiovisivi Sportivi - un unico documento -) per stabilire i criteri e le modalità attraverso i quali svolgere le attività di commercializzazione;
- b) approvazione delle Linee Guida (entro 60 giorni dalla trasmissione) da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni;
- c) predisposizione degli inviti ad offrire e della procedura competitiva;
- d) assegnazione dei Diritti Meta Sportivi.

Non avendo ancora un mercato e, quindi, non potendo accedere nel mercato a valle alla stregua dei contenuti premium, si può ritenere che non si debba applicare ai Diritti Meta Sportivi la "*no single buyer rule*", espressa dall'art. 9, comma 4, del Decreto Melandri (che

vieta ad un singolo operatore di acquisire tutti i Diritti Meta Sportivi)²². Del resto, quantomeno nel prossimo decennio, essendo diritti che potranno essere esercitati esclusivamente se la tecnologia consentirà una diffusione capillare del Metaverso Sportivo (atteso anche il fatto che il 5G ancora non ha trovato una concreta applicazione distributiva), è comunque possibile che sia anche un solo operatore, un partner scelto dalla Lega, ad occuparsi esclusivamente, e in fase sperimentale, di questo nuovo mondo virtuale.

Mondo virtuale, ricordiamo, che imporrà anche una diversa impostazione nei confronti del mondo variegato degli sponsor e dei licenziatari, nonché degli inserzionisti pubblicitari, il cui approccio, che ha avuto già il suo battesimo di fuoco con gli E-sports e gli NFT, sarà messo a dura prova per meglio comprendere la portata effettiva del loro valore aggiunto. Ciò che comporterà una nuova presa di posizione da parte del legislatore, comunitario e nazionale, in merito alla normativa che disciplina la fornitura di servizi media audiovisivi. Si pensi, ad esempio, al testo Unico dei Servizi media Audiovisivi e Radiofonici che nulla dice di una eventualità che ad oggi appare non più così tanto remota. Ma, come è sempre accaduto, sarà il calcio ad aprire le porte per una nuova normativa di settore e non viceversa.

È dunque evidente che lo sforzo maggiore in questa e in ogni futura analisi giuridica del Metaverso Sportivo sia, come in ogni aspetto del Metaverso in generale, la disciplina di confine che regola la coesistenza di numerosi livelli di titolarità giuridica che insiste su oggetti giuridici “interconnessi”. Come si ripete *ad nauseam*, la visione di Santi Romano pare davvero una lente molto a fuoco in questo ambito modernissimo, dove giuridicamente convivono “comunità/piattaforme”, “istituzioni/piattaforma” e

²² E sempre che non si debba fare applicazione dell’art. 14 del Decreto Melandri sulle piattaforme emergenti, come abbiamo evidenziato alla nota 12.

“ordinamenti/piattaforma” che sono diversi e separati, ma che si sovrappongono in sincrono, pur non toccandosi, come immagini di uno specchio. Una stratificazione e decentralizzazione di diritti e titolari di diritti che lo sport moderno ben conosce, essendo nato e cresciuto, diciamo così, mettendo in scena una serie di protagonisti, atleti, club, leghe, federazioni e riuscendo ad arbitrare, in un sistema complesso di cui il Decreto Melandri è un esempio evidente, i diritti di titolarità e di immagine di tutti gli stakeholders del movimento e dello spettacolo.

7. La tutela dei “Metatifosi”

La tutela degli utenti è uno degli elementi caratterizzanti il Decreto Melandri. Il legislatore, infatti, in attuazione della Legge Delega 19 luglio 2007, n. 106²³, e in ossequio alla normativa prevista dal Testo Unico Servizi Media Audiovisivi e Radiofonici, ha inteso proteggere gli interessi degli utenti alla fruizione audiovisiva degli eventi sportivi, comunque e in ogni modo. In tema di “Diritti Audiovisivi Sportivi”, il Decreto Melandri si muove in modo che agli utenti sia sempre garantita la fruizione degli eventi sportivi, anche nel caso che, per una serie di motivi, i broadcasters non siano in grado di esercitare i diritti acquisiti.

Un principio, quello della tutela degli utenti, che vale ovviamente anche se quella fruizione avviene attraverso la rielaborazione delle immagini in un altro ambito, quello del Metaverso Sportivo. L’utente viene definito dal Decreto Melandri come *“il consumatore finale che, attraverso l’accesso ad una piattaforma distributiva, fruisce dei prodotti audiovisivi”*. il Metaverso non è, come detto, una piattaforma distributiva di Diritti

²³ “La delega è esercitata nel rispetto dei seguenti principi: [...] 1) tutela degli utenti dei prodotti audiovisivi, in Italia e all’estero, relativi agli eventi sportivi [...]” [art. 1, comma 2, lettera i)].

Audiovisivi Sportivi, ma è un ambiente completamente diverso: ma gli utenti vanno ugualmente tutelati.

C'è una differenza, tuttavia: nel Metaverso Sportivo, gli avatar assumono un doppio ruolo. Sono "tifosi", perché entrano dentro lo stadio virtuale, ma nel contempo stesso sono "utenti", in quanto usufruiscono delle immagini. Gli avatar/utenti/tifosi (i c.d. "Metatifosi") vanno quindi, da una parte, identificati e monitorati nel loro comportamento e, dall'altra parte, tutelati nei loro diritti personali e di quei diritti verso i quali la normativa in vigore (compreso il Decreto Melandri) offre una protezione legale.

Il Metatifoso, nel momento in cui accede nel Metaverso Sportivo, viene a contatto con altri Metatifosi. In quel momento, corre il rischio di impatto negativo sui propri diritti fondamentali, quali la dignità umana, la libertà, l'uguaglianza, la democrazia, il diritto alla non discriminazione, oltre, come abbiamo detto al paragrafo 6, alla protezione dei dati e alla salute e alla sicurezza. E si ripropone, sotto altre forme, il tema del tifo violento che, evidentemente, nel mondo del Metaverso Sportivo, si esprime con una diversa modalità, con il c.d. *hate speech*, attraverso la quale la piattaforma viene inondata da messaggi d'odio, offensivi, razzisti, blasfemi, o da comportamenti criminosi come cyber-bullismo e cyber stalking, sempre e comunque nella percezione di anonimità e impunità collegata al mondo di Internet. Il Metaverso Sportivo sarà comunque chiuso a tal punto che si potrà regolamentare l'accesso mirato? Ma questo vuol dire allora identificare e schedare i tifosi, aldilà dei meri dati nominativi utilizzati solitamente per l'acquisto dei biglietti?

Quanto, invece, al ruolo di utente, il rischio è quello di generare danni non solo fisici²⁴, ma anche psicologici quando, come accade nel mondo della pubblicità (e lo sport è un

²⁴ Da Corriere della Sera, dd. 15 febbraio 2022: "*Lauren ha curato amorevolmente il marito, Taylor, quando, nella loro casa in Florida, lui si è ferito a una mano menando fendenti mentre combatteva in un incontro di boxe nella realtà virtuale.*"

forte veicolo comunicazionale), si usano tecniche subliminali. Il Codice del Consumo è oggi idoneo a tutelare gli utenti anche nel mondo del Metaverso, dove gli utenti sono comunque soggetti attivi (sia pure mediati dalla figura dell'avatar) e non soggetti passivi potenzialmente suscettibili di subire le conseguenze di forme pubblicitarie ingannevoli?

L'uso sempre più intenso di intelligenza artificiale, inoltre, potrebbe portare i nostri avatar ad evolversi a tal punto da condurre gli utenti a indirizzare in modo ancora più pervasivo le loro interazioni sociali, le loro abitudini di consumo o, come è già successo, le loro opinioni politiche o religiose?

Secondo Brittan Heller, avvocato specializzato in tecnologia dello studio Foley Hoag di Boston, *"nel Metaverso non è il contenuto che bisogna moderare, ma il comportamento"*. Esiste quindi un problema anche nel Metaverso Sportivo per la gestione delle condotte dei "metatifosi". Un problema che l'attuale normativa non disciplina, né ovviamente potrebbe oggi disciplinare, fatto salvo alcune regole e principi in tema di uso dei social. I legislatori, si sa, specie a livello comunitario, sono restii ad affidare l'obbligo di moderare i comportamenti degli utenti in via preventiva e, per questo, probabilmente ci si è limitati ad un obbligo di solo controllo successivo sui contenuti, che non sempre si è rilevato efficace.

Immerso in un mondo fantastico grazie a un visore digitale, ma cieco per quanto riguarda la realtà materiale, ha tirato un pugno poderoso contro un telaio d'acciaio. Lauren è stata assai meno comprensiva quando, qualche settimana dopo, Taylor ha rotto un vaso di cristallo giocando a tennis, sempre in salotto, nella realtà virtuale: inevitabile è arrivato l'invito a trasferirsi in una palestra reale. È agghiacciante quanto è accaduto a una donna che in Gran Bretagna, entrata col suo avatar nel gioco virtuale Horizon Worlds appena messo sul mercato da Meta, è stata virtualmente assalita, violentata e insultata con frasi come «ammetti che in realtà ti piace» da quattro avatar maschili. Uno choc per questa donna che non è certo digitalmente sprovveduta, visto che è vicepresidente, con la responsabilità della ricerca sul Metaverso, di una società delle tecnologie virtuali, Kabuni Ventures".

8. Conclusioni

Appaiono maturi i tempi perché le Leghe principali si predispongano a realizzare gli investimenti necessari per l'approdo a questa nuova forma di ambiente globale di convergenza, che ben potrebbe rivestire un ruolo crescente nelle potenzialità di intrattenimento dei Diritti Audiovisivi Sportivi e nelle opportunità commerciali e promopubblicitarie.

Di tali argomenti e innovazioni è certo che vedremo gli sviluppi già a partire dal prossimo round di procedure competitive sportive per le prossime stagioni sportive (per la Lega Calcio Serie A, in particolare, 2024/2025, 2025/2026 e 2026/2027). Procedure che apriranno, almeno per una prima fase sperimentale anche ai Metacasters? Sarà la stessa Lega Calcio a iniziare, con una o due partite (come fece trent'anni prima con la pay-tv) ad aprire le strade ad una prima possibile trasmissione limitata ad una stretta cerchia di Metatifosi?

E così, mentre si inizia ad investire seriamente nel Metaverso²⁵, anche il calcio (come il basket) dovrà cominciare a capire come muoversi nello sviluppo di questa nuova opportunità.

²⁵ Si veda l'articolo del Corriere della Sera in nota 5.