



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
in Lingue, economie e istituzioni dell'Asia
e dell'Africa mediterranea

Tesi di Laurea

La legislazione dei *gacha* in Giappone

Uno studio comparativo con quella dei *Random Reward
Mechanism* di un campione di paesi del mondo

Relatrice

Ch.ma Prof.ssa Paola Celentano

Correlatore

Ch. Prof. Giorgio Fabio Colombo

Laureando

Fabio Zaramella

Matricola 858261

Anno Accademico

2019 / 2020

要旨.....	2
Introduzione	4
<i>Motivazione del lavoro e descrizione del problema</i>	<i>4</i>
<i>Metodologia</i>	<i>5</i>
<i>Stato dell'arte</i>	<i>6</i>
<i>Organizzazione della tesi</i>	<i>7</i>
Capitolo 1: Il contesto di riferimento	9
1.1 <i>Storia dei modelli di monetizzazione dei videogiochi</i>	<i>9</i>
1.2 <i>Una panoramica sulle tecniche di ricerca del profitto.....</i>	<i>18</i>
1.3 <i>Analisi di loot box e gacha</i>	<i>24</i>
1.3.1 <i>Similitudini e differenze tra i due modelli</i>	<i>25</i>
1.3.2 <i>Tipologie di gacha</i>	<i>28</i>
Capitolo 2: Random Reward Mechanism e gioco d'azzardo	31
2.1 <i>Potenziati rischi per minori e gruppi vulnerabili</i>	<i>31</i>
2.2 <i>Assimilabilità con il gioco d'azzardo</i>	<i>32</i>
Capitolo 3: Il dibattito tra regolamentazione e autoregolamentazione	62
3.1 <i>Paesi Bassi.....</i>	<i>62</i>
3.2 <i>Belgio.....</i>	<i>67</i>
3.3 <i>Regno Unito</i>	<i>71</i>
3.4 <i>Stati Uniti.....</i>	<i>79</i>
3.5 <i>Italia.....</i>	<i>86</i>
3.6 <i>Australia.....</i>	<i>90</i>
3.7 <i>Pan European Game Information</i>	<i>95</i>
3.8 <i>Entertainment Software Rating Board.....</i>	<i>96</i>
3.9 <i>Australian Classification Board</i>	<i>97</i>
3.10 <i>App Store e Play Store.....</i>	<i>98</i>
Capitolo 4: Il caso giapponese	101
4.1 <i>Uno sviluppo storico peculiare: CESA, JOGA e la tutela dei consumatori</i>	<i>101</i>
4.2 <i>Opinioni recenti.....</i>	<i>116</i>
4.3 <i>Regolamentazione del gioco d'azzardo e applicabilità ai gacha.....</i>	<i>122</i>
4.4 <i>Zone grigie e somiglianze tra pachinko e gacha</i>	<i>128</i>
Conclusioni.....	136
Bibliografia	141
Sitografia	150

要旨

ビデオゲームは、長い年月に存在していたが、大きな転換点が観察されたのはここ数年のことである。特に、スマホやタブレットのような新技術の発明・発展により、移動中や仕事を休憩する場合など一日中遊べるゲームアプリが開発されたのは代表的な一例である。そのゲームアプリの中では、最も多いのは「カジュアル・ゲーム」、つまり誰でも簡単な操作で楽しめるゲームである。それに、その大部分は無料で遊ぶことができる。したがって、モバイル機器が普及するにつれて、若者と大人の区別をせずに、ゲームアプリで楽しんでいる利用者も急速に増えてきた。しかし、現在大勢の人々にビデオゲームが日常生活の重要な一部として認識されていても、会社の視点からのその成功の理由は今まではおよそ無視されていた。

「ゲームが無料なら、会社はどうやってお金を稼ぐのか」という疑問が出るのは当然ではないだろうか。その答えは、時間が経つにつれて、企業が様々な儲ける方法を思いついたからである。それは「マイクロランザクション」又は「アイテム課金」と言い、欧米で生まれた「ルートボックス」と日本で良く知られた「ガチャ」のような「Random Reward Mechanism」も含まれている。この表現は、相違点を問わず、両方のメカニズムの類似点を直接に示し、いずれをも同じグループに入れる。その理由は、二つとも中身が偶然に決められる仮想アイテムなどを得るために開封する、デジタル箱もしくは仮想カードパックのような形のものだからである。しかしながら、このような予測不可能性に基づいた提供方式には現金又は電子マネーでの購入が通常必要なので、最近世界の諸国で多くの批判の対象となっていた。

なぜ「ルートボックス」と「ガチャ」が幾つかの方面から非難されているのかというと、ランダム型で提供される希望のキャラクターや武器などを獲得するために、デジタル通貨などでこの仮想物品を買うことは賭と同一視されているからである。それ故に、このようなメカニズムの全てが賭博と見なされ始めた。更に、このような儲ける方法を使用するゲームが賭博者によく見られるギャンブル依存性を起こす恐れもあると思われる。未成年の消費者も数多いので、その不安はより高まる。

上記に説明した通り、「マイクロトランザクション」特に「ランダム型アイテム提供方式」に関わる資料は現在まで少なかったが、側面が多いテーマでもあり、各資料がそれぞれの側面を探求すると同時に、「Random Reward Mechanism」と賭博との関係も調べられている。しかし、イタリア語での学術論文はほぼないようであるから、その不足を補いたいというのが本論の意図である。

この研究では、まず上に述べた収益化戦略とそれらを規制する要求の背後にある理由・意見の繋がりを分析する。そして、その関係を確認した上で、日本だけではなく、欧米の諸国とオーストラリアにおいて過去十年間に講じた対策もしくは提案した対策を説明し、その問題に向けて政治家と企業が採用したアプローチを比較する。最後に、この比較と上に述べた「ルートボックス」や「ガチャ」と賭博の同類性に基づき、ゲーム市場に与えた影響を考慮に入れ、日本で現行の対策と採用された自主規制が十分であるのか、又は他の国々の模範になる可能性があるのかという疑問に答えるのが本研究の目的である。

本論文の構造は次のようである。まず、第一章では、「アイテム課金」がどのような文脈に配置されているのかという問いに答えるために、今までの日本の役割と状況に焦点を当てることにより、そのような収益化方法の歴史とそのタイプを短く紹介し、一般から特定への移行を通じて、「ガチャ」の種類と「ルートボックス」との共通点と相違点が詳細に説明される。そして、第二章では、社会的見地や法律見地や経済見地などから多面的に「Random Reward Mechanism」と賭博の同類性を扱う学術文献を引用、分析、コメントし、その関係性を確認する。それから、第三章では、欧米とオーストラリアでのそれぞれの現行法の下でギャンブルがどう定義されるのかという問題に注意し、過去三年間にこれらの国で生じた「ルートボックス」を規制する要求について述べる。最後に、第四章では、日本で起こった論争の歴史と変化や賭博法に「ガチャ」を入れる可能性を分析し、それぞれの国が取ったアプローチを比較し、その結果と検討した資料にも基づき、結論を述べる。

Introduzione

Motivazione del lavoro e descrizione del problema

A seguito della nascita e dello sviluppo dei moderni smartphone e tablet si è assistito nell'ultimo decennio a una produzione sempre più massiccia di videogiochi pensati per la fruizione in mobilità, di cui è possibile godere in ogni momento della giornata, in treno come durante una pausa lavorativa. Sempre più persone, infatti, decidono consapevolmente (o vi si ritrovano colti dalla noia) di passare molte ore della loro quotidianità dinnanzi allo schermo del cellulare, siano essi giovani o adolescenti che si immedesimano nel loro personaggio preferito giocando ad esempio a *Dragon Ball Legends*¹ o adulti impegnati nello stabilire un nuovo record allineando caramelle colorate su *Candy Crush Saga*². I videogiochi per dispositivi mobili, quindi, ricoprono ormai un ruolo decisamente importante nella vita di molte persone, non solo dei giovanissimi, e ciò è particolarmente vero nel caso giapponese data l'incidenza dell'industria videoludica sulla società³ e soprattutto sull'economia⁴ del Paese. I meccanismi dietro agli ingenti ricavi alla base di questo successo, che ha permesso alle *app* di gioco di scalfare (parzialmente) la supremazia rivestita fino ad anni recenti dai giochi realizzati per *console*, sembrano però essere stati esaminati solo marginalmente in Italia. Molto più numerose sono state invece le ricerche estere in campo accademico sul tema. Queste hanno esaminato, sotto vari aspetti, quegli innovativi metodi di ricerca del profitto elaborati dagli sviluppatori, tra cui *loot box* e *gacha*. Saranno proprio questi due meccanismi, di cui verrà fornita a breve un'anticipazione, a costituire il *focus* del presente elaborato e su di essi verterà l'analisi contenuta all'interno dei prossimi capitoli. I due termini appena esposti indicano specifiche meccaniche di gioco che, a partire dai primi anni Duemila (e in modo preponderante dal 2007 in Giappone e tra il 2010-2011 nel resto del mondo) sono contenute nella quasi totalità dei giochi *free-to-play*, ovvero quei videogiochi in cui è possibile giocare gratuitamente. Inoltre, tali tipologie sono sempre più presenti anche all'interno di giochi per cellulare, *console* e *personal computer* per i quali il giocatore paga già un prezzo di vendita prestabilito, inseriti qui al fine di incrementare e prolungare nel tempo i ricavi e la vita del prodotto.

¹ Gioco sviluppato da Dimps e pubblicato per il mercato globale da Bandai Namco Entertainment Inc. nei negozi virtuali di *app* e giochi offerti da Google (Play Store) e Apple (App Store) rispettivamente in data 21 maggio e 1° giugno 2018.

² Gioco multiplatforma sviluppato da King Digital Entertainment plc., pubblicato nel 2012 e inizialmente sviluppato per Facebook e come *browser game*, ovvero a cui è possibile giocare online tramite programmi di navigazione di rete.

³ Il numero di videogiocatori attivi nel mercato nipponico è pari, secondo un recente articolo pubblicato da Newzoo, a circa sessantasei milioni di giocatori, poco più di metà della popolazione dell'arcipelago. Si faccia riferimento all'articolo "COVID-19's Impact on Japan's Playing Habits and in-Game Brand Activations".

⁴ Secondo il rapporto elaborato da Newzoo, noto fornitore di analisi e ricerche di mercato nel campo videoludico, nel 2020 il Giappone si è riconfermato al terzo posto della classifica globale per ricavi ottenuti dai videogiochi. Maggiori dettagli sono disponibili alla pagina: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues/>

A prescindere dalle sottili differenze tra le due, che saranno esposte nel corso della trattazione, ciò che conta è che entrambe prevedono la possibilità di spendere denaro per un bene od oggetto di gioco virtuale (e quindi intangibile) che è determinato, a sua volta, in modo aleatorio.

Questo è inoltre il motivo per cui riferendosi a esse viene anche utilizzata l'espressione "*Random Reward Mechanisms*" traducibile in "meccanismi a ricompensa casuale", terminologia che riflette in maniera più immediata la natura della transazione e accorpa a sé ogni variante di tale meccanica. Tuttavia, proprio questa caratteristica di imprevedibilità in relazione alle probabilità di acquisizione è stata, ed è tuttora, oggetto di critiche dato che l'acquisto effettuato dall'utente nell'incertezza di cosa otterrà presenterebbe evidenti analogie con il principio di funzionamento del gioco d'azzardo. Questo punto è, più di ogni altro, fonte di apprensione, soprattutto in considerazione del fatto che i primi fruitori di giochi per smartphone sono spesso bambini e ragazzi al di sotto della maggiore età. Vi è poi la questione se tali meccanismi possano, o meno, dar vita a forme di dipendenza patologica simili a quelle comunemente riscontrate in soggetti che prendono parte a questo genere di attività. I potenziali pericoli presentati da *loot box* e *gacha*, unitamente alla mia esperienza personale in fatto di giochi per dispositivi mobili nonché il loro grado di penetrazione nella società nipponica da me osservato nel corso di precedenti e prolungati periodi di studio nel Paese, sono i motivi che mi hanno spinto ad analizzare il fenomeno secondo un'ottica sociale, psicologica e legale.

Si è scelto dunque di porre al centro del presente studio l'analisi del rapporto tra queste tecniche di monetizzazione contenute all'interno dei videogiochi e l'autorevolezza delle richieste sulla necessità di prevenire, o in qualche modo regolare, l'esposizione dei minorenni a queste meccaniche di gioco. Alla luce delle critiche e dei dibattiti sollevati nei confronti di *loot box* e *gacha*, il presente elaborato si pone lo scopo di determinare prima di tutto la presenza, ed eventuale estensione, o l'assenza di una regolamentazione giapponese nei confronti di questi "*Random Reward Mechanism*" (o RRM). Inoltre, in considerazione della natura del fenomeno e della posizione di altri soggetti internazionali, ma anche (e soprattutto) dopo aver vagliato la letteratura accademica sull'argomento, la trattazione cercherà infine di stabilire l'adeguatezza della legislazione e delle pratiche giapponesi messe in atto.

Metodologia

Al fine di trovare una risposta alla domanda di ricerca, dopo aver inquadrato storicamente e definito i sistemi *loot box* e *gacha*, si procederà all'analisi della letteratura esistente e all'esposizione della normativa vigente. Si tenterà quindi di tracciare le conclusioni facendo ricorso a un metodo comparativo organizzato su più livelli, basato su un accostamento tra l'evoluzione storico-politica (ma anche sociale) del dibattito giapponese sul tema e quella presentata da alcuni paesi occidentali.

In questo contesto, verrà prestata particolare attenzione all'esegesi delle misure adottate, o di quelle suggerite, come risultato di tale dibattito nonché ai punti di contatto da esse presentati.

Un ulteriore livello è delineato dal confronto, mirato nuovamente alla ricerca di analogie, tra la legge nipponica sul gioco d'azzardo e quella vigente in un numero specifico di nazioni quali: Belgio, Paesi Bassi, Regno Unito, Stati Uniti, Italia e Australia; scelte sulla base dello sviluppo che il dibattito al loro interno ha presentato. Si avrà modo di vedere, infatti, come questo sia stato (e sia tutt'ora, nei paesi in cui è ancora in corso) notevolmente differente, con stati che hanno adottato subito delle contromisure mentre altri si sono pronunciati in maniera neutra nei confronti di queste meccaniche. Tuttavia, si avrà altresì modo di osservare come le disposizioni che regolano questo tipo di attività siano fondamentalmente identiche, o comunque affini, tra loro a prescindere dal Paese in esame. Verranno infine tratte le conclusioni circa l'adeguatezza delle misure giapponesi sulla base dei sopracitati parallelismi, nonché della correlazione tra meccanismi a ricompensa casuale e ludopatia.

Stato dell'arte

Si è già anticipato come gli autori italiani si siano pronunciati solo a margine, e nell'ultimo anno (come si vedrà nel paragrafo dedicato), sulla questione posta da *loot box* e *gacha* ma pochi la hanno analizzata nell'ottica del gioco d'azzardo e non risulta essere stato eseguito, a oggi, un paragone con il caso giapponese. Il presente elaborato tenta perciò anche di sopperire a questa mancanza.

Altri studi che hanno affrontato la questione con una metodologia simile, cioè confrontando la situazione del proprio Paese con quella di altre giurisdizioni del mondo (tra cui il Giappone), sono altresì esigue e non includono un'analisi del contesto italiano. Queste, inoltre, come operato da Daniel Cermak, non si pongono l'obiettivo di valutare i provvedimenti attuati all'interno dello Stato asiatico quanto piuttosto di offrire spunti per l'applicazione di misure simili anche nel proprio Paese. Il metodo comparativo usato in questo studio si basa su una molteplicità di documenti e di tipologie di fonti che spaziano da articoli e disertazioni di stampo accademico, in relazione agli aspetti teorici, ad articoli di giornale e siti internet specializzati, soprattutto nell'esposizione di fatti ed eventi storici. Ove necessario si è ricorso poi a testi di legge ufficiali, o a una loro traduzione di cortesia, nonché a vari documenti e rapporti elaborati da commissioni governative e/od organizzazioni para-statali. Alle prime due categorie si deve la compilazione del capitolo d'apertura di contestualizzazione e definizione, all'interno del quale ci si riferirà anche ad alcune spiegazioni fornite da studenti stranieri. In particolare, nell'esposizione dei modelli di *business* utilizzati all'interno del settore si utilizzerà il lavoro accademico di David Nieborg e Chin Osathanunkul, oltre che la tesi di laurea di Björn Olsson.

Allo scopo di illustrare la nascita e lo sviluppo dei modelli di monetizzazione, inoltre, si sono rivelati utili gli studi di Alexander Mann, Kenji Matsubara e, soprattutto, Thierry Rayna e Ludmila Striukova. Si deve alla ricerca accademica anche l'opportunità di esplorare le caratteristiche strutturali che forme classiche di gioco d'azzardo hanno in comune con i *casual games*, come riportato da Harrigan et al., nonché di quegli attributi e peculiarità che i due fenomeni condividono (soprattutto in merito a *bias* cognitivi e considerazioni economiche) e indagati in un cospicuo numero di lavori firmati da Mark D. Griffiths, Daniel L. King, Paul H. Delfabbro, Aaron Drummond e James D. Sauer tra gli altri. Il loro lavoro si rivelerà utile anche perché è alla base di molti quadri tassonomici elaborati da questi e altri autori quali David Zendle, Sally Gainsbury, Rune K. L. Nielsen e Paweł Grabarczyk per proporre schemi di riferimento che aiutino a capire quando un RRM oltrepassi i confini del gioco d'azzardo. Il secondo gruppo di fonti (ovvero articoli di giornale e siti internet specializzati), infine, è quello da cui si ha attinto per l'esposizione dello sviluppo storico, politico e sociale dei dibattiti europeo e statunitense, giapponese e australiano sull'urgenza di regolare i "*Random Reward Mechanism*". Il motivo di ciò è principalmente da attribuirsi a una sostanziale carenza, nella letteratura accademica, di un quadro generale che consideri questo processo nel suo *continuum* come fatto da Sebastian Schwidessen e Philipp Karius oppure (in misura minore) dallo stesso Cermak. Un altro motivo è, infine, da attribuirsi alla natura relativamente recente delle preoccupazioni nate dalla meccanica *loot box*, che ha portato i *media* occidentali ad affrontare il tema solo negli ultimi tre anni.

Organizzazione della tesi

Il primo capitolo sarà dedicato a una ricostruzione del contesto nel quale si situano le *loot box* e i *gacha* e, a tal fine, verrà presentato un breve *excursus* sullo sviluppo dei modelli di monetizzazione impiegati dall'industria dei videogiochi, avendo cura di esporre il momento storico e il motivo che ha portato alla nascita di ciascuno di essi. Si farà inoltre riferimento, in particolar modo, al Giappone dato il ruolo rivestito dalle aziende di questo Paese nel mercato videoludico globale e si parlerà della transizione verso nuove forme di intrattenimento portatile (soprattutto di *game app* e *casual game*). Tale introduzione si riferirà in prevalenza ad anni recenti (come quelli antecedenti alla nascita di smartphone e tablet e il periodo che ha visto il consolidamento del *mobile gaming*) e servirà a contestualizzare le *loot box* e i *gacha* all'interno dei cosiddetti "meccanismi a ricompensa casuale". Si illustrerà, quindi, una categorizzazione dettagliata di ognuna delle tecniche a cui attualmente sviluppatori e case videoludiche possono fare ricorso per trarre dei profitti. Il capitolo si concluderà, infine, con l'esposizione delle caratteristiche distintive e delle analogie tra *loot box* e *gacha* nonché delle tipologie di quest'ultima meccanica che il mercato nipponico ha sviluppato nel corso degli anni.

Il secondo capitolo sarà invece incentrato sulla questione, enunciata in precedenza, della possibile correlazione o assimilabilità tra questi meccanismi e forme classiche di gioco d'azzardo e costituisce pertanto uno dei pilastri sui quali verterà la conclusione posta al termine dell'elaborato. Al suo interno, infatti, verrà minuziosamente riportata, spiegata e in alcuni casi controbattuta o commentata una poliedricità di studi accademici che hanno contribuito a definire se tale legame sussista in considerazione di vari fattori (sociali, psicologici e legali soprattutto, ma anche economici). Saranno poi esposti gli eventi che negli ultimi tre anni hanno portato molte organizzazioni e agenzie *no-profit* ma anche, e soprattutto, rappresentanti e commissioni di governo di vari paesi del mondo a interrogarsi sulla questione. All'analisi da questi effettuata per stabilire se sia o meno necessario regolare tali "meccanismi a ricompensa casuale", basata sulla definizione di cosa costituisce "gioco d'azzardo" ai termini delle rispettive leggi, si aggiungerà anche l'opinione formulata da altri enti. Infine, nel quarto e ultimo capitolo lo studio si focalizzerà nell'espone nella maniera più completa possibile, e allo stesso modo di quanto fatto nel terzo capitolo, quando e in che modo la diatriba sull'esigenza di regolare queste meccaniche sia nata in Giappone e di come sia progredita fino a oggi. Si terrà poi conto delle misure adottate all'interno del Paese come pure delle diverse disposizioni in vigore, operando le opportune analogie per poter tracciare l'esito riportato nella sezione conclusiva.

Capitolo 1: Il contesto di riferimento

Il primo capitolo fornirà, come anticipato nell'introduzione, una breve panoramica storica sulla nascita delle numerose tecniche di ricerca del profitto a cui sviluppatori e aziende produttrici di videogiochi possono decidere attualmente di fare ricorso. Verranno, inoltre, presentati gli avvenimenti o le ragioni economiche che hanno portato alla loro ideazione e seguente realizzazione. Quest'*excursus* temporale riepilogherà quindi le principali tappe che hanno marcato il loro sviluppo e in particolare si focalizzerà sugli eventi che, dagli inizi degli anni Duemila, hanno rappresentato dei punti di svolta. Si avrà modo di vedere soprattutto come questo dipese strettamente dal parallelo sviluppo dell'industria videoludica e venne fortemente influenzato dall'avvento di Internet o ancora, molto più di recente, dalla nascita dei moderni smartphone e tablet. Nel far ciò, inoltre, ci si riferirà specificatamente al caso giapponese a causa del ruolo che le grandi case videoludiche hanno sempre rivestito (anche prima dell'inizio del nuovo millennio) a livello nazionale e globale. Un ulteriore motivo dietro la scelta di considerare il mercato nipponico è rappresentato dalla forte presa sulla popolazione che le odierne *app* di gioco sembrano possedere in base agli ingenti ricavi qui registrati. In sintesi, il presente capitolo si pone l'obiettivo di esaminare lo sviluppo che sta dietro i numerosi modelli di monetizzazione impiegati all'interno di questo settore per prolungare nel tempo i ricavi e il ciclo vitale di uno specifico videogioco, nonché la disamina delle loro caratteristiche e differenze. Infine, dopo aver effettuato una categorizzazione riassuntiva di ciascuno per meglio illustrarne il principio di funzionamento, il capitolo terminerà con una spiegazione approfondita dei meccanismi *loot box* e *gacha* (nonché delle loro similitudini e differenze), poiché questi sono – come si vedrà – al centro delle recenti critiche accennate al termine del capitolo e alla base della successiva analisi.

1.1 Storia dei modelli di monetizzazione dei videogiochi

Il mercato videoludico, sebbene non costituisca una nuova forma di intrattenimento ma affondi le sue origini nella seconda metà del secolo scorso, ha presentato una crescita costante durante tutta la sua storia e soprattutto negli ultimi decenni. Questo sviluppo esponenziale lo ha portato, con il passare degli anni, dal costituire una nicchia al diventare un'industria enorme, differenziare le tecnologie impiegate e incrementare il suo pubblico, attirando l'attenzione di nuovi tipi di giocatori. In particolare, con l'avvento del nuovo millennio e il sempre crescente livello di integrazione digitale (ad esempio tramite l'inclusione di funzionalità online), l'industria dei videogiochi è prosperata al punto da registrare globalmente, alla fine del 2020, ricavi per un totale di centosettantaquattro miliardi e novecento milioni di dollari e un tasso di crescita annuale del 19,6% sull'anno precedente.

Si noti comunque che i dati qui esposti, e riportati nell'ultima rassegna¹ disponibile elaborata annualmente da GamesIndustry.biz (noto sito di notizie sul mondo dei videogiochi), sono eccezionali in quanto una crescita così grossa del mercato videoludico è da attribuirsi anche al ruolo rivestito dall'attuale pandemia causata dal virus SARS-CoV-2. Il COVID-19 (acronimo di Coronavirus Disease 19) ha, infatti, costretto la popolazione mondiale a ridurre al minimo i contatti interpersonali e a chiudersi in casa per evitare il diffondersi della malattia. In tale contesto è facile intuire come molte persone si siano rivolte, probabilmente per la prima volta o dopo molto tempo, ai videogiochi per trascorrere il periodo di quarantena. Nondimeno, l'industria ha presentato crescite sostanziali dei ricavi anche negli anni precedenti, come dimostrato dall'infografica elaborata dal sito l'anno prima². Si avrà modo di osservare, inoltre, come gli elementi chiave che hanno contribuito alla crescita di questo settore siano stati, oltre alla capacità di abbracciare i cambiamenti tecnologici³, l'abilità nell'innovare anche sul lato dei prezzi, inaugurando modelli di *business* pionieristici e diversificati. Questi, infatti, devono la loro nascita e la loro differenziazione non solo allo sviluppo della tecnologia e delle possibilità da essa offerte, ma anche alla tensione da questa posta sulle aziende operanti nel settore, così come alle modalità con cui essa ha influito storicamente sul prezzo di vendita dei giochi. A tal proposito, Chin Osathanunkul sostiene come, a causa del progresso tecnologico, la concorrenza all'interno dell'industria videoludica sia diventata sempre più intensa⁴ e pressante, oltre che incentrata sulle decisioni di mercato di pochi attori, perlomeno fino alla diffusione dei *mobile game*. Sulla questione del dominio di mercato da parte di un numero ristretto di aziende si tornerà in seguito, quando si parlerà del cambiamento apportato dalle odierne *app* di gioco in tal senso. Secondo Osathanunkul sarebbe stata proprio questa competitività ad aver reso necessario lo sviluppo di nuovi modelli di monetizzazione, i quali avrebbero permesso alle compagnie di rimanere competitive e allo stesso tempo offrire ai propri clienti un prodotto migliore della concorrenza⁵. Se si esclude la distribuzione totalmente gratuita di un videogioco, ovvero il caso in cui non solo non è richiesto un pagamento iniziale ma esso non si presenti nemmeno in fasi successive, è chiaro che, come avviene per ogni altro prodotto o servizio, anche qui vi sia la necessità di trarre un profitto.

¹ Batchelor, J., (2020). "GamesIndustry.biz presents... The Year in Numbers 2020". *GamesIndustry.biz*.

² Batchelor, J., (2019). "GamesIndustry.biz presents... The Year in Numbers 2019". *GamesIndustry.biz*.

³ De Prato, G., Feijóo, C. e Simon, J.-P., (2014). "Innovations in the video game industry: Changing global markets". *Digiworld Economic Journal*. Vol. 94 n. 2, p. 18.

⁴ Osathanunkul, C., (2015). "A classification of business models in video game industry". *International Journal of Management Cases*. Vol. 17 n. 1, p. 35.

⁵ *Ibidem*.

Anche la storia di questi metodi di guadagno prende perciò il via da quello che sarà in seguito definito da Osathanukul come modello “*pay-to-play*” (P2P), per il quale il giocatore può accedere al videogioco solo previo pagamento⁶, a differenza di quello “*free-to-play*” (F2P) a breve esaminato. Si è visto che i primi videogiochi risalgono alla seconda metà del secolo scorso, in particolare agli anni Settanta e ai successivi anni Ottanta. Nel primo di questi decenni, infatti, comparvero i celebri videogiochi *arcade* che, malgrado siano oggi considerabili al pari di pezzi da collezione o da museo, riscosero un successo tale da essere tuttora presenti e giocati in molte sale da gioco giapponesi. Sono stati proprio i cabinati ad aver contribuito all’enorme successo del mercato ludico globale e ancor più di quello nipponico che, tramite giochi quali *Space Invaders* (della Taito Corporation) e *Pac-Man* (prodotto da Namco), è stato tra i protagonisti principali dell’“età dell’oro dei videogiochi”⁷. In questa prima forma di intrattenimento digitale il modello principale di profitto per le aziende produttrici era quello di richiedere il pagamento monetario per ogni sessione di gioco, similmente a quanto avveniva nei contemporanei *arcade* meccanici quali, ad esempio, il flipper. Ciò avveniva tramite pagamento diretto per mezzo di monete oppure a seguito dell’acquisto di gettoni da inserire poi nella macchina, entrambi comunque potrebbero (con il senno di poi) essere paragonati alternativamente ai moderni modelli “a sottoscrizione” oppure alle microtransazioni. Nel caso in cui una valuta reale fosse usata direttamente, infatti, al giocatore era concesso di prendere parte al gioco solo fintanto che continuasse a pagare, similmente all’attuale sistema “in abbonamento”. In aggiunta, l’acquisto di una valuta intermediaria (i gettoni) potrebbe anche essere equiparato a una microtransazione come quelle che avvengono negli odierni *videogame* e in seguito spiegate nel dettaglio, ancor più tenendo conto della quantità di denaro coinvolta (estremamente piccola). I successivi anni Ottanta, invece, videro la nascita e diffusione delle prime generazioni di *console* di gioco casalinghe e dei primi *personal computer*⁸ che, congiuntamente, portarono con sé due sostanziali novità. La prima di queste è la nascita dell’*home gaming*, ovvero dell’intrattenimento videoludico casalingo, grazie al quale i videogiochi non furono più legati indissolubilmente al dispositivo (come avveniva invece negli *arcade*). Inoltre, dal momento che i PC e le *console* sono in grado di eseguire più giochi, prese il via una massiccia produzione e diversificazione dei videogiochi che cominciarono a essere venduti al dettaglio su supporti fisici (ad esempio cartucce e *floppy disk*).

⁶ Vd. *supra* nota 4, p. 39.

⁷ Quest’espressione è solitamente usata in riferimento al periodo di tempo compreso tra la fine degli anni Settanta e i primi anni Ottanta, in cui i videogiochi giocabili su cabinati dedicati raggiunsero il loro apice di popolarità, per poi declinare a favore dell’intrattenimento su *personal computer* e *console* di gioco.

⁸ Si pensi, tra gli altri, allo statunitense IBM *Personal Computer* o PC IBM (in vendita dal 1981), all’italiano Olivetti PC1 (distribuito alla fine del 1987) o ai primi computer realizzati in quegli anni dall’iconica Commodore International.

Il modello di vendita *retail* (termine inglese che indica la vendita al dettaglio) con il quale i giocatori acquisiscono, in un certo senso, i diritti di proprietà del titolo comperato rimase la tecnica di guadagno principale anche nel successivo decennio. Ancora negli anni Novanta, infatti, la vendita avveniva in una sola volta (“*one-time-payment*”) nei confronti di un prodotto completo e definitivo⁹. Una novità di rilievo, tuttavia, è rappresentata dal fatto che, al contrario di costi di realizzazione crescenti (a causa di miglioramenti nella grafica e nelle tecnologie), quelli di distribuzione in alcuni casi diminuirono grazie alla vendita su supporto ottico (CD-ROM), più economico dei precedenti. Inoltre, si verificarono in quegli anni alcuni degli avvenimenti più rilevanti della recente “rivoluzione digitale”¹⁰, ovvero la nascita del *World Wide Web* (1991) e la diffusione della connessione a Internet. Quest’espansione su scala globale del collegamento ADSL a banda larga, avvenuta nell’arcipelago giapponese nella seconda metà del decennio, rese possibile la nascita degli *online game* e, tra questi, dei *browser game*, in particolare il genere noto come *massively-multiplayer online game* (MMOG)¹¹. Il primo di questi termini indica l’ampia categoria dei giochi online, ovvero di quei videogiochi che in origine erano eseguiti esclusivamente attraverso Internet ma che oggi comprende più in generale anche i giochi che includono funzionalità online secondarie, come la possibilità di aggiornare il gioco o quella di competere con giocatori di tutto il mondo, come sostenuto anche da Kumiko Nobusawa¹². A causa dell’estensione ridotta e della natura limitata che, tramite piani tariffari “a consumo”¹³, caratterizzò nei primi anni l’accesso alla rete, molti dei primi giochi online adottarono un modello di fatturazione simile, quello “in abbonamento” (di solito su base mensile¹⁴) anticipato in precedenza. I *browser game* sono una branca particolare dei giochi online, quella rappresentata dai videogiochi di cui è possibile usufruire per mezzo dell’utilizzo di un generico programma di navigazione di rete e che, quindi, eliminano la necessità di distribuire fisicamente e installare i software applicativi. Tra questi, dal punto di vista della storia delle tecniche di monetizzazione dei videogiochi ha rivestito un ruolo centrale la comparsa del genere MMOG, categoria in cui nel 1997 vide la luce la prima vera forma di microtransazione come è intesa attualmente con il gioco *Achaea, Dreams of Divine Lands*.

⁹ Questa specificazione si rende necessaria poiché, come si avrà modo di vedere nell’analisi del concetto di “*Game as a Service*”, l’ottica nella quale consumatori e sviluppatori vedono oggi i videogiochi si discosta molto da questa.

¹⁰ Questa espressione si riferisce al periodo storico che, dopo il secondo conflitto mondiale e fino ai giorni nostri, ha portato a una conversione delle precedenti tecnologie (cosiddette meccaniche o analogiche) al digitale, soprattutto grazie alla nascita e allo sviluppo di mezzi informatici quali computer e Internet e, da questi, il web e i *social network*.

¹¹ Matsubara, K., (2013). “*Sōsharu to onrain de gēmu ga kawaru*” (“I giochi cambiano attraverso i *social* e l’online”). *Akamon manejimento rebyū (Akamon Management Review)*. Vol. 12 n. 1, p. 71.

¹² Nobusawa, K., (2016). “*Onrain gēmu to hōritsu*” (“I giochi online e la legge”). *Aoyama gakuin joshitankidaigaku kiyō (“Bollettino del Junior College femminile dell’università Aoyama Gakuin”)*. Vol. 70 n. 1, p. 69.

¹³ In quanto tale, l’accesso a Internet prevedeva un pagamento proporzionale all’utilizzo del servizio, a differenza delle odierne tariffe “*flat*” che, previo pagamento di un canone mensile fisso, permettono un accesso illimitato alla rete.

¹⁴ Vd. *supra* nota 11.

In esso Matt Mihály, autore originario del gioco e oggi amministratore delegato di Irons Realms Entertainment, ha aperto la strada al moderno modello di *business* F2P con beni virtuali¹⁵ tramite l'implementazione di una doppia valuta di gioco: una guadagnabile progredendo nella storia e l'altra acquistabile per soldi reali, nonché l'unica con cui fosse possibile acquistare specifici oggetti di gioco. Questo sistema riscosse un tale successo tra gli sviluppatori da essere stato ripreso, negli ultimi anni, come uno dei principi di progettazione fondamentali di molte *app* di gioco per smartphone e tablet, soprattutto in quelli contenenti i (*yūshō*) *gacha* in seguito presentati (e ripresi nell'ultimo capitolo). Si è appena osservato, quindi, come l'attuale modello "*free-to-play*" veda la luce proprio a partire da *Achaea, Dreams of Divine Lands* e da altri MMOG sviluppati tra la fine degli anni Novanta e i primi anni Duemila, ad esempio *RuneScape* (i cui minigiochi furono tra i primi a essere analizzati in modo critico dalla letteratura accademica, nell'ottica di una possibile correlazione con il gioco d'azzardo¹⁶). Un altro punto di svolta avvenuto nello stesso anno riguardò l'industria videoludica portatile che, nonostante si fosse sviluppata già nel corso del decennio precedente¹⁷, trovò nella tecnologia mobile nuove forme di espressione, a partire dall'inclusione di *Snake* nei telefonini prodotti da Nokia. Infatti, si vedrà successivamente dal lavoro di Rayna e Striukova come il *mobile gaming* sia giunto a registrare, nell'ultimo ventennio, ricavi di gran lunga superiori rispetto a quelli registrati dalle aziende produttrici di giochi destinati all'intrattenimento casalingo¹⁸. Ciò è stato possibile grazie a strategie che hanno reso l'innovazione tecnologica un fattore meno rilevante rispetto al passato¹⁹. I due autori riportano come, prima dell'avvento delle moderne *game app*, la supremazia di mercato fosse acquisita attraverso un miglioramento continuo delle tecnologie impiegate²⁰ che, a sua volta e a causa delle spese ingenti che esse richiedevano, ha contribuito ad accentrare i ricavi nelle mani di un oligopolio aziendale²¹ con sede in America Settentrionale, Europa Occidentale e Giappone²². Questa cerchia ristretta si riflette nella nozione "*few-to-few*" ("da pochi, per pochi"), distinta da un numero limitato di relazioni bilaterali tra i grandi produttori di *console* e le principali case editrici²³.

¹⁵ Iron Realms Entertainment LLC., (2020). "About Iron Realms Entertainment". *Sito di Iron Realms Entertainment*.

¹⁶ Griffiths, M. D. e King, R., (2015). "Are Mini-games Within RuneScape Gambling or Gaming?". *Gaming Law Review and Economics*. Vol. 19 n. 9, p. 642.

¹⁷ Si pensi, ad esempio, alla celebre serie di *console* portatili di Nintendo augurata dalla messa in vendita nel 1989 del primo Game Boy, seguito da un gran numero di revisioni migliorate nell'hardware (tra cui il Game Boy Advance).

¹⁸ Si è stimato che, alla fine del 2020, il segmento *mobile* sia arrivato a costituire il 49% dei ricavi totali dell'industria videoludica, per un valore complessivo pari a ottantasei miliardi e trecento milioni di dollari (vd. *supra* nota 1).

¹⁹ Rayna, T. e Striukova, L., (2014). "'Few to Many': Change of Business Model Paradigm in the Video Game Industry". *Digiworld Economic Journal*. Vol. 94 n. 2, p. 62.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ Vd. *supra* nota 19, p. 65.

²² Nieborg, D., (2016). "From premium to freemium: The political economy of the app". In: T. Leaver e M. Willson, eds. *Social, Casual and Mobile Games: The Changing Gaming Landscape*, p. 225.

²³ Vd. *supra* nota 19, p. 65.

Visto che ciascuno di questi attori è costituito da società quotate in borsa, ben posizionate per trarre profitto dalle economie di scala (nonché dalle proprie riserve di capitale), questa modalità di produzione culturale si tradurrebbe, secondo Nieborg²⁴, in elevate barriere all'ingresso nel mercato. In questo contesto è intuibile come “migliore è il gioco, maggiori saranno i guadagni”²⁵ ed è naturale che i giochi di punta siano venduti a un prezzo maggiore (poiché maggiore è il budget investito), mentre quelli prodotti da aziende minori o sviluppatori indipendenti siano venduti a prezzi inferiori. Malgrado la crescente competitività e la spinta a fare di meglio dal lato tecnico, però, i prezzi non continuarono a crescere senza sosta ma, anzi, verso la metà degli anni Novanta essi cominciarono a orientarsi sui cinquanta dollari per poi assestarsi sulla soglia dei sessanta nei primi anni Duemila²⁶. Si noti però che edizioni particolari di determinati titoli sono state (e sono tutt'ora) vendute anche a prezzi al di sopra della soglia dei cinquanta-sessanta dollari, come nel caso di quelle contenenti hardware dedicato o cimeli commemorativi²⁷, ma solitamente i loro prezzi sono rimasti costanti. Un fenomeno, questo, che Alexander Mann ha definito dannoso per le industrie del settore, dal momento che esse avrebbero rischiato di diventare non redditizie a causa dell'inflazione che negli ultimi anni ha causato una sostanziale diminuzione del valore reale dei ricavi ottenuti dalla vendita²⁸. Il segmento videoludico su *console*, inoltre, cominciò dalla fine dello scorso secolo a segnare un periodo di prolungato declino economico, soprattutto in Giappone²⁹, che proseguì fino al 2017, anno della messa in vendita di Switch (la nuova *console* ibrida – a metà tra fissa e portatile – di Nintendo) che per la prima volta dopo undici anni segnò un'inversione della tendenza di mercato³⁰. Il blocco dei prezzi appena esposto, i crescenti costi di sviluppo, l'espansione (in stadio embrionale) del *mobile gaming* e quello dei servizi di rete – soprattutto la nascita dei *social network* – sembrano essere all'origine della diffusione esponenziale di nuove tipologie di microtransazioni quali, ad esempio, i *downloadable content* (DLC o “contenuti scaricabili”) sopraggiunte con il nuovo millennio.

²⁴ Vd. *supra* nota 22, p. 231.

²⁵ Vd. *supra* nota 19, p. 62.

²⁶ Mann, A., (2020). “Pseudo-Gambling and Whaling: How Loot Boxes Pray on Vulnerable Populations and How to Curtail Future Predatory Behavior”. *Washington Journal of Law, Technology & Arts*. Vol. 15 n. 3, p. 206.

²⁷ Si pensi, ad esempio, al videogioco *Pokemon Oro HeartGold*, sviluppato da Game Freak e pubblicato da Nintendo in Giappone il 12 settembre 2009, che fu venduto a un prezzo maggiorato rispetto ai precedenti della serie. Questo incremento di prezzo fu infatti dovuto alla presenza, all'interno della confezione di vendita, di un componente hardware aggiuntivo (il *Pokéwalker*) con il quale era possibile estendere alcune funzionalità di gioco e prolungare l'intrattenimento.

²⁸ Vd. *supra* nota 26, pp. 207-208.

²⁹ Vd. *supra* nota 11, pp. 71-72.

³⁰ Netherlands Enterprise Agency, (2018). “*Game Industry Japan*”.

In tali circostanze, infatti, gli sviluppatori ebbero la brillante idea di sfruttare le possibilità offerte dal nuovo mezzo di comunicazione per abbattere ulteriormente i costi, per mezzo di una distribuzione dei videogiochi basata non più in prevalenza su supporti fisici ma anche tramite *download* digitali. Seguendo lo stesso principio, quindi, prese piede l'idea di vendere contenuti digitali aggiuntivi (in inglese denominati "*add-on*") per i loro titoli, che divenne presto una tecnica di cui le aziende poterono disporre per procurarsi un flusso di entrate addizionale³¹ a quello *retail*, allora sofferente. All'inizio degli anni Duemila, poi, i giochi online e quelli multigiocatore (resi possibili dal crescente numero di utenti connessi³²) invasero le neonate piattaforme *social*, spesso in forma gratuita, trasformandosi in *social game*³³ e contribuendo all'affermarsi del F2P e delle meccaniche *casual*. In Giappone, ad esempio, ciò accadde già nella prima metà del 2000³⁴ in occasione del debutto di *mixi*, uno dei primi "*Social Networking Service*" (SNS, sigla con cui sono chiamate le reti sociali all'interno del Paese), seguito a breve distanza di tempo dall'introduzione di *mobage*³⁵ e *GREE*³⁶. Il termine *social game* indica pertanto quei videogiochi di cui è possibile fruire solo previa iscrizione a un *social network* (del genere di quelli sopraelencati) e che, generalmente e in modo simile a molti *browser game*, permettono a più giocatori connessi di competere o cooperare insieme via Internet. In alcuni casi, inoltre, gli autori dei maggiori *browser game* seguirono l'esempio di *Achaea* e cominciarono ad abbandonare il tradizionale modello "in abbonamento" a favore di quello basato su microtransazioni³⁷, un cambiamento che si fece ancora più evidente nella seconda decade del secolo e in particolare a seguito dell'introduzione degli "acquisti *in-app*" nei giochi per smartphone³⁸. Il punto di svolta più grande giunse, infatti, nel 2007 con l'introduzione dell'iPhone, grazie al quale il mercato videoludico su dispositivi di telefonia mobile trovò un rinnovato vigore, raggiungendo un pubblico più ampio e attirando un numero cospicuo di sviluppatori, spesso dai budget iniziali ristretti. Il massiccio numero di utenti che questi dispositivi hanno permesso di avvicinare, con l'ubiquità che il *mobile gaming* prometteva, contribuì allo spostamento del paradigma di mercato dal precedente "*few-to-few*" a uno definito da Rayna e Striukova come "*many-to-many*" ("da molti, per molti")³⁹.

³¹ Vd. *supra* nota 26, p. 209.

³² *Ivi*, p. 208.

³³ Vd. *supra* nota 19, p. 67.

³⁴ Vd. *supra* nota 11, p. 72.

³⁵ Il nome deriva dall'unione di "*mobairu*" (dall'inglese per "*mobile*") e "*gēmu*" (per "*game*") e indica un portale e *social network* per giochi destinati ai telefoni cellulari. Il servizio appartiene a (ed è gestito da) DeNA, una delle aziende in seguito al centro del dibattito sulla possibilità di (auto)regolamentare i meccanismi a ricompensa casuale in Giappone.

³⁶ Un servizio di *social networking* integrato nei videogiochi per dispositivi mobili e operato dall'omonima compagnia.

³⁷ Vd. *supra* nota 3, pp. 27-28.

³⁸ Mistry, K., (2018). "P(I)aying to Win: Loot Boxes, Microtransaction Monetization, and a Proposal for Self-Regulation in the Video Game Industry". *Rutgers University Law Review*. Vol. 71 n. 1, p. 547.

³⁹ Vd. *supra* nota 19, p. 65.

A differenza del precedente, in cui il mercato casalingo era incentrato su un duopolio di aziende, in questo invece molti sviluppatori (spesso indipendenti), realizzano *app* che sono poi rese disponibili sui più disparati canali di distribuzione al fine di raggiungere il maggior numero possibile di utenti⁴⁰. Applicazioni che, malgrado inizialmente richiesero un acquisto (come da modello “*buy-to-play*”⁴¹, noto anche come B2P) o fossero distribuite in una particolare tipologia di F2P (quella “*shareware*” spiegata nel secondo paragrafo)⁴², presto spostarono interamente il loro centro di ricavi sul sistema a microtransazioni e su forme indirette di monetizzazione, così come riportato da Alexander Mann⁴³. Ciò avvenne con l’introduzione dei già citati “acquisti *in-app*” nella vetrina digitale di Apple⁴⁴, ovvero commissioni (di solito facoltative) richieste agli utenti in cambio di funzionalità aggiuntive o vantaggi in gioco. Introdotti prima per le applicazioni a pagamento (nel giugno del 2009) e poi per quelle gratuite (nel mese seguente), essi diedero l’idea di creare giochi “progressivi”⁴⁵ o “finiti a metà”⁴⁶. Alla seconda decade del secolo e alla luce delle espressioni appena esposte, quindi, è fatta risalire la nascita del concetto noto come “*Games as a Service*” (GaaS, in italiano “giochi come servizio”), trasposizione all’ambito videoludico del corrispettivo informatico “*Software as a Service*”⁴⁷ (SaaS o “software come servizio”) che nacque negli stessi anni nel campo delle tecnologie dell’informazione. Il nuovo concetto esprime l’idea per cui i videogiochi si starebbero evolvendo da titoli finalizzati e statici a prodotti modulari⁴⁸, ovvero in cui il titolo videoludico viene venduto “un pezzo alla volta”⁴⁹ e continua ad aggiornarsi e ad ampliarsi grazie alla pubblicazione costante di contenuti aggiuntivi. In sostanza, anziché aspettare di rilasciare un gioco completo e curato⁵⁰, sarebbe molto più efficace distribuire il gioco non appena esso abbia raggiunto un numero minimo di funzionalità. Questo prende così il nome di “*Minimum Viable Product*” (MVP o “prodotto minimo funzionante”)⁵¹ e il *feedback* da esso ottenuto è alla base delle modifiche da apportare per rifinire l’esperienza di gioco⁵².

⁴⁰ Vd. *supra* nota 19, p. 65.

⁴¹ Una spiegazione più dettagliata della differenza tra il modello “*buy-to-play*” o B2P, cioè della vendita al dettaglio, e quello indicato dall’espressione “*pay-to-play*” (P2P), esposta in precedenza, verrà illustrata nel successivo paragrafo.

⁴² Vd. *supra* nota 19, p. 67.

⁴³ Vd. *supra* nota 26, p. 209.

⁴⁴ Si fa riferimento qui all’App Store ma, con la nascita degli smartphone e tablet Android, gli stessi meccanismi furono resi disponibili anche agli sviluppatori intenzionati a realizzare applicazioni e giochi per la piattaforma di Google.

⁴⁵ Vd. *supra* nota 19, pp. 67-68.

⁴⁶ Vd. *supra* nota 26, p. 209.

⁴⁷ Vd. *supra* nota 19, p. 67.

⁴⁸ *Ivi*, p. 69.

⁴⁹ *Ivi*, p. 68.

⁵⁰ Cfr. p. 12.

⁵¹ Dillon, R. e Cohen, O., (2013). “The Evolution of Business Models in the Video Game Industry”. In: P. Mandal, ed. *Proceedings of the International Conference on Managing the Asian Century*, p. 103.

⁵² Vd. *supra* nota 19, p. 68.

Negli ultimi anni sviluppatori e case editrici hanno perciò cominciato a considerare i videogiochi come un servizio⁵³, anziché come un prodotto monouso, nei quali la presenza di “acquisti *in-app*” e microtransazioni permetterebbe loro di diminuire i costi di produzione, prolungare il ciclo vitale di ciascun prodotto e (di conseguenza) avere degli introiti teoricamente e praticamente illimitati⁵⁴. Questo approccio, e il fatto che i giochi siano ora fruibili ovunque e in maniera gratuita, comporta anche una facile mobilità degli utenti tra i diversi titoli disponibili che li porta a pagare per un servizio solo se esso fornisce del valore aggiunto all’utente⁵⁵ (un concetto sostenuto anche da Matsubara⁵⁶). Si tenga a mente, quindi, che per generare flussi di entrate regolari e compensare per il tempo e i costi di realizzazione, i creatori di prodotti videoludici hanno bisogno di dedizione costante da parte dei consumatori ai propri videogiochi⁵⁷ e allo stesso tempo di attrarre un gran numero di nuovi⁵⁸. A tale scopo è importante immergere l’utente nel gioco, fargli desiderare di divertirsi più di quanto esso sia in grado di offrire in maniera gratuita e, quindi, portarlo a sostenere una spesa addizionale⁵⁹. Questo avviene, di solito, per mezzo di tecniche quali la vendita di oggetti che permettono vantaggi concreti⁶⁰ oppure di quelli che velocizzano l’esperienza di gioco, superando gli ostacoli posti dagli sviluppatori per mettere pressione all’utente affinché spenda denaro per raggiungere gli obiettivi⁶¹. I giochi che seguono la logica GaaS, generalmente e di frequente, includono più di una tecnica di guadagno tra le quali si ritrovano: le microtransazioni, il “*freemium*”⁶², le pubblicità *in-app*, i servizi in abbonamento, i *season pass* e soprattutto i controversi “meccanismi a ricompensa casuale”⁶³. In quanto dispositivi di gioco, gli “*smart devices*”⁶⁴ hanno inoltre contribuito in modo decisivo alla diffusione dei *casual game* (o “giochi occasionali”)⁶⁵, accennati poc’anzi, ovvero di quei videogiochi generalmente poco impegnativi e dalle meccaniche di gioco semplici e di immediata comprensione.

⁵³ Vd. *supra* nota 38, p. 554.

⁵⁴ Vd. *supra* nota 22, p. 236.

⁵⁵ Vaudour, F. e Heinze, A., (2020). “Software as a service: Lessons from the video game industry”. *Global Business and Organizational Excellence*. Vol. 39 n. 2, p. 32.

⁵⁶ Vd. *supra* nota 11, pp. 74-75.

⁵⁷ Vd. *supra* nota 38, p. 554.

⁵⁸ Vd. *supra* nota 22, p. 235.

⁵⁹ Vd. *supra* nota 11, p. 76.

⁶⁰ Su questa questione, nota con l’espressione “*pay-to-win*”, si tornerà più volte nei prossimi capitoli.

⁶¹ Vd. *supra* nota 26, p. 210.

⁶² Un altro termine che, come si vedrà nel secondo paragrafo, indica la principale categoria di “*free-to-play*”.

⁶³ Vd. *supra* nota 55, pp. 32-33.

⁶⁴ L’espressione indica quei dispositivi elettronici “intelligenti” che, tramite l’accesso a Internet o ad altre tipologie di rete (quelle locali, ad esempio) o tecnologie (come il Bluetooth o la rete mobile) sono in grado di funzionare in autonomia ma anche di comunicare in maniera interattiva tra loro. In tale categoria rientrano, oggi, una grande varietà di dispositivi non limitati agli smartphone ma estesi sempre più alle cose e sono al centro di quello che è noto come *Internet of Things* (IoT, in italiano “Internet delle cose”), l’interconnessione e automatizzazione di oggetti del quotidiano.

⁶⁵ Vd. *supra* nota 3, pp. 20-21.

Un ulteriore merito di smartphone e tablet, nonché del livello di perfezionamento raggiunto dal genere F2P favorito dalle *app* presenti negli *store* digitali, è infine quello di aver reso popolare l'uso delle microtransazioni al punto che esse sono state introdotte anche nei giochi per *console* e PC⁶⁶. Il livello di maturazione che il mercato ha dimostrato di aver raggiunto ha motivato, negli ultimi anni, case editrici e sviluppatori nello sperimentare innovativi modelli di *business* in cui si ritrovano (tra gli altri) i *season pass* e i "meccanismi a ricompensa casuale" (come anticipato, al centro dello studio). Alcuni di questi, poi, assolverebbero altresì uno scopo secondario come nel caso degli *online pass* a cui sembra che le aziende facciano ricorso anche nel tentativo di contrastare il mercato dell'usato⁶⁷. Il motivo è che, includendo un "lasciapassare" per i servizi online nella forma di codice riscattabile su un unico profilo giocatore e incluso nel gioco al momento dell'acquisto, le compagnie riescono ad assicurarsi entrate aggiuntive nell'eventualità di giochi di seconda mano e nell'ipotesi in cui il giocatore sia interessato (o costretto dalle circostanze) ad avvalersi di suddette funzionalità.

Un principio analogo, in conclusione, si applica anche alle *app* realizzate per smartphone e tablet (oltre che ai giochi venduti in formato digitale⁶⁸) dal momento che ciascuno di questi può essere disabilitato a distanza, è legato a un singolo utente e non può essere prestato o rivenduto a terzi⁶⁹. In questo paragrafo, esaminandone lo sfondo storico ed economico, si è visto quindi come le case produttrici di videogiochi siano giunte oggi a ottenere profitti da un *mix* costituito da metodi di guadagno relativamente convenzionali (come il "*buy-to-play*", le microtransazioni, la pubblicità, i servizi in abbonamento e i *season pass*) e altri molto meno convenzionali (quali *loot box* e *gacha*)⁷⁰.

1.2 Una panoramica sulle tecniche di ricerca del profitto

Il presente paragrafo si occuperà di elencare ordinatamente, e di illustrare nel dettaglio, ciascuno dei modelli di monetizzazione che sono stati solo accennati nel precedente paragrafo in riferimento al periodo storico, o alla motivazione economica, dietro alla loro comparsa nel mercato videoludico. Il fine è, naturalmente, quello di provvedere a una chiara panoramica tipologica in cui collocare i meccanismi *loot box* e *gacha* che verranno poi spiegati approfonditamente nel paragrafo conclusivo. A tal proposito, le fonti disponibili rivelano come diversi autori abbiano operato in passato una loro classificazione e, grazie a essi, è attualmente possibile individuare un elevato numero di tipologie.

⁶⁶ Vd. *supra* nota 38, pp. 555-556.

⁶⁷ Malgrado il mercato dell'usato a prezzi inferiori rispetto a quelli di listino sia benefico per i consumatori, è chiaro come esso danneggi in realtà le industrie, le quali per rimanere competitive si vedono costrette ad abbassare i prezzi.

⁶⁸ Cfr. p. 15.

⁶⁹ Vd. *supra* nota 22, p. 233.

⁷⁰ Vd. *supra* nota 55, p. 39.

Si noti, tuttavia, che le categorie da essi individuate a tratti combaciano mentre altre volte la loro sovrapposibilità non è completa. In aggiunta a ciò, le distinzioni operate hanno presentato leggere differenze a causa della personale sensibilità e del punto di vista proprio di ognuno dei loro autori. Sulla base di questi due motivi, quindi, verranno ora esposti schematicamente i principali metodi di monetizzazione a cui il mercato videoludico fa ricorso, operando una sintesi delle diverse spiegazioni fornite dai già citati Chin Osathanunkul e Olsson, oltre che delle opinioni espresse da altri soggetti⁷¹. Osathanunkul avvia la propria classificazione sulla base dell'accessibilità che i titoli videoludici presentano nei confronti dei clienti, ovvero in considerazione della possibilità di accedere a una parte significativa della loro esperienza di gioco senza essere costretti a dover spendere del denaro⁷². Anche qui verrà dato spazio, innanzitutto, allo stesso genere di macro-categorizzazione e nel farlo verrà esposto il lavoro dell'autore che sarà integrato però dalle più recenti considerazioni sul tema. Si avrà modo di vedere, infatti, come il modello "*pay-to-play*" (già incontrato in precedenza⁷³) che Osathanunkul definì come quello tradizionale dell'industria, sia in realtà considerabile come una categoria a sé rispetto a quello "*buy-to-play*". In quest'ottica, le tipologie riscontrabili sono tre:

- "*Buy-to-Play*" (B2P, letteralmente "acquista per giocare"): Si riferisce a un modello aziendale per cui il pagamento avviene una *tantum* ("*one-time-payment*"), a seguito del quale la transazione può dirsi conclusa e il consumatore può accedere a, e riprodurre, il videogioco.
- "*Pay-to-Play*" (P2P, letteralmente "paga per giocare"): Indica quella categoria di giochi che, come specifica il nome, richiedono un pagamento per l'acquisizione del privilegio di godere di un determinato prodotto o servizio. Tuttavia, la differenza principale con il modello B2P è che questo termine ha cominciato a indicare, oggi, quei videogiochi in cui il pagamento è ricorrente (si ripensi, ad esempio, ai primi anni Novanta e a quanto detto sui giochi online⁷⁴).
- "*Free-to-Play*" (F2P, letteralmente "libero di giocare"): A differenza dei precedenti, questo modello permette ai giocatori di accedere a titoli che sono essenzialmente gratuiti, cioè che non richiedono una spesa iniziale, o perlomeno a una parte rilevante del loro contenuto⁷⁵.

Si noti comunque come questa prima forma di classificazione riguardi strettamente la modalità con cui il gioco viene fornito ai consumatori definito dalla necessità, o meno, di effettuare un acquisto. Björn Olsson e Louise Sidenblom circoscrissero⁷⁶ quindi le sei principali tecniche di ottenimento del profitto che le aziende attive nel settore utilizzano, le stesse delineate da Osathanunkul⁷⁷, e che verranno ora spiegate nel tentativo di inserirle in ciascuna delle più ampie categorie sopra esposte.

⁷¹ Si è fatto riferimento, nello specifico, ad alcune considerazioni espresse da Rayna e Striukova, Nieborg e Mistry.

⁷² Vd. *supra* nota 4, p. 39.

⁷³ Cfr. p. 11.

⁷⁴ Cfr. p. 12.

⁷⁵ Vd. *supra* nota 4, p. 40.

⁷⁶ Olsson, B. e Sidenblom, L., (2020). "Business Models for Video Games". pp. 20-23.

⁷⁷ Vd. *supra* nota 4, pp. 40-42.

Sulla base della definizione qui offerta di “*buy-to-play*”, è intuibile che a rientrare in questa categoria siano le strategie aziendali che per prime fecero la loro comparsa sul mercato, ovvero quella *retail* e la distribuzione digitale dei titoli videoludici, che oggi sono riscontrabili in prevalenza nei giochi destinati a *console* e *personal computer*. In breve, la differenza che intercorre tra essi è la seguente:

- Vendita al dettaglio (o *retail*): Si tratta del modello di vendita tradizionale basato sulla distribuzione fisica (in negozio o tramite spedizione postale⁷⁸) dei videogiochi, nella forma di cartucce, cassette, *floppy disk*, CD-ROM, DVD o dischi Blu-ray⁷⁹.
- Distribuzione digitale (o “*download* digitale”): Il principio di distribuzione è essenzialmente lo stesso del precedente, in quanto l’utente paga una sola volta per il prodotto, il quale però è ora disponibile come *download* digitale, pronto per essere scaricato sul proprio dispositivo. Il vantaggio principale è dato dal fatto che, a parità di costo, l’utente intenzionato all’acquisto ne può disporre in qualunque momento, senza preoccuparsi di trovare un rivenditore⁸⁰.

Si sarà inoltre notato come la descrizione che è stata offerta della categoria di distribuzione “*pay-to-play*” rispecchi quella delle tecniche di monetizzazione “a sottoscrizione” sfruttate nei primi giochi online, soprattutto quelli appartenenti al genere definito *massively-multiplayer online game*.

Vi sono, più specificatamente, due tipologie:

- *Subscription model* (o “modello in abbonamento”): In cui è richiesto il pagamento periodico (settimanale, mensile o annuale) di una quota, in cambio della possibilità di usufruire di uno specifico videogioco⁸¹. I ricavi sono generati da nuove registrazioni e, soprattutto, dal rinnovo di abbonamenti preesistenti che può essere eseguito automaticamente, ad esempio tramite addebito su carta di credito o conto corrente⁸².
- *Subscription service* (o “servizio in abbonamento”): A differenza del precedente, questa tecnica di guadagno prevede la sottoscrizione non più a un singolo gioco quanto piuttosto un abbonamento a servizi collegati, solitamente, a una piattaforma di gioco. Tramite il pagamento di una quota mensile, ad esempio, i giocatori possono avere accesso a tutti i videogiochi che l’azienda mette a disposizione⁸³ sia in locale che tramite streaming (si pensi al nuovo concetto di *cloud gaming*⁸⁴) oppure accedere a funzionalità online (*online pass*).

A prescindere da quale venga impiegata, uno degli obiettivi di tali tecniche è accrescere la fedeltà e il coinvolgimento degli utenti⁸⁵, esigenze anche alla base del concetto di GaaS esposto in precedenza.

⁷⁸ Vd. *supra* nota 76, p. 20.

⁷⁹ Vd. *supra* nota 4, pp. 40-41.

⁸⁰ Vd. *supra* nota 55, p. 32.

⁸¹ Vd. *supra* nota 76, p. 21.

⁸² Vd. *supra* nota 4, p. 41.

⁸³ Vd. *supra* nota 55, p. 32.

⁸⁴ Il *cloud gaming* è una modalità di gioco basata sull’esecuzione dei titoli videoludici su un *server* remoto che, quindi, vengono trasmessi al dispositivo dell’utente affinché vi possa giocare. Il vantaggio è quello di poter accedere a un vasto parco di titoli senza che vi sia la necessità di possedere o acquistare una *console* di gioco. Tuttavia, è essenziale disporre di un collegamento a Internet che deve essere, inoltre, abbastanza potente da riuscire a sostenere lo *streaming* dei dati.

⁸⁵ Vd. *supra* nota 55, p. 32.

Il genere noto come “*free-to-play*”, a sua volta e secondo Osathanunkul⁸⁶, ingloberebbe al suo interno almeno quattro sottocategorie ma solo due rivestono un ruolo di interesse nella presente trattazione dal momento che sono quelle che, più di frequente, si ritrovano nel mercato videoludico. Indicate dai termini “*shareware*” e “*freemium*”, già incontrati in precedenza, sono così definite:

- “*Shareware*” (letteralmente “software condiviso”): Si riferisce, in breve, a una versione di prova gratuita. Il motivo che spinge alla diffusione di una versione *demo* è convincere i clienti ad acquistare la versione completa del prodotto o servizio offerto (di solito del genere B2P o P2P) al termine di un periodo di prova limitato temporalmente e nelle funzionalità⁸⁷. Si noti che, prima dell’introduzione degli “acquisti *in-app*”, molte applicazioni e giochi *mobile* presentavano una doppia versione, a pagamento (“*buy-to-play*”) e di prova (“*shareware*”)⁸⁸.
- “*Freemium*” (dall’unione di “*free*” per gratis e “*premium*” o “a pagamento”): Si riferisce a un prodotto o servizio completamente funzionale e fornito gratuitamente, ma in cui pagamenti addizionali sono richiesti per funzionalità aggiuntive o beni virtuali⁸⁹. In altre parole, i giochi distribuiti secondo questa tecnica (tipica del mercato mobile) non sono del tutto gratuiti ma, piuttosto, presentano un “tariffa in due parti”⁹⁰. In base a questa, nulla viene pagato per la versione base del gioco (la parte fissa della tariffa, pari perciò a zero) e gli sviluppatori fanno affidamento sugli “acquisti *in-app*” (la parte variabile) come fonte principale di entrate. In sintesi, i titoli distribuiti secondo questo modello oggi dipendono strettamente da una combinazione di microtransazioni (spiegate in dettaglio più avanti) e, soprattutto, dai pagamenti “*in-app*” resi disponibili sui *marketplace* mobili a partire dal 2008 e 2009⁹¹.

Una considerazione aggiuntiva a quanto detto, e anticipatoria rispetto a quanto verrà descritto nelle prossime pagine, si rende necessaria a causa della natura che (a volte) caratterizza gli oggetti ottenuti da una microtransazione (sia essa un “acquisto *in-app*”, il contenuto di un DLC o altro).

In determinate circostanze, infatti, il secondo dei due modelli di distribuzione appena esposti viene definito, in maniera dispregiativa, anche come “*pay-to-win*” (traducibile all’incirca come “paga per vincere”). Ciò avviene, come sottolineato da Kishan Mistry⁹², perché a volte le microtransazioni *ivi* contenute incentiverebbero i giocatori ad acquistare oggetti virtuali che, nel contesto di gioco, permettono loro di ottenere un vantaggio competitivo rispetto ai giocatori che non ne dispongono. Questa possibilità di acquistare oggetti unici, quindi, oltre a scoraggiare lo sviluppo delle proprie abilità, finirebbe naturalmente con l’avvantaggiare i giocatori con maggiore potere d’acquisto⁹³.

⁸⁶ Vd. *supra* nota 4, p. 40.

⁸⁷ *Ibidem*.

⁸⁸ Vd. *supra* nota 19, p. 67.

⁸⁹ Vd. *supra* nota 4, p. 40.

⁹⁰ Vd. *supra* nota 19, p. 70.

⁹¹ Cfr. p. 16.

⁹² Vd. *supra* nota 38, p. 542.

⁹³ Vd. *supra* nota 55, p. 39.

Una tecnica di guadagno che Osathanunkul⁹⁴, Fanny Vaudour e Aleksej Heinze⁹⁵ affermano essere spesso usata all'interno dei giochi "free-to-play" e mobile è, poi, quella di ottenere ricavi indiretti dall'inserimento di pubblicità all'interno dei propri titoli e che, quindi, prende il nome di *advertising model for video games*⁹⁶ o, in forma contratta, "advergaming"⁹⁷ o semplicemente *advertising model*. Indipendentemente dal modo in cui viene indicato, comunque, questo modello si basa sul mostrare i nomi di *brand*, sponsor e compagnie affiliate nella propria applicazione (ad esempio nel contesto di gioco o in fase di caricamento) e misurando quante volte l'annuncio è stato visualizzato e aperto⁹⁸. In alcuni videogiochi, come quelli "freemium", questa pubblicità può essere anche impiegata per promuovere determinate tipologie di microtransazioni e spingere l'utente a effettuare l'acquisto⁹⁹. All'interno di questa tecnica, perciò, la fonte primaria di guadagno non risiede nei ricavi ottenuti dagli utenti finali ma in quelli ottenuti dagli inserzionisti, le cui attese devono essere soddisfatte¹⁰⁰. Il focus del paragrafo si sposterà ora sull'esposizione di cosa è il modello di *business* basato su microtransazioni, nonché sull'elencazione delle principali strategie che si sono sviluppate negli anni. Questo modello è basato sulla possibilità, per i giocatori, di acquistare componenti supplementari (come beni virtuali, nuove sfide, nuovi personaggi e così via) o valuta digitale¹⁰¹ che migliorino la loro esperienza di gioco¹⁰² per mezzo di micropagamenti¹⁰³ con valuta reale. Gli oggetti virtuali e le valute di gioco acquistate in questo modo non possono però essere riconvertiti in denaro corrente¹⁰⁴. Vaudour e Heinze sostengono¹⁰⁵, inoltre, come il ricorso a microtransazioni e "acquisti *in-app*" contribuisca ad aumentare il coinvolgimento dei consumatori tramite l'offerta di funzionalità che estendono il gioco e oggetti che, a volte, possono anche attribuire loro vantaggi sugli avversari¹⁰⁶. Si ha avuto modo di vedere nel primo paragrafo come i modelli di monetizzazione solitamente fatti rientrare nella più generale categoria delle microtransazioni siano molteplici, ed essi comprendono:

⁹⁴ Vd. *supra* nota 4, p. 41.

⁹⁵ Vd. *supra* nota 55, p. 33.

⁹⁶ Vd. *supra* nota 76, p. 23.

⁹⁷ Vd. *supra* nota 55, p. 32.

⁹⁸ Vd. *supra* nota 76, p. 23.

⁹⁹ Vd. *supra* nota 55, p. 33.

¹⁰⁰ Vd. *supra* nota 76, p. 23.

¹⁰¹ Cfr. p. 13.

¹⁰² Vd. *supra* nota 76, p. 22.

¹⁰³ Un micropagamento, come suggerisce il nome, indica il trasferimento di una modesta quantità di denaro (di solito pari a pochi centesimi, o al più qualche euro, se si tratta di "acquisti *in-app*" ma che può raggiungere cifre considerevoli nel caso di DLC e *season pass* destinati a giochi per *console* e PC). Definizione tratta dal vocabolario Treccani, disponibile alla pagina: https://www.treccani.it/vocabolario/micropagamento_%28Neologismi%29/

¹⁰⁴ Vd. *supra* nota 4, p. 41.

¹⁰⁵ Vd. *supra* nota 55, p. 32.

¹⁰⁶ Cfr. p. 21.

- *Downloadable Content* (o DLC, letteralmente “contenuti scaricabili”): Questo è un termine molto ampio che comprende qualunque componente *extra* di un videogioco che l’utente può acquistare dall’editore o da altri autori da esso autorizzati (una precisazione necessaria a distinguerne il contenuto da quello prodotto in modo amatoriale da utenti della comunità). I contenuti di gioco aggiuntivi includono, tipicamente, nuove aree o mappe che i giocatori possono esplorare, nuove armi, armature, oggetti, personaggi oppure nuove funzionalità¹⁰⁷. Ciò che conta, e che distingue i DLC dagli *add-on*, è che questi vengono distribuiti in formato digitale al giocatore che li acquista e scarica per ampliare e prolungare l’esperienza di gioco.
- *Expansion Pack* o *Add-on* (“pacchetto d’espansione” o “componente aggiuntivo”): Il principio di funzionamento dei “pacchetti d’espansione” è sostanzialmente lo stesso di quello dei DLC e, infatti, spesso i due termini sono usati in modo intercambiabile. Vi è, nondimeno, una sostanziale differenza data dal fatto che questi ultimi sono spesso un prodotto separato che si basa su un gioco esistente per aggiungere nuove funzionalità degne di nota (ad esempio, ampliando la storia del gioco base) mentre quelle ottenute dall’acquisto di un DLC sarebbero, in origine, solo modifiche marginali o estetiche al *gameplay*. Infine, storicamente le espansioni sono sempre state rese disponibili su supporti fisici da acquistare “a parte” e solo di recente hanno cominciato a essere disponibili sotto forma di *download* digitale mentre i *downloadable content* hanno sempre sfruttato questo mezzo di distribuzione.
- *In-game currency* (in italiano tradotto come “valuta di gioco”): Quest’espressione indica una valuta di gioco digitale e “fittizia” che, cioè, non ha (in teoria, come si vedrà al centro della trattazione) un corrispettivo valore monetario nel mondo reale. Tali valute di gioco sono solitamente ritratte come beni a cui è facilmente attribuibile un valore (quali oro, gemme e simili) e possono essere ottenute in gioco o acquistate per denaro reale. Questa valuta viene quindi spesa per potenziamenti, miglioramenti e per velocizzare l’esperienza di gioco ma sempre più spesso è sfruttata *in tandem* con i successivi “meccanismi a ricompensa casuale”.
- *Season/Battle pass* (rispettivamente “*pass*/abbonamento stagionale” e “*pass*/abbonamento battaglia”): I due termini sono tra loro simili e, in particolare, il secondo ha avuto origine dal primo e quindi sono qui esposti insieme. I *season pass* sono definibili, secondo quanto riportato da Mistry, come licenze digitali che i giocatori possono acquistare per assicurarsi la possibilità di scaricare tutti i (o un set dei) DLC e delle espansioni che il produttore del titolo prevede di rilasciare nei mesi, o negli anni, successivi alla data di pubblicazione del gioco¹⁰⁸. I “*pass* stagionali” permettono, quindi, l’acquisto unificato (e solitamente a prezzo scontato) di contenuti di interesse per il consumatore, evitando così il ricorso ad acquisti individuali¹⁰⁹. A seguito dell’acquisto di un *battle pass*, similmente, l’utente può ottenere molteplici DLC e oggetti virtuali la cui distribuzione non è però garantita, a differenza di quanto avviene nei “*pass* stagionali”, ma è legata al conseguimento di traguardi di gioco da parte del giocatore. Si può intuire, quindi, come i *battle pass* siano una tecnica di ricerca del profitto che, pur garantendo entrate addizionali e continue all’azienda offerente, presenta dal punto di vista dei consumatori un maggiore grado di intrattenimento che concorre a fidelizzarlo al gioco.

¹⁰⁷ Vd. *supra* nota 38, p. 549.

¹⁰⁸ *Ibidem*.

¹⁰⁹ Vd. *supra* nota 55, p. 33.

- *Random Reward Mechanism*¹¹⁰ (letteralmente “meccanismi a ricompensa casuale”): In poche parole i “meccanismi a ricompensa casuale” indicano particolari meccaniche di gioco che elargiscono all’utente oggetti di gioco (in particolare nel caso delle “*loot box*”) o personaggi giocabili (tipico nei “*gacha game*” giapponesi) intangibili e stabiliti casualmente. Il contenuto di ogni RRM dipende, quindi, dalla sorte e perciò gli acquirenti non hanno idea di cosa otterranno fino al termine della transazione. Il desiderio e la presenza di offerte a tempo, come si vedrà, aumentano la pressione posta sui giocatori a effettuare l’acquisto¹¹¹.

Si noti che alcuni autori, come Kishan Mistry¹¹², tendono a incorporare all’interno della categoria dei DLC anche *expansion pack* e *season pass*, ma si è qui preferito esporli in maniera differenziata. In conclusione, l’ultima tecnica di guadagno che Osathanukul, Olsson e Sidenblom individuano è costituita da quella che essi definiscono come “*player-to-player trading*” (o “commercio tra utenti”). Il principio alla base di questo modello è quello di consentire al cliente di acquistare, tramite valuta del mondo reale (come nel caso delle microtransazioni), oggetti o valuta di gioco. Utilizzando quest’ultima come moneta di scambio, poi, i giocatori possono commerciare i beni virtuali per altra valuta virtuale che può quindi essere riconvertita in denaro corrente¹¹³. All’interno dell’economia che viene a crearsi grazie a questa modalità, le società videoludiche traggono profitto dagli acquisti che avvengono tra i consumatori all’interno del contesto di gioco agendo come una sorta di banca¹¹⁴.

1.3 Analisi di *loot box* e *gacha*

Unendo le informazioni espresse nel primo paragrafo (circa lo sviluppo storico degli attuali modelli di monetizzazione) e quelle contenute nel precedente (sulla classificazione di ciascuno di essi), si ha avuto modo di vedere come le *loot box* e i *gacha* costituiscano un fenomeno relativamente recente. Verrà infatti ribadito anche nell’ultimo capitolo, nell’esposizione dello sviluppo che il dibattito sulla necessità di regolare questi meccanismi ha avuto in Giappone, come entrambi si consolidarono nella seconda decade del secolo, in particolare grazie allo sviluppo esponenziale del *mobile gaming*. A voler essere più specifici, le *loot box* apparvero sul mercato videoludico occidentale nel biennio 2010-2011, quando i giochi distribuiti per *console* e PC cominciarono a includere in misura sempre maggiore quelle stesse tecniche addizionali di guadagno che il segmento *mobile* aveva inaugurato. Uno dei primi esempi è rappresentato dal gioco *Team Fortress 2* (prodotto da Valve Corporation) che nel 2010 abbandonò il modello di vendita B2P a favore di uno F2P basato su microtransazioni.

¹¹⁰ Si noti che quest’espressione è stata coniata solo nel 2019, nello studio di Rune Kristian Lundedal Nielsen e Pawel Grabarczyk per definire se il meccanismo alla base delle *loot box* possa essere considerato come gioco d’azzardo.

¹¹¹ Vd. *supra* nota 55, p. 33.

¹¹² Vd. *supra* nota 38, p. 549.

¹¹³ Vd. *supra* nota 4, p. 42.

¹¹⁴ Vd. *supra* nota 76, p. 22.

A breve distanza di tempo, vi fu anche l'introduzione dei primi mercati digitali per la rivendita degli oggetti di gioco (benché offerti dalle stesse compagnie sviluppatrici, come nel caso del modello "player-to-player trading") che permisero la compravendita degli oggetti ottenuti dalle *loot box*¹¹⁵. Sulle origini dei *gacha* le fonti disponibili sono concordi nel sostenere che essi risalgano a prima della nascita delle *loot box* e che abbiano persino anticipato l'avvento dei moderni smartphone e tablet¹¹⁶. A tal proposito, ci si riferisce qui a quanto riportato da Marco Josef Koeder ed Ema Tanaka poiché i loro studi saranno parte dell'analisi operata nel secondo capitolo. Secondo i due autori, infatti, la meccanica *gacha* avrebbe visto la luce nel mercato videoludico giapponese già nel 2004 con il gioco *Maple Story*¹¹⁷ ma questa si affermò a partire dal 2010, fino a divenire la prima fonte di guadagno. A differenza delle controparti europee e americane, quindi, all'inizio del nuovo millennio le case sviluppatrici giapponesi introdussero, con i *gacha*, un particolare modello di monetizzazione altamente innovativo all'interno dei propri giochi "free-to-play". In esso, infatti, gli utenti erano (e sono) costretti a prendere parte a una lotteria¹¹⁸ a pagamento per avere una possibilità di ottenere l'oggetto o l'eroe desiderato, anziché poterli acquistare direttamente tramite "acquisti in-app"¹¹⁹.

1.3.1 Similitudini e differenze tra i due modelli

Si sarà già compreso, da quanto anticipato nell'introduzione¹²⁰ e sostenuto poc'anzi, qual è il punto che più di tutti accomuna le meccaniche *loot box* e *gacha*, ovvero il fatto che in entrambi i meccanismi il giocatore paga per degli artefatti virtuali che sono però determinati su base aleatoria. Si noti tuttavia che, malgrado nelle prossime pagine si farà sovente riferimento a essi in modo quasi intercambiabile, *loot box* e *gacha* presentano nondimeno alcuni aspetti peculiari che li distinguono. Viene da chiedersi, quindi, quali siano le differenze che intercorrono tra i due tali da motivare una diversa terminologia e il motivo è da ricercarsi innanzitutto nel principio "raffigurativo" da cui essi traggono ispirazione per il proprio funzionamento, nonché dalla tipologia di beni che essi forniscono. Il termine stesso di "*loot box*", traducibile come "forziere (o cassa) contenente un bottino", esprime già in sé la logica che vi sta dietro visto che questo meccanismo è normalmente offerto visivamente all'utente sotto forma di contenitore di oggetti digitali (come equipaggiamenti, armi, valute ecc.).

¹¹⁵ Su questa questione si tornerà all'interno del secondo capitolo, nell'esposizione del ruolo rivestito dalla presenza di mercati secondari quali il "Mercato della Comunità" di Steam nell'attribuzione di un "valore reale" agli oggetti di gioco.

¹¹⁶ Koeder, M. J. e Tanaka, E., (2017). "Game of chance elements in free-to-play mobile games. A freemium business model monetization tool in need of self-regulation?". *28th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Competition and Regulation in the Information Age"*. Sezione 2.

¹¹⁷ *Ivi*, sezione 3.1.

¹¹⁸ *Vd. supra* nota 11, p. 77.

¹¹⁹ *Vd. supra* nota 116, sezione 3.1.

¹²⁰ *Cfr.* p. 5.

Se il meccanismo appena esposto ricorda, in un certo senso, quello dei pacchetti di figurine o carte collezionabili, viceversa quello noto come “*gacha*” deve il suo nome – e trae ispirazione – dai classici distributori automatici di giocattoli che in Giappone prendono il nome di “*gachapon*” o “*gashapon*”. Quest’ultimo termine è una combinazione delle onomatopee “*gacha*”, che indica il suono prodotto dalla manovella del distributore quando viene ruotata, e “*pon*” ovvero il tonfo creato dalla capsula di plastica contenente il giocattolo (o altro *gadget*) che cade nel vassoio di raccolta posto in basso¹²¹. Un’ulteriore differenza è delineata dal fatto che, storicamente, una singola *loot box* prevede (in quando imitazione virtuale di un forziere o di un bottino) la possibilità di ottenere molteplici oggetti dalla sua apertura. Questi oggetti, inoltre, di solito ricoprono un ruolo solo marginale nel contesto di gioco¹²² e ciò rende possibile evitare il ricorso al loro acquisto se l’utente non lo ritiene opportuno. All’interno di un *gacha*, invece, è racchiuso uno e un solo artefatto (proprio come accade nei distributori fisici di giocattoli, tanto comuni in Giappone) che è qui costituito da un personaggio di gioco, attorno a cui ruota spesso l’esperienza ludica e che rende così meno facile evitare l’acquisto. Si rende necessario specificare, tuttavia, che questa distinzione sta venendo meno all’interno degli ultimi videogiochi lanciati sul mercato; ne è un esempio *Genshin Impact*¹²³, un recente *gacha game* in cui gli oggetti ottenibili possono essere sia eroi che armi ed equipaggiamenti (si veda la Figura 1).



Figura 1 - Risultato dell’apertura consecutiva di dieci *gacha* su *Genshin Impact*

In entrambi i meccanismi, comunque, il giocatore può tipicamente accedere alla *loot box* o al *gacha* sia in modo gratuito sia a pagamento tramite denaro reale e, proprio nella differente modalità d’accesso, è riscontrabile la differenza più significativa tra i due “meccanismi a ricompensa casuale”.

¹²¹ Schwiddessen, S., (2018). “Loot Boxes in Japan: Legal Analysis and Kompu Gacha Explained”. *Interactive Entertainment Law Review*.

¹²² In altre parole, gli oggetti contenuti in una *loot box* possederebbero una natura prevalentemente cosmetica (cioè di personalizzazione grafica dell’esperienza di gioco) o, comunque, il fatto di non possederli non intaccherebbe in modo significativo la capacità del giocatore di progredire all’interno del titolo videoludico in questione.

¹²³ Videogioco multiplatforma realizzato dallo studio cinese miHoYo e pubblicato globalmente il 28 settembre 2020.

Malgrado il principio di determinazione degli oggetti in essi contenuti sia sostanzialmente identico, ed entrambi siano resi disponibili anche in maniera gratuita¹²⁴, le *loot box* possono essere acquistate direttamente per denaro reale mentre i *gacha* richiedono sempre l'utilizzo di una valuta¹²⁵ di gioco. Questa valuta virtuale e limitata al contesto di gioco può, a sua volta, essere ottenuta gratuitamente (benché in quantità limitata) durante l'avanzamento nella storia o al raggiungimento di un traguardo oppure essere acquistata dall'utente in cambio di denaro reale. A tal proposito, si ricordi che, a volte, quella guadagnata durante il *gameplay* e quella acquistata per soldi reali sono chiaramente distinte all'interno dei videogiochi (si osservi la Figura 2), come già avvenne in *Achaea* nel lontano 1997¹²⁶.



Figura 2 - Schermata di *Ensemble Stars!! Music* in cui è visibile (sulla destra) la distinzione tra valuta gratuita e acquistata

Il motivo di questa distinzione è che alcuni videogiochi (in particolare *gacha game* F2P distribuiti sul mercato nipponico) prevedono, a volte, la possibilità di accedere al meccanismo in questione solo per mezzo dell'utilizzo della valuta a pagamento, e non di entrambe come avverrebbe normalmente. Se si osserva la Figura 2, ad esempio, si può notare che i primi due *banner*¹²⁷ sulla sinistra permettono l'accesso al relativo *gacha* una sola volta per persona (*"hitori ikkai"*) ed esclusivamente tramite diamanti (la valuta del caso in esame) precedentemente acquistati (*"yūshō daya gentei"*). In giapponese queste due valute vengono quindi distinte a schermo per mezzo dei termini *"muryō"* (letteralmente *"gratis"*) e *"yūshō"*¹²⁸ (o *"a pagamento"*) e un *gacha game* che prevede al suo interno la tipologia sopra esposta è perciò chiamato spesso dai giocatori con l'espressione *"yūshō gacha"*.

¹²⁴ Alcuni videogiochi, infatti, ricompensano l'utente per mezzo del conferimento di una *loot box* al conseguimento di determinati obiettivi di gioco. Altri, invece, mettono a disposizione la possibilità di accedere a un *gacha* gratuitamente o a prezzo scontato per un periodo di tempo limitato (ad esempio una volta al giorno, nel gergo *"daily"* da *"giornaliera"*).

¹²⁵ Cfr. p. 13.

¹²⁶ *Ibidem*.

¹²⁷ Il termine indica ciascun meccanismo *gacha* a cui l'utente può, in un determinato momento, prendere parte.

¹²⁸ Si noti che, in questo contesto, per indicare la natura a pagamento della transazione viene utilizzato il termine giapponese *"yūshō"* anziché il più comune *"yūryō"* e il motivo è attribuibile al fatto che il primo dei due è utilizzato,

Anche nell'ipotesi in cui le valute siano gestite come un'unica entità indifferenziata, questi giochi sono chiamati "a pagamento" ("yūryō") se la moneta di gioco è anche acquistabile per denaro reale. Si noti comunque che le differenze tra i meccanismi *loot box* e *gacha* fin qui esposte sono, tuttavia, marginali e, pertanto, il presente elaborato li tratterà prima in modo intercambiabile e poi facendoli rientrare nella più ampia categoria dei *random reward mechanism*. All'interno degli ultimi due capitoli, nondimeno, ci si riferirà specificatamente alle *loot box* nel discorso relativo ai paesi europei, agli Stati Uniti e all'Australia mentre si preferirà il termine *gacha* illustrando il caso giapponese.

1.3.2 Tipologie di *gacha*

Si è pensato fin qui a contestualizzare storicamente e tipologicamente quelle tecniche di ricerca del profitto note come *loot box* e *gacha*, sempre più protagoniste dei videogiochi per *console* e PC (nel primo caso) o che hanno fatto la fortuna degli sviluppatori negli ultimi anni (nel secondo caso).

Il presente paragrafo, posto a conclusione del quadro di riferimento, illustrerà quindi le varianti della meccanica *gacha* che aziende e sviluppatori nipponici hanno elaborato nel corso degli anni e il fine è quello di poter inquadrare meglio l'unico tipo che, come si osserverà, è stato oggetto di scrutinio. Allo scopo di orientarsi tra la manciata di alternative disponibili, verrà qui riportata la classificazione operata dal Dr. Serkan Toto, fondatore e amministratore delegato di Kantan Games Inc.¹²⁹, dal momento che nei prossimi capitoli si farà riferimento anche ad altri articoli scritti dallo stesso autore sul proprio *blog* personale. In un *post*¹³⁰ risalente al 14 marzo 2016, Toto classifica così i generi:

- *Kompu gacha* (dall'inglese per "complete *gacha*" o "*gacha* a completamento"): Questa implementazione del meccanismo prevedeva l'offerta, da parte degli sviluppatori, di un oggetto di gioco (o di un personaggio) altamente raro e desiderabile che veniva, tuttavia, conferito solo agli utenti che fossero riusciti a collezionare un determinato *set* di beni virtuali. Oggetti che, a loro volta, erano ottenibili da un *gacha* a pagamento. Questa meccanica si rivelò tanto semplice da adottare per le aziende quanto pericolosa per i consumatori, dal momento che – essendo il risultato basato sulla fortuna – il numero di acquisti richiesto per collezionare ciascuno di essi era potenzialmente infinito. Il *kompu gacha*, come si vedrà nell'ultimo capitolo, sparì dalla circolazione nel 2012 a seguito di pesanti critiche mosse dal pubblico e dell'intervento della *Shōhisha-chō* (in italiano "Agenzia a tutela dei consumatori"). All'interno dello stesso capitolo si noterà, inoltre, come negli anni siano state ideate molte varianti di tale meccanica basate sullo stesso principio di funzionamento a cui, tuttavia, gli sviluppatori dovrebbero evitare di fare ricorso per non provocare l'ingerenza delle autorità.

(segue nota) di solito, per compensazioni anche non-monetarie. Visto che nei *yūshō gacha* il pagamento avviene per mezzo di una valuta di gioco virtuale rappresentata nei modi più disparati, "yūshō" è pertanto il termine più appropriato.

¹²⁹ Un'azienda di specializzata in consulenza in ambito videoludico con sede a Tokyo.

¹³⁰ Serkan, T., (2016). "How Japanese Mobile Game Makers Go After Whales: 5 Popular Gacha Mechanics". *Kantan Games Inc. CEO Blog*.

- *Package gacha* o *Box gacha* (traducibile come “*gacha* a scatola chiusa”): Il montepremi di elementi e personaggi ottenibili da questa tipologia è costituito da un insieme prestabilito e finito di artefatti virtuali le cui probabilità di ottenimento, a differenza del precedente, sono note. Man mano che gli oggetti vengono estratti dall’utente, inoltre, questi vengono rimossi dal montepremi disponibile e, pertanto, la probabilità di ricevere quello desiderato aumenta. In tal modo, i consumatori possono prevedere che la probabilità di aggiudicarsi oggetti rari aumenti a ogni iterazione del meccanismo, poiché quelli acquisibili vanno via via diminuendo. In questo scenario, l’utente (a condizione che sia disposto a, o possa permettersi di, spendere abbastanza) può stimare quanto costerebbe ottenere tutti gli oggetti del *gacha* (o uno specifico tra di essi nel caso in cui egli sia davvero sfortunato). Questa implementazione sarebbe anche meno soggetta a potenziali critiche e misure restrittive poiché il suo funzionamento non prevede la possibilità per l’utente di spendere soldi illimitatamente.
- *Step-up gacha* (traducibile come “*gacha* a livelli crescenti” o “*gacha* multilivello”): In poche parole, all’interno del “*gacha* multilivello” le possibilità per il giocatore di ottenere un artefatto raro e prezioso aumentano dopo ogni tentativo. Questo meccanismo si è rivelato piuttosto efficace nel caso del mercato giapponese, dove la sensazione di una posta in gioco che continua ad aumentare ha portato un cospicuo numero di utenti a spendere somme considerevoli di denaro. In tale contesto, i consumatori devono essere (psicologicamente e, soprattutto, economicamente) pronti a spendere una grande quantità di valuta virtuale (e quindi, nella maggior parte dei casi, soldi reali) su un *gacha* in cui, solitamente, il primo *step* viene offerto in maniera gratuita (oppure a prezzo scontato) e i successivi a “prezzo pieno”. In questo tipo di *gacha*, al completamento dell’ultimo livello, l’utente ha due scelte: smettere di giocare (anche se non ha trovato l’artefatto desiderato) o ricominciare da capo.
- *Consecutive gacha* (letteralmente “*gacha* consecutivi”): Il concetto di “*gacha* consecutivo” è molto semplice e si basa, come il nome fa intuire, sul prevedere la possibilità per il giocatore che ne ha disponibilità economica di poter accedere a più di un *gacha* simultaneamente (di solito a cinque o, più spesso, dieci di essi) anziché obbligarlo a effettuare molte “pescate”¹³¹. Un esempio di dieci pescate *gacha* consecutive è già stato mostrato in precedenza, quando si è discusso a proposito del videogioco *Genshin Impact* (si faccia riferimento alla Figura 1) ma un altro concetto che, come riportato dallo stesso Serkan Toto, sarebbe strettamente legato a questo meccanismo è quello dei cosiddetti “*scratch gacha*” (o “*gacha* gratta e vinci”). Questo termine in origine faceva riferimento a una particolare modalità di gioco per cui, in seguito a una pescata consecutiva, veniva assegnato agli utenti un certo numero di punti che garantivano loro la possibilità di grattare virtualmente una scheda e scoprire quali oggetti esclusivi avevano vinto. Al giorno d’oggi un meccanismo simile è utilizzato non solo all’interno di *banner* con pescate multiple, ma anche in combinazione al modello multilivello (come in Figura 3), tramite l’assegnazione di beni virtuali (o, in alternativa, della possibilità di effettuare altre pescate gratuite). Il fine è quello di incentivare l’utente a spendere denaro.

¹³¹ Il gesto di prendere parte a un meccanismo *gacha* nello *slang* dei videogiocatori viene chiamato “pescata” (dal corrispettivo inglese “*draw*” per “tirare” ma anche “riscuotere”) poiché, tramite esso, l’utente figurativamente “pesca” o “attinge” a uno o più beni virtuali tra molti.



Figura 3 - *Gacha* multilivello con bonus aggiuntivi in *Dragon Ball Legends*

- *Sugoroku gacha*: Questo metodo combina il principio di funzionamento alla base dei “meccanismi a ricompensa casuale” con quello del *sugoroku*, l’equivalente tradizionale giapponese del gioco da tavolo “scale e serpenti” oppure del popolare “gioco dell’oca”. Allo stesso modo, infatti, anche qui l’obiettivo è quello di spostare un personaggio su un tabellone di gioco costituito da diversi quadranti (ciascuno dei quali contiene un premio ottenibile in seguito al loro raggiungimento o superamento), fino ad arrivare alla casella finale, quella che contiene la ricompensa di maggior valore. Il numero di caselle percorso all’interno del gioco è subordinato all’acquisto di una pescata *gacha*, dal momento che è determinato dal lancio di un dado o dall’attivazione di un altro meccanismo basato sulla sorte (ad esempio una ruota della fortuna o una *slot machine* virtuale) successivo ad esso.

Quelle fin qui esposte sono, perciò, le principali tipologie di implementazione del modello *gacha* che è possibile ritrovare all’interno dei *mobile game* distribuiti all’interno del mercato nipponico e che, insieme alle *loot box*, sono state e continuano ad essere argomento di discussione a livello globale. Il motivo alla base della controversia, come anticipato nell’introduzione¹³² e ribadito nel secondo capitolo, riguarda la loro natura aleatoria e le loro peculiarità che ricalcherebbero eccessivamente quelle di forme tradizionali di gioco d’azzardo. In conclusione, è proprio su questa plausibile sovrapposibilità che si basano le preoccupazioni sollevate da più parti, accentuate dal fatto che i titoli videoludici che includono queste meccaniche sono frequentemente fruiti da bambini e ragazzi.

¹³² Cfr. p. 5.

Capitolo 2: *Random Reward Mechanism* e gioco d'azzardo

In questo capitolo verrà esaminata la letteratura accademica a carattere prevalentemente psicologico, ma anche tecnico e scientifico, sui cosiddetti “*Random Reward Mechanisms*” (RRM) o “meccanismi a ricompensa casuale” già anticipati all’interno del capitolo precedente.

Sulla base della disamina della bibliografia disponibile in materia, elaborata in anni recenti da ricorrenti figure di spicco come gli psicologi Mark D. Griffiths, Daniel L. King e il professor Paul H. Delfabbro tra gli altri, verranno esposte le caratteristiche strutturali e i meccanismi psicologici che tali sistemi condividono – o non condividono – con il gioco d'azzardo in senso classico.

Il fine è quello di stabilire se esiste una correlazione tra i due fenomeni che fornisca una logica a, e motivi, i recenti tentativi di regolarizzazione degli stessi attuati da diverse giurisdizioni nel mondo.

Il paragrafo 2.1 tratterà le ragioni dalle quali scaturiscono le preoccupazioni nei confronti dei “meccanismi a ricompensa casuale” che hanno portato alla nascita di una discussione accademica prima e, come vedremo nel terzo capitolo, legislativa poi. Il paragrafo 2.2 fornirà, quindi, una panoramica della letteratura esistente sulla cui base saranno tratte le conclusioni poste in chiusura.

2.1 *Potenziati rischi per minori e gruppi vulnerabili*

Se si pensa alle definizioni dei modelli di monetizzazione *loot box* e *gacha* fornite in precedenza, risulta piuttosto immediato comprendere che cosa abbia fatto scaturire il dibattito attorno a queste importanti fonti di guadagno per gli sviluppatori di videogiochi. Infatti, a causa dei loro meccanismi di ricompensa casuale per cui il giocatore paga nella speranza di ottenere l’oggetto desiderato (ma la cui percentuale di acquisizione, tuttavia, è variabile e spesso talmente bassa da renderne quasi impossibile l’ottenimento¹) è facile vedere una stretta analogia con il sistema di puntate presente nei giochi d'azzardo e, soprattutto, con il principio di funzionamento alla base delle *slot machine*².

Non si tratta però solo di una questione di somiglianza, quanto piuttosto della protezione dei consumatori e in particolare di bambini, ragazzi e gruppi di persone vulnerabili, dal momento che il problema risiede nel fatto che se tale correlazione fosse empiricamente o sufficientemente dimostrabile, rappresenterebbe una sfida particolare per i legislatori poiché molti giochi contenenti “meccanismi a ricompensa casuale” sono giocati anche da ragazzi e bambini, spesso giovanissimi.

¹ Nel gergo videoludico l’ottenimento di un oggetto virtuale da un “meccanismo a ricompensa casuale” viene definito “*drop*” dall’inglese per “caduta” o “discesa”, in riferimento alla tipica animazione per cui in molti videogiochi l’oggetto in questione letteralmente “cade” dal cielo come un dono all’apertura di una *loot box* o di una *gacha*.

² Harrigan, K. A., Collins, K., Dixon, M. J. e Fugelsang, J., (2010). “Addictive gameplay: what casual game designers can learn from slot machine research”. *International Academic Conference on the Future of Game Design and Technology*, pp. 127-131.

Tale preoccupazione risulta maggiormente amplificata se si considera che alcuni di questi sistemi traggono profitto da principi di *game design* che possono essere considerati “predatori”³ e avere conseguenze psicologiche e finanziarie avverse⁴, a cui le giovani menti sono ancora più vulnerabili dal momento che non dispongono delle adeguate capacità di auto-controllo e valutazione del rischio. Studi psicologici condotti negli ultimi dieci anni dimostrano, inoltre, come i potenziali pericoli a cui sono soggetti i giovani che si dedicano ad attività di gioco d’azzardo simulato includano, tra gli altri, l’accettazione del gioco d’azzardo come attività “normale” e lo sviluppo di associazioni mentali con l’idea di “grosse vincite”⁵ che possono favorire la transizione a quello reale con valuta corrente⁶. Nel prossimo paragrafo emergerà nuovamente quest’idea nel contesto dei RRM e si tenterà di offrire una solida base di ricerca a dimostrazione dell’esistenza di un legame fra i due fenomeni.

2.2 Assimilabilità con il gioco d’azzardo

Nonostante la massimizzazione degli introiti da queste tipologie di microtransazioni non costituisca più un elemento di novità da parte delle piccole e grandi case produttrici di videogiochi, ma anzi rappresenti ormai una pratica sempre più consueta, è nondimeno interessante notare come la letteratura esistente al riguardo sia scarna negli anni dell’esordio e incentrata sul lavoro di pochi nomi noti, per farsi poi via via più folta in anni recenti. In particolare, si è sviluppata dal 2017 in poi, quando il dibattito sulla necessità di regolamentare le *loot box* si è acceso in Europa e America. A tal proposito, il primo documento di interesse per condurre l’analisi oggetto di questo capitolo risulta risalire al 2010 (anno che vide l’esordio del modello *loot box* in Occidente) e discute sulle caratteristiche strutturali che *slot machine* e *casual game*, o giochi occasionali⁷, hanno in comune. Inoltre, al suo interno vengono presentati in modo quasi premonitorio le peculiarità delle prime su cui gli sviluppatori si possono basare per capitalizzare con i secondi e incoraggiare il gioco ripetuto⁸. Tra i principi di progettazione delle *slot machine* individuati da Harrigan, Collins, Dixon e Fugelsang, cinque sono degni di considerazione e, nello specifico, ritorneranno spesso anche in successive analisi incentrate maggiormente sulla correlazione tra *loot box/gacha* e gioco d’azzardo:

- le ricompense

³ Per una spiegazione più dettagliata sull’argomento si veda il relativo paragrafo a pagina 57.

⁴ King, D. L. e Delfabbro, P. H., (2018). “Predatory monetization schemes in video games (e.g. ‘loot boxes’) and internet gaming disorder”. *Addiction*. Vol. 113 n. 11, pp. 1967-1969.

⁵ King, D. L., Delfabbro, P. H. e Griffiths, M. D., (2010). “The convergence of gambling and digital media: Implications for gambling in young people”. *Journal of Gambling Studies*. Vol. 26, pp. 175-187.

⁶ Griffiths, M. D., King, D. L. e Delfabbro, P. H., (2012). “Simulated gambling in video gaming: What are the implications for adolescents?”. *Education and Health*. Vol. 30 n. 3, p. 68.

⁷ Cfr. p. 17.

⁸ Vd. *supra* nota 2, p. 127.

- gli schemi di rinforzo
- le “mancate vittorie”
- le sconfitte mascherate da vittorie
- l’illusione del controllo

Di ognuno gli autori descrivono come possono essere applicati alla progettazione dei giochi e si potrebbe sostenere che siano stati decisamente lungimiranti, dal momento che le medesime caratteristiche sono al giorno d’oggi riscontrabili nella quasi totalità di videogiochi che includono RRM e pongono alcune delle basi della successiva ricerca accademica⁹.

In riferimento alle ricompense, viene introdotto il concetto per cui le *slot machine* non premiano l’utente solo per mezzo di una vincita monetaria, ma lo gratificano anche tramite l’ausilio di tutto un apparato di luci lampeggianti, colori, animazioni e suoni che rendano l’esperienza ancor più attrattiva¹⁰ e suggeriscono che sia possibile applicare tecniche analoghe anche ai giochi occasionali. Tale modo di rappresentare la vincita è simile a quello che oggi vediamo nei moderni giochi per *console* o PC quando apriamo una *loot box*. Gli schemi di rinforzo si riferiscono invece in particolare al noto “rinforzo a rapporto variabile”, ovvero uno schema di rinforzo in cui una risposta (in questo caso la vincita) a seguito di un’attività viene fornita dopo un numero imprevedibile di volte, nella speranza per l’individuo che la successiva sia quella necessaria a riceverla. Un meccanismo affine si riscontra nei moderni RRM, dove il numero esatto di *loot box* o *gacha* da acquistare per ottenere un oggetto di valore varia e non è noto a priori¹¹. Con il termine “mancate vittorie” il gruppo descrive la caratteristica tipica delle *slot machine* di mostrare combinazioni vincenti nelle immediate vicinanze rispetto all’esito negativo di una puntata, una tecnica che fa scaturire nel giocatore la sensazione di “esserci andato vicino” e portarlo così a ritentare la sorte¹². Similmente, in molte implementazioni degli attuali RRM prima di scoprire cosa ha effettivamente ottenuto dal suo acquisto al giocatore vengono presentati altri oggetti alternativi (spesso molto più rari) che avrebbe potuto ottenere, incoraggiando il medesimo meccanismo psicologico¹³. Relativamente alle sconfitte mascherate da vittorie, nel contesto delle *slot machine* esse fanno riferimento a quelle giocate in cui un giocatore tecnicamente vince, ma l’importo ricevuto è inferiore all’ammontare puntato e di conseguenza sta in realtà perdendo del denaro sulla scommessa; analogamente a quanto accade

⁹ Sztainert, T., (2018). “Loot Boxes and Gambling”, pp. 2-3.

¹⁰ Vd. *supra* nota 2, p. 129.

¹¹ Drummond, A. e Sauer, J. D., (2018). “Video game loot boxes are psychologically akin to gambling”. *Nature Human Behaviour*. Vol. 2, p. 530.

¹² Vd. *supra* nota 2, p. 130.

¹³ Zendle, D., Cairns, P., Barnett, H. e McCall, C., (2020). “Paying for loot boxes is linked to problem gambling, regardless of specific features like cash-out and pay-to-win”. *Computers in Human Behavior*. Vol. 102, p. 183.

nel caso in cui comprando un Gratta e Vinci da quindici euro se ne vincano cinque. Gli autori sostengono che, all'interno dei videogiochi, prevedere delle vittorie che in realtà non siano tali possa fornire lo stimolo necessario ad aumentare il tempo di gioco da parte del giocatore occasionale¹⁴. In tal senso, si può asserire che un sistema analogo si riscontra nelle *loot box* in cui tendenzialmente il giocatore ottiene oggetti comuni piuttosto che rari e speciali e pertanto stia in realtà perdendo il denaro speso per il loro acquisto anziché vincendo qualcosa di valore¹⁵. L'illusione del controllo, infine, è il concetto per cui i giocatori sopravvalutino le proprie possibilità di vincita se, ad esempio, è consentito loro di scegliere autonomamente il biglietto della lotteria¹⁶ o, nel caso dei videogiochi, tramite la scelta tra diversi forzieri o pacchetti virtuali¹⁷. Questo *bias* cognitivo nasce dall'erronea convinzione che il proprio intervento possa influenzare un esito sul quale invece non si ha potere. Si è reso poi necessario attendere altri due anni prima della comparsa di studi sulle caratteristiche del gioco d'azzardo all'interno dei videogiochi, ma già da alcune disertazioni coeve di natura storica e sociale è possibile farsi un'idea delle prime considerazioni sul legame in studio in questo capitolo. Sebbene focalizzati sul tema dei *social game*, i giapponesi Toshihiko Yamakami, Akiko Shibuya, Mizuha Teramoto e Akiyo Shoun sono tra i primi ad aver sostenuto, pur brevemente e a carattere del tutto personale, come i *gacha* "introducano lo spirito del gioco d'azzardo nei giochi per dispositivi mobili"¹⁸ e "rappresentino gioco d'azzardo nel contesto di un videogioco"¹⁹; anticipando il concetto per cui la percezione prodotta dalla vincita di oggetti rari attraverso essi possa essere simile, per il giocatore, a quella derivata da una grossa vincita monetaria²⁰. Seguendo lo stesso ragionamento si è quindi portati a pensare che tali oggetti di gioco, benché virtuali e non tangibili, possano possedere un intrinseco valore oltre che per il giocatore anche dal punto di vista economico e proprio su questa questione si è incentrato maggiormente il dibattito politico negli ultimi anni. Molto fruttuoso è stato, nello stesso periodo, il lavoro accademico dei già citati King, Delfabbro e Griffiths che, in diversi documenti, hanno delineato caratteristiche e quadri tassonomici importanti sui cui si basa la discussione delle pagine successive nonché le conclusioni tratte in questa sede.

¹⁴ Vd. *supra* nota 2, p. 130.

¹⁵ Nielsen, R. K. L. e Grabarczyk, P., (2019). "Are Loot Boxes Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games". *Transactions of the Digital Games Research Association*. Vol. 4 n. 3, p. 184.

¹⁶ Vd. *supra* nota 2, p. 131.

¹⁷ Vd. *supra* nota 13, p. 185.

¹⁸ Yamakami, T., (2012). "Revenue-Generation Pattern Analysis of Mobile Social Games in Japan". *ICACT 2012: 14th International Conference on Advanced Communication Technology (ICACT)*, p. 1233 e Yamakami, T., (2013). "Historical view of mobile social game evolution in Japan: Retrospective analysis of success factors". *2013 15th International Conference on Advanced Communications Technology (ICACT)*, p. 738.

¹⁹ Shibuya, A., Teramoto, M. e Shoun, A., (2015). "Systematic Analysis of In-game Purchases and Social Features of Mobile Social Games in Japan". *Proceedings of DIGRA 2015: Diversity of play: Games – Cultures – Identities*, p. 3.

²⁰ *Ibidem*.

Una prima macro-categorizzazione sull'argomento è quella da loro operata sulla presenza del contenuto di gioco d'azzardo, o più precisamente la sua estensione, all'interno dei videogiochi. Gli autori individuano nello specifico tre categorie per cui un videogioco può essere classificato secondo tale criterio: simulazioni di gioco d'azzardo ordinario, non ordinario o riferimenti al gioco d'azzardo²¹. Le prime corrispondono ad attività di gioco d'azzardo interattivo simulate digitalmente che sono strutturalmente identiche al formato di un'attività di gioco d'azzardo consolidata, come quella che si può trovare in simulazioni online di poker²² o, recentemente, in alcuni minigiochi all'interno di videogiochi basati principalmente sull'abilità²³. Le seconde, come suggerisce il nome, sono rappresentate da quelle attività che implicano la scommessa intenzionale di crediti di gioco o altri elementi (e quindi anche valuta reale o valuta di gioco con essa acquistata) su un risultato incerto, secondo uno schema che è modellato in maniera simile a quello di forme di gioco d'azzardo ordinario ma da cui tuttavia differisce per alcuni aspetti²⁴. Proprio in questa tipologia si intravede l'associazione di partenza con i "meccanismi a ricompensa casuale" che rende possibile l'inclusione dei giochi con RRM sotto la definizione di gioco d'azzardo simulato (una definizione ricorrente e che già da questo studio non li esenta dall'essere considerati come un'estensione digitale del gioco d'azzardo stesso²⁵ ed essere visti negativamente, al punto da richiedere l'intervento della legge²⁶). Il terzo e ultimo gruppo è costituito dall'insieme di personaggi, oggetti, riferimenti visivi o tematici legati al gioco d'azzardo all'interno di un videogioco ma con cui l'utente non può tuttavia interagire²⁷. Un ultimo appunto viene posto da King et al. sul fatto che, anche quando il videogioco non presenta da sé meccaniche tipiche del gioco d'azzardo, nondimeno possono venire a crearsi situazioni in cui attività simili nascono spontaneamente sulla base della relativa scarsità e rarità degli oggetti di gioco²⁸. Questo fatto confermerebbe la logica dedotta poco sopra dal lavoro di Shibuya e Teramoto sul valore intrinseco posseduto da tali beni e sarebbe in antitesi alla posizione di molti legislatori. La possibilità di scambiare valuta di gioco o contenuti con altri utenti per denaro reale conferirebbe pertanto a queste attività un elemento finanziario²⁹. Tale attribuzione soddisferebbe anche il

²¹ King, D. L., Delfabbro, P. H., Derevensky, J. L. e Griffiths, M. D., (2012). "A review of Australian classification practices for commercial video games featuring simulated gambling". *International Gambling Studies*. Vol. 12 n. 2, p. 235.

²² *Ibidem*.

²³ Xiao, L. Y., (2020). "Which Implementations of Loot Boxes Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms". *International Journal of Mental Health and Addiction (2020)*, p. 12.

²⁴ Vd. *supra* nota 21, p. 235.

²⁵ *Ivi*, p. 238.

²⁶ Vd. *supra* nota 6, p. 70.

²⁷ Vd. *supra* nota 21, p. 235.

²⁸ Si faccia riferimento a King et al. (2012), Drummond e Sauer (2018) e Nielsen e Grabarczyk (2019).

²⁹ Vd. *supra* nota 21, p. 235.

principale requisito necessario alla definizione di cosa costituisce un'attività di gioco d'azzardo, ovvero la necessità che il premio ricevuto sia in denaro o abbia un convertibile valore monetario³⁰, rafforzando ancor più il nesso tra “meccanismi a ricompensa casuale” e gioco d'azzardo.

Il presente paragrafo tornerà su questa questione nelle prossime pagine, dato il suo ruolo nella determinazione di ulteriori e più articolati quadri di riferimento elaborati negli anni successivi e l'importanza che riveste nel dibattito politico sulla necessità o meno di una (auto)regolamentazione. In aggiunta alla precedente classificazione delle tipologie di gioco d'azzardo simulato, di rilievo sono gli studi condotti insieme a Sally M. Gainsbury e Nerilee Hing, nel biennio tra il 2014 e il 2015.

Il primo di questi, nel tentativo di sopperire alla carenza di una chiara distinzione delle attività online con contenuti a tema gioco d'azzardo, propone una classificazione sistematica che li distingue sulla base dei seguenti parametri: la richiesta di un pagamento, la possibilità di vincere un premio con valore monetario, il ruolo rivestito dalle abilità del giocatore, il tipo di piattaforma sulla quale il gioco è distribuito e la centralità del tema del gioco d'azzardo.

Il proposito dichiarato dagli autori è l'impiego di tale suddivisione ai giochi che includono componenti a tema casinò o gioco d'azzardo³¹ e, sebbene presenti alcuni punti deboli, costituisce un gradino intermedio nella letteratura a cui altri autori si sono riferiti come base dei propri studi³² o per superarne le limitazioni³³ e, per un'analisi esaustiva, un breve resoconto si rende doveroso.

³⁰ Griffiths, M. D., (2018). “Is the buying of loot boxes in video games a form of gambling or gaming?”. *Gaming Law Review*. Vol. 22 n. 1, p. 53.

³¹ Gainsbury, S. M., Hing, N., Delfabbro, P. H. e King, D. L., (2014). “A taxonomy of gambling and casino games via social media and online technologies”. *International Gambling Studies*. Vol. 14 n. 2, pp. 196 e 199.

³² Koeder, M. J. e Tanaka, E., (2017). “Game of chance elements in free-to-play mobile games. A freemium business model monetization tool in need of self-regulation?”. *28th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): “Competition and Regulation in the Information Age”* e Koeder, M. J., Tanaka, E. e Mitomo, H., (2018). ““Lootboxes’ in digital games - A gamble with consumers in need of regulation? An evaluation based on learnings from Japan”. *22nd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): “Beyond the Boundaries: Challenges for Business, Policy and Society”*.

³³ Vd. *supra* nota 15, p. 173.

Osservando la Figura 4, si può notare come il primo parametro preso in esame nello studio di Gainsbury et al. è il pagamento monetario richiesto e l'analisi prenda il via dalla definizione che uno



Figura 4 – Tratta da Gainsbury et al. 2014

dei principi del gioco d'azzardo è la scommessa (o pagamento, anziché la puntata gratuita³⁴) di una somma in denaro sul risultato di un gioco casuale³⁵. Ne consegue che se non è richiesto un pagamento monetario il gioco non soddisfa i requisiti del gioco d'azzardo online³⁶. Oppure se esso è opzionale, uno dei motivi per cui Koeder e Tanaka nelle loro analisi sono restii a considerare *loot box/gacha* come meccaniche che valga la pena regolamentare³⁷. Nel caso in cui il pagamento sia obbligatorio, invece, torna ancora una volta la sopracitata questione se gli oggetti virtuali abbiano o no valore monetario. A prescindere dall'interpretazione che ne viene data, comunque, si noti come già da questo punto del diagramma il modello mostra i suoi

punti deboli. Infatti, mentre è classificabile come gioco d'azzardo online quando un pagamento è richiesto per poter accedere al gioco, è possibile vincere un premio in denaro e il risultato sia determinato dalla fortuna, nel caso in cui non si attribuisca un corrispettivo valore monetario ai beni virtuali, la classificazione ricade fuori da quella di gioco d'azzardo per rientrare in quella dei giochi per *console* o *smartphone* a pagamento (del tipo "*buy-to-play*" oppure "*pay-to-play*").

Nel caso di quei videogiochi che richiedono un pagamento, possono essere giocati online e presentano temi e attività tipici del gioco d'azzardo, viene spiegato che il loro acquisto è caratterizzato da un livello di consapevolezza maggiore rispetto a quanto accade nei *social casino games* o *social casinò*. Consapevolezza che però, come si è già descritto, scarseggia nei bambini, spesso i primi fruitori di tali forme di intrattenimento. I *social casinò* sono quei giochi che, come si evince dal grafico, non richiedono un pagamento per prendervi parte, sono basati o fortemente

³⁴ Griffiths, M. D. e King, R., (2015). "Are Mini-games Within RuneScape Gambling or Gaming?". *Gaming Law Review and Economics*. Vol. 19 n. 9, p. 642.

³⁵ Vd. *supra* nota 31, p. 199.

³⁶ *Ibidem*.

³⁷ Vd. *supra* nota 32.

integrati in una piattaforma *social* e in cui il tema del gioco d'azzardo è centrale; ne sono esempio le simulazioni di gioco d'azzardo ordinario incontrate nella precedente classificazione³⁸. Infine, viene preso in considerazione il fatto che il gioco sia offerto o meno da un operatore di gioco d'azzardo. Nel caso in cui un gioco non richieda un pagamento monetario, non sia integrato in una piattaforma *social* e non sia gestito da un operatore di gioco d'azzardo allora rientrerebbe nella categoria dei giochi online, per *console* o *smartphone* “*stand-alone*”, cioè capaci di funzionare in modo autonomo. Tuttavia, la classificazione sopracitata non considera che è oramai pratica comune tra gli sviluppatori di videogiochi inserire meccaniche *loot box* anche all'interno di giochi *stand-alone*, per i quali l'utente paga già il prezzo di vendita, come metodo per incrementare e protrarre ulteriormente nel tempo i profitti. Oltretutto, vengono considerati solo i giochi per *smartphone* o *console* fruibili previo pagamento *una tantum* o di una sottoscrizione, quando invece nel primo capitolo è stato dimostrato che la quasi totalità dei RRM si riscontrano oggi all'interno di applicazioni e giochi *free-to-play* scaricabili gratuitamente. Questo è anche il motivo che ha portato in seguito Nielsen e Grabarczyk a superare questa classificazione dal momento che oggi è possibile riscontrare “meccanismi a ricompensa casuale” in quasi tutte le tipologie individuate da questo diagramma di flusso. Alla luce di queste considerazioni, è dunque possibile affermare che il modello elaborato da Gainsbury et al. non risulta adeguato né alla classificazione delle *loot box*³⁹ né a quella dei *gacha*. Successivamente, la ricerca accademica ha spostato il centro della propria attenzione sull'analisi di quelle caratteristiche strutturali condivise da videogiochi e forme riconosciute di gioco d'azzardo. In altre parole, si è concentrata su quegli elementi di una precisa attività che inducono un giocatore (qui nel senso sia del videogiocatore sia del giocatore d'azzardo) a giocare e/o a continuare a farlo⁴⁰. Un'ulteriore tassonomia proposta proprio al fine di differenziare ulteriormente e in modo più dettagliato le caratteristiche fondamentali che distinguono queste due classi di attività è quella operata da King, Gainsbury, Delfabbro e Hing in collaborazione con Brett Abarbanel, direttrice della ricerca presso l'*International Gaming Institute* dell'Università del Nevada, sulla base di alcune proprietà che probabilmente sono presenti sia all'interno dei videogiochi sia nel gioco d'azzardo⁴¹. L'indagine da essi condotta per fornire linee guida per legislatori e ricercatori verrà qui presentata seguendo un ordine logico simile a quello da loro utilizzato, partendo cioè dalle conclusioni per

³⁸ Cfr. p. 35.

³⁹ Vd. *supra* nota 15, p. 173.

⁴⁰ Vd. *supra* nota 34, p. 640.

⁴¹ King, D. L., Gainsbury, S. M., Delfabbro, P. H., Hing, N. e Abarbanel, B., (2015). “Distinguishing between gaming and gambling activities in addiction research”. *Journal of Behavioral Addictions*. Vol. 4 n. 4, p. 215.

esporre poi nel dettaglio alcune delle proprietà su cui tale quadro di riferimento è stato elaborato, selezionate in considerazione dell'importanza rivestita all'interno della presente trattazione.

Questo studio è giunto alla definizione dei due concetti per i quali il *gioco*⁴² sarebbe principalmente definito da alcune proprietà peculiari quali l'interattività e il fatto di essere basato sulle abilità del (video)giocatore, mentre l'attività di *gioco d'azzardo* ancora una volta è definita alla luce degli ormai ben noti meccanismi di scommessa e sui risultati basati sul caso. A questi si aggiunge la possibilità per l'utente di incassare la vincita⁴³ e quella di monetizzare o meno gli oggetti di gioco, possibilità indicate dagli autori dal parametro sulla natura del risultato (monetario o meno). Si ripresenta, dunque, la questione incontrata in precedenza sull'attribuzione di un reale valore monetario ai beni virtuali⁴⁴, rafforzando l'ipotesi iniziale e giustificando un possibile intervento da parte delle autorità. Alcune delle caratteristiche delineate nella ricerca, inoltre, combaciano quasi perfettamente con certe di quelle tracciate negli anni precedenti. Si considerino, a titolo d'esempio, i concetti⁴⁵ di: contesto di gioco, centralità del tema del gioco d'azzardo e fedeltà strutturale a un gioco d'azzardo; utilizzati dai ricercatori per indicare rispettivamente il posizionamento strutturale e situazionale di un'attività (gioco *stand-alone*, minigioco o altro), se il gioco d'azzardo costituisca il tema centrale o meno e se esso sia o meno evitabile, e quanto l'attività in questione ricalchi le meccaniche di un gioco d'azzardo tradizionale. Risulta evidente che tali principi corrispondono a quelli già utilizzati da King, Delfabbro e Griffiths nel 2012 nella definizione delle varie tipologie di "gioco d'azzardo simulato" e da Gainsbury et al. due anni dopo nella designazione del loro quadro tassonomico.

Ancor più importanti però (poiché alla base di molte definizioni legali di gioco d'azzardo) sono la presenza di parametri quali meccaniche di puntate, il ruolo delle abilità contro la fortuna nella determinazione dei risultati, il grado e la tipologia degli elementi finanziari in gioco e soprattutto (come già anticipato) la natura dei risultati, ovvero il fatto che essi abbiano o meno valore monetario. Le prime si riferiscono naturalmente alla possibilità per il giocatore di scommettere qualcosa in suo possesso, non necessariamente del denaro, sul risultato di un evento. A sua volta, questo è determinato (secondo parametro) alternativamente dalle abilità del giocatore, dal caso o da un

⁴² Nella letteratura recente si è creata ancor più confusione nel dibattito sulla correlazione tra *loot box/gacha* e gioco d'azzardo a causa della convergenza dei differenti termini inglesi "*gaming*" (riferito ai videogiochi) e "*gambling*" (per il gioco d'azzardo) verso una terminologia più generica come "*game*" (letteralmente "gioco") per indicare spesso entrambi. Si noti come nel corrispettivo italiano questa ambiguità si presenta fin da subito, in quanto l'unico modo per distinguere tra i due tipi di attività è tramite il suffisso "d'azzardo" per il secondo.

⁴³ Vd. *supra* nota 41, p. 216.

⁴⁴ Vd. *supra* nota 21, p. 235.

⁴⁵ Vd. *supra* nota 41, p. 217.

algoritmo oppure da una commistione di abilità e fortuna⁴⁶. Il terzo criterio ingloba in sé tutte le possibili varianti degli elementi finanziari in moto, dall'ottenimento gratuito di valuta di gioco (utile solo nel contesto del gioco stesso) alla richiesta obbligatoria di un pagamento o di una sottoscrizione, passando per l'acquisto di microtransazioni o di moneta virtuale interscambiabile per altri oggetti⁴⁷. Il più importante tra tutti i parametri designati da King e dagli altri componenti del gruppo è tuttavia l'ultimo tra quelli esposti in precedenza, ovvero la natura dei risultati. Questa è determinata, a sua volta, dall'attività dell'utente e dal ruolo rivestito dalla sorte e si tripartisce sostanzialmente in⁴⁸:

- nessuna indicazione di un risultato o progressione
- indicazione non-finanziaria (come altra valuta virtuale, punti di gioco, oggetti o altro)
- un risultato finanziario (come un premio in denaro), requisito tipico del gioco d'azzardo

Questa indagine non ha solo confermato ancora una volta la presenza di un certo numero di connotati comuni tra videogiochi e gioco d'azzardo, ma ha anche dimostrato come è possibile che una determinata attività presenti varie combinazioni delle caratteristiche esaminate e ha sottolineato come possa capitare che un gioco commercializzato come tale presenti al suo interno molte peculiarità del gioco d'azzardo⁴⁹. Inoltre, è stato tenuto conto della presenza di giochi digitali che possono essere considerati simili al gioco d'azzardo ma che sono privi dei criteri legali che solitamente lo definiscono, come quelli che presentano meccanismi di scommessa con valuta virtuale ma non forniscono un premio in denaro. Di essi viene suggerito alle autorità di tenere in considerazione la possibilità che certe ricompense di gioco possano essere considerate come aventi valore monetario, sulla base dell'esistenza di meccanismi che attribuiscono loro valore al di fuori del contesto per il quale erano stati concepiti⁵⁰ e la cui trattazione è riservata alle pagine successive.

Il problema posto dalla cosiddetta convertibilità del valore per quanto riguarda i beni virtuali, come è stato ampiamente dimostrato, dipende da differenze di interpretazione soggettive e pertanto è naturale che non tutte le voci che si sono levate al riguardo siano inclini a considerare i RRM come una forma di gioco d'azzardo. Nondimeno, è possibile notare come quelle ostili siano esigue all'interno della letteratura e siano relegate quasi esclusivamente a studi condotti da giapponesi, una caratteristica forse riconducibile al particolare sviluppo storico che la regolamentazione di queste meccaniche ha subito all'interno del Paese e che verrà presentata nel quarto capitolo.

⁴⁶ Vd. *supra* nota 41, p. 217.

⁴⁷ *Ivi*, p. 216.

⁴⁸ *Ivi*, p. 217.

⁴⁹ *Ivi*, p. 219.

⁵⁰ *Ibidem*.

Si pensi, ad esempio, ai già citati Koeder, Tanaka e Hitoshi, i quali per ben due volte⁵¹ nelle loro riflessioni sugli elementi basati sulla fortuna nei giochi *free-to-play* e interrogandosi sulla reale necessità di una regolamentazione delle *loot box*, hanno utilizzato la classificazione elaborata da Gainsbury, Hing, Delfabbro e King nel 2014 come punto di partenza per l'analisi delle *loot box* e dei *gacha*. I tre hanno considerato singolarmente tutti i parametri, compresa l'integrazione con le piattaforme *social*, e sono giunti alla conclusione che essi non si qualificherebbero come gioco d'azzardo secondo tale tassonomia, fornendo tra le altre giustificazioni proprio il fatto che le ricompense ottenute dalla loro apertura non possederebbero valore monetario⁵².

Sono già state fornite le motivazioni sul perché tale ripartizione sia inadeguata nel distinguere tra le varie implementazioni dei "meccanismi a ricompensa casuale" attualmente esistenti ma ancor prima che questo modello venisse superato⁵³ un altro ricercatore si è occupato di confutare le conclusioni dei sopracitati autori, aggiungendo anche alcune considerazioni nuove sull'argomento. Travis Sztainert nella sua dissertazione su *loot box* e gioco d'azzardo scritta per il *Gambling Research Exchange Ontario* ha rovesciato l'affermazione contenuta nel loro studio sostenendo che sempre più piattaforme di *trading* online di terze parti⁵⁴ permettono ai giocatori la compravendita di beni virtuali⁵⁵, come già esposto più volte in questo paragrafo, sottintendendo così ancora una volta come – nella pratica – tali oggetti acquisiscano quindi valore anche dal punto di vista monetario.

In aggiunta a ciò, e a conferma della natura precorritrice del lavoro di Harrigan, Collins, Dixon e Fugelsang, vengono ribaditi gli stessi principi di progettazione delle *slot machine* enunciati all'inizio di questo capitolo⁵⁶ e che oggi è possibile rivedere all'interno delle *loot box*. Questi principi corrispondono a un sistema di ricompense non limitato al premio in sé (in denaro o come bene virtuale) quanto piuttosto a un sistema comprendente di tutto quel corredo animato a gratifica dell'utente, lo schema a rinforzo variabile che nasconde al giocatore il fatto che stia perdendo del denaro (collegandosi al concetto di sconfitte mascherate da vittorie⁵⁷), le "mancate vittorie" e l'illusione del controllo⁵⁸. Non ultimo per importanza, alle caratteristiche strutturali e psicologiche finora analizzate si aggiungerebbe la cosiddetta "fallacia dello scommettitore" che consiste in un

⁵¹ Vd. *supra* nota 32.

⁵² *Ibidem*.

⁵³ Vd. *supra* nota 15.

⁵⁴ Una distinzione necessaria a distinguerle da quelle piattaforme in cui è possibile la compravendita o lo scambio degli oggetti di gioco e che sono offerte dalla stessa compagnia che ha prodotto il videogioco (si pensi a Steam e al suo "Mercato della Comunità" di cui verrà fornito in seguito una spiegazione nel presente paragrafo).

⁵⁵ Vd. *supra* nota 9, p. 4.

⁵⁶ *Ivi*, pp. 2-3.

⁵⁷ Vd. *supra* nota 15.

⁵⁸ Vd. *supra* nota 9, pp. 2-3.

deviato meccanismo psicologico per il quale eventi occorsi nel passato portano all'errata convinzione che essi possano in qualche modo influire su quelli futuri nell'ambito di attività governate dal caso⁵⁹. Se applicata ai *random reward mechanism*, congiuntamente allo schema a rinforzo variabile, essa amplifica nel giocatore la convinzione che, prima o poi, dopo una lunga serie di tentativi andati a vuoto lui o lei sia destinato a vincere⁶⁰.

Negli ultimi due anni, comunque, quasi tutti gli studiosi sono stati concordi nel sostenere che queste particolari tecniche di monetizzazione dovrebbero richiedere maggiore considerazione da parte dei legislatori, come già era stato affermato nei primi studi condotti da Griffiths, King e Delfabbro nel 2012 e da King et al. tre anni dopo. Ciò è da attribuirsi, forse, a un rinnovato modo di pensare che ha seguito di pari passo il rapido evolversi della tecnologia e del comparto videoludico negli ultimi anni e che ha portato con sé nuove interpretazioni, in grado di motivare ancor più tale necessità.

Verrà ora esposta più ampiamente la questione, lasciata più volte in sospeso durante la trattazione, della convertibilità del valore per quanto riguarda gli oggetti virtuali di gioco ottenuti dall'apertura di una *loot box* o dall'acquisto di una pescata *gacha* e il tutto sarà corredato di esempi concreti.

Se si osservano le brevi e frammentarie anticipazioni date in precedenza⁶¹ è possibile farsi un'idea di come operi il meccanismo della convertibilità di un bene virtuale in un presunto corrispettivo valore monetario. Superando la vecchia convinzione che essi rappresentino mere immagini a schermo, questo processo è incentrato sulla possibilità per i giocatori di convertire il contenuto virtuale e non tangibile ottenuto da un RRM in un corrispettivo valore monetario esterno al gioco. In altre parole, riguarda la facoltà di ottenere dalla vendita di beni virtuali una certa quantità di denaro corrente oppure la possibilità di scambiare tali beni per altri oggetti attinenti al mondo reale. Sebbene vi siano casi in cui questa possibilità è resa disponibile dalla medesima azienda produttrice e distributrice del gioco⁶², studi recenti hanno dimostrato come ciò diventi possibile anche dove non inizialmente previsto⁶³. Quest'ultimo caso è il più frequente e si verifica per mezzo di siti e strumenti di terze parti, solitamente in contravvenzione ai termini di servizio che il giocatore è tenuto ad accettare per poter fruire del videogioco⁶⁴, e pone un ulteriore problema nel dibattito politico.

⁵⁹ Fallacia dello scommettitore. Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.

Disponibile presso: https://it.wikipedia.org/wiki/Fallacia_dello_scommettitore

⁶⁰ Vd. *supra* nota 9, p. 3.

⁶¹ Cfr. p. 34, 36 e 39.

⁶² Cfr. p. 24.

⁶³ Drummond, A. e Sauer, J. D., (2018). "Video game...", p. 531 e Drummond, A., Sauer, J. D., Hall, L. C. et al., (2020). "Why loot boxes could be regulated as gambling". *Nature Human Behaviour*.

⁶⁴ Kurone, Y., (2020). "Mobairugēmu ni okeru hōteki shomondai to kongo no hōteki kadai" ("Questioni legali nei giochi mobili e future questioni legali"). *Konan Law Forum*. Vol. 16, pp. 9-10.

I fornitori di tali servizi, infatti, non sono vincolati da questi contratti di utilizzo in quanto non prendono parte attivamente al gioco in questione⁶⁵ e, quindi, citando Drummond e Sauer: “sebbene [...] non possano essere legalmente responsabili per siti web di terze parti [...], consentire ai giocatori di scambiare oggetti virtuali crea chiare opportunità [...] di convertire quegli oggetti in valuta reale”⁶⁶. Appartenente alla prima categoria, l’esempio più noto e probabilmente conosciuto da chiunque possieda una pur breve esperienza di gioco su *personal computer* è rappresentato da Valve Corporation, nota casa produttrice di videogiochi e ideatrice della piattaforma di distribuzione digitale Steam che offre attualmente un catalogo con più di quarantacinquemila giochi⁶⁷. Gli utenti registrati su tale piattaforma, infatti, possono accedere a una sezione particolare chiamata “Mercato della Comunità” nella quale è possibile effettuare la compravendita degli oggetti virtuali ottenuti in oltre cento giochi, tra cui i celebri *Counter Strike: Global Offensive* e *Team Fortress 2*. A questa si aggiunge, altresì, la possibilità di vendere e acquistare anche le *loot box* dei vari giochi e le relative chiavi necessarie ad aprirli, così come quella di effettuare lo scambio con altri videogiocatori. Il medesimo meccanismo, inoltre, è stato esteso da Valve non solo agli oggetti di gioco ma anche ad altri beni virtuali interni alla piattaforma, come *emoji* utilizzabili in chat dai giocatori, pacchetti di carte trasformabili in medaglie da esporre sul proprio profilo e gemme convertibili in altri oggetti. Ognuno di questi è venduto a prezzi variabili che vengono decisi dagli utenti sulla base, come affermato in precedenza, della relativa rarità o scarsità degli oggetti di gioco⁶⁸ nonché del valore simbolico assegnato a essi dai giocatori. Alcuni di questi, infatti, sono unici non solo numericamente parlando sulla base della percentuale di possibilità di ottenerli, ma in quanto definiti da alcune proprietà loro attribuite all’interno del gioco che concorrono a dargli valore agli occhi del giocatore. Si pensi ad esempio allo stato d’usura di un’arma virtuale, il suo colore, il numero di uccisioni effettuate con essa, se è stata ottenuta durante un evento particolare e così via, come mostrato in Figura 5. Così, avviene che per una cassa o un cappellino decorativo per il proprio personaggio preferito che sia comunemente ottenibile in gioco il prezzo di mercato si aggiri sui pochi centesimi, o al più qualche euro, ma non sorprende che per gli oggetti più rari si possa anche raggiungere il tetto dei mille/millecinquecento euro se non oltre.

⁶⁵ Vd. *supra* nota 64, p. 10.

⁶⁶ Vd. *supra* nota 11, p. 532.

⁶⁷ Dato ottenuto effettuando una rapida ricerca sul catalogo Steam, disponibile sulla pagina web ufficiale. Il numero tiene conto dei soli videogiochi ed è stato ottenuto impostando il relativo filtro, al fine di escludere dalla ricerca tutti quei contenuti aggiuntivi come *demo*, colonne sonore e contenuti scaricabili ottenibili dalla piattaforma.

⁶⁸ Vd. *supra* nota 11, p. 531.

	Airwolf Fucile di precisione (Nuovo di fabbrica) (Festivi... Team Fortress 2	1	Prezzo iniziale: 37,17€
	Airwolf Fucile di precisione (Nuovo di fabbrica) [Serie ... Team Fortress 2	4	Prezzo iniziale: 2,90€
	Airwolf Fucile di precisione (Nuovo di fabbrica) [Serie ... Team Fortress 2	2	Prezzo iniziale: 4,05€

Figura 5 - Lo stesso oggetto in diverse rarità e con diverse proprietà e, di conseguenza, prezzi diversi

I termini di utilizzo di Valve e della piattaforma Steam stabiliscono però chiaramente la posizione della compagnia, per la quale i fondi disponibili sul proprio profilo siano privi di qualsivoglia valore monetario e non possano essere scambiati con denaro contante ma solo essere utilizzati per l'acquisto di videogiochi o altri contenuti, sottoscrizioni o hardware tramite la piattaforma⁶⁹. Si noti che questo è un concetto analogo a quello applicato abitualmente dalle case sviluppatrici di giochi per dispositivi mobili nei confronti degli oggetti ottenuti da una *loot box* o da un *gacha*. Eppure, qui si riferisce al saldo dell'utente e non agli oggetti in sé che, come esposto poco sopra, sono invece acquistati e venduti per denaro reale a sua volta utilizzabile per l'acquisto di ulteriori prodotti e che pertanto hanno comunque un (limitato) valore monetario. Se così non fosse non sarebbe possibile acquistarli con, e venderli per, denaro reale ma solo scambiarli con altri giocatori o con il sistema. La presenza di un mercato comunitario per gli utenti di Steam in cui queste transazioni fossero possibili lecitamente e perfino previste dalla compagnia produttrice o distributrice del gioco (come visto nel "*player-to-player trading*"), benché all'interno della medesima piattaforma, non ha tuttavia arrestato il fenomeno della comparsa spontanea di attività illecite tipiche del secondo gruppo⁷⁰. Una dimostrazione di ciò è rappresentata dal caso sorto nel 2016 dall'utilizzo improprio delle API⁷¹ della piattaforma da parte di alcuni siti di scommesse di terze parti che, sfruttando il sistema di scambi, avevano permesso a molti giocatori di scommettere gli oggetti di gioco legati ai loro profili.

⁶⁹ Valve Corporation, (2020). "Contratto di sottoscrizione a Steam". *Sito internet di Steam*.

⁷⁰ Vd. *supra* nota 21, p. 235.

⁷¹ Acronimo di *Application Programming Interface*, espressione che in informatica indica un insieme di regole e specifiche tecniche che permettono la comunicazione e l'interazione tra software differenti.

Questo fece ricadere su Valve numerose accuse di favoreggiamento del gioco d'azzardo minorile che costrinsero l'azienda a rilasciare una dichiarazione nella quale si prendevano le distanze e si dichiarava l'impegno a far chiudere tali siti⁷², cosa che poi avvenne benché altri siano sorti di recente. Il "Mercato della Comunità" di Steam rappresenta però una casistica particolare dal momento che, come si è visto, solitamente anche gli sviluppatori sono del pensiero che questi oggetti non possiedano alcun valore esternamente al gioco e non solo non prevedano la possibilità di convertire tali oggetti in valuta reale ma, in alcuni casi, cerchino di legarli indissolubilmente al profilo del giocatore che li ha ottenuti. La letteratura recente ha comunque sottolineato come vi siano anche casi, oltre a quello già citato sopra, in cui sia possibile trarre dei profitti persino in queste circostanze. Ad esempio, tramite la vendita dell'intero profilo utente su siti di aste⁷³ o tramite comunità online come Discord o Twitch⁷⁴, le quali tuttavia non promuovono questo genere di attività ma anzi lo vietano espressamente nei rispettivi contratti di utilizzo, schierandosi dalla parte degli sviluppatori. Il secondo gruppo, quindi, è costituito da quei siti web di terze parti, ovvero che non hanno nulla a che fare con la compagnia che ha prodotto il videogioco per il quale loro offrono opportunità di guadagni tramite il gioco d'azzardo, e il fenomeno è noto con il termine inglese di "*skin gambling*" o "*skin betting*" ed è traducibile come "scommesse con le *skin*". Questo termine indica solitamente costumi, modifiche audiovisive o, in generale, accessori di gioco virtuali e alternativi utilizzati per personalizzare l'esperienza di gioco dell'utente, ma che non offrono un reale vantaggio competitivo. Il nome suggerisce già come la pratica consti nell'utilizzo di beni virtuali, tipicamente cosmetici, come valuta digitale o "mediatrice" per scommettere sull'esito di partite competitive o altre forme di giochi basati sulla fortuna⁷⁵ e ha avuto inizio proprio con l'introduzione della compravendita degli oggetti di gioco di *Counter Strike: Global Offensive*. Nel dettaglio, i giocatori dopo aver collegato il proprio profilo scommettono con altri giocatori sull'esito di una partita giocata da professionisti e trasmessa su piattaforme di *streaming* online come Twitch o Youtube e al vincitore vengono trasferite le *skin* puntate, esattamente come accade nelle scommesse sportive del mondo reale.

⁷² Johnson, E. (a nome di Valve Corporation), (2016). "In-Game Item Trading Update". *Sito internet di Steam*.

⁷³ Vd. *supra* nota 15, pp. 193-194.

⁷⁴ Famosissime piattaforme utilizzate da milioni di giocatori ogni giorno rispettivamente per trasmettere o seguire in *live streaming* l'esperienza di gioco di giocatori professionisti e/o più semplicemente per interagire e comunicare con altri utenti appartenenti alla stessa comunità di giocatori.

⁷⁵ Skin gambling. From Wikipedia, the free encyclopedia.

Disponibile presso: https://en.wikipedia.org/wiki/Skin_gambling [Visto il 19 ottobre 2020].

Altri siti offrono, invece, l'opportunità di scommettere questi oggetti su giochi d'azzardo simulati digitalmente che ricalcano in tutto e per tutto quelli che si trovano normalmente all'interno dei casinò, come roulette, tiro di dadi e *slot machine*.

Nonostante le differenze di opinioni e di interpretazioni nel dibattito politico – ancora in corso – sull'esigenza di una (auto)regolamentazione delle *loot box* in anni recenti, sarà proprio questo fenomeno a costituire un esempio particolare, come si vedrà nel terzo capitolo, dato che casi simili a quello del 2016 si sono verificati anche in altri paesi e i governi sono intervenuti subito per fermarli. A partire dal concetto di monetizzazione, o di conversione in valore “reale” degli oggetti di gioco virtuali, è stata poi elaborata solo l'anno scorso una nuova e ulteriore classificazione delle *loot box* da parte di Nielsen e Grabarczyk⁷⁶ nella quale viene introdotta la nozione più generale di “*Random Reward Mechanism*” al fine di coprirne ogni possibile implementazione. Non solo le *loot box* in senso classico, quindi, ma anche quei meccanismi che pur usando metafore diverse non differiscono significativamente nella sostanza (come il *gacha* appunto), definizione che è stata utilizzata finora. Nella determinazione del nuovo quadro di riferimento, lo studio parte innanzitutto dalla definizione che ogni “meccanismo a ricompensa casuale” sia formato da tre componenti chiave: la condizione di idoneità o ammissibilità, una procedura di determinazione aleatoria e la ricompensa ottenibile⁷⁷. La prima di queste si riferisce, naturalmente, al requisito che il giocatore deve soddisfare per attivare la procedura casuale⁷⁸. In altre parole, indica l'azione che l'utente deve intraprendere per accedere al contenuto della *loot box* o del *gacha* in questione, e come è stato spiegato nel capitolo precedente può variare notevolmente da una implementazione all'altra, a seconda che essa venga innescata da un acquisto consapevole, una pescata gratuita, la visualizzazione di un annuncio pubblicitario ecc. Il secondo requisito, invece, è rappresentato dalla procedura casuale in sé, ancora una volta secondo le più classiche definizioni già date in precedenza anche nell'ambito del gioco d'azzardo tradizionale; si pensi in tal senso al già analizzato ruolo delle abilità rispetto alla fortuna nella determinazione di un risultato casuale all'interno del modello di King et al. del 2015⁷⁹. L'ultimo componente, infine, è costituito nuovamente dai premi e dalle ricompense ottenute da un RRM e tipicamente distinguibili in oggetti puramente cosmetici oppure in beni virtuali che offrono un reale vantaggio competitivo.

⁷⁶ Vd. *supra* nota 15, p. 174.

⁷⁷ *Ibidem*.

⁷⁸ *Ibidem*.

⁷⁹ Cfr. p. 40.

Questa volta, tuttavia, il premio è stato considerato dagli autori dello studio nel senso più ampio possibile senza specificarne la natura (non ha pertanto nessuna rilevanza che si tratti di una valuta virtuale oppure di oggetti di gioco come nuovi eroi, nuove armi, nuovi equipaggiamenti o altro)⁸⁰.

Sulle fondamenta di questa struttura di base e sulla precedente distinzione chiave tra gioco d’azzardo reale e simulato affrontata all’inizio di questo paragrafo⁸¹, Nielsen e Grabarczyk si sono quindi interrogati su come sia possibile definire la relazione tra i due e hanno mosso il loro studio sull’idea che i RRM potrebbero rientrare nella categoria del gioco d’azzardo ogni qual volta che un gioco che li contiene coinvolga valuta reale⁸².

La novità di questa tassonomia, però, risiede nel fatto di considerare entrambi gli stadi – iniziale e terminale – di un “meccanismo a ricompensa casuale”, ovvero la condizione d’idoneità e il premio, rapportati ai concetti di valuta e valore “reali” e a quello di conversione di valore dei beni virtuali.

Si è già osservato come molti giochi contemporanei includano al loro interno più di una valuta⁸³, ad esempio nel caso in cui sia possibile acquistare una determinata *loot box* oltre che direttamente previo pagamento con carta di credito anche per mezzo di una valuta di gioco (come monete d’oro, gemme e simili rappresentazioni) ottenibile gratuitamente in gioco o acquistabile per denaro reale.

Si è reso quindi necessario discernere in modo più comprensibile cosa si intende con valuta e valori “reali” per evitare ogni genere di ambiguità e per far ciò gli autori hanno proposto di differenziare tra valute (o qualunque altro oggetto) che sono “integrati” nell’economia reale o di tutti i giorni, cioè quelli per i quali la conversione di valore in denaro reale è possibile, in contrapposizione a quelli “distinti” per i quali invece non esiste (in teoria) nessun collegamento con soldi del mondo reale⁸⁴.

In considerazione sia della ripartizione tra condizione di ammissibilità e il premio risultante da un procedimento casuale sia di quella tra valore economico integrato e distinto, gli autori hanno quindi individuato quattro tipologie principali di RRM (come riportato in Tabella 1).

Tipologia	Condizione	Ricompensa
D-D	Distinta (non acquistabile)	Distinta (bene virtuale non vendibile)
D-I	Distinta (non acquistabile)	Integrata (bene virtuale vendibile)
I-D	Integrata (acquistabile con denaro reale)	Distinta (bene virtuale non vendibile)
I-I	Integrata (acquistabile con denaro reale)	Integrata (bene virtuale vendibile)

Tabella 1 - Classificazione dei RRM tratta e rielaborata da Nielsen e Grabarczyk nel 2019

⁸⁰ Vd. *supra* nota 15, p. 175.

⁸¹ Vd. *supra* nota 21.

⁸² Vd. *supra* nota 15, p. 190.

⁸³ Cfr. p. 35.

⁸⁴ Vd. *supra* nota 15, pp. 192-193.

Nielsen e Grabarczyk giungono alla conclusione che di questi solo i RRM appartenenti all'ultima categoria, ovvero al caso I-I, possano dirsi "strutturalmente simili al gioco d'azzardo"⁸⁵ poiché sia la condizione di idoneità sia il premio risultante sono integrati nell'economia del mondo reale. Vale a dire che, in essi, è possibile "trasformare" (tramite l'acquisto) del denaro corrente in premi stabiliti casualmente e che, in seguito, è possibile riconvertire questi ultimi in valuta reale. Questa opinione è basata sicuramente sullo stesso principio di convertibilità presentato in precedenza ma riprende anche il concetto espresso da Griffiths e King nel 2015 sulla necessità, secondo molte leggi sul gioco d'azzardo, che un acquisto venga fatto sulla puntata⁸⁶ e di fatto escludendo quelle implementazioni che permettono l'accesso alla procedura casuale solo tramite una valuta isolata al contesto di gioco. Tuttavia, gli autori notano che resta comunque da valutare che tipo di relazione con il gioco d'azzardo possano avere quelle implementazioni nelle quali la ricompensa è distinta dall'economia reale⁸⁷ e ribadiscono come "in alcuni casi i giocatori possano sfruttare il gioco cambiando il tipo di ricompensa da distinto a integrato" e viceversa⁸⁸, ancora una volta confermando dunque come non sia strettamente necessario che tale possibilità sia prevista dallo sviluppatore di un videogioco (si ripensi alle parole di Drummond e Sauer⁸⁹). Si noti, infatti, come più di recente sia stata espressa l'opinione che anche la tipologia D-D⁹⁰, sebbene non soddisfi i requisiti del gioco d'azzardo enunciati nelle prossime pagine, possa considerarsi dannosa visto che esporrebbe i minorenni a simulazioni e principi del gioco d'azzardo che li potrebbero indurre, in futuro, a prendervi parte attivamente⁹¹. Nell'ultimo anno, poi, fra i numerosi studi disponibili sull'argomento uno in particolare può essere considerato di estremo interesse per stabilire in maniera piuttosto definitiva perché le *loot box* possano essere considerate come gioco d'azzardo, almeno in riferimento al dibattito sul valore posseduto dagli oggetti virtuali di gioco e quindi dal tanto combattuto punto di vista legale. Questo articolo, elaborato dagli ormai noti Drummond e Sauer insieme a Lauren C. Hall, David Zende e Malcom R. Loudon, al di là di qualunque interpretazione personale che vi si possa dare⁹²

⁸⁵ Vd. *supra* nota 15, p. 198.

⁸⁶ Vd. *supra* nota 34.

⁸⁷ Analisi, come si vedrà in seguito, operata da Lui, Thompson e Rich sulle cosiddette "*loot box closed-loop*".

⁸⁸ Nielsen, R. K. L. e Grabarczyk, P., (2019). "Are Loot Boxes Gambling?...", pp. 193-194 e Drummond, A. e Sauer, J. D., (2018). "Video game...".

⁸⁹ Cfr. p. 43.

⁹⁰ Le implementazioni per le quali non è possibile convertire legalmente gli oggetti di gioco in denaro sono chiamate anche *closed-loop* o "a circuito chiuso", sottolineando come tali oggetti rimangano confinati al contesto di gioco.

⁹¹ Vd. *supra* nota 23, p. 10.

⁹² Si vedano le differenze di interpretazione e di opinione sul valore posseduto dai beni virtuali fra i diversi studiosi esaminate nelle pagine precedenti e quella tra la più generale bibliografia accademica e i legislatori chiamati ad affrontare la questione.

utilizza dati di mercato provenienti da transazioni reali al fine di dimostrare come gli oggetti virtuali abbiano un concreto valore monetario e dunque potrebbero (e dovrebbero) essere regolamentati⁹³. Si è già precedentemente anticipato come, secondo la definizione di cosa costituisce gioco d'azzardo per la maggior parte delle legislazioni nel mondo, uno dei requisiti fondamentali è la necessità che il premio ricevuto sia in denaro o abbia un corrispettivo valore monetario⁹⁴, questione su cui a lungo si è dibattuto nelle scorse pagine. Il dibattito verrà spiegato ulteriormente anche nel terzo capitolo, affrontando la comparazione tra i dibattiti politici avvenuti – e in corso di svolgimento – all'interno di diversi paesi del mondo, ma è qui anticipata in quanto punto di partenza di suddetto studio. Sebbene, infatti, ogni Paese presenti una legislazione a sé (come è logico che sia) e definizioni di gioco d'azzardo lievemente discordanti, Drummond et al. riconoscono come tendenzialmente i requisiti comunemente necessari a definire il gioco d'azzardo in quanto tale siano tre⁹⁵:

1. il pagamento di una puntata
2. il ruolo rivestito dalla sorte nella determinazione del risultato
3. il premio

Scontato ribadire la somiglianza tra questa distinzione e alcune delle caratteristiche alla base dei quadri di riferimento, come quelli proposti da Gainsbury et al. nel 2014 e da Nielsen e Grabarczyk nel 2019 per la classificazione dei “meccanismi a ricompensa casuale”. In particolare, si pensi al requisito di richiedere necessariamente un pagamento per accedere al gioco e il fatto che il premio sia in denaro o abbia un equivalente valore monetario⁹⁶, come per la categoria I-I nel secondo studio. Applicando questa definizione al modello *loot box* risulta chiaro che per loro natura questi meccanismi soddisfano senz'altro il secondo requisito, dal momento che il risultato è determinato dalla fortuna o comunque da un algoritmo casuale. Il primo requisito invece è soddisfatto nel caso in cui un pagamento con denaro corrente sia richiesto al videogiocatore per accedere al contenuto di un RRM, ma è stato già spiegato come non sempre le cose stiano così e sia altresì possibile accedere a una *loot box* o un *gacha* anche tramite una valuta virtuale di gioco ottenibile in vari modi.

⁹³ Drummond, A., Sauer, J. D., Hall, L. C. et al., (2020). “Why loot boxes could be regulated as gambling”. *Nature Human Behaviour*.

⁹⁴ Vd. *supra* nota 30.

⁹⁵ *Ibidem*.

⁹⁶ Cfr. pp. 36-37.

In quest'ottica gli autori offrono una prospettiva nuova per la quale se un prezzo viene pagato per una chiave digitale o per una valuta di gioco allora, in quanto intermediarie, esse possiedono un valore effettivo e il successivo scambio per un RRM può essere considerato come una transazione⁹⁷. Malgrado questa interpretazione permetta di soddisfare il primo tra i requisiti riportati poc'anzi, rimane tuttavia ancora da soddisfare l'ultimo di essi e, allo stesso tempo, testare sperimentalmente e in maniera decisiva se gli oggetti virtuali posseggano o meno valore e se il giocatore possa subire delle reali perdite finanziarie dall'apertura di una *loot box*⁹⁸, un altro punto spesso contestato.

Al fine di trarre le proprie conclusioni quindi, Drummond e gli altri ricercatori si sono basati sulla nozione classica del prezzo di mercato di un determinato oggetto come il miglior indicatore del suo valore⁹⁹. Sulla base di questo hanno analizzato i dati resi disponibili dalla piattaforma Steam per stabilire se gli oggetti digitali dei videogiochi più popolari fossero o meno venduti per soldi reali, forse unico limite di questo studio visto che le informazioni su mercati nascosti come quelli delle scommesse con le *skin* sono scarse e non pubblicamente disponibili. Si è già visto in precedenza, discutendo sulla monetizzazione degli oggetti virtuali di gioco e illustrando le caratteristiche della piattaforma Steam, come essi abbiano a tutti gli effetti un tangibile (ma in questo caso limitato) valore monetario e allo stesso risultato giunge lo studio, sia a livello aggregato¹⁰⁰ che individuale¹⁰¹. Drummond et al. aggiungono, inoltre, due considerazioni parecchio importanti sull'argomento¹⁰². La prima di queste è data dal fatto che la maggior parte degli oggetti in vendita sul "Mercato della Comunità" siano venduti a un prezzo inferiore rispetto a quello d'acquisto di una *loot box*, in sé indicatore di una perdita finanziaria in termini reali per l'acquirente (in linea con la precedente definizione di "sconfitte mascherate da vittorie", come si ricorderà uno dei principi di progettazione alla base delle *slot machine*¹⁰³). Ancora più rilevante ai fini dello studio, tuttavia, è la successiva che suggerisce come i mercati neri del genere di quelli affrontati in precedenza nascano e si sviluppino per permettere lo scambio di oggetti di intrinseco valore piuttosto che esserne un prerequisito¹⁰⁴.

⁹⁷ Il gruppo non specifica esattamente come questa transazione sia da intendersi anche se con tutta probabilità è da leggersi come un baratto tra il pagamento di una somma in denaro e la possibilità di partecipare al gioco, secondo la logica classica del gioco d'azzardo.

⁹⁸ Vd. *supra* nota 93.

⁹⁹ *Ibidem*.

¹⁰⁰ Inteso come i ricavi complessivi derivati dalla vendita di tali oggetti digitali, superiori al miliardo di dollari stando allo studio.

¹⁰¹ Vd. *supra* nota 93.

¹⁰² *Ibidem*.

¹⁰³ Cfr. p. 33.

¹⁰⁴ Vd. *supra* nota 93.

In altre parole, se tali beni virtuali non avessero in sé valore monetario per i giocatori (oltre che affettivo o relativo al contesto di gioco) questi mercati secondari verosimilmente non nascerebbero. In contrapposizione alla già anticipata posizione dei legislatori nei confronti di un disciplinamento dei RRM quindi, che come vedremo riflette nozioni arcaiche per cui gli oggetti digitali non hanno un valore reale, quest'ultimo studio empiricamente e i precedenti in maniera più intuitiva hanno tuttavia dimostrato il contrario, a prescindere che la possibilità di incassarli sia prevista oppure no. Oltre a questa appena spiegata, inoltre, le definizioni di gioco d'azzardo sono molteplici a seconda delle diverse discipline ma già nel 1995 Griffiths notò come esistono un certo numero di elementi comuni che si verificano nella maggior parte dei giochi d'azzardo, capaci di distinguerlo dalla semplice assunzione di un rischio in senso lato¹⁰⁵ e che verranno ora illustrati nel dettaglio.

Tali elementi comprendono *in primis* due dei punti esposti poco sopra, ovvero: il pagamento di una puntata, indicato qui come riallocazione di ricchezza fra le parti coinvolte o come scambio di denaro od oggetti di valore, e il ruolo rivestito dal caso nella determinazione (anche parziale) del risultato¹⁰⁶. A questi si aggiungono poi i requisiti che lo scambio dipenda da un evento futuro il cui esito sia ignoto al momento della puntata (dell'acquisto nel caso di una *loot box* o di un *gacha*) e che sia possibile evitare perdite finanziarie semplicemente scegliendo di non prendervi parte¹⁰⁷.

Sugli stessi criteri definiti a quel tempo, ventitré anni dopo lo stesso autore e, in sede separata, Drummond e Sauer sono ritornati contribuendo alla bibliografia accademica sulla correlazione tra *loot box* e gioco d'azzardo e in entrambi i casi ampliando ancora la distinzione con nuovi parametri. Griffiths nel suo successivo e breve articolo ha aggiunto che “[...] il premio dovrebbe avere un valore finanziario maggiore rispetto al denaro scommesso” e proprio per questo considerò le *loot box* come una forma di gioco d'azzardo, dato che spesso invece esso vale molto meno di quanto è stato pagato¹⁰⁸ (lo stesso concetto esposto poco sopra a cui sono giunti due anni dopo Drummond et al.). Anche Drummond e Sauer nel 2018 si sono rifatti alla vecchia definizione di gioco d'azzardo offerta da Griffiths per condurre la loro analisi sulle caratteristiche delle *loot box* ma aggiungendovi due ulteriori elementi di cui il primo, ancora una volta, è se le vincite possano essere convertite in qualche modo in denaro del mondo reale o meno. A ciò si aggiunge l'idea che i vincitori guadagnino a discapito dei perdenti¹⁰⁹, vero elemento di novità. Sul primo ormai è stato già spiegato tutto il possibile nelle scorse pagine, perciò, la trattazione verterà ora su cosa si intende con il secondo.

¹⁰⁵ Griffiths, M. D., (1995). “Adolescent Gambling”.

¹⁰⁶ *Ibidem*.

¹⁰⁷ *Ibidem*.

¹⁰⁸ Vd. *supra* nota 30, pp. 53-54.

¹⁰⁹ Vd. *supra* nota 11, p. 531.

I due ricercatori, considerandolo all'atto pratico nel contesto dei premi ottenuti da un "meccanismo a ricompensa casuale", hanno ipotizzato che i vincitori traggano profitto a spese dei perdenti solo se l'oggetto ottenuto fornisce ai primi un vantaggio competitivo diretto sui secondi¹¹⁰. In altre parole, è stato considerato se i beni virtuali ottenuti dall'apertura di una *loot box* o di una pescata *gacha* forniscono al videogiocatore che li ha ottenuti un'agevolazione futura all'interno del gioco stesso, o nei confronti degli altri giocatori (il fenomeno noto come "*pay-to-win*"), rispetto a coloro che non hanno avuto la fortuna di trovarli ed escludendo di fatto gli oggetti puramente cosmetici.

Analizzando le proprietà di oltre venti giochi recenti contenenti meccaniche *loot box*, lo studio ha evidenziato come quasi la metà di essi si allineino a tutti i sopracitati criteri di Griffiths per il gioco d'azzardo e che sei di questi, insieme a quelli che permettevano la possibilità di convertire in qualche modo in denaro gli oggetti virtuali, erano categorizzati come appropriati per ragazzi al di sotto dei tredici anni di età¹¹¹; a riprova del fatto che i timori contenuti nel paragrafo 2.1 sono fondati.

Stando all'analisi da essi effettuata, il primo criterio è soddisfatto in quei giochi in cui la *loot box* sia acquistabile in cambio di denaro del mondo reale. Il secondo richiede che il suo contenuto sia determinato in modo casuale, cosa che effettivamente è, e il terzo che venga ricevuto solo a pagamento avvenuto. L'ultimo criterio, infine, è soddisfatto nelle circostanze in cui sia possibile evitare perdite monetarie scegliendo consapevolmente di non acquistare una *loot box*.

Come Griffiths prima di loro e anticipando il concetto espresso nel successivo studio con Hall, Zendle e Loudon, viene qui inoltre ribadito come i consumatori potrebbero perdere del denaro a seguito dell'ottenimento di oggetti il cui valore è spesso inferiore al costo per l'accesso al RRM stesso¹¹².

Vi aggiunsero, ciononostante, un'ulteriore specificazione secondo la quale "sebbene [in molti casi] i giocatori non ottengano un vantaggio competitivo nel gioco, i vincitori guadagnano a scapito dei perdenti [anche] per via dei profitti o delle perdite subite in queste transazioni [...]"¹¹³ secondarie.

Infine, viene concluso che i videogiochi che permettono ai giocatori di incassare del denaro dai beni virtuali legati al loro profilo¹¹⁴, anche se indirettamente¹¹⁵, forniscono l'esempio più lampante di gioco d'azzardo in un videogioco poiché soddisfano sia le definizioni legali che quelle psicologiche¹¹⁶.

¹¹⁰ Vd. *supra* nota 11, p. 531.

¹¹¹ *Ivi*, p. 532.

¹¹² *Ibidem*.

¹¹³ *Ibidem*.

¹¹⁴ Anche nel caso in cui ciò avvenga su mercati secondari illeciti. Si faccia riferimento alla citazione di Drummond e Sauer al riguardo, contenuta a pagina 43 del presente elaborato.

¹¹⁵ Vd. *supra* nota 30, p. 54.

¹¹⁶ Vd. *supra* nota 11, p. 532.

Nella disamina degli studi a sostegno dell'esistenza di una correlazione tra "meccanismi a ricompensa casuale" e gioco d'azzardo si è scritto a lungo sulla questione della monetizzazione e si è visto come gli oggetti digitali di gioco possiedano valore praticamente sempre, sia dal punto di vista soggettivo del videogiocatore sia da quello monetario, a prescindere che ciò sia possibile lecitamente o illecitamente. Si mostrerà ora come essi siano assimilabili anche indipendentemente da caratteristiche come questa per fornire poi alcuni esempi di studi o considerazioni alternativi.

Il 2020 ha visto, infatti, anche l'elaborazione di un'ultima e più dettagliata classificazione delle caratteristiche distintive delle *loot box* e, sulla base di queste, la definizione di quali tipologie abbiano maggiore probabilità di essere legate a problemi di gioco d'azzardo patologico.

Condotto da David Zendle, Paul Cairns, Herbie Barnett e Cade McCall dei dipartimenti di informatica e di psicologia dell'Università di York e della *York St. John University*, lo studio definisce quelli che sono gli elementi chiave che distinguono un'implementazione specifica di RRM dall'altra, per determinare se qualcuna di queste rafforza il legame tra spesa sostenuta per la stessa e ludopatia¹¹⁷.

I punti presi in considerazione dalla ricerca sono sette e si ricollegano, a loro volta, ad alcuni dei requisiti delineati nelle passate classificazioni come pure a certe meccaniche e peculiarità delle *loot box* in precedenza solo accennate. Ognuno di essi verrà qui illustrato individualmente ma sarà accostato al ragionamento dietro alle ipotesi che il gruppo ha elaborato, e in seguito confermato, e che per comodità espositiva saranno elencate insieme al risultato dello studio.

Questi sette punti includono: la possibilità di accedere al contenuto di un *random reward mechanism* previo pagamento o meno, offrire l'opportunità di incassare gli oggetti di gioco, consentire ai giocatori il *pay-to-win*, prevedere l'utilizzo di una valuta di gioco, presentare una meccanica a "forzieri e chiavi", mostrare delle "mancate vittorie" e il contenere oggetti esclusivi¹¹⁸.

Si è già parlato delle molteplici modalità di accesso al contenuto di una *loot box*¹¹⁹ e di come uno dei criteri chiave che differenziano il gioco d'azzardo dalle altre attività sia lo scambio di denaro o altri oggetti di valore¹²⁰. Il gruppo di ricercatori di York suggerisce, pertanto, come sia ragionevole supporre che il fatto di pagare o meno per l'accesso a una *loot box* possa essere uno degli elementi più determinanti nello stabilire la relazione tra il loro acquisto e disturbi legati al gioco d'azzardo¹²¹.

Sulla conversione in denaro reale degli oggetti di gioco non vi è altro da aggiungere, se non che quando ciò è possibile ci si può aspettare che un giocatore spenda i propri soldi nella speranza di

¹¹⁷ Vd. *supra* nota 13, p. 181.

¹¹⁸ *Ivi*, pp. 182-183.

¹¹⁹ Cfr. p. 46.

¹²⁰ Vd. *supra* nota 30, p. 53.

¹²¹ Vd. *supra* nota 13, p. 182.

ottenere maggiori profitti in futuro dalla vendita degli oggetti ottenuti, analogamente a uno scommettitore che punta del denaro nella speranza di vincere più di quanto ha azzardato¹²².

Il *pay-to-win* si riferisce, invece, alla possibilità di pagare per avere un vantaggio competitivo rispetto a quei giocatori che non ne hanno disponibilità, sulla base del fatto che alcuni degli oggetti ottenibili da un “meccanismo a ricompensa casuale” attribuiscono al loro proprietario un beneficio in gioco¹²³. Tipicamente la competitività è un elemento importante del gioco d’azzardo, nonché considerata un fattore di rischio nello sviluppo di disturbi a esso legati, e perciò il gruppo sostiene che “associare vantaggio competitivo ai premi [...] potrebbe [...] rafforzare il legame [...]”¹²⁴ in studio. Analizzando il fenomeno delle scommesse con le *skin* è stata affrontata la possibilità di usare una valuta intermediaria di gioco e proprio questa caratteristica è comune a molte forme di gioco d’azzardo standardizzato, si pensi in tal senso alle *fiche* del poker, e il suo utilizzo per l’acquisto di *loot box* potrebbe altresì contribuire alla correlazione. La meccanica a “forziere e chiave” è stata indicata brevemente nelle scorse pagine¹²⁵ e consiste in un meccanismo per il quale i giocatori in genere guadagnano i forzieri gratuitamente nel corso del gioco, ma per aprirli serve loro una chiave il cui ottenimento di solito comporta il pagamento di denaro reale. Una delle ragioni per cui questo meccanismo potrebbe rafforzare la relazione tra spesa per *loot box* e dipendenza da gioco per Zendle et al. sarebbe il concetto dei “costi sommersi” oppure l’illusione del controllo¹²⁶. Il primo termine indica quei costi in cui ci si è già imbattuti e che non vi è modo di recuperare¹²⁷, solitamente causa e pretesto di comportamenti e decisioni ripetute per i quali un giocatore d’azzardo continua a sperperare il proprio patrimonio per non vanificare la spesa iniziale. Come è stato dimostrato nell’illustrazione delle caratteristiche di progettazione delle *slot machine* definite da Harrigan et al., il concetto di “mancate vittorie” porta il (video)giocatore a credere di essersi avvicinato molto a un esito favorevole inducendolo a ritentare ancora la sorte¹²⁸, lo studio suppone quindi che anche questo possa essere un fattore a rafforzamento della relazione. Infine, l’ultimo punto non è stato precedentemente spiegato e consta nella possibilità per un “meccanismo a ricompensa casuale” di contenere oggetti esclusivi, ottenibili solo tramite l’acquisto dello stesso e in nessun altro modo all’interno del videogioco.

¹²² Vd. *supra* nota 13, p. 182.

¹²³ Cfr. p. 21.

¹²⁴ Vd. *supra* nota 13, p. 182.

¹²⁵ Cfr. p. 43.

¹²⁶ Vd. *supra* nota 13, pp. 183 e 185.

¹²⁷ Costo irrecuperabile. Da Wikipedia, l’enciclopedia libera.

Disponibile presso: https://it.wikipedia.org/wiki/Costo_irrecuperabile

¹²⁸ Cfr. p. 33.

Si verrebbe in tal senso a creare un valore aggiunto che può spingere l'utente all'acquisto del RRM¹²⁹. Il fine dichiarato dagli autori di questo trattato è quello di confermare innanzitutto i risultati ottenuti da precedenti studi degli stessi Zendle e Cairns¹³⁰ secondo cui le persone che acquistano *loot box* hanno maggiori probabilità di ottenere un punteggio alto sulla scala del gioco patologico.

Allo stesso tempo, la ricerca ne amplia i risultati tramite l'esplorazione del tipo di effetto che la presenza o meno di ciascuno dei fattori sopra menzionati ha su questa relazione in quanto variabili moderatrici¹³¹, cioè variabili terze da cui dipende la relazione tra altre due variabili (in questo contesto: la spesa per l'acquisto di *loot box* e la presenza e/o gravità di disturbi da gioco d'azzardo). Tramite un sondaggio online sono state perciò raccolte informazioni relative alle abitudini di spesa all'interno dei videogiochi di milleduecento persone, senza che venissero loro menzionate le *loot box* per non alterare la possibile veridicità delle informazioni dichiarate. Questi dati sono stati poi analizzati per prima cosa secondo il PGSI, acronimo di *Problem Gambling Severity Index*, uno strumento standardizzato di diagnosi e di valutazione prognostica nell'ambito della valutazione dei disturbi da ludopatia e basato su risposte assegnate secondo una scala di frequenza¹³².

Seguendo questo indice il 50,9% dei partecipanti è stato classificato come giocatore non problematico, il 26,7% come a basso rischio, il 4,6% come a rischio moderato e il 17,7% dei giocatori sono stati classificati come problematici.

Successivamente lo studio ha analizzato i dati ottenuti usando modelli statistici complessi che hanno permesso loro di confermare quasi tutte le ipotesi iniziali ed espone nelle righe che seguono.

In merito all'apertura pagata o meno di una *loot box* due erano le ipotesi iniziali. Innanzitutto, che sussista una correlazione positiva tra la gravità del gioco d'azzardo patologico di un individuo e la sua spesa per l'acquisto delle *loot box*¹³³, cioè che se la prima aumenta lo farà anche la seconda¹³⁴.

Quella seguente ipotizza che esista una relazione significativa tra il fatto che un giocatore spenda soldi per il suo acquisto, oppure apra solo *loot box* gratuite, e l'entità o gravità stessa del disturbo¹³⁵.

¹²⁹ Vd. *supra* nota 13, pp. 183 e 185.

¹³⁰ Zendle, D. e Cairns, P., (2018). "Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey". *PLoS ONE*. Vol. 14 n. 3. e Zendle, D. e Cairns, P., (2019). "Loot boxes are again linked to problem gambling: Results of a replication study". *PLoS ONE*. Vol. 14 n. 3.

¹³¹ Vd. *supra* nota 13, p. 185.

¹³² Maggiori informazioni sul *Problem Gambling Severity Index* sono disponibili alla pagina internet: <https://responsiblegambling.vic.gov.au/for-professionals/health-and-community-professionals/problem-gambling-severity-index-pgsi/>

¹³³ Vd. *supra* nota 13, p. 184.

¹³⁴ Correlazione e causalità. Da Wikiversità, l'apprendimento libero.

Disponibile presso: https://it.wikiversity.org/wiki/Correlazione_e_causalità

¹³⁵ Vd. *supra* nota 13, p. 184.

Ambedue sono state confermate empiricamente, convalidando gli studi precedenti e aggiungendo inoltre che i soggetti che non pagano presentano un indice di rischio più basso di quelli che lo fanno. Più numerose sono state quelle relative alla monetizzazione dei beni virtuali ma non tutte hanno avuto riscontro affermativo. Mentre, infatti, sono state confermate le ipotesi per cui la presenza della possibilità di convertire tali oggetti in denaro corrente su un mercato interno al gioco, esterno oppure entrambi consolida la relazione tra acquisto di *loot box* e ludopatia, come anche quella di scambiarli con altri giocatori, non è stata tuttavia convalidata l'ipotesi che trarre profitto dalla loro vendita la rafforzi bensì è stato dimostrato il contrario¹³⁶.

Se il collegamento in questione sia rinforzato dalla presenza del *pay-to-win*, cioè dalla capacità di usare questi oggetti per ottenere un vantaggio competitivo sugli altri giocatori, ha avuto parimenti esito negativo. I risultati, infatti, hanno dimostrato come essa non moderi significativamente la relazione che rimane invece sostanziale sia quando la possibilità è presente sia quando è assente¹³⁷. In merito alle “mancate vittorie” i ricercatori hanno supposto – e confermato – come l'impiego di questo meccanismo da parte degli sviluppatori all'interno dei propri videogiochi irrobustisca significativamente negli utenti il rapporto tra gioco d'azzardo problematico e spesa per i RRM; notando comunque che, anche in questo caso, tale rapporto sussiste che esse ci siano oppure no¹³⁸. Allo stesso esito sono giunti per quanto riguarda la possibilità di utilizzare una valuta in gioco per l'acquisto di una *loot box* o di un *gacha*. Vale a dire che anche questa condizione rinsalda in modo significativo la sopracitata relazione se presente e, tuttavia, essa persiste anche nel caso opposto¹³⁹. Infine, le ipotesi sugli ultimi due punti individuati dalla ricerca sono state confutate e i risultati hanno documentato come sia la presenza di meccaniche a “forzieri e chiavi” sia quella di oggetti esclusivi all'interno di un “meccanismo a ricompensa casuale” non rafforzino in maniera decisiva la relazione studiata dal gruppo che anzi, come per i casi precedenti, esiste indipendentemente da essi¹⁴⁰. Questo studio termina, perciò, con la consapevolezza che i risultati ottenuti forniscono ulteriori prove per un collegamento tra la spesa per le *loot box* e il gioco d'azzardo patologico e di come la prima costituisca un fattore di rischio per il secondo¹⁴¹; confermando ancora una volta come essi siano “psicologicamente simili”¹⁴² e possano incitare il passaggio al gioco d'azzardo vero e proprio¹⁴³.

¹³⁶ Vd. *supra* nota 13, p. 187.

¹³⁷ *Ibidem*.

¹³⁸ *Ibidem*.

¹³⁹ *Ivi*, p. 188.

¹⁴⁰ *Ibidem*.

¹⁴¹ *Ivi*, pp. 188 e 190.

¹⁴² Vd. *supra* nota 11.

¹⁴³ Cfr. p. 32.

Inoltre, come si è potuto notare nell'elencazione dei risultati della ricerca, il legame tra spendere soldi per i "meccanismi a ricompensa casuale" e gioco compulsivo persiste indipendentemente dalle caratteristiche individuali degli stessi e quindi anche della a lungo dibattuta questione sulla possibilità di monetizzare gli oggetti di gioco affrontata in precedenza. Infatti, l'omissione di una qualsiasi di queste funzionalità non causa la scomparsa del collegamento e pertanto, secondo il gruppo, non vi è motivo di credere che esistano implementazioni di *loot box* realmente sicure¹⁴⁴.

Prima di passare alle conclusioni di questo capitolo si procederà ora illustrando un paio di recenti considerazioni aggiuntive sul tema, a cominciare da quella già citata nel paragrafo 2.1 relativamente alle strategie di ricerca del profitto e alle tecniche definite "predatorie" all'interno dei videogiochi. Il documento in questione, un editoriale pubblicato sulla rivista *Addiction* nel 2018 e riportante i nomi di King e Delfabbro, afferma che alcuni dei sistemi di monetizzazione attualmente presenti all'interno dei videogiochi possano essere considerati come "predatori" nel senso che coinvolgono sistemi di acquisto che mascherano il vero costo a lungo termine dell'attività fino a quando i giocatori non sono già impegnati finanziariamente e psicologicamente¹⁴⁵. In altri termini, essi sarebbero predatori poiché i giocatori potrebbero sentirsi spinti a dover necessariamente ricorrere all'acquisto di una *loot box* (o di una pescata *gacha*) per godersi il videogioco e poter progredire al suo interno, soprattutto nel caso in cui essi prevedano oggetti non esclusivamente cosmetici¹⁴⁶.

I due autori prendono a modello la meccanica *loot box* ma, stando alla spiegazione di schema predatorio che forniscono, è possibile considerare come tale anche il *gacha* giacché entrambi comportano, tra gli altri, sistemi che alterano i risultati delle ricompense per rafforzare l'acquisto a discapito del gioco strategico e possono sfruttare uno squilibrio informativo tra utente e compagnia produttrice del gioco. Ciò avviene, ad esempio, quando al primo non sono note le possibilità di acquisizione del bene desiderato o il secondo utilizzi strategie che incentivino all'acquisto (come offerte limitate ed eventi stagionali¹⁴⁷) sfruttando i dati sulle abitudini di gioco e di spesa dell'utente. Nell'esposizione delle conclusioni tratte dall'ultimo quadro di riferimento si è sostenuto, inoltre, come la spesa per l'acquisto di una *loot box* costituisca un fattore di rischio per la nascita di problemi di gioco d'azzardo patologico, ovvero una condizione non causale che si ritiene possa aumentare la probabilità dell'insorgere di una malattia, favorirne lo sviluppo o accelerarne il decorso¹⁴⁸.

¹⁴⁴ Vd. *supra* nota 13, p. 190.

¹⁴⁵ Vd. *supra* nota 4, p. 1967.

¹⁴⁶ Lui, D., Thompson, B. e Rich, C., (2020). "Blurring Lines: Loot Boxes and Gambling in the Video Game Industry". *York Law Review*. Vol. 1, p. 22.

¹⁴⁷ Vd. *supra* nota 4, p. 1968.

¹⁴⁸ Fattore di rischio. Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.

Un recente studio è stato condotto sul tema al fine di comprendere se i RRM e il gioco d'azzardo condividano le stesse caratteristiche di dipendenza e se i disturbi a essi associati possano quindi essere affrontati attraverso programmi di trattamento simili. In esso la determinazione dei risultati è stata effettuata proprio tramite la comparazione dei fattori di rischio e di protezione¹⁴⁹ di entrambi. Whitney DeCamp, infatti, pur non negando la validità dei risultati della precedente ricerca accademica sulla somiglianza psicologica tra *loot box* e gioco d'azzardo, afferma come questo non significhi necessariamente che essi abbiano gli stessi predittori e dunque per stabilire se questa correlazione sussista anche in quest'ottica utilizza sopracitati fattori per identificare quali effetti significativi sono condivisi dai due fenomeni e quali, invece, sono unici di uno in particolare tra essi¹⁵⁰. La ricerca ha quindi raccolto i dati ottenuti da un questionario somministrato a classi di studenti e li ha analizzati alla luce di alcune variabili come quelle date dalla frequenza di partecipazione degli stessi a scommesse su eventi legati al caso e all'abilità, come pure la quantità e frequenza di acquisto di contenuti digitali (non solo *loot box* ma anche DLC e simili). Altre, invece, comprendevano una serie di misure e fattori quali: il tipo di rapporto che i ragazzi avevano con i genitori, depressione, ansia, vittimizzazione, bullismo, uso di sostanze stupefacenti o fumo, voti scolastici, sesso ed etnia¹⁵¹. Il presente paragrafo non si addenterà nella spiegazione degli elaborati passaggi a carattere statistico che hanno condotto DeCamp alle proprie conclusioni ma si limiterà a presentarne i risultati. Lo studio ha rilevato come i comportamenti di gioco d'azzardo siano significativamente associati alla vittimizzazione, all'uso di sostanze e al genere, che è inoltre l'unica similarità che i due fenomeni sembrano avere in comune dal momento che il sesso femminile pare meno incline di quello maschile a prendere parte a entrambe le attività. Gli acquisti di *loot box* e DLC, tuttavia, sono scarsamente previsti da questi modelli¹⁵² e ciò suggerisce che, nonostante i due fenomeni siano strutturalmente e psicologicamente simili, nondimeno presentano fattori di rischio e di protezione differenti. Un'ultima considerazione emersa dalla contemporanea letteratura accademica sull'argomento è quella fornita da Leon Y. Xiao che, attraverso il suo breve saggio, ha offerto una nuova e inedita chiave di lettura della transazione relativa all'acquisto di una *loot box* e che verrà ora esposta.

(segue nota) Disponibile presso: https://it.wikipedia.org/wiki/Fattore_di_rischio

¹⁴⁹ Quelle condizioni, eventi esterni o processi che, al contrario dei precedenti fattori di rischio, riducono la probabilità che insorga una patologia.

¹⁵⁰ DeCamp, W., (2020). "Loot Boxes and Gambling: Similarities and Dissimilarities in Risk and Protective Factors". *Journal of Gambling Studies* (2020), pp. 2-3.

¹⁵¹ *Ivi*, pp. 4-5.

¹⁵² *Ivi*, pp. 10-11.

Superando il precedente studio condotto da Drummond e Sauer nel 2018 e da egli considerato come eccessivamente restrittivo e potenzialmente fallace, l'autore propone una nuova e più inclusiva concettualizzazione¹⁵³ della sopracitata transazione; non più legata alla presenza del criterio del vantaggio competitivo (valutato ora non necessario poiché aveva significato che solo in situazioni di *pay-to-win* le *loot box* – o i *gacha* – fossero strutturalmente simili al gioco d'azzardo tradizionale). Secondo la nuova definizione offerta dall'autore sarebbe possibile concettualizzare la transazione per l'acquisto di una *loot box* da parte di un giocatore come una scommessa tra l'acquirente e la società produttrice del videogioco in cui essa è contenuto¹⁵⁴. In sostanza, il giocatore si assume il rischio di perdere del denaro (nell'eventualità che ottenga oggetti indesiderati o già posseduti) per avere la possibilità di ottenere oggetti rari e di valore a un costo molto basso, mentre il rischio assunto dalla compagnia consta nel malaugurato caso di dover fornire immediatamente al giocatore tali oggetti, perdendo così potenziali ricavi che avrebbe ottenuto da vendite aggiuntive. Utilizzando quest'ultima nozione, quindi, una percentuale maggiore di *random reward mechanism* risulterebbe strutturalmente simile al gioco d'azzardo, giustificando una possibile azione legislativa.

¹⁵³ Xiao, L. Y., (2020). "Conceptualising the Loot Box Transaction as a Gamble Between the Purchasing Player and the Video Game Company". *International Journal of Mental Health and Addiction*.

¹⁵⁴ *Ibidem*.

In questo capitolo è stato illustrato prima di tutto il movente alla base della ricerca accademica analizzata, come pure del dibattito politico sulla necessità di una qualche forma di regolamentazione dei meccanismi *loot box* e *gacha*, concettualizzati ora nella più ampia categoria dei *random reward mechanism*, e si è visto come esso consti nella tutela dei giovani e degli individui più vulnerabili.

In seguito, tramite l'esposizione della letteratura accademica e scientifica disponibile in materia, si è cercato di sancire la ragionevolezza di tali preoccupazioni e stabilire se sussista una possibile correlazione (non strettamente causale) tra i "meccanismi a ricompensa casuale" e forme classiche di gioco d'azzardo, sulla base della definizione empirica di quegli elementi comuni a entrambi.

Quest'ampia disamina della bibliografia ha in effetti dimostrato come siano molteplici i punti di contatto tra questi due generi di attività e come esse presentino caratteristiche molto simili, se non perfino identiche, sotto diverse prospettive. Si pensi ad esempio ai principi di progettazione delle *slot machine* che è possibile ritrovare all'apertura di una *loot box* oppure ad alcuni connotati comuni quali: meccaniche di puntate/acquisto, il ruolo giocato dalla sorte e (sulla base di questa) il conferimento di premi o ricompense come nel gioco d'azzardo; criteri considerati in molti dei quadri tassonomici analizzati. Sono stati poi osservati alcuni meccanismi e concetti psicologici applicabili a entrambi come la fallacia dello scommettitore, l'illusione del controllo e la nozione di costi sommersi. Si è potuto notare, inoltre, come dall'essere considerate una forma di gioco d'azzardo prettamente *simulato* e in cui gli oggetti ottenuti non possiedono un reale valore monetario, le *loot box* siano passate in anni recenti a essere considerate maggiormente come forme *reali* di gioco d'azzardo nel contesto dei videogiochi e i beni da esse ottenuti posseggano valore sia dal punto di vista soggettivo del giocatore sia del prezzo di mercato, dato dalla loro rarità e da altre qualità loro attribuite.

Questa nuova concezione è stata corroborata, come si è visto, da nuovi studi che hanno dimostrato quindi come i RRM possano soddisfare le definizioni e i criteri di legge di cosa costituisce un'attività di gioco d'azzardo (in contrasto con la posizione assunta dai legislatori) oltre che quelle psicologiche. Infatti, è stato dimostrato come questi beni virtuali in alcuni casi siano convertibili lecitamente in denaro corrente ma anche come molto più di frequente ciò non sarebbe, in linea teorica, possibile. Ciò non arresta, tuttavia, la nascita e lo sviluppo di mercati secondari e attività di gioco d'azzardo illegali che permettono di sfruttare tali oggetti per trarne profitto attribuendo loro valore monetario sempre, anche quando i termini di servizio dei videogiochi non lo prevedrebbero. Nonostante questi e malgrado i due fenomeni non siano comparabili dal punto di vista dei rispettivi fattori di rischio e protezione, è stato infine constatato – e confermato – da studi recentissimi come la spesa sostenuta per l'ottenimento di beni virtuali tramite RRM e i disturbi da gioco patologico siano tra loro collegati.

Quanto esposto, inoltre, è vero a prescindere dalla presenza di una qualsiasi delle qualità dei primi.
Alla luce di tali analisi è dunque possibile concludere che i due fenomeni siano tra loro assimilabili.

Capitolo 3: Il dibattito tra regolamentazione e autoregolamentazione

Nel presente capitolo verranno illustrati gli sviluppi storici e i dibattiti politici che in anni recenti hanno portato a vari tentativi di regolarizzazione delle *loot box*¹ in diverse giurisdizioni del mondo, con particolare *focus* su alcuni paesi europei e sugli Stati Uniti. Si analizzerà, quindi, la situazione in nazioni distanti geograficamente e culturalmente quali l’Australia e, nel quarto capitolo, il Giappone. Verrà inoltre spiegata qual è stata e qual è attualmente la posizione delle maggiori agenzie di classificazione dei videogiochi nei confronti dell’associazione tra meccanismi a ricompensa casuale e gioco d’azzardo vista in precedenza, nonché sulla necessità di regolamentare tali sistemi di monetizzazione alla luce delle critiche sollevate da ricercatori, politici e associazioni di consumatori. I primi paragrafi offriranno quindi un *excursus* cronologico dei principali eventi chiave in paesi nei quali la questione è stata accompagnata dall’effettiva applicazione alle *loot box* di leggi preesistenti o, quantomeno, da un dibattito su come esse possano o meno rientrare nelle definizioni di gioco d’azzardo delle differenti leggi in vigore. A questi si aggiungono analisi di paesi in cui si è tentato di, o si sta tuttora provando a, introdurre legislazioni *ad hoc* e di altri dove pare addirittura che il dibattito non sussista o sia stato volontariamente ignorato dalla classe dirigente.

Le considerazioni tratte in questa sede saranno poi utili – insieme alle conclusioni del quarto capitolo – al termine dell’intero studio nel rispondere alla domanda di ricerca, nel definire quindi se le misure giapponesi siano adeguate o persino stabilire se possano essere un modello per i paesi qui analizzati.

3.1 Paesi Bassi

Tra i primi paesi europei ad aver affrontato e tentato di porre celermente rimedio alla necessità di disciplinare i già analizzati meccanismi a ricompensa casuale, nello specifico l’implementazione nota come *loot box*, troviamo sicuramente i Paesi Bassi. Questo è stato il primo Paese ad aver fatto rientrare alcuni di essi sotto la legge vigente, senza che vi fosse l’esigenza di stilare apposite norme. Infatti, si noterà in seguito come il dibattito all’interno di questo Stato sia in realtà nato cronologicamente dopo rispetto a quello avvenuto in altre nazioni come gli Stati Uniti, l’Australia o il Regno Unito. Tuttavia, insieme al caso belga trattato nel successivo paragrafo, quello dei Paesi Bassi verrà qui esposto in apertura dal momento che, mentre gli altri stati non sono ancora giunti a

¹ Si noti che in questo capitolo ci si riferirà ai *random reward mechanism* definiti in precedenza usando in prevalenza il termine *loot box* dal momento che essa è la meccanica di monetizzazione maggiormente presente fuori dai confini giapponesi (viceversa, nel caso del Giappone ci si riferirà invece al modello *gacha*). Tuttavia, è bene tenere a mente come i due modelli siano fra loro molto simili e non differiscano particolarmente nella sostanza.

una conclusione definitiva², questi due paesi hanno invece messo in pratica la propria legge già da alcuni anni e in tal senso possono essere considerati dei pionieri rispetto ai paesi in seguito analizzati. Il dibattito politico sulla questione risale al 2018, in particolare al 19 aprile dello stesso anno, quando la *Kansspelautoriteit* o *Netherlands Gaming Authority* (cioè l'“Autorità olandese per il gioco d'azzardo”, d'ora in poi NGA) annunciò il proprio parere legale nei confronti di questo meccanismo all'interno del rapporto da loro stilato e intitolato “*Study into loot boxes: A treasure or a burden?*”³. Ancora una volta, come già definito nel secondo capitolo, le motivazioni alla base di questo studio sono state le preoccupazioni sollevate da gruppi di giocatori e genitori impensieriti per i potenziali effetti negativi sui propri figli e la ricerca si è focalizzata su due punti. Il primo di questi è stato se le *loot box* fossero o meno consentite sulla base della “*Wet op de kansspelen*”⁴ o “*Betting and Gaming Act*” (BGA, traducibile in italiano come “*Legge sulle scommesse e sul gioco d'azzardo*”) risalente al 1964. Il secondo punto, invece, è stato stabilire se la loro apertura potesse essere associata al rischio di sviluppare qualche tipo di dipendenza, come avviene nel caso del gioco d'azzardo.

Se tali meccanismi rientrassero sotto la regolamentazione del BGA dipese innanzitutto da quelli che sono i principi di tale legge, ovvero: la prevenzione della dipendenza da giochi organizzati (in particolare da parte di persone vulnerabili) e l'avviso tempestivo di comportamenti di gioco rischiosi nonché la loro mitigazione, se necessario indirizzando il giocatore a cure adeguate⁵. Oltre a ciò, viene definito il margine d'azione dell'Autorità in riferimento al gioco d'azzardo all'interno del Paese, che per come è definito dall'articolo 1 comma 1 del “*Betting and Gaming Act*” afferma come sia “[...] vietato offrire la possibilità di competere per un premio o una ricompensa se i vincitori sono scelti sulla base di un qualunque processo di determinazione casuale sul quale i partecipanti non sono generalmente in grado di esercitare un'influenza dominante, a meno che non sia stata concessa una licenza ai sensi della presente legge”⁶. Si noti come il premio vada inteso come tutto ciò che possiede un valore economico, inclusi i premi in natura, e che non sia richiesto il pagamento di una puntata. Sebbene il *report* pubblicato dalla *Kansspelautoriteit* non specifichi quali siano stati i dieci videogiochi testati nell'elaborazione dello studio, né quali siano stati trovati in contravvenzione alla

² Allo stato attuale delle ricerche, aggiornate a ottobre 2020.

³ Netherlands Gaming Authority, (2018). “*Study into loot boxes: A treasure or a burden?*”.

⁴ Paesi Bassi. “*Wet op de kansspelen*” (*Betting and Gaming Act*).

⁵ Vd. *supra* nota 3, p. 14.

⁶ Vd. *supra* nota 4, traduzione dall'olandese dell'art. 1 comma 1 del “*Betting and Gaming Act*”.

legge⁷ (per permettere agli sviluppatori di adeguarsi alla normativa vigente prima di pubblicarne ufficialmente i dettagli), nondimeno è interessante notare la conclusione a cui essa è giunta.

Alla luce della sopracitata definizione, infatti, simile per molti aspetti a quella che verrà analizzata anche nei successivi paragrafi e a quella riscontrata nel precedente dibattito accademico, risulta chiaro che le *loot box* soddisfano a pieno il requisito della determinazione casuale, dal momento che il giocatore non può esercitare alcuna influenza su ciò che può ottenere dal gioco.

Relativamente alla prima parte della definizione invece, quella sulla competizione per un premio o una ricompensa, la ricerca rigetta la tesi sostenuta da alcuni⁸ secondo cui le *loot box* non costituirebbero gioco d'azzardo dal momento che degli oggetti di gioco vengono sempre ottenuti dal giocatore. Questo rifiuto è riposto sulla base del fatto che essa non considera come i beni virtuali differiscano notevolmente l'uno dall'altro sulla base di diverse proprietà⁹ e, pertanto, possiedano valori di mercato diversi nei casi in cui essi possano essere scambiati¹⁰. Si è dimostrato in precedenza, inoltre, come questi rappresentino la quasi totalità dei casi¹¹ e pertanto quella qui fornita costituisce un elemento di novità rispetto alle interpretazioni date sull'argomento da altre giurisdizioni.

Analizzando congiuntamente la tipologia di videogiocatori coinvolti, l'ambiente di gioco (in particolare l'integrazione tra *loot box* e giochi basati sulle abilità del giocatore), la valutazione attribuita dal sistema PEGI a essi e la presenza o meno di misure adottate dallo sviluppatore per mitigarne i rischi, la NGA ha individuato quattro di essi in violazione del "*Betting and Gaming Act*". Questi, infatti, non richiedendo nessuna abilità specifica all'utente e prevedendo la possibilità di rivendere e/o trasferire gli oggetti ottenuti casualmente (che acquisiscono così valore monetario) li fece ricadere sotto la definizione dell'articolo 1 di suddetta legge, pretendendo una specifica licenza ai loro fornitori che però le *loot box* non possono ottenere secondo la normativa vigente.

Come anticipato poco sopra, è interessante notare la novità di interpretazione data dall'*Autorità olandese per il gioco d'azzardo* che rispecchia pienamente le più recenti considerazioni accademiche sul tema della convertibilità in denaro corrente degli oggetti di gioco¹², attribuendovi a tutti gli effetti un corrispettivo valore monetario nei casi in cui essa sia risultata possibile e in contrapposizione alle più restie opinioni di altri legislatori, anche in anni più recenti.

⁷ Alcuni siti in lingua originale tuttavia riportano come oggetto dello studio videogiochi celebri quali: *FIFA 2018*, *Dota 2*, *PlayerUnknown's Battlegrounds* e *Rocket League*. Si veda l'articolo "*Populaire games overtreden gokregels*".

⁸ Principalmente da agenzie di classificazione dei videogiochi o dalle case produttrici.

⁹ Si veda la sezione sulla piattaforma Steam e sul "Mercato della Comunità" nel paragrafo 2.2 del secondo capitolo.

¹⁰ Vd. *supra* nota 3, p. 14.

¹¹ Drummond, A., Sauer, J. D., Hall, L. C. et al., (2020). "Why loot boxes could be regulated as gambling". *Nature Human Behaviour*.

¹² *Ibidem*.

Il rapporto conclude, quindi, che questi meccanismi infrangono la legge del Paese nel caso in cui gli oggetti di gioco siano trasferibili o rivendibili in qualche modo, compresa l'eventualità che ciò sia possibile illegalmente tramite terzi (come si vedrà dalla successiva disputa legale con Electronic Arts). Sulla base del secondo punto della ricerca e dall'osservazione di caratteristiche quali l'entità della posta in gioco, i premi che possono essere vinti, l'influenza soggettiva vissuta o percepita sulle possibilità di vincita oltre ad alcune caratteristiche psicologiche comuni al gioco d'azzardo come le "mancate vittorie", lo studio ha quindi stabilito il livello di rischio a esse associato¹³.

Visto che le *loot box* presenterebbero comunque un rischio medio-alto, i restanti sei videogiochi esaminati potrebbero, secondo la NGA, favorire lo sviluppo di qualche tipo di dipendenza e pertanto vanno contro il principio dell'agenzia di proteggere i soggetti più sensibili¹⁴, soprattutto i più giovani. Preoccupazione, questa, accentuata dal fatto che solo a due dei giochi analizzati è stato assegnato dalla *Pan European Game Information* una valutazione PEGI 18¹⁵, riservata ai giochi destinati ai maggiorenni, gli unici che per legge dovrebbero avere accesso al gioco d'azzardo.

In un comunicato stampa rilasciato congiuntamente all'indagine, la stessa *Kansspelautoriteit* si è quindi rivolta direttamente ai fornitori di videogiochi contenenti meccaniche *loot box* in cui fosse possibile incassare denaro dagli oggetti di gioco, dando loro tempo fino al 20 giugno successivo per rimuovere tale funzionalità, aderire alla normativa vigente ed evitare così l'intervento dell'*Autorità*¹⁶. Tuttavia, mentre alcune di queste compagnie come Valve Corporation si siano subito attivate per evitare ingenti multe (o il potenziale blocco alla vendita dei prodotti incriminati) tramite la sospensione iniziale della possibilità di scambiare *in toto* gli oggetti di gioco¹⁷ (possibilità in seguito reintrodotta ma con la restrizione per gli utenti olandesi e belgi all'acquisto di *loot box*¹⁸), altre invece non si sono mosse in tal senso ingaggiando battaglie legali che si sono protratte fino a oggi. Si veda il caso di Electronic Arts (d'ora in poi EA), nota società statunitense sviluppatrice del celebre videogioco di calcio *FIFA*¹⁹, che proprio su di esso ha ingaggiato un lungo scontro in tribunale con la NGA che si è risolto solo il 15 ottobre 2020 con una sentenza²⁰ della *Corte distrettuale dell'Aia* a favore dell'*Autorità olandese per il gioco d'azzardo*.

¹³ Vd. *supra* nota 3, p. 8.

¹⁴ *Ivi*, pp. 9 e 14.

¹⁵ *Ivi*, p. 11.

¹⁶ Netherlands Gaming Authority, (2018). "Press Release on loot boxes".

¹⁷ Possibilità offerta dagli scambi tra giocatori sulla piattaforma Steam e dal "Mercato della Comunità" della stessa.

¹⁸ Valve Corporation, (2018). "Release notes for 7/11/2018". *Blog di Counter-Strike: Global Offensive*.

¹⁹ Uno dei videogiochi che sarebbero stati analizzati nello studio condotto dalla *Kansspelautoriteit*, spesso al centro del dibattito in quanto fonte di molteplici mercati secondari nei quali è possibile scommettere utilizzando valuta di gioco.

²⁰ Tribunale dell'Aia, (2020). "Uitspraken ECLI:NL:RBDHA:2020:10428" ("Sentenza ECLI:NL:RBDHA:2020:10428").

Stando a EA, infatti, il contestato meccanismo alla base della modalità FUT (acronimo di *FIFA Ultimate team*²¹) proposta all'interno del gioco non avrebbe costituito gioco d'azzardo in quanto gli oggetti ottenuti avrebbero avuto valore solo all'interno del gioco, secondo un principio di negoziabilità a circuito chiuso che, non prevedendo la loro conversione in denaro corrente, non attribuirebbe loro valore monetario ai sensi dell'articolo 1 del "*Betting and Gaming Act*"²².

All'interno del gioco, tuttavia, i partecipanti possono convertire gli oggetti virtuali ottenuti dai pacchetti FUT in monete FUT così come trasferirli ad altri giocatori per monete FUT, usabili a loro volta per l'acquisto di ulteriori pacchetti e quindi l'ottenimento di nuovi calciatori.

Sulla base di ciò quindi, la *Corte* ha stabilito che "all'interno di questo mercato in cui i partecipanti possono trasferire i beni virtuali tra loro [...] il valore dei calciatori [...] è determinato dalla domanda e dall'offerta e il loro valore economico si riflette nel fatto che le monete FUT possono essere convertite in punti FUT e quindi in euro" sostenendo inoltre come "il fatto che esista anche un mercato nero per [tali] prodotti e sul quale le monete FUT possono essere effettivamente convertite in denaro corrente è un'ulteriore indicazione del fatto che sussista un reale valore economico"²³ (benché non inizialmente previsto dalla compagnia sviluppatrice del videogioco).

Nonostante la decisione della compagnia di impugnare la decisione, quindi, la sentenza ha stabilito come esse rientrino a tutti gli effetti nella precedente definizione data dalla NGA e ne ha pertanto ordinato la rimozione dal videogioco entro tre settimane o EA avrebbe dovuto affrontare sanzioni fino a duecentocinquanta euro alla settimana, per un massimo di cinque milioni di euro²⁴.

In seguito ai precedenti stabiliti dallo studio pubblicato dalla *Kansspelautoriteit*, un suo portavoce ha in seguito dichiarato a *GamesIndustry.biz* l'intenzione dell'*Autorità* a collaborare e agire insieme ad altre nazioni europee per affrontare la questione posta dalle *loot box* in un'ottica più ampia, pur nella consapevolezza che ognuna di esse presenta le proprie leggi e i propri regolamenti²⁵. Questo sforzo avrebbe potuto nondimeno contribuire a creare un precedente per il dibattito sulla questione in altri paesi, come anticipato in apertura a questo paragrafo e riferito anche da Panji Oudsen, portavoce della *Dutch Games Association*, allo stesso sito di notizie²⁶.

²¹ Modalità di gioco che permette di ottenere crediti noti come FIFA/FUT Coins (o monete FUT) che è possibile spendere per l'acquisto di pacchetti di carte virtuali dei più famosi e forti giocatori di calcio, utilizzabili per creare la propria squadra personalizzata con cui competere in tornei offline e online. Questa possibilità è offerta, inoltre, anche per mezzo dei FIFA/FUT Points (o punti FUT), acquistabili con valuta reale tramite microtransazioni.

²² Vd. *supra* nota 20, traduzione dall'olandese del punto 7.2 della sentenza.

²³ *Ivi*, traduzione dall'olandese del punto 7.7 della sentenza.

²⁴ *Ivi*, sezione "*Het dwangsombesluit*" (traducibile come "La pena inflitta").

²⁵ Haydn, T., (2018). "Netherlands pushes for EU-wide loot box legislation". *GamesIndustry.biz*.

²⁶ *Ibidem*.

3.2 Belgio

In riferimento al Belgio, antecedente allo studio condotto dalla NGA ma pubblicata nei giorni subito successivi allo stesso, vi è un'altra indagine che affronta la questione se le *loot box* debbano essere considerate come giochi d'azzardo, questa volta ai sensi della "*Kansspelwet*" (in italiano "*Legge sul gioco d'azzardo e sulle scommesse*") o "*Belgian Gaming and Betting Act*"²⁷ (BGBA o GBA, da non confondere con la precedente BGA olandese) del 7 maggio 1999.

Verrà ora aperta una piccola parentesi sul motivo che ha spinto la *Belgian Gaming Commission*, un'organizzazione indipendente adibita alla distribuzione di licenze e organo di controllo del gioco d'azzardo del governo belga, all'elaborazione del *report* associato all'indagine in questione.

Questo è da far risalire al caso scoppiato nel novembre 2017 attorno al videogioco *Star Wars: Battlefront 2*, sviluppato da Electronic Arts e allora distribuito sotto forma di versione *beta*²⁸ ai giocatori, che portò l'azienda a essere accusata di abusare del modello *pay-to-win* poiché il gioco prevedeva la possibilità di progredire in alcune parti della storia, o di acquisire speciali personaggi e armamenti, solo previo pagamento con valuta reale o dopo un numero eccessivo di ore di gioco²⁹.

Tale richiesta fu una novità difficilmente accettabile per molti utenti, ai quali era già imposto il pagamento di circa sessanta-settanta euro per l'acquisto del videogioco. In caso di rifiuto, infatti, si sarebbero trovati in netto svantaggio competitivo rispetto a chi potesse permettersene l'acquisto. A seguito della vicenda, i giocatori di tutto il mondo inoltrarono migliaia di reclami alle autorità locali per la regolamentazione del gioco d'azzardo, nonché alla classe politica, per agire contro le *loot box*. Si accese così un infuocato dibattito che alla fine portò diverse autorità, comitati di classificazione di videogiochi, politici e altre parti interessate a esaminare più da vicino la questione. EA fu in seguito costretta a rimuovere il sistema di pacchetti a pagamento dalla versione finale del gioco, lasciando la possibilità di acquistarli solo tramite valuta di gioco e limitando gli oggetti in esse contenuti a beni puramente estetici³⁰. Si può affermare, quindi, che in particolare con *Star Wars: Battlefront 2* abbiano preso il via molte delle spinte legislative e delle indagini che verranno in seguito esaminate. Sulla base di questo caso, infatti, e proprio a partire dal novembre di quell'anno la *Belgian Gaming Commission* avviò quindi il proprio rapporto³¹ di ricerca per stabilire se le *loot box* contenute nel

²⁷ Belgio. "*Kansspelwet van 7 mei 1999*" (*Gaming and Betting Act of 7 May 1999*).

²⁸ Versione non definitiva di un software già testata dagli sviluppatori e messa a disposizione di un numero maggiore di utenti al fine di scovare problemi o vulnerabilità rimaste inosservate per poterle correggere prima del rilascio finale.

²⁹ Stimato sulle quaranta ore di gioco. Si veda l'articolo "*Star Wars Battlefront 2 heroes come at a substantial cost*".

³⁰ Gault, M., (2018). "*Star Wars Battlefront II dice addio alle Loot Boxes*". *Vice*.

³¹ Belgian Gaming Commission, (2018). "*Research Report on Loot Boxes*".

videogioco in questione, insieme a quelle di altri tre noti titoli³², potessero rientrare nella definizione di gioco d'azzardo del Paese ed essere disciplinate di conseguenza.

Similmente a quanto visto nel caso della legge olandese³³, anche all'interno del BGBA la protezione di gruppi di persone vulnerabili riveste un ruolo chiave nella definizione delle misure a tutela dei consumatori, esplicitate tramite varie tecniche come il fissaggio di un tetto massimo di perdita media oraria e limiti d'accesso al gioco d'azzardo in base all'età³⁴, e da ciò prende il via lo studio.

Oltre a questo postulato, e prima dell'analisi effettiva dei giochi in questione, è interessante notare come la *Commissione* confermi che le *loot box* condividano alcune caratteristiche strutturali con il gioco d'azzardo in senso classico, già riscontrate nell'analisi della letteratura accademica. Tra queste, vengono citati ancora una volta l'utilizzo di suoni e animazioni simili a quelle delle *slot machine*, l'illusione del controllo derivata dall'inclusione di queste meccaniche in giochi basati sulle abilità e l'implementazione di una valuta di gioco sconnessa dal mondo reale³⁵.

Il rapporto passa quindi ad analizzare le caratteristiche presentate da quattro³⁶ celebri videogiochi AAA³⁷ in considerazione degli elementi costitutivi che, se presenti, definiscono il gioco d'azzardo secondo la legge in vigore, corrispondenti ai concetti di gioco, scommessa, vincita e caso/sorte. Viene infatti definito come tale dall'articolo 2 comma 1 del "*Belgian Gaming and Betting Act*" del 1999 un "*qualunque gioco all'interno del quale viene effettuata una puntata di qualsiasi tipo, la cui conseguenza è la perdita della puntata da parte di almeno uno dei giocatori o un guadagno di qualsiasi tipo a favore di almeno un giocatore o degli organizzatori del gioco e in cui il caso sia un fattore, anche secondario, per lo svolgimento del gioco, la determinazione del vincitore o lo stabilimento della vincita*"³⁸.

Alla luce di questa definizione e stando all'interpretazione offerta dalla *Commissione*, l'elemento di gioco è presente e soddisfatto sia a livello del gioco principale sia a livello delle *loot box* dal momento che il loro acquisto e la loro apertura richiedono sempre un certo grado di consapevolezza all'utente, anche semplicemente nella pressione del tasto di conferma³⁹.

³² Oltre a *Star Wars: Battlefront 2* sono stati analizzati *Overwatch*, *FIFA 18* e *Counter-Strike: Global Offensive*.

³³ Cfr. p. 65.

³⁴ Vd. *supra* nota 31, p. 3.

³⁵ *Ivi*, pp. 5-7.

³⁶ Vd. *supra* nota 32.

³⁷ L'espressione "videogiochi AAA" (anche "videogiochi tripla-A") fa riferimento a quei videogiochi prodotti da case produttrici medio-grosse e per la cui realizzazione e promozione sono state investite grosse somme di denaro.

³⁸ Vd. *supra* nota 27, traduzione dalla versione di cortesia in inglese dell'art. 2 comma 1 della "*Kansspelwet*".

³⁹ Vd. *supra* nota 31, p. 9.

Sfruttando la generalità che la caratterizza, tipica in leggi datate e non al passo con i recenti sviluppi tecnologici⁴⁰, lo studio ha sottolineato come una scommessa di qualsiasi tipo sia sufficiente a qualificarsi come “puntata” all’interno di questi giochi anche nel caso in cui venga utilizzata una valuta virtuale anziché denaro reale ma a essa deve essere possibile attribuirci un valore⁴¹.

Sulla base di ciò, la spesa per una *loot box* non si qualificherebbe come una scommessa se viene effettuata per mezzo di una valuta di gioco non acquistabile (come gemme, punti e simili ottenibili solo giocando) mentre lo è nei casi in cui essa sia acquistabile per denaro corrente dal momento che introduce nel gioco un valore patrimoniale che funge da quota di partecipazione o compensazione. Questo vale anche nell’evenienza che l’acquisto avvenga direttamente in cambio di valuta reale senza passare per una valuta di gioco intermedia, come avviene in *Counter-Strike: Global Offensive*⁴², e pertanto il secondo elemento è soddisfatto in tutti quei casi in cui una *loot box* venga comprata⁴³. I membri della *Commissione* si sono poi interrogati relativamente alla possibilità di vincita, o perdita, derivata dall’apertura di una *loot box* esprimendo un giudizio nuovo sull’argomento, che sfrutta ancora una volta la generalità di definizione di una vincita o perdita “di qualsiasi tipo”.

Nello stabilire se gli oggetti ottenuti avessero un valore maggiore (vincita) o minore (perdita) della spesa sostenuta, l’indagine ha considerato il valore attribuito a essi dai giocatori sulla base della loro rarità e di altre proprietà⁴⁴, rispecchiando alcune delle più recenti considerazioni accademiche sul tema affrontate nel precedente capitolo. In questo senso, l’analisi nota che questi meccanismi presentano sempre una perdita o una vittoria dal momento che la prima può essere totale se si considera il punto di vista dello sviluppatore del videogioco – per cui gli oggetti ottenuti non possiederebbero valore monetario – dato che la perdita corrisponderebbe all’intera somma spesa. Una vittoria “di qualsiasi tipo” invece comprenderebbe anche i beni sotto forma di regali e/o bonus⁴⁵. L’ultimo punto della definizione, infine, quello relativo al ruolo rivestito dal caos o dalla sorte nello svolgimento del gioco e nella definizione del vincitore e del risultato, è sempre soddisfatto e tale elemento è presente visto che “il giocatore non può prevedere il contenuto delle *loot box*”⁴⁶.

⁴⁰ Questo è anche uno dei motivi che ha permesso ai Paesi Bassi di leggere in modo così generale la propria legge e far rientrare un meccanismo di monetizzazione moderno quali le *loot box* sotto la competenza di una legge del 1964.

⁴¹ Vd. *supra* nota 31, p. 9.

⁴² *Ivi*, p. 15.

⁴³ *Ivi*, p. 10.

⁴⁴ Vd. *supra* nota 9.

⁴⁵ Vd. *supra* nota 31, p. 11.

⁴⁶ *Ivi*, p. 12.

Applicando concretamente ognuno di questi punti ai giochi sopracitati il rapporto giunse alla conclusione che tutti, a esclusione di *Star Wars: Battlefront 2*⁴⁷, ben si adattavano alla definizione di gioco d'azzardo poiché presentavano ognuno degli elementi costitutivi contenuti all'articolo 2 e, pertanto, vietate secondo l'articolo 4 della legge del 7 maggio 1999. Secondo suddetto articolo, infatti, sarebbe "vietato a chiunque operare in qualsiasi forma, in qualsiasi luogo e in qualsiasi modo, diretto o indiretto, un gioco d'azzardo [...] senza una licenza ottenuta in anticipo dalla *Gaming Commission*, come disciplinato dalla presente legge e con le eccezioni stabilite dalla stessa"⁴⁸.

Interessante notare come, mentre l'interpretazione olandese della propria legge si sia basata sul concetto di valore posseduto dai beni virtuali ricavati da una *loot box*, quella del Belgio si sia invece basata sul fatto che un acquisto (considerato al pari di una puntata) venga effettuato per il RRM.

Il documento termina con l'obbligo per gli sviluppatori dei giochi incriminati a rimuovere le *loot box* a pagamento dai propri videogiochi per adeguarsi alle disposizioni di legge. In caso contrario, avrebbero rischiato di vedersi comminata una pena detentiva fino a cinque anni e multe fino a ottocentomila euro, sanzioni che sarebbero state raddoppiate nel caso in cui la violazione avesse coinvolto persone al di sotto dei diciotto anni di età⁴⁹.

Il 25 aprile seguente, nell'annunciare i risultati dell'indagine condotta dalla *Commissione*, il ministro belga della Giustizia Koen Geens sul suo sito ufficiale riaffermò i criteri sui quali tale rapporto fu elaborato, la conclusione a cui esso è giunto e – naturalmente – anche gli interventi richiesti.

A questi aggiunse, poi, alcune considerazioni personali sulle *loot box*, in particolare circa la protezione dei più giovani, ovvero di come la natura nascosta di questi giochi d'azzardo – spesso mescolata a giochi basati sulle abilità – sia particolarmente problematica nel caso dei bambini e della loro salute mentale e che fosse quello il motivo per cui è necessario garantire che giovani e adulti non si trovino di fronte a giochi d'azzardo quando cercano divertimento in un videogioco⁵⁰.

In modo analogo a quanto accaduto parallelamente all'interno dei confini olandesi anche qui, dopo l'annuncio dell'infrazione commessa dalle case sviluppatrici dei videogiochi analizzati, diverse sono state le risposte da esse attuate per le quali verranno qui forniti alcuni esempi.

⁴⁷ Quest'ultimo sarebbe parimenti rientrato nella definizione contenuta nell'articolo 2 comma 1 del "*Gaming and Betting Act*" belga ma, a seguito del caso scoppiato nel novembre 2017 analizzato poco sopra e successivamente alla rimozione di questa funzionalità da parte di Electronic Arts, il gioco non è più stato oggetto di dibattito nel Paese.

⁴⁸ Vd. *supra* nota 27, traduzione dalla versione di cortesia in inglese dell'art. 4 della "*Kansspelwet*".

⁴⁹ Vd. *supra* nota 31, p. 16.

⁵⁰ Geens, K. F. J., (2018). "Loot boxen in drie videogames in strijd met kansspelwetgeving" ("*Loot box in tre videogiochi in violazione della legislazione sul gioco d'azzardo*"). *Vice-eersteminister, minister van Justitie en minister van Europese Zaken Koen Geens (Deputy Prime Minister, Minister of Justice and Minister of European Affairs Koen Geens)*.

Nel caso di *Counter-Strike: Global Offensive*, prodotto e distribuito da Valve Corporation sulla sua piattaforma Steam, la compagnia si dimostrò ancora una volta proattiva e aperta al dialogo con le autorità e rimosse subito la possibilità per gli utenti residenti in Belgio ad acquistare le *loot box*⁵¹. Blizzard Entertainment, sviluppatrice del celebre videogioco *Overwatch*, analogamente disabilitò tale funzionalità all'interno del Paese mentre EA ribadì anche qui la propria posizione come già stava facendo nei Paesi Bassi, almeno fino a quando un'ulteriore sentenza di tribunale la obbligò a cedere e annunciare lo stop alla vendita dei pacchetti di *FIFA Ultimate Team* entro il 31 gennaio 2019⁵². Si noti come in tutti i casi sopracitati, comunque, l'intervento delle case produttrici si sia limitato al meccanismo incriminato e non abbia intaccato in maniera così preponderante il gioco principale che originariamente lo conteneva; lo stesso non si può dire però per il caso particolare di due videogiochi sviluppati da Nintendo. Infatti, nel maggio del 2019 la casa di Kyoto ha annunciato, con una nota sulla versione belga del proprio sito, la completa rimozione dei suoi videogiochi per dispositivi mobili *Animal Crossing: Pocket Camp* e *Fire Emblem: Heroes* a partire dal 27 agosto successivo "a causa della situazione poco chiara [...] per quanto riguarda alcuni modelli di entrate di gioco" dal momento che entrambi prevedevano la possibilità di acquistare beni virtuali casuali usando denaro reale. In risposta ai risultati dello studio, alcune voci hanno inoltre sostenuto che anche le carte collezionabili sarebbero illegali sulla base di questa interpretazione ma come ribadito da Peter Naessens, direttore della *Gaming Commission*, il loro acquisto non implicherebbe l'elemento di gioco definito dalla *Commissione* e pertanto sono ammesse dall'attuale legge⁵³. In alternativa, lo stesso Naessens ha dichiarato a *GamesIndustry.biz*⁵⁴ come esse siano escluse dalla "*Kansspelwet*" secondo l'articolo 3 comma 3 che esclude dall'essere considerati come giochi d'azzardo quei "giochi di carte, o da tavolo, giocati al di fuori delle sale da gioco [...]"⁵⁵.

3.3 Regno Unito

In questo paragrafo verrà offerta un'ampia panoramica sullo sviluppo storico che il dibattito circa la regolamentazione delle *loot box* ha subito all'interno dei confini del Regno Unito, come si avrà modo di dimostrare antecedente ai due casi sopra esaminati ma tuttora in corso di svolgimento.

⁵¹ Vd. *supra* nota 18.

⁵² Electronic Arts, (2018). "FIFA Points in Belgium: An update on FIFA Points in Belgium". *Sito internet ufficiale di EA*.

⁵³ Gerken, T., (2018). "Video game loot boxes declared illegal under Belgium gambling laws". *BBC News*.

⁵⁴ Haydn, T., (2018). "Belgian Gaming Commission recommends criminal prosecution over illegal loot boxes". *GamesIndustry.biz*.

⁵⁵ Vd. *supra* nota 27, traduzione dalla versione di cortesia in inglese dell'art. 3 comma 3 della "*Kansspelwet*".

Ancor prima del verdetto dei governi di Belgio e Paesi Bassi, infatti, e prima della questione sollevata da *Star Wars: Battlefront 2*, già all'inizio del 2016 la *Gambling Commission*⁵⁶ (GC o "Commissione sul gioco d'azzardo del Regno Unito") individuò in tali meccanismi un potenziale rischio per i giovani nell'ambito di una più estesa revisione⁵⁷ dei rischi legati a videogiochi e tematiche di gioco d'azzardo. Questa indagine portò alla pubblicazione nel marzo 2017 di un documento di posizione⁵⁸ nel quale, sulla base del quadro normativo sul gioco d'azzardo stabilito con il "*Gambling Act 2005*"⁵⁹ (o "*Legge sul gioco d'azzardo*" del 7 aprile 2005), si cercasse di trovare un equilibrio tra l'interpretazione corretta da attribuirgli e la valutazione dei punti di sovrapposizione tra le attività concedibili in licenza e l'intrattenimento interattivo, o i cui confini erano in rischio di sfumare⁶⁰.

In riferimento al gioco d'azzardo con gli oggetti di gioco e le valute virtuali, sia nel documento di discussione prima che in quello di posizione poi, la *Commissione* riconobbe la possibilità per gli oggetti ottenibili dalle *loot box* a essere rivenduti, anche tramite servizi terzi e contro i termini e le condizioni di utilizzo stabiliti dai rappresentanti dell'industria videoludica⁶¹.

Sulla base di ciò venne dunque concluso in più occasioni⁶² come, dove ci siano chiare possibilità di convertire o scambiare tali oggetti di gioco per denaro, essi potrebbero essere considerati come elementi che richiedono una licenza⁶³ dal momento che possederebbero un reale valore monetario, ai sensi delle definizioni contenute nella sezione 6 della legge del 2005. Questa considerazione si applicherebbe altresì al caso delle scommesse con beni esclusivamente cosmetici quali le *skin*, poiché nello scambio essi agirebbero, in pratica, come una valuta monetaria⁶⁴.

Difatti, l'articolo 5 lettera "a" della stessa definisce il premio ottenuto dalla partecipazione a un gioco d'azzardo come corrisposto sotto forma di denaro o di un corrispettivo valore monetario⁶⁵.

Si noti, quindi, come questa conclusione sia stata definita sulla base dello stesso principio che ha guidato l'azione olandese, ovvero il criterio della convertibilità in denaro degli oggetti di gioco, benché ciò non abbia parimenti comportato un pronto intervento anche all'interno di questo Paese.

⁵⁶ Agenzia governativa istituita nel 2005 in concomitanza alla "*Legge sul gioco d'azzardo*" e predisposta all'autorizzazione e regolamentazione delle persone e delle imprese che forniscono giochi d'azzardo in Gran Bretagna.

⁵⁷ *Gambling Commission*, (2016). "*Virtual currencies, eSports and social gaming – discussion paper*".

⁵⁸ *Gambling Commission*, (2017). "*Virtual currencies, eSports and social casino gaming – position paper*".

⁵⁹ Regno Unito. "*Gambling Act 2005*".

⁶⁰ Vd. *supra* nota 58, p. 1 .

⁶¹ *Ivi*, pp. 5-6.

⁶² *Ivi*, pp. 6-7.

⁶³ Vd. *supra* nota 59, sezione 33 art. 2 lettera "a" del "*Gambling Act*" del 7 aprile 2005.

⁶⁴ Vd. *supra* nota 57, p. 4.

⁶⁵ Vd. *supra* nota 59, sezione 6 art. 5 lettera "a" del "*Gambling Act*" del 7 aprile 2005.

Opinioni sull'esito di questo primo dibattito sono state fornite anche dalla contemporanea letteratura accademica che, anzitutto, ribadisce come gli sviluppatori non debbano essere ritenuti responsabili per la presenza di facilitatori esterni di terze parti, anche se è possibile presumere che essi abbiano una responsabilità indiretta⁶⁶ (si ripensi a quanto affermato da Drummond e Sauer⁶⁷). All'interno del proprio studio se anche le *loot box closed-loop*⁶⁸ potessero essere regolate dall'allora legge vigente, nondimeno, Arvidsson sostenne la validità dell'interpretazione fornita dalla GC affermando come egli non consideri queste meccaniche come necessariamente sfruttatrici, ingiuste o dannose e che la loro gestione sarebbe stato un problema del mercato anziché del Parlamento⁶⁹. Il rapporto fu seguito nell'ottobre dello stesso anno da un'interrogazione parlamentare inoltrata dal membro del Parlamento Daniel Zeichner al *Department for Digital, Culture, Media and Sport*⁷⁰ (abbreviato in DCMS e traducibile come "*Dipartimento per il digitale, la cultura, i media e lo sport*") sulle misure che intendeva adottare per proteggere adulti vulnerabili e bambini dal gioco d'azzardo illegale e da quello contenuto all'interno dei videogiochi, nello specifico posto dalle *loot box*⁷¹. Tuttavia, la risposta ottenuta dal sottosegretario parlamentare del dipartimento Tracey Crouch non lo soddisfò dal momento che si limitava a riconoscerne i rischi e ad affermare di continuare a monitorarne gli sviluppi, senza proporre nessuna misura concreta⁷².

A differenza dei due paesi analizzati sopra è interessante notare in questo caso una maggiore partecipazione attiva nel dibattito non solo da parte della classe dirigente ma anche della popolazione, qui rappresentata da una petizione firmata da oltre quindicimila cittadini britannici e inoltrata al Parlamento nello stesso mese. In essa si chiedeva che le attuali leggi sul gioco d'azzardo venissero estese a includere il gioco d'azzardo nei videogiochi diretti ai bambini⁷³ ma, ancora una volta, nel rispondere il governo si limitò a riaffermare il principio d'azione stabilito nel documento di posizione del marzo 2017 e di tenere sotto controllo ulteriori sviluppi. Unica informazione di rilievo offerta nella replica è data dall'annuncio che la commissione di valutazione del *Video*

⁶⁶ Arvidsson, C., (2018). "The Gambling Act 2005 and Loot Box Mechanics in Video Games". *Entertainment Law Review*. Vol. 29 n. 4, p. 5.

⁶⁷ Drummond, A. e Sauer, J. D., (2018). "Video game loot boxes are psychologically akin to gambling". *Nature Human Behaviour*. Vol. 2, p. 532.

⁶⁸ Meccaniche *loot box* letteralmente "a circuito chiuso" all'interno delle quali non è prevista la conversione in denaro degli oggetti di gioco. Oggetti il cui utilizzo è limitato al contesto di gioco e non ha attinenza con il mondo reale.

⁶⁹ Vd. *supra* nota 66, p. 6.

⁷⁰ Il dipartimento esecutivo del governo responsabile della cultura, dello sport, dei media e dello sviluppo digitale.

⁷¹ Zeichner, D., (2017). "*Gambling: Video Games. Question for Department for Digital, Culture, Media and Sport*".

⁷² *Ibidem*.

⁷³ Regno Unito. Petitions – UK Government and Parliament., (2017). "*Adapt gambling laws to include gambling in video games which targets children*".

*Standard Council*⁷⁴ si trovava in quel momento in discussione con il PEGI per determinare se fossero necessari dei cambiamenti nei criteri utilizzati per la classificazione dei videogiochi.

Quelli furono mesi concitati per il dibattito sulla questione che si arricchì ulteriormente nel successivo novembre 2017 quando Tim Miller, direttore esecutivo della *Gambling Commission*, spiegò la posizione dell'agenzia in un articolo sul sito ufficiale nel quale si sosteneva come sia la legge in vigore a stabilire cosa costituisca o non costituisca gioco d'azzardo e come loro possano solo limitarsi a metterla in pratica o, al più, aumentare la consapevolezza pubblica sul tema⁷⁵.

In una successiva intervista a BBC Radio 4, Miller suggerì una auto-regolamentazione dell'industria videoludica piuttosto che un intervento forzato del governo e ribadì come fosse nelle intenzioni dell'ente l'aumentare la coscienza che il sistema *loot box* può influenzare negativamente bambini e genitori affermando che fosse inaccettabile “[...] correre il rischio che i giovani possano perdere ingenti somme di denaro [...] attraverso il gioco d'azzardo nei videogiochi”⁷⁶.

A un anno esatto dalla pubblicazione del documento, il membro del Parlamento Anna Turley chiese di regolare per legge le meccaniche di gioco delle *loot box* ma la risposta ottenuta dalla ministra di Stato Margot James ancora una volta non mostrò la volontà di attuare misure concrete. Si limitò, infatti, ad affermare come PEGI e GC fossero in discussione con i rappresentanti dell'industria per assicurarsi che gli acquirenti fossero adeguatamente informati e protetti e di come si stesse valutando l'idea di indicare la presenza di queste meccaniche sulle confezioni dei videogiochi⁷⁷.

Il 17 settembre 2018 la *Commissione*, a nome delle agenzie incaricate di supervisionare e regolare il gioco d'azzardo in diversi paesi europei ed extra-europei⁷⁸ e sulla base delle controversie scaturite dalle *loot box*, pubblicò inoltre una dichiarazione di intenti. Al suo interno vi si stabiliva l'impegno a lavorare congiuntamente per assicurare l'appropriata attuazione delle leggi vigenti e sensibilizzare i consumatori sui pericoli della transizione da gioco per divertimento a gioco d'azzardo⁷⁹.

Se il 2018 si è dimostrato un anno relativamente tranquillo, nel quale la questione non è stata quasi toccata da legislatori ed enti preposti, lo stesso non si può dire per i due anni che seguirono.

⁷⁴ Organizzazione che fa capo al DCMS designata alla classificazione dei videogiochi distribuiti nel Regno Unito secondo i criteri stabiliti da PEGI a livello europeo, di cui è una degli amministratori.

⁷⁵ Gambling Commission, (2017). “*Loot boxes within video games*”.

⁷⁶ Tratto dall'intervista a Tim Miller contenuta nel programma “*You and Yours, Black Friday prices, Catios, Loot boxes*”.

⁷⁷ Turley, A., (2018). “*Gambling: Video Games. Question for Department for Digital, Culture, Media and Sport*”.

⁷⁸ Si noti la presenza (oltre che della “*Kansspelautoriteit*” e della GC) della “*Commissione per il gioco d'azzardo dello Stato di Washington*” uno dei pochi stati federali ad aver proposto un d.d.l. specifico sulle *loot box*.

⁷⁹ Gambling Commission, (2018). “*Declaration of gambling regulators on their concerns related to the blurring of lines between gambling and gaming*”.

All'inizio del 2019, infatti, il *Comitato del DCMS* avviò per conto della *Camera dei comuni* un'indagine⁸⁰ che si protrasse fino a settembre, durante la quale furono ascoltate le opinioni di esponenti del settore (nonché accademici a vario titolo) e nella quale vennero discussi: i danni finanziari delle tecnologie immersive⁸¹, i potenziali danni psicologici e il quadro normativo delle *loot box*, le scommesse con le *skin*, le ricompense casuali e il ruolo delle piattaforme di distribuzione. Verranno ora elencate alcune considerazioni espresse all'interno di tale documento, sulla base dell'importanza che esse hanno rivestito nella definizione della necessità di disciplinare questi *random reward mechanism* e sul contributo dato all'interno del dibattito politico nel Regno Unito. Sull'esposizione dei giovani a contenuti inappropriati, in particolare, il *Comitato* nota che “[...] se le aziende ritengono che non sia loro responsabilità, ma quella dei genitori, far rispettare le classificazioni per età, e i genitori stessi non sono disposti o in grado di farlo, potrebbero essere necessarie ulteriori leggi per proteggere i bambini [...]”, balenando la possibilità di estendere i doveri legali che si applicano alla distribuzione *retail* dei videogiochi anche a quella digitale⁸². Tuttavia, le società interrogate si dimostrarono riluttanti ad accettare di avere la responsabilità di intervenire se la spesa di un giocatore non rientrava nei normali schemi comportamentali. Alcuni dei ricercatori coinvolti, come la psichiatra Henrietta Bowden-Jones o Brad Enright della GC, in risposta hanno suggerito l'attuazione di misure di auto-esclusione a protezione dei giocatori, mentre dal *Royal College of Psychiatrists* si levò la richiesta di un blocco totale della vendita ai minori⁸³. Sono state naturalmente moltissime le opinioni sentite sugli argomenti trattati, ma per comodità espositiva viene qui preferito illustrare le conclusioni a cui il lungo dibattito è giunto e le raccomandazioni elaborate e dirette, alternativamente, agli sviluppatori o al governo nazionale. In riferimento ai danni psicosociali delle tecnologie immersive il rapporto consiglia di modificare il *Video Recordings Act*⁸⁴ per garantire che i giochi online siano coperti dagli stessi limiti di età applicati ai giochi venduti su supporto fisico, come definito nell'esposizione circa i contenuti dannosi⁸⁵. Ancor più importanti, però, sono le raccomandazioni al governo di impedire la vendita ai minori di *loot box* basate su un elemento di casualità⁸⁶ (delle quali il giocatore non conosce il contenuto, come

⁸⁰ Digital, Culture, Media and Sport Committee, (2019). “*Immersive and addictive technologies HC 1846*”.

⁸¹ Il termine indica quelle tecnologie che integrano il contenuto virtuale con l'ambiente fisico, “immergendo” l'utente in un'esperienza simulata (ne sono un esempio la realtà virtuale e quella aumentata, vd. *supra* nota 80 p. 5).

⁸² Vd. *supra* nota 80, p. 22.

⁸³ *Ivi*, p. 25.

⁸⁴ Una legge del 1984 che si occupa della classificazione per età delle registrazioni video distribuite su territorio nazionale. Maggiori informazioni sono disponibili alla pagina: <https://www.bbfc.co.uk/education/students-guide/legislation/the-video-recordings-act>

⁸⁵ Vd. *supra* nota 80, p. 22.

⁸⁶ *Ivi*, p. 29.

si è visto la quasi totalità delle stesse), collaborare con PEGI per assicurarsi che i giochi contenenti RRM siano etichettati come forniti di meccaniche di gioco d'azzardo⁸⁷ e, soprattutto, far rientrare i videogiochi contenenti *loot box* al di sotto della sezione 6 del "*Gambling Act*"⁸⁸.

Suggerimenti riaffermati in sede separata nell'ottobre 2019 in un rapporto⁸⁹ elaborato dal *Children's Commissioner for England*, l'agenzia governativa britannica a promozione dei diritti e degli interessi dei bambini nelle politiche e nelle decisioni che incidono sulla loro vita⁹⁰, sui rischi e sui benefici da essi sperimentati giocando ai videogiochi online.

Nelle proprie conclusioni, infatti, tra le possibili misure da adottare il *Commissario* analogamente propone al Parlamento di agire immediatamente modificando la definizione di gioco d'azzardo contenuta nella sopracitata sezione della legge del 2005 per regolare questi meccanismi⁹¹. A questo aggiunse ulteriori possibili misure a tutela dei più giovani, quali ad esempio: limiti massimi di spesa giornaliera per gli utenti (attivi per impostazione predefinita nel caso dei bambini) e/o la limitazione degli acquisti a oggetti che non siano collegati a progressi in gioco (ovvero ai soli oggetti cosmetici)⁹², per i quali lo studio ha rilevato una minore pressione sociale al bisogno di acquistarli⁹³.

Verrà ora esposto il dibattito dell'ultimo anno e si avrà modo di vedere come la questione abbia cominciato a essere presa più seriamente in considerazione dal governo nazionale, fino a questo momento sempre stato in una posizione più cauta e in osservazione di ulteriori sviluppi.

Se precedentemente erano stati raccolti pareri da singoli ricercatori/accademici, portavoce di agenzie governative e rappresentanti dell'industria videoludica⁹⁴, il 18 gennaio 2020 si è aggiunta la considerazione sull'argomento del *National Health System* (NHS, il "*sistema sanitario nazionale*" britannico) espressa da Claire Murdoch, direttrice di salute mentale, in un *post* sul sito ufficiale⁹⁵.

In esso la Murdoch dichiarò, sostanzialmente, come l'agenzia stesse cominciando a includere il problema nel loro piano d'azione a lungo termine e affermò la propria posizione per la quale nessuna compagnia dovrebbe insegnare ai bambini a scommettere sulla base di queste *loot box* con elemento di casualità e, ancora, che la loro vendita ai bambini dovrebbe essere interrotta⁹⁶.

⁸⁷ Vd. *supra* nota 80, p. 30.

⁸⁸ *Ivi*, p. 34.

⁸⁹ Children's Commissioner for England, (2019). "*Gaming the system*".

⁹⁰ Maggiori informazioni sono disponibili alla pagina ufficiale: <https://www.childrenscommissioner.gov.uk>

⁹¹ Vd. *supra* nota 89, p. 27.

⁹² *Ibidem*.

⁹³ *Ivi*, p. 22.

⁹⁴ Cfr. pp. 74-75.

⁹⁵ NHS England., (2020). "Country's top mental health nurse warns video games pushing young people into 'under the radar' gambling". *NHS England » News*.

⁹⁶ *Ibidem*.

Si noti come le misure proposte dal NHS per regolare il fenomeno corrispondano in parte a quelle già tratte nelle conclusioni del rapporto precedente e nell'analisi del *Children's Commissioner for England*, tra le quali l'introduzione di limiti massimi di spesa e l'aumento della consapevolezza sulle possibilità di vincita e sui rischi di questi meccanismi, ma arrivi alla richiesta di un blocco totale dei videogiochi contenenti *loot box* che si pensa possano insegnare ai bambini il gioco d'azzardo⁹⁷.

A luglio 2020 risale, poi, la pubblicazione dell'ultimo documento elaborato sul tema del gioco d'azzardo da una parte del Parlamento del Paese, questa volta dal *Select Committee on the Social and Economic Impact of the Gambling Industry* (letteralmente "Comitato ristretto sull'impatto sociale ed economico dell'industria del gioco d'azzardo") o, più brevemente, *Gambling Industry Committee* ("Comitato dell'industria del gioco d'azzardo") nominato dalla *Camera dei lord*.

Intitolato "*Gambling Harm - Time for Action*"⁹⁸, questo lungo rapporto sullo stato del gioco d'azzardo nel Paese presenta molti spunti di interesse, a cominciare dal riconoscimento dell'attualità del problema posto dalle *loot box*⁹⁹ e dalla derivante inadeguatezza della legge vigente allo stare al passo con i tempi¹⁰⁰ e riconoscere nuovi concetti di valore attribuibili ai beni virtuali e riflessi nel modo in cui i bambini pensano ai videogiochi al giorno d'oggi¹⁰¹. Oltre a ciò, lo studio riconosce il collegamento tra queste e problemi legati al gioco d'azzardo sulla base delle osservazioni fornite da esperti e studiosi del settore (tra i quali David Zendle, come si ricorderà co-autore di molte ricerche accademiche sull'argomento)¹⁰².

Alla fine dell'analisi vengono proposte numerose misure da attuare, tra le quali ancora una volta far rientrare le *loot box* sotto la competenza del "*Gambling Act 2005*" per mezzo dell'emanazione di regolamenti specifici ai sensi della sezione 6 articolo 6¹⁰³ della stessa per specificare come essi siano giochi d'azzardo e senza attendere una revisione più ampia della legge da parte del governo¹⁰⁴. In alternativa sarebbe stato possibile attuare una modifica dell'articolo 3 per dare ai ministri il potere di specificare che qualsiasi attività che a loro avviso presenti le caratteristiche del gioco d'azzardo dovrebbe essere trattata come tale ai fini della legge¹⁰⁵.

⁹⁷ Vd. *supra* nota 95.

⁹⁸ Gambling Industry Committee, (2020). "*Gambling Harm - Time for Action, Report HL 79*".

⁹⁹ *Ivi*, p. 39.

¹⁰⁰ *Ivi*, p. 43.

¹⁰¹ *Ivi*, pp. 113-114.

¹⁰² *Ivi*, pp. 112 e 114.

¹⁰³ Questo articolo afferma come il segretario di Stato possa stabilire, mediante regolamenti, se un'attività specifica debba o meno essere trattata ai fini della legge come: un gioco, un gioco d'azzardo o uno sport (vd. *supra* nota 59).

¹⁰⁴ Vd. *supra* nota 98, p. 115.

¹⁰⁵ *Ivi*, p. 116.

Giugno ha invece segnato l'avvio di un'ulteriore e più approfondita consultazione sui potenziali danni collegati alle *loot box*, sulla base di prove fornite dalle compagnie videoludiche come parte di una successiva e più ampia revisione del "*Gambling Act*" (come richiesto al termine di tutti gli studi analizzati in precedenza). Tale consultazione si concluse ufficialmente il 22 novembre 2020 ma, ad oggi¹⁰⁶, i risultati non risultano ancora disponibili (forse a causa della pandemia di COVID-19, la quale – insieme alla Brexit – potrebbe aver dirottato l'attenzione della classe politica su temi più urgenti). Il presente paragrafo terminerà con la presentazione di un recente articolo accademico sul caso britannico in cui gli autori, ponendosi sempre in una posizione paziente e cauta sull'argomento, offrono nuovi spunti sulla possibile gestione del problema posto dalle *loot box* all'interno del Paese. Il documento in questione, elaborato da Deric Lui, Benjamin Thompson e Rich Carter, non si accontenta dell'interpretazione data dalla *Gambling Commission* ma si propone di stabilire se la legge dovrebbe essere modificata per farvi rientrare anche le *loot box closed-loop*¹⁰⁷ le quali, come si è visto, sono escluse dal momento che i premi ottenuti non possiederebbero un valore monetario. Gli autori sostengono che vi sono almeno due elementi per i quali il criterio della convertibilità in denaro degli oggetti di gioco non dovrebbe proteggere questa tipologia dall'essere considerata come gioco d'azzardo all'interno del Paese, ovvero: la non considerazione del valore attribuitovi dai giocatori e dalla presenza di mercati secondari e la possibilità di rivendere il proprio profilo utente. Acquisendo così un concreto valore monetario nessuna *loot box* può dirsi realmente *closed-loop*¹⁰⁸. A eccezione, comunque, della validità giuridica di questa interpretazione, da loro riconosciuta sulla base dell'attuale sezione 6 comma 5, Lui et al. hanno stabilito come questa tipologia soddisfi anche altri requisiti della "*Legge sul gioco d'azzardo*" del 2005. Ad esempio, proprio l'affidarsi unicamente alla tecnicità di tale definizione consente nella realtà un accesso illimitato e non regolamentato a questa tipologia di *loot box* da parte di minorenni, in contrasto con la sezione 1 sottosezione "c" della stessa che ne stabilisce la tutela dai pericoli del gioco d'azzardo¹⁰⁹.

Sulla base di queste considerazioni i ricercatori hanno quindi valutato come fallimentare l'azione della *Gambling Commission* nella difesa dei principi della legge vigente e di come essa sia imperfetta. Nondimeno, il gruppo di ricercatori ha definito come troppo avventato e poco lungimirante anche l'approccio di paesi come il Belgio¹¹⁰ per offrire poi la propria visione sulle possibili contromisure.

¹⁰⁶ Stato delle ricerche aggiornato al 15 febbraio 2021.

¹⁰⁷ Deric, L., Benjamin, T. e Carter, R., (2020). "Blurring Lines: Loot Boxes and Gambling in the Video Game Industry". *York Law Review*. Vol. 1, pp. 7-35.

¹⁰⁸ *Ivi*, p. 15.

¹⁰⁹ Vd. *supra* nota 59, sezione 1 sottosezione "c" del "*Gambling Act*" del 7 aprile 2005.

¹¹⁰ Vd. *supra* nota 107, p. 34.

Tra queste si noti in particolare l'inclusione di strategie a protezione dei consumatori (come la specificazione delle probabilità di vincita), un'autoregolamentazione dell'industria nell'ottica della responsabilità sociale d'impresa¹¹¹ e la fornitura di informazioni sufficienti per consentire a genitori e parti interessate di diventare più consapevoli e informati sull'argomento¹¹².

3.4 Stati Uniti

Simile per certi versi al caso britannico è l'esempio posto dal dibattito all'interno degli Stati Uniti, il Paese che – con la Cina – rappresenta oggi uno dei due maggiori mercati globali di videogiochi, dal momento che anche qui è possibile ritrovare esempi di gran lunga antecedenti alle regolamentazioni a cui sono giunti Paesi Bassi e Belgio nell'aprile del 2018.

A breve verrà infatti dimostrato come all'interno del Paese esista già una giurisprudenza effettiva su meccanismi simili alle *loot box*, fornita da alcuni esempi di casi giudiziari passati. Tuttavia, è bene sottolineare fin da subito come non sia ancora stata approvata una legge che li consideri come gioco d'azzardo, né a livello federale né da parte dei singoli stati¹¹³, sebbene molti siano stati i tentativi.

A livello statale molte delle regolamentazioni sul gioco d'azzardo degli Stati Uniti presentano caratteristiche simili, se non identiche, oltre che fra loro anche a quelle di altre giurisdizioni.

Secondo queste, come riportato da Schwiddessen e Karius¹¹⁴ e ribadito da Cermak¹¹⁵ e Wood¹¹⁶, nella maggior parte dei casi sarebbe considerata in quanto tale un'attività che richiede una *puntata* di qualcosa di *valore* per la *possibilità* di vincere qualcos'altro (un *premio*) a sua volta di *valore*¹¹⁷.

Anticipando l'esposizione del dibattito sulla necessità di una (auto)regolamentazione all'interno degli Stati Uniti, verranno ora presentati brevemente i casi giudiziari sopracitati e le conclusioni tratte da Schwiddessen e Karius da essi, a dimostrazione della tendenza degli oggetti virtuali a non avere valore nel mondo reale secondo la giurisprudenza statunitense¹¹⁸ (in quegli anni almeno).

I requisiti sopra esposti sono stati usati, infatti, come base di varie decisioni prese da tribunali statunitensi a cavallo tra il 2015 e il 2016, con l'ultimo di essi risalente al 2018, nei confronti di

¹¹¹ CAPCOM, (2020). "The Social Dimension of CSR Activities". *CAPCOM IR Investor Relations*.

¹¹² Vd. *supra* nota 107, pp. 34-35.

¹¹³ Cermak, D., (2020). "Micro-Transactions, Massive Headaches: International Regulation of Video Game Loot Boxes". *Michigan State International Law Review*. Vol. 28 n. 2, p. 303.

¹¹⁴ Schwiddessen, S. e Karius, P., (2018). "Watch your loot boxes! – Recent developments and legal assessment in selected key jurisdictions from a gambling law perspective". *Interactive Entertainment Law Review*. Vol. 1 n. 1, p. 32.

¹¹⁵ Vd. *supra* nota 113, p. 305.

¹¹⁶ Wood, T., (2020). "Rigging the Game: The Legality of Random Chance Purchases ('Loot Boxes') Under Current Massachusetts Gambling Law". *Journal of High Technology Law*. Vol. 20 n. 1, p. 278.

¹¹⁷ Si noti che, ancora una volta e come visto nel secondo capitolo, per essere considerata come tale un'attività di gioco d'azzardo è distinta sulle base dei criteri di: puntata, caso/sorte e premio; rapportati al concetto di valore (da intendersi sempre come in denaro o corrispettivo valore monetario).

¹¹⁸ Vd. *supra* nota 113, p. 304.

meccanismi simili a quelli delle odierne *loot box*. Anche se non verranno qui spiegate nel dettaglio le singole sentenze (poiché fuori dallo scopo del paragrafo), saranno nondimeno illustrati i moventi che hanno spinto i querelanti a intentare causa e le decisioni prese da ognuno dei tribunali coinvolti, dal momento che esse presentano alcune interpretazioni interessanti per quel periodo e per far ciò ci si baserà sull'esposizione sintetica fornita dai due sopracitati autori nel loro studio.

Stando alla panoramica offerta, gli accusatori avrebbero mosso le loro richieste di un risarcimento monetario sulla base del fatto che i giochi oggetto delle dispute avrebbero costituito gioco d'azzardo illegale presentando meccaniche simili a quelle delle classiche *slot machine*. Alternativamente, queste avrebbero occultato intenzionalmente questo genere di attività all'interno di giochi basati sulle abilità del giocatore. In base a ciò, gli accusanti avrebbero quindi avuto diritto a un risarcimento monetario, come previsto da molte legislazioni statunitensi nel caso di perdite subite da persone o soggetti che praticano giochi d'azzardo illegali, concorrenza sleale o attività simili¹¹⁹.

Tuttavia, le cose andarono diversamente visto che, eccezion fatta per qualche riconoscimento di istanze sollevate dai querelanti e a breve esposte, nessuno dei casi fu alla fine accolto dalle corti che si pronunciarono sempre a favore delle compagnie produttrici dei videogiochi.

In relazione al ruolo rivestito dalla sorte e sul fatto che il gioco in questione fosse da considerarsi come gioco d'azzardo illegale, la prima delle sentenze affermò che la presenza di un minigioco a tema casinò all'interno di un gioco basato principalmente sulle abilità non rende quest'ultimo a sua volta un gioco d'azzardo¹²⁰. Considerazione che gli autori applicano anche ai videogiochi contenenti meccaniche *loot box* dal momento che la loro presenza in giochi di strategia comporterebbe per entrambe le situazioni un singolo elemento di probabilità in un gioco basato sulle abilità¹²¹.

Nello stabilire se i querelanti avessero diritto a un risarcimento i giudici si sono quindi interrogati su due questioni principali: se gli oggetti e le valute virtuali avessero valore reale e se il loro utilizzo per l'acquisto di *loot box* potesse costituire una perdita (o un guadagno) dal punto di vista economico. Sulla prima di queste, e seguendo le critiche mosse, tali oggetti avrebbero posseduto un reale valore monetario a causa della quantità di denaro che un giocatore avrebbe dovuto spendere in valuta virtuale per garantirsi la possibilità di ottenere l'oggetto desiderato. La tesi fu comunque respinta poiché la corte valutò che "per la stessa logica, la ricompensa [...] sarebbe una 'cosa di valore' ogni volta che un giocatore paga per giocare a un gioco d'azzardo"¹²².

¹¹⁹ Vd. *supra* nota 114, p. 36.

¹²⁰ *Ivi*, p. 33.

¹²¹ *Ibidem*.

¹²² *Ivi*, p. 34.

A ciò si aggiunse la considerazione che la vincita di tali oggetti sia equiparabile all'ottenimento di una giocata (o puntata) gratuita nel caso in cui essi permettano avanzamenti nel gioco, concetto in parte condiviso da una delle sentenze dal momento che l'estensione del tempo di gioco come forma di ricompensa costituirebbe una "cosa di valore" (dato che gioco *extra* normalmente costerebbe del denaro aggiuntivo). Anche quest'argomento, tuttavia, venne respinto sulla base del fatto che il querelante non ha sostenuto come essi estendano l'attività di gioco bensì la migliorino e, pertanto, secondo la corte l'intrattenimento aggiunto non avrebbe avuto un valore quantificabile/misurabile e – in quanto tale – analogamente non avrebbe posseduto un effettivo valore monetario¹²³.

Sempre con riferimento al valore avuto dagli oggetti e dalle valute virtuali, Schwiddessen e Karius hanno inoltre notato come le corti siano state concordi nel sostenere che essi non possiedono un valore reale se non possono essere "incassati" e di come ciò sia tale a prescindere dall'esistenza di mercati secondari¹²⁴. In particolare, le sentenze osservano la non validità dell'argomentazione per la quale questi oggetti avrebbero valore nel mondo reale poiché i giocatori possono vendere i propri profili di gioco sui mercati secondari in quanto ciò non significa che esista un mercato per essi e l'ammontare ricavato fornirebbe poche informazioni sul valore dei singoli oggetti che contengono¹²⁵. Questa posizione si applica, inoltre, anche al caso dei beni virtuali (come le *fiche* oggetto della terza disputa) che possono essere rivendute ad altri utenti per denaro reale su un mercato secondario, rispondendo alla domanda lasciata aperta nelle sentenze del 2015-2016 se la possibilità di vendere o scambiare separatamente oggetti di gioco possa comportare l'acquisizione di un valore reale. In tal senso e basandosi sui termini di utilizzo della casa produttrice del gioco in questione (che ne vietano la vendita o il trasferimento a terzi), la sentenza conclude che essi non potessero costituire "gioco d'azzardo" sulla base di un utilizzo illecito dato che sarebbe stato "contrario ai principi del diritto e dell'equità citare in giudizio il convenuto per danni basati su una propria infrazione [...]"¹²⁶. Un'ultima considerazione esposta sull'argomento costituisce una possibile eccezione a quanto appena affermato, il caso in cui delle *loot box* contengano valuta di gioco che è anche possibile acquistare tramite denaro reale e che può essere successivamente riutilizzata (in una sorta di circolo vizioso) per l'acquisto di ulteriori *loot box*. Gli autori sostengono, infatti, che queste sarebbero così considerabili come un'estensione dell'intrattenimento (per il quale il giocatore avrebbe dovuto pagare) e perciò ricadrebbero nella precedente definizione di "cose di valore" ai termini di legge¹²⁷.

¹²³ Vd. *supra* nota 114, p. 34.

¹²⁴ *Ivi*, p. 33.

¹²⁵ *Ivi*, p. 35.

¹²⁶ *Ivi*, p. 36.

¹²⁷ *Ivi*, p. 34.

Sulla seconda questione (relativa alla perdita/guadagno dal punto di vista finanziario), le tre sentenze sono state concordi nel confermare che i giocatori che prima acquistano valuta virtuale non riscattabile con denaro reale e successivamente utilizzano tale valuta su un evento di fortuna non subiscano un danno economico e quindi legalmente non si qualificerebbero come “perdenti” mentre il fornitore del gioco, al tempo stesso, non si qualificerebbe legalmente come “vincitore”¹²⁸. A questa conclusione sono giunte dal momento che i querelanti non stavano scommettendo con soldi reali, quanto piuttosto stessero giocando con valute virtuali scambiate per una reale in cambio della licenza non trasferibile e revocabile a utilizzare tale valuta virtuale per scopi di intrattenimento. In quanto tale, la perdita sarebbe stata perciò limitata a questa prima transazione sicché, una volta ottenuta la valuta di gioco, con essa il giocatore avrebbe potuto farne ciò che voleva, pur rimanendo nelle limitazioni imposte dal contratto di utilizzo (esclusa, quindi, la possibilità di incassare)¹²⁹. Queste prime sentenze hanno fornito un’interessante panoramica sullo sfondo che il dibattito sulla regolamentazione delle *loot box* negli Stati Uniti ha presentato e soprattutto le prime opinioni giuridiche espresse all’interno del Paese su temi quali la conversione di valore degli oggetti di gioco. In particolar modo, il rapporto appena esposto ha poi dimostrato come sia profittevole¹³⁰ per le compagnie includere meccaniche *loot box* che richiedano anticipatamente l’acquisto (per denaro reale) di una valuta virtuale, utilizzabile a sua volta per l’acquisto delle *loot box* in questione¹³¹. Considerando l’attualità del dibattito, non stupisce che i precedenti di quegli anni abbiano portato a tali conclusioni, in linea con le posizioni assunte da altri legislatori e riflesso della non preparazione tecnica sull’argomento degli stessi. Nondimeno, anche negli Stati Uniti la controversia si accese a seguito del caso scoppiato attorno a *Star Wars: Battlefront 2*, portando all’elaborazione di proposte concrete e prova di una maggiore attenzione da parte della classe dirigente (rispetto al Regno Unito). Una prima considerazione sulla questione giunse nello stesso mese dall’avvocato statunitense Marc Whipple che, in un *podcast*¹³² registrato per Robot Congress, definì cosa costituisce “gioco d’azzardo” secondo la maggior parte delle giurisdizioni¹³³ e diede la propria opinione sul concetto di valore degli oggetti virtuali. Opinione per la quale esso non sia strettamente monetario, quanto piuttosto “qualcosa di valore” a prescindere dal fatto di desiderarlo o meno, secondo l’idea che “se è possibile

¹²⁸ Vd. *supra* nota 114, p. 36.

¹²⁹ *Ivi*, p. 37.

¹³⁰ Sulla base dell’attuale interpretazione fornita dalla giurisdizione statunitense e quindi accettando la posizione assunta dalle corti nei casi passati per la quale la valuta e gli oggetti virtuali non possederebbero alcun valore monetario.

¹³¹ Vd. *supra* nota 114, p. 38.

¹³² Morrison, R. e Hoffman, A., (2017). “Are Loot Boxes Gambling (Ft. Marc Whipple)”. *Robot Congress*.

¹³³ Whipple descrive gli stessi requisiti legali visti in precedenza e definiti anche da Schwidlessen e Karius (cfr. p. 79).

venderli, trasferirli o scambiarli con qualcuno in cambio di denaro reale [...] [allora sulla] base della maggior parte degli statuti sul gioco d'azzardo [...] [sono] quasi certamente qualcosa di valore"¹³⁴.

Ulteriori pareri pervennero nello stesso periodo da due rappresentanti dello Stato delle Hawaii, Chris Lee e Sean Quinlan. Il primo di essi il 21 novembre del 2017 caricò sul proprio canale Youtube un video¹³⁵ nel quale prendeva posizione contro quelle che definì come "pratiche predatorie"¹³⁶ attuate da Electronic Arts all'interno del gioco in questione definito come "un casinò online a tema *Star Wars* progettato per attirare i bambini a spendere denaro [...], una trappola"¹³⁷.

Lee nella stessa dichiarazione affermò, inoltre, come fossero in discussione con altri legislatori affinché una regolamentazione a livello federale fosse possibile se abbastanza stati avessero preso posizione e di come fosse importante portare avanti con fermezza il dibattito¹³⁸ prima che questo nuovo modello di capitalizzazione diventasse la norma per ogni nuovo videogioco in uscita¹³⁹.

Anche Sean Quinlan assunse una posizione critica nei confronti di questi meccanismi e fu – con Lee – tra i successivi promotori di varie proposte di legge, benché inizialmente suggerì un'autoregolamentazione dell'industria piuttosto che un intervento diretto¹⁴⁰.

Queste dichiarazioni furono infatti seguite tra il gennaio e il febbraio del 2018 da quattro disegni di legge scritti dagli stessi rappresentanti e che, anche se alla fine non incontrarono i requisiti per essere approvati e furono ritirati entro il marzo successivo, verranno qui analizzati per le somiglianze che presentano con alcune delle misure proposte dalle varie agenzie nel paragrafo precedente.

Il primo di questi fu il progetto di legge n. 2686¹⁴¹ proposto il 24 gennaio 2018 alla *House of Representatives* (la "Camera dei rappresentanti") dello Stato hawaiano, che venne però ritirato alla fine dello stesso mese dopo non essere riuscito a superare una sola commissione alla *Camera*¹⁴².

A esso seguì un corrispondente disegno di legge al *Senato* dello Stato¹⁴³ che riuscì a passare alla *Camera*, dove tuttavia ugualmente non passò nessuna commissione e fu abbandonato entro marzo.

¹³⁴ Tratto dall'intervista a Marc Whipple (vd. *supra* nota 132).

¹³⁵ Lee, C., (2017). "Highlights of the predatory gaming announcement". *Youtube*.

¹³⁶ Si noti come Chris Lee le definì così già un anno prima rispetto a quanto fatto da King e Delfabbro nel loro rapporto "Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder" del 2018. Concetto ribadito anche nella sezione 1 (righe dalla 7 alla 10) della successiva proposta di legge alla *Camera* (si veda la nota 141).

¹³⁷ Tratto e tradotto dalle dichiarazioni di Chris Lee espresse in "Highlights of the predatory gaming announcement".

¹³⁸ Lee, C., (2017). "Game on. Together we can stop predatory gaming practices". *Youtube*.

¹³⁹ Vd. *supra* nota 137.

¹⁴⁰ Schwidessen, S., (2018). "New Loot Box Bill Introduced in the USA... Again". *Connect on Tech*.

¹⁴¹ Stato delle Hawaii, USA. House of Representatives, (2018). "House Bill Relating to Consumer Protection HB 2686".

¹⁴² Maggiori informazioni sulle modalità con cui una legge diventa tale nelle Hawaii sono disponibili alla pagina: <https://lrb.hawaii.gov/par/overview-of-the-legislative-process/what-does-it-take-for-a-bill-to-become-a-law-in-hawaii>

¹⁴³ Stato delle Hawaii, USA. The Senate, (2018). "Senate Bill Relating to Consumer Protection SB 3024 SD2".

Identici nel testo, entrambi questi progetti di legge rilevano come non esistano limiti di età per i giochi che includono *loot box*, né vi siano requisiti di divulgazione sui contenuti potenzialmente dannosi e simili al gioco d'azzardo o sulle probabilità di vincere oggetti di valore¹⁴⁴.

Sulla base di ciò essi avrebbero quindi previsto il divieto alla vendita di videogiochi contenenti *loot box* (o, più nel dettaglio, sistemi di acquisto che includessero una ricompensa casuale o un oggetto virtuale riscattabile per una ricompensa casuale) ai minori di anni ventuno, la maggiore età¹⁴⁵.

Insieme alle due mozioni appena menzionate vennero proposti due ulteriori disegni di legge, ancora una volta uno alla *Camera* e uno al *Senato*, inizialmente pensati per essere complementari tra loro anche se in seguito il secondo venne emendato¹⁴⁶ snaturandone completamente il contenuto¹⁴⁷.

Sia la proposta n. 2727¹⁴⁸ alla *House of Representatives* sia la prima versione della n. 3025¹⁴⁹ al *Senato*, infatti, proponevano una modifica degli “*Statuti hawaiani sulle pratiche sleali e ingannevoli*” al fine di obbligare gli sviluppatori di videogiochi a rivelare le probabilità di ottenimento di ogni oggetto casuale contenuto nelle *loot box*¹⁵⁰. Un'altra modifica apportata sarebbe stata l'indicazione sulle confezioni degli stessi (o sulla piattaforma di distribuzione online nel caso di giochi scaricabili) della presenza di tali meccaniche tramite la dicitura: “*Attenzione: contiene acquisti in gioco e meccanismi simili al gioco d'azzardo che possono essere dannosi o creare dipendenza*”¹⁵¹.

Anche queste però, dopo un lungo dibattito, alla fine si arenarono e non vennero approvate.

Interessante notare inoltre come negli stessi mesi – tra il gennaio e l'aprile del 2018 – simili proposte di legge furono elaborate dai legislatori degli stati di Washington, California e Minnesota mentre dal 2019 pare che non siano avanzate ulteriori proposte, fatta eccezione per una a livello federale.

Tre senatori dello Stato di Washington introdussero nel gennaio di quell'anno la proposta di legge n. 6266¹⁵² all'interno della legislatura dello Stato che, se emanata, avrebbe incaricato la *Washington State Gambling Commission*¹⁵³ a condurre uno studio sull'uso di *loot box* e di meccaniche simili.

¹⁴⁴ Tratto dalla sezione 1 dei d.d.l. HB 2686 e SB 3024 SD2.

¹⁴⁵ Come definito nella proposta di modifica al cap. 481B sulle pratiche sleali e ingannevoli del “*Hawaii Revised Statutes*” (gli “*Statuti revisionati delle Hawaii*”), contenuta nella sezione 2 dei d.d.l. HB 2686 e SB 3024.

¹⁴⁶ Stato delle Hawaii, USA. The Senate, (2018). “*Senate Bill Relating to Consumer Protection SB 3025 HD1*”.

¹⁴⁷ Non è ben chiaro il motivo, ma la proposta SB 3025 venne modificata dalla *Commissione della Camera per la Protezione dei Consumatori e il Commercio* che ne rimosse tutti gli aspetti dal suo testo precedente e li sostituì con modifiche al Capitolo 480 del “*Hawaii Revised Statutes*”, in tema di monopoli, restrizioni al commercio e pubblicità.

¹⁴⁸ Stato delle Hawaii, USA. House of Representatives, (2018). “*House Bill Relating to Consumer Protection HB 2727*”.

¹⁴⁹ Stato delle Hawaii, USA. The Senate, (2018). “*Senate Bill Relating to Consumer Protection SB 3025 SD1*”.

¹⁵⁰ Vd. *supra* nota 148, pp. 4-5 (proposta di modifica al cap. 481B-A sulle pratiche sleali e ingannevoli).

¹⁵¹ *Ivi*, pp. 6-7 (proposta di modifica al cap. 481B-B sulle pratiche sleali e ingannevoli).

¹⁵² Stato di Washington, USA. Ranker, K., Carlyle, R. e Keiser, K., (2018). “*Senate Bill Concerning loot boxes in online games and apps SB 6266 (S-3638.1)*”.

¹⁵³ Si ricordi che la “*Commissione per il gioco d'azzardo dello Stato di Washington*” sarà poi, nel settembre del 2018, tra i cofirmatari della dichiarazione congiunta di intenti nell'affrontare il problema posto dalle *loot box* (cfr. p. 74).

Il fine dell'indagine sarebbe stato stabilire se siano considerabili come gioco d'azzardo ai sensi della legge dello Stato, se i minori dovrebbero averne accesso e, soprattutto, "fornire raccomandazioni su come regolar[le] al meglio [...], compresa [...] l'implementazione di un sistema di controllo [e] restrizioni alla vendita [...]"¹⁵⁴.

Si può notare come, a differenza delle precedenti e di quelle a breve esposte, tale disegno di legge non proponesse misure concrete da attuare, quanto piuttosto incentivasse ulteriori studi sull'argomento ma alla fine anche questa non passò entro le scadenze stabilite.

Il successivo venne presentato il 12 febbraio 2018 da Bill Quirk, membro dell'*Assemblea dello Stato della California* e, anche se non strettamente legato alle *loot box* per sé, è interessante perché proponeva misure già suggerite da Lee e Quinlan e che – nell'ultimo anno – sono state attuate dalle agenzie di classificazione dei videogiochi. Il progetto di legge n. 2194¹⁵⁵, infatti, avrebbe obbligato i produttori di giochi venduti all'interno dello Stato a fornire un'informativa esplicita (sulla scatola in cui il videogioco è venduto) del fatto che esso includesse la possibilità di effettuare microtransazioni. Ancora una volta sulla necessità di regolare l'accesso alle *loot box*, lo Stato del Minnesota fornì un ulteriore esempio di tentata legislazione con la proposta di legge n. 4460¹⁵⁶ del 23 aprile seguente e le aggiunte che essa suggeriva di apportare al capitolo 325I (in materia di divieti sui videogiochi) degli "*Statuti del Minnesota*" rispecchiavano per molti versi le proposte hawaiane sul tema.

Se fosse stata approvata, cosa che non avvenne, avrebbe infatti previsto il divieto alla vendita di giochi con *loot box* ai minori di anni diciotto e l'indicazione della loro presenza sulle confezioni¹⁵⁷, come già definito da alcuni esempi di proposte precedenti o anche nel caso del Regno Unito. In aggiunta proibiva anche aggiornamenti dei giochi in questione che avrebbero successivamente inserito questi meccanismi al gioco iniziale, a meno che ciò non fosse seguito da verifiche dell'età.

Il 23 maggio 2019 giunse infine la prima proposta di legge da applicare a livello federale (come si è visto auspicata due anni prima da Lee e Quinlan) per mano del senatore repubblicano Josh Hawley. La bozza¹⁵⁸ di legge (nota anche come "*Protecting Children from Abusive Games Act*") fu presentata al 116° Congresso degli Stati Uniti, si basava sugli stessi criteri definiti nel "*Children's Online Privacy Protection Act*" (o COPPA, letteralmente "*Legge sulla protezione della privacy online dei bambini*") del 1998 e si proponeva di regolare le microtransazioni *pay-to-win* e la vendita delle *loot box*.

¹⁵⁴ Vd. *supra* nota 152, p. 2 (sezione 1 par. 3 del d.d.l. SB 6266).

¹⁵⁵ Stato della California, USA. California Assembly, (2018). "*Video games: microtransactions AB 2194*".

¹⁵⁶ Stato del Minnesota, USA. House of Representatives, (2018). "*H.F. 4460*".

¹⁵⁷ Tramite dicitura molto simile a quella riportata a pagina 84 e qui contenuta nella sottosezione 2 lettera "c".

¹⁵⁸ Stati Uniti d'America. "*A bill to regulate certain pay-to-win microtransactions and sales of loot boxes in interactive digital entertainment products, and for other purposes S.1629*" (o "*Protecting Children from Abusive Games Act*").

In particolar modo, la prima sezione prevedeva il divieto per sviluppatori e distributori alla vendita e pubblicazione a un pubblico minorenni di videogiochi contenenti transazioni *pay-to-win* o *loot box*, così come aggiornamenti a un gioco già esistente che abilitassero tali funzionalità¹⁵⁹. Interessante notare come avanzasse anche la proposta di considerare parimenti illegali quei giochi non destinati ai giovani ma per i quali editori e distributori avrebbero dovuto essere a conoscenza del fatto che tra i propri utilizzatori vi fossero minorenni¹⁶⁰ (secondo il principio di diritto della “presunzione di conoscenza della Legge”¹⁶¹).

Il problema di stabilire in che modo decidere quando un gioco fosse “orientato a un pubblico di minori”, poi, fu risolto da Hawley in modo ambiguo, ricorrendo da un lato ad alcuni criteri del precedente COPPA (tra gli altri: il soggetto del prodotto e il suo contenuto visivo¹⁶²) e dall’altro a definizioni vaghe e generiche come “la presenza nel prodotto di [personaggi o] celebrità al di sotto dei diciotto anni d’età”. Quest’ultime furono il motivo che portarono Stanley Pierre-Louis, l’amministratore delegato della *Entertainment Software Association* (ESA), a definire il disegno di legge come “imperfetto e pieno di imprecisioni”¹⁶³, idea rinforzata anche da Level¹⁶⁴ nel cui articolo dimostra che il linguaggio altamente soggettivo usato dal senatore potrebbe farvi rientrare molti giochi con una valutazione destinata ai giovani e pertanto “la legge deve essere bilanciata in modo tale da non demonizzare o paralizzare l’industria videoludica nel suo complesso”¹⁶⁵.

Ulteriori discussioni hanno coinvolto la classe dirigente e la *Entertainment Software Rating Board*, l’agenzia di *rating* statunitense, ma la loro trattazione verrà riservata al paragrafo a questa dedicato.

3.5 Italia

Sulla base degli sviluppi storico-politici fin qui esposti viene spontaneamente da chiedersi come tale questione sia percepita in Italia e se anche qui sia sentita la necessità di una regolamentazione di tali meccanismi. Sarà lo scopo di questo breve paragrafo presentare lo stato corrente del dibattito sulla questione, come si vedrà piuttosto scarno e recente e tuttavia fonte di estremo interesse.

¹⁵⁹ Vd. *supra* nota 158, pp. 1-3 (sezione 1 articoli “a” e “b” della proposta di legge federale S.1629).

¹⁶⁰ Questa è sicuramente una questione spinosa dato che, seguendo questo ragionamento, ogni gioco contenente *loot box* potrebbe essere considerato illegale fintanto che anche un solo bambino ne abbia accesso.

¹⁶¹ Il cui concetto è abitualmente riferito anche con l’espressione “la Legge non ammette ignoranza”, a indicare come la non conoscenza di una norma o di un dovere non possa costituire un motivo di difesa in caso di violazione della stessa.

¹⁶² In modo simile al modo di operare delle varie agenzie di classificazione dei videogiochi, come si avrà modo di osservare negli ultimi paragrafi del capitolo.

¹⁶³ Allen, E. V., (2019). “The Loot Box Bill is Public, And The ESA Says It's ‘Flawed And Riddled With Inaccuracies’”. *USgamer*.

¹⁶⁴ Level, M., (2020). “Unboxing the Issue: The Future of Video Game Loot Boxes in the U.S.”. *University of Kansas Law Review*. Vol. 68 n. 1.

¹⁶⁵ *Ivi*, pp. 222-223.

Nonostante siano diversi anni ormai che la questione viene affrontata da tribunali e autorità estere, infatti, quelle italiane pare non la abbiano nemmeno avvicinata prima del 2020, anno in cui giunse la prima pronuncia in tal senso. Questo, insieme alla mancanza di una normativa specifica, lascia aperta la domanda su quali leggi vigenti sia possibile applicare, e solo un paio sono le fonti disponibili. La prima proposta è fornita da Giangiacomo Olivi, consulente legale in materia di tecnologia per la multinazionale di studi legali Dentons, in un approfondimento¹⁶⁶ pubblicato il 30 gennaio 2020 sul sito della compagnia. In esso, Olivi non propone l'implementazione di misure *ad hoc* per arginare il fenomeno – che ritiene dovrebbe essere valutato accuratamente – quanto piuttosto suggerisce l'applicabilità alle *loot box* dell'articolo 110 comma 5 contenuto nel “*Regio decreto 18 giugno 1931, n. 773*” (*Testo unico delle leggi di pubblica sicurezza*) che definisce come dispositivi per il gioco d'azzardo: “apparecchi e congegni automatici, semiautomatici ed elettronici [...] che consentono vincite puramente aleatorie di un qualsiasi premio in denaro o in natura”¹⁶⁷. In aggiunta, si potrebbe estendere alle stesse il “*Decreto-legge 6 luglio 2011, n. 98*”, il cui articolo 24 comma 20 esplicita come sia fatto divieto consentire ai minori la partecipazione a giochi pubblici con vincita in denaro¹⁶⁸. Ambedue queste affermazioni si rivelano essere tuttavia discutibili perché, da un lato le *loot box* potrebbero rientrare nella prima definizione data per quel che concerne la natura della ricompensa ottenuta (si noti la dicitura “*di un qualsiasi premio*”, simile a quella della legge belga) mentre non lo farebbero attenendosi a un'interpretazione letterale dell'articolo. Infatti, come sostenuto da Mattia Valdinoci – dottore in diritto bancario – in un'intervista¹⁶⁹ rilasciata a Esportsmag, le *loot box* non presenterebbero una vincita “*puramente*” aleatoria in quanto assicurerebbero sempre un premio, anche se indesiderato o di valore inferiore all'ammontare speso. Se la seconda legge sia applicabile o meno, invece, dipende (ancora una volta) dal concetto di valore che viene attribuito ai beni virtuali. Sulla stessa interpretazione circa il *cash-out* degli oggetti di gioco si basa a sua volta anche la considerazione, offerta dalla seconda fonte disponibile¹⁷⁰, sulla possibilità di considerare queste meccaniche come gioco d'azzardo illegale secondo il “*Codice penale*” italiano. Tuttavia, l'articolo 721 di questo definisce come giochi d'azzardo “[...] quelli nei quali ricorre il fine di lucro e la vincita o la perdita è interamente o quasi interamente aleatoria”¹⁷¹ e rimane perciò da stabilire se l'acquisto di una *loot box* venga fatto con l'intenzione di trarne un successivo guadagno.

¹⁶⁶ Olivi, G. e Boschi, I., (2020). “Unpacking Loot Boxes: Gaming Or Gambling?”. *Dentons*.

¹⁶⁷ Italia. “*Regio decreto 18 giugno 1931, n. 773*” (*Testo unico delle leggi di pubblica sicurezza*). Art. 110, comma 5.

¹⁶⁸ Italia. “*Decreto-legge 6 luglio 2011, n. 98*”. Art. 24, comma 20.

¹⁶⁹ Redazione eSportsMag, (2020). “Lootbox: gioco d'azzardo o modello di business?”. *Youtube*.

¹⁷⁰ Anonimo, (2018). “Loot Box Update”. *Osborne Clarke*.

¹⁷¹ Italia. “*Regio decreto 19 ottobre 1930, n. 1398*” (*Codice penale*). Art. 721.

Olivi afferma, poi, come possano rientrare nell'ambito di applicazione dell'articolo 1 del "Decreto legislativo 14 aprile 1948, n. 496" che stabilisce come "l'organizzazione e l'esercizio di giuochi di abilità e di concorsi pronostici, per i quali si corrisponda una ricompensa di *qualsiasi* natura e per la cui partecipazione sia richiesto il pagamento di una posta in denaro, sono riservati allo Stato"¹⁷². Si potrebbe asserire infatti che, nel caso di *loot box* acquistabili tramite valuta reale, lo Stato potrebbe impedirne l'esercizio sulla base di questa e della generalità di definizione circa la natura dei risultati. In materia di protezione dei consumatori¹⁷³, infine, le *loot box* dovrebbero soddisfare tutti i requisiti stabiliti dal "Codice del consumo"¹⁷⁴ italiano emanato con il "Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206", al fine di tutelare adeguatamente soggetti vulnerabili come bambini e ragazzi. Questo sarà il fondamento legale dell'unico caso rilevato in Italia e conclusosi il 30 settembre 2020. Il fatto oggetto d'esame è da ritenersi molto interessante per tre motivi. Innanzitutto, perché ha coinvolto ancora una volta EA, come si è visto, già al centro delle dispute legali in Paesi Bassi e Belgio. Secondariamente, perché l'atteggiamento assunto in Italia dalla compagnia fu molto diverso da quello mostrato nei due casi precedenti, e probabilmente sintomo di come essa avesse "imparato la lezione" e non fosse disponibile a perdere ulteriori profitti. Infine, esso costituisce un precedente nella giurisdizione italiana del fatto che non sia necessario sviluppare leggi *ad hoc* ma sia sufficiente applicare quelle esistenti (come avvenne nei casi analizzati o in quello giapponese¹⁷⁵) e di come sia stato affrontato in quanto pubblicità ingannevole (similmente a quanto avvenuto in Giappone¹⁷⁶). Il caso scaturì, difatti, da una segnalazione inoltrata da diverse associazioni di consumatori¹⁷⁷ all'Autorità garante della concorrenza e del mercato¹⁷⁸ (o AGCM, nota anche come "Antitrust") in cui si lamentava la presenza di contenuti riportanti informazioni incomplete e/o ingannevoli sui costi che i giocatori si ritrovarono a sostenere in videogiochi che includevano microtransazioni e *loot box*. Gli utenti criticarono soprattutto la mancata indicazione della presenza di questi RRM all'interno di alcuni titoli videoludici (in particolare quelli *free-to-play*) che giudicarono come pratica ingannevole.

¹⁷² Italia. "Decreto legislativo 14 aprile 1948, n. 496". Art. 1.

¹⁷³ Come si ricorderà dal secondo capitolo e come si è visto nei precedenti paragrafi è questo il motivo che ha portato alla nascita di una discussione accademica sull'argomento e, in seguito, al dibattito politico e sociale in esame.

¹⁷⁴ Italia. "Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206" (Codice del consumo).

¹⁷⁵ Si avrà modo di vedere tuttavia come in Giappone l'industria videoludica abbia fatto un passo oltre, mostrando la tendenza ad autoregolamentarsi, piuttosto che attendere di essere regolamentata dal governo o da agenzie apposite.

¹⁷⁶ Nel quarto capitolo si vedrà infatti che il dibattito nacque dall'interpretazione della legge a tutela dei consumatori.

¹⁷⁷ Altroconsumo, Associazione Codici, Movimento Difesa del Cittadino e l'Unione Nazionale Consumatori.

¹⁷⁸ Autorità amministrativa indipendente con il compito, tra gli altri, di garantire la tutela della concorrenza e del mercato e contrastare le pratiche commerciali scorrette nei confronti dei consumatori italiani. Maggiori informazioni sono disponibili alla pagina: <https://www.agcm.it/chi-siamo/istituzione/>

A seguito di questa, il 19 dicembre 2019 l'AGCM avviò quindi un'istruttoria¹⁷⁹ (procedimento poi conclusosi con il provvedimento n. 28368 del 30 settembre 2020¹⁸⁰) proprio in materia di pratiche commerciali scorrette, ingannevoli o aggressive e nel quale si contestavano¹⁸¹ a Electronic Arts di:

- Aver diffuso informazioni ingannevoli o omissive sui costi da sostenere nei giochi che implementano tali meccanismi; in potenziale violazione degli articoli 20 e 21 comma 1 (lettere "b" e "d") del "Codice del consumo".
- Aver attivato meccanismi di gioco volti a indurre i bambini a effettuare acquisti; contro quanto definito dall'articolo 26 (lettera "e") dello stesso.
- Aver fornito in modo inadeguato informazioni precontrattuali in merito al diritto di recesso o alla sua esclusione; infrangendo gli articoli 22, 49 (lettere "h" e "m"), 52, 54 e 59.

Il primo punto sarebbe stato tale in quanto l'articolo 20 nello specifico definisce come scorrette quelle pratiche commerciali contrarie alla diligenza professionale e idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore a cui sono indirizzate. Il successivo, invece, considera come ingannevoli quelle azioni non corrispondenti al vero o quegli elementi – tra cui il prezzo del prodotto o l'esistenza di uno specifico vantaggio rispetto a esso – che inducono in errore il consumatore a intraprendere una decisione commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Il paragrafo alla lettera "e" dell'articolo 21, tra gli altri, giudica altresì come pratica aggressiva un'esortazione diretta ai bambini affinché acquistino i prodotti reclamizzati, mentre gli ultimi cinque articoli del "Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206" riguardano l'esistenza o meno di un diritto di recesso, le condizioni e i termini per far valere tale diritto nonché le sue modalità ed eccezioni. Il provvedimento si è tuttavia concluso senza accertamento delle infrazioni, visto che la compagnia presentò all'*Antitrust* una dichiarazione di impegni con la quale si auto-obbligava ad attuare una serie di misure per sanare le violazioni riscontrate e, sentita anche l'*Autorità per le garanzie nelle comunicazioni* (o Agcom), l'ACGM si ritenne soddisfatta, riservandosi comunque la possibilità di applicare una sanzione tra i diecimila e i cinque milioni di euro in caso di inottemperanza¹⁸².

Questa dichiarazione di intenti impegnava la casa videoludica statunitense a¹⁸³:

- Utilizzare l'ultima versione dei loghi e delle etichette PEGI relativi alla presenza di microtransazioni (differenziati sulla base che esse contengano o meno l'elemento di aleatorietà) sulle pagine di descrizione del videogioco e vicino al pulsante d'acquisto, nonché aumentarne la dimensione rispetto a quanto era in precedenza.

¹⁷⁹ Fase del processo in cui l'autorità giudiziaria compie tutti gli atti necessari all'istruzione del processo stesso. Definizione tratta dal vocabolario Treccani, disponibile alla pagina: <https://www.treccani.it/vocabolario/istruttoria/>

¹⁸⁰ Italia. Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM), (2020). "PS11594 - ELECTRONIC ARTS-ACQUISTI NEI VIDEOGIOCHI, Provvedimento n. 28368", pp. 31-55.

¹⁸¹ *Ivi*, p. 32.

¹⁸² *Ivi*, p. 41.

¹⁸³ *Ivi*, pp. 35-38.

- Riportare sulla stessa pagina un'apposita dicitura¹⁸⁴ a descrizione della presenza e del funzionamento di microtransazioni e meccaniche *loot box*.
- Aggiornare il proprio sito ufficiale e le pagine web dei videogiochi inserendo gli stessi pittogrammi e indicazioni PEGI, nonché la medesima descrizione sulla presenza e sul funzionamento degli acquisti *in-game* e di oggetti attribuiti tramite selezione casuale.
- Aggiungere una pagina di transizione da mostrare prima del *download* del videogioco e contenente, oltre alle indicazioni sopra esposte, anche la valutazione da PEGI attribuitagli.
- Modificare le informazioni fornite ai consumatori al fine di indicare chiaramente le modalità per il recesso e le sue limitazioni ai sensi del "Codice del consumo".
- Inserire come impostazione predefinita per i profili "adolescenti" (indirizzati ai giovani tra i sedici e diciotto anni) un limite di spesa pari a zero euro, limite modificabile solo da un genitore tramite il collegamento del proprio profilo a quello "adolescente" in questione.
- Fornire ai genitori informazioni su come creare un profilo "bambino" e su come utilizzare al meglio le funzioni di controllo parentale messe a disposizione dalla piattaforma.

Si è visto come non sia nato in Italia nessun tipo di dibattito politico sulle *loot box* e di come la questione sia stata trattata dal punto di vista della protezione dei consumatori e in base alle leggi vigenti. Inoltre, nonostante Valdinoci affermi che poco sia destinato a cambiare per il mercato videoludico italiano¹⁸⁵, nondimeno esso potrà costituire un esempio significativo per il futuro.

Su questo punto una conferma è fornita dall'ulteriore impegno da parte di Electronic Arts a comunicare ai fornitori di altre piattaforme di gioco le misure che essa avrebbe implementato e ciò, secondo l'*Autorità*, avrebbe permesso di creare un circolo virtuoso del mercato in relazione agli *standard* di trasparenza a beneficio degli utenti¹⁸⁶. Si tenga presente che questa è un'opinione di rilievo visto che, seguendo questo ragionamento, si potrebbe venire a creare anche nel mercato europeo e statunitense una collaborazione tra gli operatori del settore e, di conseguenza, una autoregolamentazione di questi meccanismi che eviterebbe misure più stringenti come quella belga.

3.6 Australia

Si conclude ora la parte del capitolo legata allo sviluppo storico del dibattito sulla questione e nel farlo verrà esposto il caso australiano, poiché molti degli autori¹⁸⁷ dei principali studi psicologici e accademici illustrati e approfonditi nel secondo capitolo appartengono a tale nazionalità.

¹⁸⁴ "Questo gioco include la possibilità di acquistare, all'interno del gioco, tramite denaro reale una valuta virtuale da utilizzare per acquistare oggetti di gioco virtuali, che potrebbero essere attribuiti anche tramite una selezione casuale".

¹⁸⁵ Secondo quanto dichiarato nell'intervista rilasciata a Esportsmag e disponibile su Youtube (vd. *supra* nota 169).

¹⁸⁶ Vd. *supra* nota 180, p. 40.

¹⁸⁷ Si ricorderanno i nomi di Paul Delfabbro, professore alla *School of Psychology* dell'Università di Adelaide, e del Dr. Daniel L. King, ricercatore presso la medesima università. Oltre a loro, sono stati analizzati studi riportanti la firma di Sally Melissa Gainsbury e Nerilee Hing, rispettivamente dall'Università di Sydney e dalla *Central Queensland University*.

Se da un lato, dunque, è possibile affermare come il dibattito accademico sia iniziato all'interno di questo Paese (o perlomeno che esso abbia costituito la base per molti di quelli esteri), dall'altro esso sembra aver nuovamente coinvolto la classe politica a seguito degli eventi del novembre del 2017. Quel mese, infatti, ci fu uno scambio di lettere – reso poi pubblico¹⁸⁸ su Reddit¹⁸⁹ – tra uno studente e Jarrod Wolfe, analista strategico del *Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation* (traducibile come “*Commissione dello Stato del Victoria per la regolazione del gioco d'azzardo e dei liquori*” e da ora VCGLR), che rivelò come ciò che accade con le *loot box* costituisca gioco d'azzardo secondo la legislazione dello Stato del Victoria. Stando alle parole dell'analista, tuttavia, “il problema risiederebbe nella definizione legale [a riguardo] e nei poteri limitati della *Commissione*” e che “sia a livello statale che federale non si è attrezzati per determinare la legalità di queste pratiche in virtù del fatto che le entità responsabili sono [spesso] estere”¹⁹⁰. Wolfe proseguì affermando che il VCGLR era interessato in particolare ai meccanismi *pay-to-win* indirizzati ai minori, per poi concludere che l'applicazione di normative eccessivamente restrittive non sarebbe stata un'opzione auspicabile. Anzi, la *Commissione* avrebbe potuto collaborare con l'*Australian Classification Board* (o ACB) per garantire che i giochi che avessero tratto profitto da tali sistemi ottenessero una valutazione “R”¹⁹¹. Il primo approccio a livello federale sui rischi posti dalle *loot box* è però quello attuato dall'*eSafety Commissioner*¹⁹² nel marzo 2018 con la pubblicazione di una serie di linee guida per i genitori al fine di informarli riguardo l'esistenza di temi legati al gioco d'azzardo all'interno dei videogiochi, aiutarli a distinguere tali elementi e riconoscere la presenza di problematiche a essi associate¹⁹³. Il successivo giunse il 28 giugno 2018 quando il *Senato* australiano passò una mozione, guidata dal senatore dei Verdi Jordon Steele-John, al fine di dirigere un'analisi – il cui rapporto¹⁹⁴ conclusivo fu rilasciato il 27 novembre – da parte dell'*Environment and Communications References Committee* per indagare sul sistema *loot box*, sul loro utilizzo all'interno dei videogiochi e soprattutto considerarlo alla luce delle questioni relative al gioco d'azzardo e dei loro effetti su bambini e ragazzi.

¹⁸⁸ Caesar (pseudonimo), (2017). “I contacted the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation and they told me that they think lootboxes do constitute gambling under Victorian legislation. Full correspondence...”. *Reddit*.

¹⁸⁹ Reddit è un sito internet che ospita una vasta rete di comunità in cui gli utenti registrati possono condividere testo, collegamenti ipertestuali e svariate tipologie di contenuti audio-visivi sui più disparati temi.

¹⁹⁰ Tratto dalla risposta di Jarrod Wolfe pubblicata da Reddit (vd. *supra* nota 188).

¹⁹¹ Sulle classificazioni operate dalla ACB verrà dedicata una breve descrizione nel paragrafo 3.9 e si avrà modo di osservare come la classificazione “R” sia riservata ai giochi destinati ai maggiorenni (dai diciotto anni in su).

¹⁹² Agenzia a tutela dei cittadini australiani dai pericoli online quali *cyber-bullismo* e contenuti illegali o dannosi. Maggiori informazioni sono disponibili alla pagina: <https://www.esafety.gov.au/about-us>

¹⁹³ Australia. eSafety Commissioner, (2018). “Online gaming”. *Sito internet dell'eSafety Commissioner*.

¹⁹⁴ Australia. Senate Standing Committees on Environment and Communications, (2018). “*Gaming micro-transactions for chance-based items*”.

Il documento analizza innanzitutto la definizione legale di gioco d'azzardo valida a livello federale su tutto il territorio australiano per passare ad esempi di quelle statali e territoriali¹⁹⁵. Viene quindi preso in considerazione il punto di vista dei legislatori impegnati a determinarne l'applicabilità alle *loot box*, sulla base di osservazioni di ricercatori (tra i quali King e Delfabbro) e membri del pubblico. Ad esempio, la responsabilità di regolare i servizi di gioco d'azzardo online è affidata al governo federale tramite l'"*Interactive Gambling Act 2001*"¹⁹⁶ (o IGA) che definisce come tale un servizio per la conduzione di un gioco giocato per denaro o qualunque altra cosa di valore, basato sul caso o su una commistione di abilità e fortuna e nel quale il cliente paga per accedere al gioco¹⁹⁷. Si noti la stretta somiglianza con la maggior parte delle definizioni legali di gioco d'azzardo fin qui analizzate. In riferimento alle *loot box*, un esponente dell'*Australian Communications and Media Authority*¹⁹⁸ (ACMA) riferì al *Comitato* come i giochi che le includono non siano considerabili come "servizi di gioco d'azzardo" in quanto "non vengono giocati per [vincere] denaro o altro di valore [...] quanto piuttosto per motivi ricreativi"¹⁹⁹ rispecchiando così vecchie considerazioni sul tema. Tuttavia, egli riconobbe l'esistenza di casi – quelli dei mercati secondari – in cui il contesto non sarebbe così chiaro. Venne in seguito analizzata l'applicabilità al RRM in questione di alcune delle esistenti leggi statali sul gioco d'azzardo, in particolare quelle vigenti nel Nuovo Galles del Sud e nello Stato del Victoria. Secondo l'"*Unlawful Gambling Act 1998*"²⁰⁰ (in breve UGA) del Nuovo Galles del Sud, è considerato tra le forme di gioco illegale quello basato sulla fortuna – o un *mix* tra caso e abilità – e che include l'obbligo di rischiare denaro su un evento o una contingenza²⁰¹. Il governo dello Stato ha spiegato che tale denaro copre l'elemento premio in modo generale e che qualsiasi cosa possenga un valore monetario soddisferebbe questo requisito. Pertanto, le *loot box* che non possono essere incassate o monetizzate al di fuori del gioco non soddisferebbero la definizione dell'UGA, mentre quelle dove ciò è possibile, potrebbero, a seconda dei casi, trasgredire le leggi sul gioco d'azzardo dello Stato²⁰². Il governo dello Stato del Victoria ha invece affermato che secondo la definizione di gioco d'azzardo del suo "*Gambling Regulation Act 2003*"²⁰³ le *loot box* vadano analizzate caso per caso, dimostrando una posizione più confusa sull'argomento rispetto a quella presa l'anno prima dalla VCGLR.

¹⁹⁵ Secondo l'ordinamento amministrativo la federazione australiana è composta dagli *stati*, indipendenti rispetto al governo federale, e dai *territori* che invece dipendono dal potere centrale del *Commonwealth of Australia*.

¹⁹⁶ Australia. Governo australiano, (2001). "*Interactive Gambling Act 2001*".

¹⁹⁷ *Ivi*, parte 1 sezione 4 ("Definizioni") dell'"*Interactive Gambling Act*".

¹⁹⁸ Agenzia indipendente incaricata di sovrintendere alle tecnologie e mezzi di comunicazione all'interno del Paese.

¹⁹⁹ Vd. *supra* nota 194, pp. 15-16.

²⁰⁰ Australia. Governo del Nuovo Galles del Sud, (1998). "*Unlawful Gambling Act 1998*".

²⁰¹ *Ivi*, parte 1 sezione 5 comma 1 lettera "h" ("Definizioni di 'gioco illegale'") dell'"*Unlawful Gambling Act*".

²⁰² Vd. *supra* nota 194, p. 17.

²⁰³ Australia. Governo dello Stato del Victoria, (2003). "*Gambling Regulation Act 2003*".

Il rapporto ascoltò nondimeno anche le opinioni di vari ricercatori i quali, citando i propri studi e la letteratura accademica disponibile sull'argomento²⁰⁴, suggerirono come queste definizioni fossero datate e ignorassero il valore soggettivo creato nei giocatori dal concetto di rarità e dal vantaggio competitivo fornito dagli oggetti virtuali nel contesto di gioco²⁰⁵.

Questo punto di vista fu condiviso da Yvette D'Ath, in quel periodo procuratrice generale e ministro della Giustizia dello Stato del Queensland, che al *Comitato* riferì di essere dell'opinione che questi oggetti costituiscano qualcosa di valore per il giocatore, dal momento che possederli contribuisce al loro prestigio online²⁰⁶. A tal proposito, affermò che la potenziale associazione tra *loot box* e gioco d'azzardo deriva proprio dal fatto che il giocatore spende soldi per quello che è essenzialmente un premio casuale e il cui valore soggettivo varia molto, a prescindere della possibilità di convertirlo²⁰⁷. Yvette D'Ath e altri individui ascoltati durante le udienze pubbliche tenute dal *Comitato* hanno poi sollevato la necessità di una regolamentazione a livello nazionale (federale), data la natura online e dislocata del fenomeno (si pensi alle parole di Wolfe) e sulla base dei suoi potenziali effetti negativi. Il rapporto finale del novembre 2018 si conclude, quindi, con due raccomandazioni principali²⁰⁸. Innanzitutto, la prima prevedeva che il governo australiano intraprendesse, unitamente agli organi preposti (*Australian Classification Board*, *ACMA* ed *eSafety Commissioner* tra gli altri), una revisione completa delle *loot box* nei videogiochi. Secondariamente, che tale revisione venisse utilizzata come punto di partenza per lo sviluppo di ulteriori indagini al fine di determinare quali misure adottare. A queste seguirono alcuni suggerimenti²⁰⁹ aggiuntivi inoltrati al governo nazionale dal partito dei Verdi australiani, del parere che sarebbe stato necessario intraprendere azioni ancor più decisive. Tra questi è possibile ritrovare la richiesta di ammodernamento dell'“*Interactive Gambling Act*” (con specifico riferimento a microtransazioni e *loot box*) e la classificazione dei giochi che contengono *loot box* che soddisfano i requisiti psicologici del gioco d'azzardo²¹⁰, e in cui è possibile convertire i beni virtuali in denaro corrente, secondo la valutazione “R18+”. Seguì la proposta di ripartire quelli in cui tale conversione non è possibile secondo una valutazione “MA15+” e di introdurre la dicitura “*Include gioco d'azzardo virtuale*” sulle confezioni dei videogiochi che includono questi meccanismi.

²⁰⁴ Si noti che i documenti utilizzati nell'elaborazione del rapporto combaciano con quelli esposti dettagliatamente nel secondo capitolo e includono, tra gli altri, i lavori e le opinioni di King, Delfabbro, Cairns, Zendle, Nielsen e Grabarczyk.

²⁰⁵ Vd. *supra* nota 194, pp. 19 e 28.

²⁰⁶ *Ivi*, p. 29.

²⁰⁷ Walker, A., (2018). “The Major Responses So Far Into The Senate Loot Box Inquiry”. *Kotaku Australia*.

²⁰⁸ Vd. *supra* nota 194, p. 73.

²⁰⁹ *Ivi*, p. 80.

²¹⁰ Si faccia riferimento ai criteri definiti da Griffiths nel 1995 ed enunciati nel secondo capitolo (cfr. p. 51).

Il governo australiano rispose²¹¹ al rapporto nel marzo 2019 e, tuttavia, non accolse esplicitamente le proposte avanzate. Infatti, pur riconoscendo la serietà della questione, sottolineò come la ricerca sui danni riconducibili alle *loot box* fosse agli inizi e che lo sviluppo di un approccio normativo fondato sull'evidenza richiedesse ulteriori studi. Sulla base di ciò si sarebbe limitato a osservare la situazione in attesa di ulteriori sviluppi e a consultare il *Department of Social Services* sulle potenziali misure di minimizzazione del danno applicabili. Anche le proposte dei Verdi vennero prese in considerazione ma non sono stati forniti indizi su una loro possibile attuazione.

Mentre il documento appena esposto venne elaborato su richiesta del *Senato*, il successivo fu invece opera dell'iniziativa intrapresa il 25 febbraio 2020 dall'*Australian House of Representatives Standing Committee on Social Policy and Legal Affairs* (cioè il "Comitato permanente per la politica sociale e gli affari giuridici" della *Camera dei rappresentanti* del Parlamento australiano).

Il rapporto²¹² stilato a seguito di questa, intitolato "*Protecting the age of innocence*" e pubblicato il 4 marzo 2020, è incentrato prevalentemente sui temi delle scommesse e della pornografia online, ma il *Comitato* prese in considerazione anche la questione delle *loot box*. A tal proposito, riconobbe come esse non rientrino nella definizione di gioco d'azzardo – per come è contenuta nell'IGA – ma, data la somiglianza tra i due fenomeni, ritenne necessario limitare questi elementi di gioco d'azzardo simulato ai maggiorenni per mezzo della verifica obbligatoria dell'età²¹³. Inoltre, le misure da adottare sarebbero state suggerite dall'*eSafety Commissioner*, o dagli altri enti interessati (l'*ACMA* o la stessa *Australian Classification Board*) al governo e si chiedeva alla stessa *Commissione* di elaborare risorse aggiuntive per informare i genitori dei pericoli legati al gioco d'azzardo online²¹⁴. Nonostante le proposte avanzate nel 2018 e nel 2020, nessuna misura concreta sembra essere stata attuata dal governo che, come nel caso britannico, ha assunto una posizione cauta sulla questione, aggiungendo che qualsiasi norma vada intrapresa in discussione con i rappresentanti dell'industria. Il più recente punto di vista sulla questione all'interno del Paese è però offerto da un'indagine²¹⁵ condotta nel giugno del 2020²¹⁶ dalla *Central Queensland University* per il *Responsible Gambling*

²¹¹ Australia. Governo australiano, (2019). "*Australian Government response to the Senate Environment and Communications References Committee report: Gaming micro-transactions for chance-based items*".

²¹² Australia. House of Representatives Standing Committee on Social Policy and Legal Affairs, (2020). "*Protecting the age of innocence*".

²¹³ *Ivi*, p. 89.

²¹⁴ *Ivi*, pp. 89-90.

²¹⁵ Rockloff, M., Russell, A. M., Greer, N. M., Lole, L. R., Hing, N. e Browne, M., (2020). "Loot Boxes: Are they grooming youth for gambling?".

²¹⁶ Si noti che tra i firmatari vi è anche Nerilee Hing, già coautrice di un precedente studio con King e Delfabbro.

*Fund*²¹⁷ del Nuovo Galles del Sud. Il suo contenuto ha rivelato come siano poche le persone che convertono in denaro i beni ottenuti da una *loot box* e ancor meno quelle che li acquistano per fini espliciti di gioco d'azzardo. Il documento, tuttavia, conclude che se gli oggetti da esse acquisiti possono essere incassati e il denaro riutilizzato per nuovi acquisti (come più volte ribadito in questo studio), esse presenterebbero una stretta somiglianza con forme di gioco d'azzardo tradizionale²¹⁸.

3.7 Pan European Game Information

Gli ultimi paragrafi sono dedicati all'esposizione del punto di vista delle maggiori agenzie di *rating* dei videogiochi a cominciare dalla *Pan European Game Information* (o più comunemente PEGI), il cui metodo di classificazione (nato nel 2003 per aiutare i genitori a prendere decisioni informate) è utilizzato oggi dalla maggior parte dei paesi europei e sostenuto dalla *Commissione Europea*.

Questo sistema cataloga i giochi sulla base dell'idoneità per età in cinque possibili fasce (3, 7, 12, 16 e 18 anni) e sulla presenza e intensità di alcuni criteri²¹⁹ quali: contenuti grafici violenti, linguaggio scurrile, elementi di paura, gioco d'azzardo, sesso, droga, discriminazione e acquisti *in-game*²²⁰.

Si noti come l'organizzazione applichi il descrittore del gioco d'azzardo ai soli giochi PEGI 12, 16 e 18 ed esclusivamente in riferimento a simulazioni interattive di giochi d'azzardo reali (es. poker) che incoraggiano o insegnano a giocare d'azzardo²²¹ e pertanto non sono applicabili alle *loot box*.

A tal proposito, infatti, l'organizzazione dichiarò già nel 2017 di non considerare queste meccaniche come gioco d'azzardo, o meglio che non spettasse a loro stabilire se lo fossero, visto che l'apposito descrittore di contenuto si applica solo alle simulazioni digitali di giochi reali. Affermò poi che stesse ai singoli enti nazionali stabilire ciò mentre PEGI si sarebbe solo potuta adeguare di conseguenza²²².

Questa rimane, ad oggi, la posizione di PEGI sul tema, benché l'organizzazione sia venuta incontro alle critiche sollevate da consumatori e legislatori in anni recenti con l'introduzione di nuovi pittogrammi e diciture, indirizzati più specificatamente ai meccanismi a ricompensa casuale.

Infatti, l'utilizzo del logo introdotto nel settembre 2018 per indicare la presenza all'interno di un videogioco della possibilità di effettuare microtransazioni venne esteso il 13 aprile 2020, quando

²¹⁷ Un ufficio del governo del Nuovo Galles del Sud che si occupa di fornire indicazioni sull'allocatione dei fondi destinati alle iniziative di gioco responsabile e per il trattamento dei problemi legati al gioco d'azzardo patologico. Maggiori informazioni alla pagina: <https://www.responsiblegambling.nsw.gov.au/about-us/responsible-gambling-fund>

²¹⁸ Vd. *supra* nota 215, p. 61.

²¹⁹ Maggiori informazioni sul sistema di valutazione PEGI sono disponibili alla pagina: <https://pegi.info/it>

²²⁰ Quest'ultimo venne introdotto nel settembre 2018. Si ricordi a tal proposito che nel marzo precedente la risposta ottenuta dalla ministra inglese Margot James all'interrogazione parlamentare inviata da Anna Turley rilevò come PEGI stesse a quel tempo valutando la possibilità di includere tale indicazione sulle confezioni dei videogiochi (cfr. p. 74).

²²¹ Si veda la spiegazione dettagliata fornita alla pagina: <https://pegi.info/it/node/59>

²²² Sinclair, B., (2017). "Loot boxes aren't gambling – ESRB". *GamesIndustry.biz*.

l'ente annunciò²²³ l'introduzione di un nuovo avviso ("*Include articoli casuali a pagamento*") sulla confezione fisica dei giochi come pure sulle piattaforme online di distribuzione. Sulla base di questi, come si è visto, si sono incentrati gli impegni assunti da EA che gli hanno permesso di non infrangere la legge italiana e, in ogni caso, essi rappresentano il punto di riferimento per il dibattito europeo a tutela dei consumatori dal problema rappresentato dai *random reward mechanism*.

3.8 Entertainment Software Rating Board

Il corrispettivo nordamericano²²⁴ del PEGI è rappresentato dall'*Entertainment Software Rating Board* (o ESRB), il gruppo istituito nel 1994 dalla *Entertainment Software Association* (ESA), l'associazione di categoria costituita dalle principali aziende videoludiche statunitensi.

Le valutazioni che esso fornisce su ciò che è contenuto in un gioco o in un'applicazione sono elaborate in modo che genitori e consumatori possano fare scelte informate su quali giochi siano adatti alle proprie famiglie. Queste classificazioni sono naturalmente simili a quelle presentate dal sistema PEGI anche se, oltre all'idoneità in base all'età²²⁵ e a una serie di descrittori di contenuto²²⁶, l'ESRB utilizza anche un terzo gruppo di criteri definiti come "elementi interattivi"²²⁷. Tali elementi sono costituiti da quelle caratteristiche di un gioco la cui presenza può essere fonte di apprensione, ma che non influenzano la classificazione di un prodotto. Tra questi vi è il criterio della presenza o meno di acquisti in gioco (di qualsiasi tipo), introdotto il 27 febbraio 2018²²⁸ a seguito di uno scambio di lettere avvenuto quel mese tra la senatrice statunitense Maggie Hassan e l'ESRB e a breve esposto. Va detto, inoltre, come a differenza del PEGI che considera solo quello simulato, questo sistema contempli anche il gioco d'azzardo con valuta reale, a cui è riservata la valutazione "*Adults Only 18+*". Con riferimento all'associazione tra *loot box* e gioco d'azzardo e in seguito alla richiesta di indicare le prime come tali sulle confezioni fisiche dei giochi, i portavoce dell'organizzazione hanno più volte ribadito di non essere di questa opinione dato che il giocatore otterrebbe sempre qualcosa²²⁹.

²²³ Pan European Game Information, (2020). "PEGI Introduces Notice To Inform About Presence of Paid Random Items". *PEGI News*.

²²⁴ Tra i paesi che vi fanno riferimento troviamo infatti, oltre agli Stati Uniti, anche Canada e Messico.

²²⁵ Cinque sono le fasce di età individuate: *Everyone, Everyone 10+, Teen, Mature 17+, Adults Only 18+*. Si noti che anche qui il gioco d'azzardo "simulato" può essere contenuto a partire da una valutazione indirizzata agli adolescenti (quella "*Teen*", dai tredici anni in su).

²²⁶ I descrittori di contenuto sono dati dalla rappresentazione e tipologia di: sostanze stupefacenti o tabacco, sangue, violenza, *humour*, linguaggio, nudità, gioco d'azzardo e sessualità.

²²⁷ Maggiori informazioni sono disponibili alla pagina: <https://www.esrb.org/ratings-guide/>

²²⁸ Entertainment Software Rating Board, (2018). "ESRB To Begin Assigning 'In-Game Purchases' Label To Physical Video Games". *ESRB Blog*.

²²⁹ Schreier, J., (2017). "ESRB Says It Doesn't See 'Loot Boxes' As Gambling". *Kotaku*.

Conseguentemente, il gruppo non sarebbe favorevole a classificare i giochi che contengono queste meccaniche secondo il criterio “*Real Gambling*”²³⁰ poiché ciò nuocerebbe al mercato dal momento che sono pochi i giochi etichettati come “*Adults Only*” che i rivenditori tengono nei propri negozi²³¹. Verrà ora esposto il processo che ha portato, o che ha contribuito a portare, l’ESRB a includere fra i propri criteri di valutazione quello relativo alla presenza di microtransazioni all’interno dei giochi. Tutto cominciò il 14 febbraio 2018, quando la senatrice Hassan scrisse una lettera a Patricia Vance, presidente dell’ESRB, per chiederle se fosse il caso di rivedere le politiche di classificazione dell’organizzazione tenendo conto dei potenziali danni delle *loot box* e della fragilità dei giovani²³². All’interno della lettera veniva inoltre richiesto agli sviluppatori di creare e implementare strumenti per poter disabilitare tali meccanismi oppure renderli parte meno integrante dei videogiochi. Nella risposta²³³, giunta il 27 febbraio 2018, si annunciava la creazione e l’introduzione di una nuova etichetta (riportante la dicitura “*Acquisti in gioco*”) a indicare la presenza di microtransazioni. Questa generica dicitura fu preferita a una che riportasse più specificatamente il nome “*loot box*”, in quanto di più immediata comprensione per i genitori, preoccupati che i propri figli potessero spendere denaro senza la loro autorizzazione. Patricia Vance continuò suggerendo ai genitori l’utilizzo di strumenti di filtro famiglia per limitare le ore di gioco, così come gli acquisti *in-game*, e concluse la lettera ribadendo la visione dell’organizzazione per la quale non vi sia correlazione tra *loot box* e gioco d’azzardo. In una successiva intervista dichiarò, inoltre, che l’ESRB non avrebbe obbligato gli editori a rivelare le percentuali di ottenimento degli oggetti contenuti nelle *loot box*²³⁴. Il 13 aprile 2020 infine, contemporaneamente al PEGI, anche l’*Entertainment Software Rating Board* annunciò²³⁵ l’inclusione di una nuova didascalia, volutamente ideata per indicare questi meccanismi.

3.9 Australian Classification Board

A differenza del PEGI e dell’ESRB che sono organizzazioni indipendenti, slegate dalle legislazioni dei singoli territori in cui sono utilizzate, l’*Australian Classification Board* (ACB) è invece un ente governativo fondato nel 1970 per la classificazione dei film e videogiochi – dal 2005 per quelli destinati a *console* e *personal computer* – la cui distribuzione è destinata al mercato australiano²³⁶.

²³⁰ Utilizzato per giochi che prevedono qualunque tipo di scommessa con denaro reale.

²³¹ Vd. *supra* nota 229.

²³² Hassan, M. W., (2018). “Letter to The Entertainment Software Ratings Board (ESRB)” [lettera a Patricia Vance].

²³³ Vance, P., (2018). “ESRB Response to Senator Hassan” [lettera a Margaret Wood Hassan].

²³⁴ Sinclair, B., (2018). “ESRB responds to loot box controversy with in-game purchase label”. *GamesIndustry.biz*.

²³⁵ Entertainment Software Rating Board (ESRB), (2020). “Introducing a New Interactive Element: In-Game Purchases (Includes Random Items)”. *ESRB Blog*.

²³⁶ Maggiori informazioni sono disponibili al sito: <https://www.classification.gov.au/about-us/classification-board>

Il consiglio a capo dell'ente formula la propria classificazione sulla base di sei elementi, simili a quelli utilizzati dai due gruppi precedenti e dati dalla presenza o meno dei seguenti temi: violenza, sesso, linguaggio scurrile, uso di droga e nudità. Oltre a questi, viene valutato l'impatto (dato dalla frequenza e dall'intensità del contenuto) che essi hanno all'interno del gioco. Unendo questi fattori l'ACB ha facoltà di far rientrare un film o videogioco all'interno di cinque possibili categorizzazioni: *General (G)*, *Parental Guidance (PG)*, *Mature (M)*, *Mature Accompanied (MA15+)* e *Restricted (R18+)*. Sarebbe scontato descrivere l'ultima di queste, destinata ai prodotti riservati a un pubblico di soli adulti²³⁷, ma è utile esporre due considerazioni nei confronti della classificazione "MA 15+".

Si ricorderà infatti come, nella stesura dei due rapporti, alcuni ricercatori (in particolare Drummond e Sauer) prima e il *Comitato* poi, fossero dell'idea che fosse comunque necessario regolare la meccanica *loot box* anche quando non fosse possibile incassare i beni virtuali da questa ottenuti²³⁸. In questi casi suggerirono di attribuire ai giochi contenenti tali meccaniche una valutazione "MA15+", la cui vendita secondo l'attuale legge è consentita solo ai ragazzi dai quindici anni d'età e alla presenza di un genitore o tutore legale. Si noti, pertanto, che l'attuazione di una simile disposizione avrebbe parallelamente consentito alle famiglie di avere maggiore consapevolezza sull'acquisto. Infine, anche l'ACB cominciò a evidenziare sulle confezioni di vendita dei videogiochi la presenza di microtransazioni (senza distinguo per gli oggetti casuali) dall'agosto del 2019²³⁹ anche se le prime applicazioni effettive vennero notate dal grande pubblico solo un anno dopo, quando su Reddit vennero diffuse²⁴⁰ le prime foto di giochi in uscita nel 2020 con la didascalia "*In-game purchases*".

3.10 App Store e Play Store

Un'ulteriore e breve parentesi conclusiva si rende necessaria in riferimento al ruolo rivestito nel dibattito sulla questione, nonché sui suoi possibili sviluppi, dalle aziende che mettono a disposizione le proprie piattaforme di distribuzione di applicazioni e videogiochi per dispositivi mobili.

Analizzare la posizione assunta da tutte le aziende esistenti in merito a questa questione, benché limitate numericamente, non è però necessario visto che il mercato è quasi totalmente spartito unicamente tra due compagnie: Apple con il suo App Store e Google con il Play Store. Analogamente

²³⁷ Si ricordi come alcune delle voci ascoltate durante le udienze del 2018 abbiano chiesto la classificazione dei giochi contenenti *loot box* in cui fosse possibile convertire in denaro reale gli oggetti ottenuti (e che soddisfacessero i requisiti psicologici del gioco d'azzardo) secondo tale classificazione, di fatto chiedendone un divieto totale alla vendita ai minori.

²³⁸ Cfr. p. 93.

²³⁹ Williams, L., (2020). "Physical Games Now Require 'In-Game Purchase' Disclosures In Australia". *Kotaku Australia*.

²⁴⁰ BeforeJam (pseudonimo), (2020). "No news sites have reported this, so let's discuss: Australia now requires in-game purchases to be disclosed on the front covers of physical video games starting with games submitted in May this year onwards". *Reddit*.

a quanto fatto nei tre paragrafi precedenti in relazione alle agenzie di classificazione dei videogiochi, verranno ora esposte le azioni che queste due aziende hanno intrapreso a riguardo in anni recenti. A seguito del caso sollevato dal videogioco *Star Wars: Battlefront 2*, e del tumulto pubblico da questo generato, Apple decise nel dicembre del 2017 di apportare un'importante modifica ai termini di contratto della sua vetrina digitale, che avrebbe richiesto agli sviluppatori maggiore trasparenza. Questa misura mirava in particolar modo a rassicurare il pubblico sul fatto che la piattaforma offrisse un ambiente sicuro per i bambini e ad allontanare possibili critiche, come si ha avuto modo di vedere molto intense in quel periodo e nei mesi successivi.

Il provvedimento in questione è contenuto al punto 3.1.1 delle *"App Store Review Guidelines"* e afferma che, dal quel momento, sarebbe stato richiesto agli sviluppatori di applicazioni che offrono, previo pagamento, *loot box* o altri meccanismi che conferiscano beni virtuali in maniera casuale di rivelare le probabilità di ottenimento di ciascun oggetto in essi contenuto prima dell'acquisto²⁴¹. Anche la sua controparte, ovvero Google, sebbene con due anni di ritardo²⁴² sembra che alla fine emendò i propri termini di utilizzo prevedendo altresì l'obbligo da parte degli sviluppatori di rendere note a priori le percentuali di possibilità di ottenimento di ogni oggetto di gioco ottenibile dai RRM.

²⁴¹ Apple Inc., (2020). *"App Store Review Guidelines"*. Sezione 3 (*Business*), sottosezione 3.1.1 (*In-App Purchase*).

²⁴² Robertson, A., (2019). *"Google's Play Store starts requiring games with loot boxes to disclose their odds"*. *The Verge*.

Il capitolo appena concluso ha dimostrato come, a livello internazionale, le risposte normative siano state estremamente variegata²⁴³ così come lo sono stati i criteri sui quali esse si sono basate (chi ha considerato il valore posseduto dagli oggetti ottenuti, ovvero il premio, e chi la necessità che un pagamento/puntata venga effettuato) e le misure attuate o proposte nelle rispettive giurisdizioni. In alcuni casi queste hanno dimostrato fin da subito un certo grado di alfabetizzazione tecnologica da parte dei legislatori, riflesso delle considerazioni più recenti sul valore posseduto dagli oggetti di gioco. Ciò ha portato alcune particolari implementazioni delle meccaniche *loot box* a essere dichiarate illegali e rimosse completamente dai videogiochi che le includevano (Belgio e Paesi Bassi). In altre sono invece rimaste completamente non regolamentate (Regno Unito, Stati Uniti, Italia e Australia) nonostante i numerosi disegni di legge avanzati negli ultimi due anni. Tuttavia, anche se nessuna misura *ad hoc* fra quelle proposte ha visto un'attuazione concreta, nondimeno è interessante notare come in ognuno di questi paesi siano state molteplici le misure suggerite. Queste avrebbero compreso, naturalmente, un ammodernamento delle leggi vigenti in materia di gioco d'azzardo (Italia esclusa) al fine di includere i meccanismi a ricompensa casuale sotto il loro campo di applicazione. In aggiunta, è stato dimostrato come in questi paesi si sia passati, o si stia passando, da una posizione più cauta e conservatrice sull'argomento a una più attiva e come più voci si siano levate a sostegno della necessità di vietare la vendita delle *loot box* ai minorenni, la limitazione dei beni virtuali ottenibili ai soli oggetti cosmetici o il fissaggio di limiti di spesa. Infine, è stato più volte proposto di applicare sulle confezioni di vendita (o sulle pagine di *download*) dei videogiochi contenenti *loot box* un'apposita dicitura a indicazione della loro presenza, unico suggerimento che alla fine fu accolto dalle tre principali agenzie di *rating* nel biennio 2018-2019. Si noti, inoltre, come più volte sia stata suggerita in questi paesi una autoregolamentazione dell'industria e l'attuazione di misure a tutela del consumatore (ad esempio le ultime fra quelle appena citate e come nel caso italiano) piuttosto che l'applicazione di misure eccessivamente restrittive e basate sulle leggi sul gioco d'azzardo, dato che avrebbero comportato lo stop totale alla loro vendita e rischiato di danneggiare l'industria. Questo punto sarà importante per la successiva comparazione con il caso giapponese sulla questione, al centro del presente studio.

²⁴³ Queste hanno spaziato dal divieto completo alla vendita, all'attendere e limitarsi a osservare la situazione.

Capitolo 4: Il caso giapponese

Quest'ultimo capitolo, in continuità con quanto fatto in precedenza nei confronti delle *loot box*, illustrerà innanzitutto se e quando sia nato, e in che modo si sia sviluppato, il dibattito sulla necessità di disciplinare la meccanica *gacha* in Giappone. Sviluppo che, come si avrà modo di osservare, presentò un corso degli eventi particolare, per certi aspetti simile al più recente caso italiano.

Questo infatti, a differenza degli altri paesi osservati, fu maggiormente legato alle attività e al ruolo giocato da diversi gruppi industriali e alle leggi vigenti in materia di tutela dei consumatori.

Sarà questo il motivo per cui il presente capitolo presenterà la questione suddividendola in più paragrafi, per una maggiore chiarezza espositiva. Innanzitutto, verrà perciò descritta la sua evoluzione da un punto di vista strettamente storico-politico, includendo nella trattazione l'esposizione dettagliata delle misure di regolamentazione (o, si vedrà, autoregolamentazione) intraprese. Verranno quindi introdotti alcuni giudizi recenti sul tema, fonte di nuove considerazioni. Infine, gli ultimi due paragrafi saranno dedicati a una breve esegesi dell'attuale normativa vigente in Giappone in materia di gioco d'azzardo, come è stato nello studio di altre giurisdizioni del mondo, e delle cosiddette "zone grigie"¹ che essa presenterebbe con il principio di funzionamento dei *gacha*. Sarà proprio tale parallelismo tra la legislazione giapponese sul gioco d'azzardo e il funzionamento di questo meccanismo a ricompensa casuale che, insieme alla comparazione tra il dibattito avutosi in Occidente e quello giapponese qui presentato, sarà alla base delle conclusioni del presente studio.

4.1 Uno sviluppo storico peculiare: CESA, JOGA e la tutela dei consumatori

Si ha avuto modo di vedere all'inizio del presente studio² come il Giappone sia il luogo di nascita del modello di monetizzazione noto come "*gacha*", il cui elemento di casualità è considerato il seme da cui hanno avuto origine a loro volta le *loot box* e che sembra essere presente nel Paese dal 2004³.

Inoltre, l'industria dei giochi *free-to-play* per dispositivi mobili si consolidò qui già attorno al 2007, quando essi vennero sviluppati per i *feature phone*⁴, prima ancora dell'avvento degli smartphone⁵.

¹ Termine che indica una situazione in cui non è chiaro, ad esempio, se qualcosa è legale o meno. Definizione tratta da *Cambridge Dictionary*: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/grey-zone>

² Cfr. p. 24.

³ Koeder, M. J. e Tanaka, E., (2017). "Game of chance elements in free-to-play mobile games. A freemium business model monetization tool in need of self-regulation?". *28th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Competition and Regulation in the Information Age"*. Sezione 3.1.

⁴ Il termine indica quegli apparecchi telefonici con un fattore di forma simile a quello dei primissimi telefoni cellulari e di cui mantengono la semplicità di utilizzo, differendo però per la presenza di alcune funzionalità aggiuntive tipiche dei moderni smartphone, come la possibilità di connettersi a Internet o la fruizione di alcuni contenuti multimediali.

⁵ Vd. *supra* nota 3, sezione 2.

Tuttavia, la presenza dei *gacha* cominciò a costituire un elemento preponderante e caratteristico all'interno dei videogiochi giapponesi per cellulari solo a partire dal 2010-2011, il biennio che vide contemporaneamente la comparsa e la diffusione del modello *loot box* in Europa e America.

Non stupisce quindi che essi cominciarono a essere oggetto di scrutinio già a partire da quegli anni, in modo simile a quanto sta accadendo nei confronti delle *loot box* all'interno dei paesi analizzati fino ad ora, dal momento che furono introdotti in Giappone molto prima che in questi ultimi.

Il primo caso di commercio di oggetti di gioco su un mercato secondario salì infatti alla ribalta già all'inizio del 2012, attirando grande attenzione da parte del pubblico e generando molte lamentele dai consumatori. Questo fu legato al videogioco *Tanken Driland* sviluppato da GREE Inc. e al fatto che un *bug*⁶ in esso contenuto permettesse ai giocatori di duplicare gli oggetti (soprattutto quelli rari) ottenibili dal *gacha* incorporato nel gioco, che venivano poi rivenduti su piattaforme terze⁷.

Il dibattito che si generò attorno alla questione, come anticipato, causò naturalmente molte critiche da parte del pubblico (in particolare, preoccupazioni relative alla spesa incontrollata sui *gacha* da parte di minorenni) e suscitò una grande attenzione mediatica. A sua volta, questa si intensificò quando fu noto che furono numerosi i reclami inoltrati alla *Shōhisha-chō* o *Consumer Affairs Agency* (in sigla CAA e traducibile in italiano come "Agenzia per gli affari dei consumatori"), l'organizzazione parastatale che si occupa della protezione e della promozione dei diritti dei consumatori giapponesi⁸. Si noti che, prima che la CAA potesse pronunciarsi sul tema nel maggio del 2012, le maggiori case videoludiche del Paese tentarono precauzionalmente di darsi delle misure di autoregolamentazione, ipotizzando che le autorità avrebbero presto iniziato a disciplinare tali meccanismi.

Tra il marzo e l'aprile di quell'anno infatti la stessa GREE – seguita a ruota da DeNA, Mixi, CyberAgent, Dwango e NHN Japan – annunciò l'introduzione di alcune restrizioni al sistema di microtransazioni utilizzato nei propri videogiochi⁹. Senza addentrarsi troppo nei dettagli, esse avrebbero previsto sostanzialmente l'implementazione di: limiti di spesa per i minorenni, messaggi di avvertimento¹⁰ che avrebbero richiesto conferma per procedere all'acquisto e controlli più severi sui contenuti.

⁶ In informatica il termine *bug* (letteralmente "baco") indica un errore di progettazione o di programmazione di un calcolatore o di software applicativo che potrebbe generare malfunzionamenti o essere sfruttato per fini malevoli.

⁷ Inoue, S., (2012). "Ikisugita sōsharugēmu gurī de fusei kōi no uchimaku" ("La storia segreta delle eccessive pratiche illecite attuate da GREE nei suoi *social game*"). *Nihon Keizai Shinbun*.

⁸ I compiti di cui si occupa la CAA corrispondono in parte a quelli assolti dall'*Antitrust* sul territorio italiano. Maggiori informazioni sono disponibili alla pagina: https://www.caa.go.jp/en/about_us/

⁹ Serkan, T., (2012). "GREE Introduces Restrictions as Answer to Mounting Criticism [Social Games]". *Kantan Games Inc. CEO Blog*.

¹⁰ Tali messaggi avrebbero informato il giocatore sulla natura a pagamento dell'oggetto che stava per acquistare e richiedevano la comprensione della transazione, in caso contrario era richiesto l'intervento di un genitore o tutore.

Il tentativo attuato da GREE per non innescare un'azione governativa fu seguito, o meglio sarebbe dire ampliato, lo stesso mese da uno sforzo congiunto¹¹ promosso da questa e dalle compagnie sopraccitate per promuovere la regolazione spontanea dei propri sistemi di guadagno, prestando particolare attenzione alla protezione dei più giovani per rispondere alle critiche mosse¹².

Il concilio che esse formarono ribadì alcune misure, come quella sui limiti di spesa e l'introduzione di messaggi di avviso sulla natura della transazione, seguite dall'impegno a combattere il fenomeno dello scambio degli oggetti virtuali per denaro reale¹³ (tramite la restrizione, o la rimozione, della possibilità di scambiare tali oggetti o per mezzo di un maggiore controllo dell'attività degli utenti).

Si noti che alcune delle misure autoimposte da queste sono simili a certe di quelle suggerite negli ultimi anni, benché in Giappone non sia stata sollevata la necessità di vietare *in toto* i *gacha* ai minori. Inoltre, gli avvisi di conferma all'acquisto non miravano a indicare la presenza della caratteristica di aleatorietà presentata da questa meccanica (come introdotto di recente da PEGI, ESRB e ACB), quanto piuttosto informare su tutti gli aspetti relativi all'acquisto in sé.

Tuttavia, gli sforzi non furono sufficienti a calmare le acque e il 18 maggio 2012¹⁴ giunse l'opinione legale della *Consumer Affairs Agency*, che da quel momento cambiò irrimediabilmente il panorama videoludico dei giochi giapponesi per dispositivi mobili.

Questa, infatti, notò l'illegalità del sistema *kompugacha*¹⁵ sulla base delle leggi vigenti a protezione dei consumatori (in modo simile a quanto visto nel caso italiano), e quindi non di un'interpretazione della legge giapponese sul gioco d'azzardo (a differenza di quanto avvenuto in Paesi Bassi e Belgio), e dichiarò che sarebbero state perseguite penalmente a partire dal successivo 1° luglio.

In particolare, la prima su cui il *Shōhisha-chō* basò la propria conclusione è data dalla "*Futōkeihin-ruī oyobi futōhyōji bōshi-hō*"¹⁶ oppure "*Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*" (traducibile come "*Legge contro i premi ingiustificabili e le rappresentazioni fuorvianti*" o, in breve, "*Legge sulle ricompense e le rappresentazioni*"¹⁷) del 1962.

¹¹ Serkan, T., (2012). "Six Japanese Social Gaming Companies Form Council to Self-Regulate Monetization [Social Games]". *Kantan Games Inc. CEO Blog*.

¹² Serkan, T., (2012). "Self-Regulation: That Council of Six Japanese Social Gaming Companies Takes Action [Social Games]". *Kantan Games Inc. CEO Blog*.

¹³ Noto qui con il nome "*Real Money Trading*", il fenomeno è stato già ampiamente analizzato nel terzo capitolo.

¹⁴ Consumer Affairs Agency, (2012). "*Onraingemu no 'kompugacha' to keihin hyōji-hō no keihin kisei ni tsuite*" ("*Informazioni sulla regolamentazione dei premi nei 'kompugacha' dei giochi online e sull'Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*").

¹⁵ Per una spiegazione più dettagliata del funzionamento alla base del meccanismo noto come "*kompugacha*" si faccia riferimento al paragrafo 1.3.2 del primo capitolo sulle differenti implementazioni dei *gacha*.

¹⁶ Giappone. "*Futōkeihin-ruī oyobi futōhyōji bōshi-hō*" (*Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*).

¹⁷ Questa dicitura, così come quelle riportate in seguito nella trattazione, corrispondono a quelle utilizzate dalla *Consumer Affairs Agency* all'interno del loro annuncio datato 18 maggio 2012 (vd. *supra* nota 14).

All'articolo 2 comma 3 essa riporta come il termine "premio" faccia riferimento a *qualunque* oggetto (sia esso in denaro o rappresentato da un'altra fonte di guadagno *economico*) attribuito da un imprenditore a un altro soggetto come mezzo per indurlo, direttamente o indirettamente – e a prescindere che venga impiegato un sistema a lotteria –, a intraprendere una transazione che coinvolga beni o servizi che soddisfino la definizione di "premio" data dal primo ministro¹⁸.

Si noti che non è necessario che i premi siano corrisposti sotto forma di denaro ma deve essere possibile attribuire loro un valore monetario per poter rappresentare un guadagno economico.

I motivi per cui, stando all'interpretazione¹⁹ che ne diede la CAA, il *kompū gacha* ricadrebbe in questa definizione sono principalmente due. Innanzitutto, la generalità di definizione circa la natura del premio²⁰, che verrebbe soddisfatta dal momento che il giocatore otterrebbe un "guadagno economico" ricevendo sempre un'oggetto da una pescata *gacha*. Secondariamente, l'agenzia rileva come ogni oggetto ottenibile da un meccanismo *kompū gacha* abbia lo scopo finale di indurre l'acquirente a continuare ad acquistare altre pescate per completare il *set* e ottenere l'oggetto raro. Si noti, comunque, come i beni e servizi oggetto della transazione debbano soddisfare la definizione di premio data dal primo ministro e pertanto un'altra clausola che si applicò al caso fu quella rappresentata dal paragrafo 1 del "*Futōkeihin-rui oyobi futōhyōji bōshi-hō daini-jō no kitei ni yori keihin-rui oyobi hyōji o shitei suru kudan*"²¹ (in italiano "*Casi designati come premi e rappresentazioni ai sensi dell'art. 2 della 'Legge contro i premi ingiustificabili e le rappresentazioni fuorvianti'*") o semplicemente "*Avviso sulla designazione dei premi*"²²) del successivo 30 giugno 1962. Nel paragrafo in questione l'allora primo ministro elencò i beni, sotto forma di denaro o altro beneficio economico, che sulla base del precedente articolo 2 dell'"*Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*" avrebbero soddisfatto la definizione di "premio". Tra questi si noti in particolare il quinto punto del primo paragrafo che considera il caso in cui vengano corrisposti "benefici, manodopera e altri servizi"²³ e come tali questi oggetti furono considerati²⁴.

¹⁸ Vd. *supra* nota 16, art. 2 comma 3 della "*Legge sulle ricompense e le rappresentazioni*".

¹⁹ Vd. *supra* nota 14.

²⁰ Si noti la novità di interpretazione data dalla CAA, da un lato indice di un grado di alfabetizzazione tecnologica molto avanzato per quegli anni, rappresentato dalla capacità di interpretare una legge già esistente per farvi rientrare meccaniche nuove (come avvenne in seguito in Paesi Bassi e Belgio). Inoltre, venne considerata l'opinione che un oggetto viene sempre "vinto" dal giocatore ma quest'idea, contrariamente a quanto visto nel caso dei paesi occidentali, venne utilizzata per corroborare l'applicabilità della legge vigente in materia di tutela dei consumatori.

²¹ Consumer Affairs Agency, (1962). "*Futōkeihin-rui oyobi futōhyōji bōshi-hō daini-jō no kitei ni yori keihin-rui oyobi hyōji o shitei suru kudan*" ("*Premi iniqui e casi di designazione di premi ed etichettatura ai sensi dell'art. 2 della 'Legge contro premi ingiustificati e dichiarazioni fuorvianti'*").

²² Anche questa dicitura è stata presa in prestito dal rapporto della CAA (vd. *supra* nota 14).

²³ Vd. *supra* nota 21, par. 1 punto 5 dell'"*Avviso sulla designazione dei premi*".

²⁴ Vd. *supra* nota 14, p. 3.

Il secondo articolo della *“Legge sulle ricompense e le rappresentazioni”* non fu tuttavia l’unico sul quale si basò la decisione della CAA, definita anche in considerazione dell’articolo 4 della stessa, dedicato alle limitazioni e ai divieti applicati ai premi²⁵. In riferimento ai poteri attribuiti al primo ministro per garantire scelte volontarie e razionali da parte dei consumatori, l’articolo afferma infatti come egli possa limitare il valore massimo, la tipologia e ogni altro aspetto relativo al/ai premio o premi e persino proibirne l’offerta²⁶.

Nella spiegazione fornita dalla *Consumer Affairs Agency* nel maggio 2012²⁷ viene poi affermato come, sulla base di questo articolo, il 1° marzo 1977 il primo ministro emanò un provvedimento per limitare alcuni metodi di offerta di omaggi spesso utilizzati in prodotti indirizzati ai bambini²⁸.

Il provvedimento²⁹ in esame, intitolato *“Kenshō ni yoru keihin-rui no teikyō ni kansuru jikō no seigen”* (in italiano *“Restrizioni in materia di fornitura di premi tramite lotterie”* oppure *“Avviso di restrizione sui premi delle lotterie”*³⁰), offrì in particolare due punti di interesse: il primo e il quinto della lista.

Il punto 1 del documento afferma infatti come “nel presente avviso il [conferimento di un] ‘premio’ indica qualcosa sulla base di cui è attribuita la ricompensa, o il suo valore, al ricevente tramite uno dei seguenti metodi: (1) una lotteria o altro sistema determinato dal caso; oppure (2) un metodo deciso sulla base della correttezza o dei meriti di una specifica azione”³¹.

All’interno del quinto punto, invece, venne dichiarata illegale una particolare tecnica per l’offerta di omaggi, premi e ricompense nota come *“kādo awase”* (letteralmente “combinazione di carte”) per cui “è fatto divieto offrire una ricompensa per mezzo di una lotteria o competizione che impieghi un sistema nel quale è richiesto al giocatore il presentare una combinazione specifica di carte raffiguranti due o più simboli, immagini o caratteri differenti”³².

²⁵ Sono stati finora utilizzati indistintamente i termini “premio” e “ricompensa” come traduzione del termine giapponese *keihin*, letteralmente traducibile come “omaggio”, “dono” o “regalo” (in inglese “premium”, a differenza di “prize” che indica invece un premio ottenuto solitamente a seguito di una competizione o vinto sulla base di un risultato casuale). Questa scelta è stata operata per coerenza terminologica con i precedenti capitoli e poiché risulterebbe strano riferirsi agli oggetti ottenuti da una *loot box* o *gacha* con il termine “omaggio” dal momento che, solitamente, l’utente paga per poter accedere al meccanismo in questione. Il termine “premio” quindi risulta più generico nella lingua italiana dal momento che comprende entrambi i significati di “premium” e “prize” ed è stato qui preferito. Si noti, tuttavia, che la legge in esame si riferisce agli “omaggi” ma è stata comunque applicata al caso specifico dei *kompū gacha*.

²⁶ Vd. *supra* nota 16, art. 4 dell’*“Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations”*.

²⁷ Vd. *supra* nota 14, p. 2.

²⁸ Il pretesto per la promulgazione di questa clausola pare sia da attribuirsi ad alcune forme di “combinazioni di carte” introdotte quello stesso anno in giochi di carte collezionabili a tema baseball e *anime*. Queste, infatti, usavano tecniche di completamento di un *set* come quelle in seguito usate nei *kompū gacha* per incentivare i giovani all’acquisto. Si veda: Akimoto, A., (2012). “Japan’s social-gaming industry hindered by government’s anti-gambling move”. *The Japan Times*.

²⁹ Consumer Affairs Agency, (1977). *“Kenshō ni yoru keihin-rui no teikyō ni kansuru jikō no seigen”* (“Restrizioni in materia di fornitura di premi tramite lotterie”).

³⁰ Anche questa dicitura è presa in prestito dal rapporto della CAA (vd. *supra* nota 14).

³¹ Vd. *supra* nota 29, traduzione del primo punto dell’*“Avviso di restrizione sui premi delle lotterie”*.

³² *Ivi*, traduzione del quinto punto dell’*“Avviso di restrizione sui premi delle lotterie”*.

Si ha già avuto modo di vedere come gli oggetti ottenuti dall'implementazione *kompū gacha* rientrino nella definizione contenuta all'articolo 2 dell'"*Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*" in quanto "premi atti a indurre il cliente a effettuare l'acquisto"³³. Ne consegue che essi possano quindi essere regolati ai sensi dell'articolo 4 della medesima legge e dei corrispondenti provvedimenti stabiliti dall'"*Avviso di restrizione sui premi delle lotterie*".

Verrà quindi esposto il motivo per cui esse sono state applicate a questa implementazione dei *gacha*. Nel proprio annuncio sulla regolamentazione dei *kompū gacha*, la CAA non offrì una spiegazione del primo punto e tuttavia, come sostenuto anche da Schwiddessen³⁴, esso sarebbe soddisfatto visto che i *gacha* (e in generale le *loot box*) sarebbero senza dubbio un "altro sistema basato sul caso"³⁵. Si noti che tale considerazione è altresì applicabile a ogni tipo di *gacha*, non solo al "*complete gacha*".

In riferimento al quinto punto delle "*Restrizioni in materia di fornitura di premi tramite lotterie*" (quello sul "*kādo awase*") l'organizzazione si pronunciò invece in maniera più esaustiva, spiegando³⁶ il perché rivide nel meccanismo oggetto di disputa forti analogie con il sistema vietato nel 1977.

Innanzitutto, i premi da essi ottenuti rientrano sicuramente nella definizione di "ricompensa" contenuta al suo interno, dal momento che soddisfano già quella all'articolo 2 comma 3 della "*Legge contro i premi ingiustificabili e le rappresentazioni fuorvianti*" nonché quella al punto 1 del relativo avviso. Secondariamente, se si ripensa alla descrizione del *kompū gacha* offerta nel primo capitolo risulta chiaro perché la *Consumer Affairs Agency* concluse che il meccanismo alla sua base combaci in modo sostanziale con quello già proibito dalla legge a tutela dei consumatori. Questo, infatti, richiedeva la raccolta di diversi oggetti virtuali che, una volta che fossero stati tutti ottenuti, avrebbero permesso l'ottenimento di un oggetto esclusivo. Ciò tracciava una diretta corrispondenza con quanto stabilito dal principio del "*kādo awase*" dato che gli oggetti ottenibili sarebbero stati mutualmente diversi l'uno dall'altro, poiché ogni elemento visualizzato sullo schermo del terminale era distinto in base a un segno o motivo che lo differenziava dagli altri ed esso avrebbe coinciso con la definizione di "simbolo" o "carta" al punto 5 dell'"*Avviso di restrizione sui premi delle lotterie*"³⁷.

Sulla base dei provvedimenti qui presentati la CAA dichiarò quindi l'intenzione di punire penalmente il sistema *kompū gacha* a partire dal successivo 1° luglio 2012, cosa che in realtà non avvenne visto che le aziende giapponesi recepirono subito il messaggio e anticiparono qualunque intervento.

³³ Cfr. p. 104.

³⁴ Schwiddessen, S., (2018). "Loot Boxes in Japan: Legal Analysis and Kompū Gacha Explained". *Interactive Entertainment Law Review*.

³⁵ Cfr. p. 105.

³⁶ Vd. *supra* nota 14, pp. 3-4.

³⁷ *Ivi*, p. 4.

Si noti comunque che si giunse a tale conclusione sulla base dell'interpretazione delle leggi esistenti in Giappone in materia di tutela dei consumatori da pratiche commerciali scorrette (similmente a quanto successo in Italia con il caso che ha coinvolto EA e AGCM nel 2020) e non di quella sul gioco d'azzardo. Inoltre, (e questo punto è spesso frainteso) essa non vide l'elaborazione di un'apposita legge, né la modifica di quelle esistenti, quanto piuttosto la pubblicazione di una dichiarazione ufficiale che, di fatto, non alterava l'ordinamento legale in alcun modo³⁸. Infine, si è visto come il primo punto dell'"Avviso di restrizione sui premi delle lotterie" sia applicabile a tutti i tipi di *gacha/loot box*³⁹ eppure gli altri non furono oggetto d'esame dal momento che gli oggetti in essi contenuti non indurrebbero il consumatore all'acquisto e pertanto non presentano un meccanismo comparabile a quello del "*kādo awase*". Questi non ponevano quindi alcun rischio per i consumatori. Nel giugno del 2012 giunsero così le prime modifiche da parte delle maggiori case sviluppatrici di videogiochi per cellulare con la pubblicazione di un'ulteriore serie di misure⁴⁰ da parte delle stesse sei aziende⁴¹ che tentarono, fra il marzo e l'aprile precedenti, di anticipare l'intervento della CAA. Queste ricalcavano quasi pedissequamente quelle già attuate da GREE e DeNA nei mesi precedenti ma con qualche modifica e/o aggiunta. Ad esempio, oltre all'implementazione di un numero identificativo per ogni oggetto virtuale (per impedirne la copia e la rivendita su siti terzi) esse prevedevano che un certo periodo di tempo trascorresse prima che lo scambio fosse reso possibile tra due utenti che avessero appena stretto amicizia. Inoltre, delineavano misure indirizzate più in generale a qualunque tipologia di *gacha/loot box*, prevedendo l'indicazione da parte dei produttori di videogiochi delle esatte probabilità di ottenimento degli oggetti di gioco. Tuttavia, la misura più significativa e lungimirante è data dal divieto auto-imposti all'impiego, non solo della meccanica *kompugacha*, ma anche di tutta una serie di implementazioni che sarebbero state eccessivamente simili a essa e che avrebbero rischiato di scatenare ulteriori interventi governativi⁴². Alle misure annunciate dalle sopracitate compagnie seguì, nei mesi successivi, la pubblicazione da parte della *Nihon onraingēmu kyōkai* o *Japan Online Game Association (JOGA)*⁴³ di due differenti gruppi di linee guida contenenti misure che le aziende associate avrebbero dovuto rispettare.

³⁸ Vd. *supra* nota 34.

³⁹ Cfr. p. 106.

⁴⁰ Serkan, T., (2012). "Japan's Social Gaming Industry Announces New Set of Self-Regulatory Measures [Social Games]". *Kantan Games Inc. CEO Blog*.

⁴¹ Cfr. p. 102.

⁴² Sulle implementazioni simili al *kompugacha* verrà dedicata una breve analisi nella successiva esposizione delle linee guida pubblicate dalla *Japan Online Game Association* nell'agosto del 2012.

⁴³ Un'organizzazione che promuove la condivisione delle informazioni tra le aziende associate (spesso straniere) e supporta le loro attività al fine di sviluppare ulteriormente l'industria dei giochi online e le attività da esse derivate. Maggiori informazioni sono disponibili alla pagina: https://japanonlinegame.org/about_joga/about-joga/

Alla loro esposizione verranno quindi riservate le successive pagine data la loro importanza nella presente trattazione. Si tenga a mente inoltre che entrambi i documenti furono successivamente aggiornati il 28 gennaio 2016⁴⁴, a seguito di nuove critiche mosse al modello *gacha* e più avanti esposte, e pertanto la versione qui utilizzata ed esposta corrisponde a quella più recente disponibile. Il 26 luglio 2012 vide la pubblicazione del primo di questi, intitolato “*Onraingēmu ni okeru bijinesu moderu no kikaku sekkei oyobi un’yō gaidorain*” o “*Planning, design and operation guidelines for business models in the area of online games*”⁴⁵ (traducibile come “*Linee guida per la pianificazione, la progettazione e il funzionamento dei modelli aziendali nei giochi online*”). In esso – come suggerisce il nome – sono contenute direttive per la pianificazione del *business* dei giochi online. A differenza del successivo, questo documento non era indirizzato al pubblico e perciò le misure che contiene, benché finalizzate sempre alla tutela dei consumatori, mostrano una natura più tecnica. Il fine era, infatti, quello di informare le aziende del gruppo sulle numerose implementazioni dei *gacha* su cui sarebbe stato possibile applicare la recente interpretazione della *Consumer Affairs Agency* e quelle che, in linea di principio, non presentano rischi sotto questo punto di vista. Un’elencazione non esaustiva di esse (il contrario è fuori dallo scopo di questo paragrafo) sarà ora esposta, considerato il fatto che è stato già anticipato come le aziende recepirono rapidamente le preoccupazioni esposte dai *media* e tentarono autonomamente di porvi rimedio. Oltre a ciò, notevole è stato il loro sforzo per prevenire ulteriori interventi da parte delle autorità⁴⁶, segno di un’attenzione sul tema che non ha avuto, ad oggi, precedenti nel dibattito di altre giurisdizioni⁴⁷. Questa attenzione è esplicitata già nel primo esempio⁴⁸ contenuto nelle linee guida del 26 luglio 2012 il quale ribadisce innanzitutto l’illegittimità del sistema *kompū gacha*, visto che gli oggetti combinati sono ottenuti previo pagamento e determinati in maniera accidentale. In esso viene inoltre ampliata l’interpretazione della CAA, affermando come il principio del “*kādo awase*” si applichi anche nel caso in cui i singoli oggetti spariscano una volta ottenuti (in altre parole, quando l’oggetto esclusivo sarebbe offerto in cambio dei singoli beni raccolti o in seguito alla loro sintesi).

⁴⁴ Anonimo, (2016). “Nihon onraingēmu kyōkai no gaidorain kaichōban ga shi-gatsu yori shikō, mobairu kontentsu fōramu to kyōdō de kaisetsu-kai kaisai he” (“Una versione rivista delle linee guida della *Japan Online Game Association* entrerà in vigore ad aprile e si terrà una discussione con il *Mobile Content Forum*”). *Famitsu*.

⁴⁵ Japan Online Game Association Guidelines Working Group, (2012). “*Onraingēmu ni okeru bijinesu moderu no kikaku sekkei oyobi un’yō gaidorain*” (*Planning, design and operation guidelines for business models in the area of online games*).

⁴⁶ Nell’esaustiva definizione delle possibili implementazioni di *gacha* che, per il meccanismo utilizzato, avrebbero rischiato di essere viste come un tentativo di aggirare l’interpretazione legale data dalla CAA, tramite meccanismi anche solo vagamente simili a quello della “combinazione delle carte”, e pertanto di essere perseguite di conseguenza.

⁴⁷ Si noti che tale interesse non si è presentato in Europa dove, al contrario, nel migliore dei casi le aziende si sono limitate a rimuovere la singola funzionalità incriminata e nel peggiore hanno ingaggiato battaglie legali con le autorità.

⁴⁸ Vd. *supra* nota 45, p. 2.

Tra le tipologie la cui implementazione è ritenuta inappropriata si ritrovano in particolare due esempi: il cosiddetto “bingo gacha”⁴⁹ e quello definibile come “ad album”⁵⁰ o “a riempimento”.

Il primo di questi si riferisce a una particolare tecnica per la quale è possibile ottenere un oggetto raro a seguito della combinazione, secondo le regole del Bingo⁵¹, di precisi numeri che sono attribuiti agli oggetti ottenibili da un *gacha* a pagamento e slegati dalla loro tipologia⁵². Il secondo tipo presenterebbe un meccanismo sostanzialmente identico in quanto l’acquisizione di tali oggetti comporta il riempimento della relativa casella in quello che è paragonabile a un album di figurine. Solo in seguito al riempimento di tutte le caselle disponibili è possibile riscattare l’oggetto esclusivo. Sicuramente è ammirevole l’impegno mostrato dalla *Japan Online Game Association* nell’elaborare queste direttive, esplicitato dal grado di dettaglio che alcune di esse presentano. Infatti, non sono state solo definite le possibili implementazioni a rischio e quelle relativamente sicure, ma di alcune è stato mostrato come sia possibile il passaggio di stato se non viene rivolta la sufficiente attenzione. Verrà qui fornito un solo esempio, benché non l’unico, in tal senso. Questo si ritrova nel caso⁵³ in cui venga corrisposto un oggetto, determinato su base aleatoria, a seguito della combinazione di due o più oggetti *specifici* (ma non tutti quelli) ottenibili da un *gacha* a pagamento. Nonostante questa particolare implementazione sia scoraggiata dal JOGA infatti, essa diverrebbe praticabile quando è possibile combinare due oggetti *qualunque* (compresa l’eventualità che essi siano uguali), come descritto nell’esempio n. 7 del documento⁵⁴.

Il lavoro dell’organizzazione, tuttavia, non si limitò alla serie di provvedimenti interni appena esposti ma incluse anche la stesura di una serie di misure che le aziende appartenenti al gruppo si sarebbero impegnate pubblicamente a seguire per adattarsi al mutato assetto sociale sulla questione.

Il documento che le contiene, intitolato “*Randamu-gata aitemu teikyō hōshiki o riyō shita aitemu hanbai ni okeru hyōji oyobi un’ei gaidorain*” o “*Disclosure and operational guidelines in item sales that make use of randomly dropped items*”⁵⁵ (in italiano: “*Linee guida operative e di divulgazione sulla vendita di articoli che fanno uso di oggetti rilasciati in modo casuale*”) risale al 2 agosto 2012.

⁴⁹ Vd. *supra* nota 45, p. 15.

⁵⁰ *Ibidem*.

⁵¹ Si noti che, mentre le schede del Bingo in Italia presentano tipicamente tre righe da cinque colonne ciascuna (per un totale di quindici numeri), in Giappone le schede sono formate da una griglia 5×5 (per un totale di venticinque numeri), come nelle regole statunitensi del gioco e presentano una casella bonus posta al centro. Inoltre, la vincita avviene a seguito del completamento di una riga orizzontale (il corrispettivo della “cinquina” italiana), colonna o riga in diagonale.

⁵² In altre parole, è possibile che il giocatore ottenga un oggetto che ha già, a cui è però assegnato un numero diverso.

⁵³ Vd. *supra* nota 45, p. 9.

⁵⁴ *Ivi*, p. 10.

⁵⁵ Japan Online Game Association Guidelines Working Group, (2012). “*Randamu-gata aitemu teikyō hōshiki o riyō shita aitemu hanbai ni okeru hyōji oyobi un’ei gaidorain*” (*Disclosure and operational guidelines in item sales that make use of randomly dropped items*).

In esso il JOGA delineò una serie di disposizioni meno tecniche rispetto alle precedenti, mirate ora probabilmente a rassicurare il governo e rispondere alle preoccupazioni del pubblico, come avevano tentato di fare GREE, DeNA e le altre aziende del concilio da esse istituito nella primavera del 2012. Queste affrontano infatti varie questioni, dalla divulgazione delle informazioni relative ai *gacha* a pagamento – e soprattutto degli oggetti in essi contenuti – fino alle pratiche vietate nei giochi online. Si è visto all’interno dell’esposizione dei precedenti capitoli come una delle prime critiche mosse ai modelli di monetizzazione *loot box/gacha* si basò sull’asimmetria⁵⁶ informativa che la transazione per il loro acquisto poteva rappresentare. Tale asimmetria sarebbe stata presente dal momento che all’utente non era dato sapere la percentuale di possibilità di ottenimento dell’oggetto desiderato; la quale, in teoria, avrebbe anche potuto essere nulla visto che nessuna legge vietava tale possibilità. A tal proposito si ricorderanno sicuramente i pareri discordanti esposti dai legislatori di Europa, Stati Uniti e Oceania nonché quelli delle rispettive agenzie di classificazione dei videogiochi, con i primi che chiedevano⁵⁷ l’esplicita rappresentazione delle possibilità di acquisizione e le seconde che invece si sono dimostrate restie a obbligare le compagnie a farlo⁵⁸.

In riferimento alla questione sopracitata, la *Japan Online Game Association* dichiarò⁵⁹ che le compagnie membri⁶⁰ da quel momento sarebbero state tenute a pubblicare, sulla pagina principale del sito internet dei loro *gacha* a pagamento e su ogni schermata di gioco in cui tale funzionalità fosse presente (nonché sulle pagine a esse collegate), *ognuno* dei seguenti:

- L’elenco di tutti gli oggetti ottenibili, mostrati utilizzando i rispettivi nomi, illustrazioni e ogni altro attributo che li contraddistingua, affinché il giocatore sia anticipatamente informato.
- La rappresentazione degli oggetti rari, nei casi in cui sia prevista la loro assegnazione.
- Il numero massimo degli oggetti che sono offerti e l’arco temporale durante il quale essi sono disponibili, nei casi in cui la quantità a disposizione o il periodo di distribuzione siano limitati.
- I termini e la natura del cambiamento quando viene alterata la percentuale di ottenimento dei beni ricavabili da un *gacha* in vendita. Tali informazioni devono, inoltre, essere mostrate in anticipo (viene auspicato che ciò avvenga il giorno prima rispetto a quello in cui ha effetto).
- Il nome e il periodo di vendita (tra gli altri) del *gacha* oggetto della comparazione, in caso di un confronto tramite l’incremento della percentuale di acquisizione di uno specifico oggetto.
- Se vi sia o meno la possibilità di ottenere più volte lo stesso oggetto e le relative condizioni.

⁵⁶ King, D. L. e Delfabbro, P. H., (2018). “Predatory monetization schemes in video games (e.g. ‘loot boxes’) and internet gaming disorder”. *Addiction*. Vol. 113 n. 11, p. 1967.

⁵⁷ Stato delle Hawaii, USA. House of Representatives, (2018). “*House Bill Relating to Consumer Protection HB 2727*”.

⁵⁸ Schreier, J., (2017). “ESRB Says It Doesn’t See ‘Loot Boxes’ As Gambling”. *Kotaku*.

⁵⁹ Vd. *supra* nota 55, pp. 1-2 (paragrafo 2).

⁶⁰ Ciò è valido solo per la prima versione del documento (quella entrata in vigore il 1° settembre 2012) dal momento che, con la modifica delle linee guida e la successiva discussione con altri gruppi industriali nel 2016 (vd. *supra* nota 44), tali misure furono indirizzate anche alle compagnie facenti parte del *Mobile Content Forum* (MCF) come pure ad aziende non associate a nessuno dei due gruppi industriali.

- Un avviso informativo al pubblico, contenente anche le misure che sarebbero state adottate, in risposta al verificarsi o al rilevamento di un problema all'interno del meccanismo.

Il successivo paragrafo si occupa, invece, delle regole per la creazione e l'impostazione strutturale di un *gacha* a pagamento e comprende alcune normative a protezione della spesa dei consumatori. Tuttavia, oltre all'esplicito divieto all'implementazione di *gacha* che possano anche non conferire nessun oggetto⁶¹, si avrà modo di vedere come queste siano meno stringenti sicché alle compagnie è stato (ed è) richiesto di attenersi ad *almeno una* di quelle contenute al primo e al secondo punto. In particolare, nel caso in cui all'interno di un *gacha* a pagamento sia prevista l'offerta di alcuni oggetti (o, più spesso, personaggi) più rari rispetto ad altri, allora gli sviluppatori devono garantire l'attuazione di *una qualunque* delle seguenti misure⁶²:

- Il limite massimo sulla somma di denaro che si stima necessaria per ottenere uno qualunque degli oggetti ottenibili dal *gacha* (prezzo calcolato come valore atteso in base alla percentuale di distribuzione programmata) dovrebbe essere pari o inferiore a cento volte il prezzo richiesto per una singola pescata. Nel caso in cui questo limite venga superato, il prezzo stimato o il numero di acquisti richiesto devono essere indicati chiaramente.
- Il limite massimo sulla somma di denaro che si stima necessaria per l'acquisizione di uno qualunque degli oggetti ottenibili dal *gacha* non dovrebbe superare i cinquantamila yen. In caso contrario esso dovrebbe essere riportato esplicitamente tra le informazioni.
- Visualizzazione della massima e minima percentuale di probabilità d'ottenimento.

Quest'ultimo punto è inoltre esteso a tutti i possibili beni virtuali che il meccanismo contiene, a prescindere dalla categoria di rarità a cui appartengono, similmente a quanto già definito da GREE⁶³. Il secondo punto del paragrafo (quello sulle norme relative alla struttura di un *gacha* a pagamento) aggiunge che "[...] a proposito del valore degli oggetti che essi contengono, se esso non è specificato allora [...]"⁶⁴ deve essere applicata *una* delle disposizioni sottoelencate:

- Il valore dell'oggetto ottenuto da una pescata *gacha* deve essere uguale o superiore al prezzo pagato per la stessa (si noti che è lo stesso concetto espresso in seguito da Griffiths⁶⁵).
- Il valore previsto del tasso di erogazione degli oggetti ottenibili dall'acquisto di dieci pescate *gacha* consecutive⁶⁶ deve essere uguale o superiore al prezzo pagato per le stesse.

⁶¹ Vd. *supra* nota 55, p. 2 (paragrafo 3 punto 3).

⁶² *Ibidem* (paragrafo 3 punto 1).

⁶³ Cfr. p. 107.

⁶⁴ Vd. *supra* nota 55, p. 2 (paragrafo 3 punto 1).

⁶⁵ Griffiths, M. D., (2018). "Is the buying of loot boxes in video games a form of gambling or gaming?". *Gaming Law Review*. Vol. 22 n. 1, p. 53.

⁶⁶ Tipicamente i giochi che includono meccanismi a ricompensa casuale permettono infatti due possibilità: l'acquisto di una singola *loot box/gacha* oppure l'apertura consecutiva (in serie) di dieci di queste, in alcuni casi a prezzo scontato.

- Se l'importo speso complessivamente su un *gacha* a pagamento è pari a cinquemila yen, allora il valore previsto della percentuale di possibilità di acquisizione degli oggetti da esso ottenibili deve essere pari o superiore a tale somma.

Il quinto punto⁶⁷ delle “*Linee guida operative e di divulgazione sulla vendita di articoli che fanno uso di oggetti rilasciati in modo casuale*” si occupa infine di definire quelle che sono le pratiche dalle quali gli sviluppatori devono assolutamente astenersi. In riferimento alle condizioni di utilizzo di un *gacha* a pagamento e agli oggetti in esso contenuti, queste vietano di riportare informazioni non veritiere, significativamente migliori di quella che effettivamente è la realtà o che potrebbero essere fraintese dal consumatore. Viene poi ribadita la necessità di conformarsi a quanto definito dalla CAA. A seguito di questa lunga digressione sulle linee guida stilate dal JOGA in risposta alla messa al bando⁶⁸ del *kompu gacha*, verrà ora ripresa l'esposizione storica del peculiare caso giapponese.

Infatti, le sei aziende precedentemente menzionate annunciarono⁶⁹ in data 8 novembre 2012 l'istituzione di un comitato di regolamentazione del settore a cui fu dato il nome di *Japan Social Game Association* (JASGA o JSGA), a cui presero parte cinquanta aziende fornitrici di videogiochi. Quest'organizzazione si poneva l'obiettivo di auto-regolare e controllare l'industria giapponese dei *social games*, nonché assicurare un adeguato ambiente di gioco per i giocatori più giovani. Tuttavia, ebbe vita breve considerato che nell'aprile del 2015 fu inglobata all'interno della *Computer Entertainment Supplier's Association* (CESA), l'ente a promozione dell'industria dell'intrattenimento informatico⁷⁰ e casa madre della *Computer Entertainment Rating Organization*⁷¹ (CERO).

Sembra che i numerosi e dettagliati dettami che le aziende si auto-imposero dopo quest'episodio sortirono l'effetto di allontanare qualunque critica nei confronti di questa tecnica di monetizzazione, almeno fino al 2016 quando la polemica si ripresentò, come ribadito anche da Schwiddessen⁷².

Il pretesto che riaccese il dibattito nel biennio a cavallo tra il 2015 e il 2016 fu, ancora una volta, la spesa eccessiva sostenuta nel tentativo di ottenere un oggetto particolarmente raro e altamente

⁶⁷ Vd. *supra* nota 55, p. 3 (paragrafo 5).

⁶⁸ Si tenga a mente, tuttavia, che esso fu il risultato dell'interpretazione di leggi preesistenti e frutto della ricettività del mercato videoludico nell'adattarsi alle opinioni espresse dal governo e dagli enti preposti. Infatti, nessuna legge *ad hoc* venne scritta e l'interpretazione della *Consumer Affairs Agency* non fu messa in dubbio in un'aula di tribunale.

⁶⁹ DeNA, (2012). “Ippanshadanhōjin sōsharu gēmu kyōkai (JASGA) no hōsoku ni tsuite” (“Informazioni sulla costituzione della *Japan Social Game Association* [JASGA]”). *DeNA puresu rirīsu* (“DeNA Press Release”).

⁷⁰ A cui aderisce la maggior parte degli sviluppatori giapponesi. Si veda: https://www.cesa.or.jp/profile_e/oc.html

⁷¹ Organizzazione giapponese dedita alla classificazione e valutazione dei videogiochi. Svolge lo stesso ruolo rivestito da PEGI, ESRB e ACB sui rispettivi territori ma una sua trattazione non verrà qui inclusa dal momento che essa non giocò nessun ruolo nel dibattito sulla questione all'interno del Paese. Si parlerà tuttavia della sua casa madre (la CESA) poiché anch'essa pubblicò, come si avrà modo di vedere, alcune linee guida nel corso del 2016.

⁷² Vd. *supra* nota 34.

ambito da parte di alcuni giocatori che, stando alla cronaca del periodo⁷³, arrivarono a spendere centinaia di migliaia di yen (somme pari anche a seimila euro e oltre) nel gioco *Granblue Fantasy*. In modo analogo a quanto avvenne nel 2012 a seguito delle critiche mosse al videogioco *Tanken Driland*, nei primi mesi del 2016 la questione fu ampiamente coperta dai mezzi di comunicazione di massa, si estese a giochi prodotti da altre compagnie (ad esempio *Fate Grand Order*) e comportò parimenti la sottomissione di moltissimi reclami alla CAA. In essi si lamentava la presenza di pubblicità fuorviante e, soprattutto, di (presunte) false dichiarazioni sulle probabilità di acquisizione. Temendo un nuovo intervento dell'agenzia a tutela dei consumatori e misure più severe dal punto di vista legale, il CESA diramò⁷⁴ quindi una nuova serie di misure cautelari per le aziende che vi aderivano⁷⁵. Si rende doveroso sottolineare che l'attuazione di queste raccomandazioni, così come delle precedenti direttive emanate dal JOGA nel 2012 e successivamente rettificata nel 2016, non costituivano (e tuttora non costituiscono) un obbligo giuridico per gli sviluppatori di giochi online. Nondimeno, la loro implementazione è sempre stata caldamente raccomandata poiché il pubblico si era già mostrato molto sensibile nei confronti di pratiche considerate rischiose per i consumatori. Si è inoltre anticipato come il CESA sia la casa madre a capo della *Computer Entertainment Rating Organization* e non è perciò da escludere che il rispetto delle misure stilate da questa, e dagli altri organi industriali con i quali collaborò (JOGA e MCF⁷⁶), sia attribuibile al timore che, da misure non vincolanti, lo potessero diventare in caso di inclusione nel metodo di valutazione dei videogiochi attivo all'interno del Paese. Questo potrebbe anche essere uno dei motivi per cui attualmente quasi tutti i *gacha* indicano chiaramente le percentuali di ottenimento dei beni virtuali in essi contenuti. Il nuovo documento⁷⁷, intitolato "*Nettowākugēmu ni okeru randamu-gata aitemu teikyō hōshiki un'ei gaidorain*" (traducibile come "*Linee guida per la gestione dei metodi di assegnazione degli oggetti casuali nei giochi online*") fu emanato il 27 aprile 2016, a distanza di poche settimane dall'entrata in vigore delle modifiche apportate dal JOGA alle proprie disposizioni nel gennaio 2016.

⁷³ Nakamura, Y., (2016). "Smartphone gamers blow small fortune on their obsession". *The Japan Times*.

⁷⁴ Computer Entertainment Supplier's Association (CESA), (2016). "*Nettowākugēmu ni okeru randamu-gata aitemu teikyō hōshiki un'ei gaidorain*" ("*Linee guida per la gestione del metodo di fornitura di oggetti casuali per i giochi online*") [Annuncio].

⁷⁵ Si noti come, a differenza del JOGA che include solamente un numero limitato di aziende (vd. *supra* nota 43), alla *Computer Entertainment Supplier's Association* sono iscritte non solo le maggiori case produttrici ma quasi tutti gli sviluppatori attivi a livello nazionale. Maggiori informazioni presso: https://www.cesa.or.jp/memberlist_e/index.html

⁷⁶ Vd. *supra* nota 74.

⁷⁷ Computer Entertainment Supplier's Association (CESA), (2016). "*Nettowākugēmu ni okeru randamu-gata aitemu teikyō hōshiki un'ei gaidorain*" ("*Linee guida per la gestione del metodo di fornitura di oggetti casuali per i giochi online*").

Non sorprende, quindi, che oltre a delineare un maggiore impegno nei riguardi degli utenti tramite l'introduzione di sistemi di risposta alle loro domande⁷⁸, tra le misure indirizzate a risolvere la questione della mancanza di trasparenza si ritrovi⁷⁹ parte di quelle già delineate dal JOGA.

In particolare, quelle contenute nel primo punto del terzo paragrafo delle *“Linee guida operative e di divulgazione sulla vendita di articoli che fanno uso di oggetti rilasciati in modo casuale”* e che, come si ricorderà⁸⁰, includono regole strutturali che un *gacha* a pagamento dovrebbe soddisfare. Una novità è però rappresentata dal fatto che, benché riportate qui con le medesime parole usate in precedenza, l'implementazione di *una a scelta* tra queste disposizioni divenne nel documento del CESA un'alternativa all'obbligo di indicare, in un luogo e con modalità facilmente comprensibili e riconoscibili dall'utente, le percentuali di acquisizione di tutti gli oggetti ottenibili. Qualora il fornitore del servizio, a sua discrezione, fosse infatti riuscito a mantenere una facilità d'uso che corrispondesse sufficientemente a una rappresentazione delle loro percentuali d'ottenimento e la avesse spiegata all'utente in maniera concreta e di facile comprensione, allora avrebbe potuto astenersi dall'ulteriore attuazione di una di queste⁸¹.

JOGA e CESA non furono tuttavia le uniche organizzazioni che quell'anno si pronunciarono sul tema ma, anzi, furono seguite il 20 settembre 2016 da una dichiarazione⁸² ufficiale del governo. Rilasciata dalla *Naikakufu shōisha iinkai* o, più brevemente, *Shōhisha iinkai* e nota anche come *Cabinet Office Consumer Commission* (ovvero la *“Commissione consumatori”* del Gabinetto), essa elenca una serie di problemi comunemente riscontrati nei videogiochi per smartphone ed evidenzia l'opinione della *Commissione* su questioni meritevoli di attenzione, tra cui il rispetto delle linee guida esposte⁸³.

Sotto questo aspetto, incoraggia peraltro quelle compagnie non iscritte a nessun gruppo industriale od organizzazione a prendervi parte e contribuire così alla promozione delle attività da essi svolte. Al termine dello studio i punti sui quali sarebbe stato necessario, da quel momento, prestare particolare attenzione erano motivati innanzitutto dalla *“necessità per le imprese di fornire i propri servizi, e per i consumatori di utilizzarli, dopo aver compreso la relazione che esiste tra le lotterie elettroniche e i reati di gioco d'azzardo previsti dal ‘Codice penale’”*⁸⁴.

⁷⁸ Vd. *supra* nota 77, paragrafo 7.

⁷⁹ *Ivi*, paragrafo 4 punto 2.

⁸⁰ Cfr. p. 111.

⁸¹ Vd. *supra* nota 77, paragrafo 4 punto 2.

⁸² Cabinet Office's Consumer Commission, (2016). *“Sumahogēmu ni kansuru shōhishamondai ni tsuite no iken ~ chūshi subeki kanten ~”* (*“Opinioni su questioni che riguardano i consumatori relative ai giochi per smartphone – Punti di vista a cui prestare attenzione –”*), pp. 1-13.

⁸³ *Ivi*, p. 11.

⁸⁴ *Ivi*, p. 10.

Il documento della *Shōisha iinkai*, nonostante non espliciti le modalità con cui farlo, riaffermò prima di tutto la necessità di difendere i giocatori – specie quelli minorenni – per mezzo di misure atte a informarli sulle possibilità di acquisizione degli oggetti di gioco o sulla spesa richiesta allo scopo⁸⁵. Un’ultima considerazione va posta infine sull’opinione⁸⁶ espressa dalla *Consumer Commission* sulla relazione esistente tra: queste “lotterie elettroniche” contenute nei giochi per dispositivi mobili, la caratteristica di aleatorietà che esse presentano e se possano essere considerate illegali secondo la legge sul gioco d’azzardo. Si può infatti notare come non solo consideri la questione anche nell’ottica delle disposizioni vigenti in materia (a differenza di quanto avvenuto nel 2012 e nel 2016), ma offra (da un punto di vista semi-ufficiale) una nuova interpretazione. Stando a questa, i *gacha* sarebbero considerabili come una “lotteria elettronica a pagamento”⁸⁷ e ciò rispecchierebbe così la posizione assunta dai *media*⁸⁸ e dal pubblico in precedenza. Sui provvedimenti relativi al gioco d’azzardo contenuti all’interno del “*Codice penale*” giapponese, nonché sulla loro applicabilità alle *loot box* o ai *gacha*, si ritornerà nel penultimo paragrafo, quando verrà esposta la legislazione vigente.

A seguito di questo rapporto pare che la situazione si stabilizzò per diverso tempo, se non altro sulla base della carenza di fonti disponibili sugli anni successivi, per poi riapparire solo tra il 2018 e il 2020. Un’unica eccezione è costituita dal documento intitolato “*Riaru manē torēdo taisaku gaidorain*”⁸⁹ (traducibile come “*Linee guida sulle contromisure nei confronti delle transazioni che coinvolgono denaro reale*”), pubblicato il 27 aprile 2017 dalla *Computer Entertainment Supplier’s Association*.

Si è visto all’inizio del paragrafo come già nel 2012 si verificarono casi di rivendita degli oggetti o dei profili di gioco su mercati secondari⁹⁰, ma il dibattito che ne scaturì si concentrò maggiormente sul problema della spesa sostenuta piuttosto che su queste piattaforme in sé. Conseguentemente esse non furono, nei primi anni, prese in considerazione nel dibattito sulla correlazione tra *gacha* e gioco d’azzardo all’interno del Paese, a differenza di quanto fatto da legislatori europei e statunitensi⁹¹.

Il documento in questione, che come il primo presentato dal JOGA⁹² non fu pensato per il pubblico, si è rivolto alle aziende affiliate all’organizzazione suggerendo loro la messa in pratica di misure che

⁸⁵ Vd. *supra* nota 82, p. 10.

⁸⁶ *Ivi*, pp. 11-12.

⁸⁷ Figura 4 del rapporto della *Consumer Commission* (vd. *supra* nota 82, p. 3).

⁸⁸ Shigemasa, K., (2016). “‘Gacha’ kakin, jōgen go man-en ni gyōkaidantai ga jishukisei he” (“Transazioni nei ‘gacha’, i gruppi industriali fissano autonomamente il tetto massimo a 50.000 yen”). *Asahi Shinbun* (*The Asahi Shimbun*).

⁸⁹ Computer Entertainment Supplier’s Association (CESA), (2017). “*Riaru manē torēdo taisaku gaidorain*” (“*Linee guida sulle contromisure nei confronti delle transazioni che coinvolgono denaro reale*”).

⁹⁰ Cfr. p. 102.

⁹¹ Si ricorderà dal terzo capitolo, infatti, come essi tentarono (e stanno tutt’ora tentando) di stabilire se la presenza di questi mercati secondari possa contribuire ad assegnare un reale valore monetario agli oggetti di gioco, requisito fondamentale per essere regolati secondo la maggior parte delle leggi vigenti in materia di gioco d’azzardo.

⁹² Cfr. p. 108.

prevenissero e ostacolassero il fenomeno noto come “*Real Money Trading*” (d’ora in poi RMT) ovvero la compravendita, tra utenti e tramite denaro reale, dei propri profili di gioco (come pure degli oggetti, personaggi, valuta ecc. in essi contenuti). In altre parole, contiene provvedimenti mirati a contrastare quel meccanismo a cui (nel secondo e terzo capitolo) si è fatto finora riferimento come “conversione di valore” o “incasso” dei beni virtuali contenuti all’interno dei videogiochi. Queste linee guida hanno previsto la modifica dei termini di utilizzo dei videogiochi prodotti dalle compagnie interessate, al fine di stipulare un esplicito divieto a queste pratiche e, coerentemente, ciò permise loro di dichiarare come questi oggetti possedessero valore solo all’interno del gioco. Sulla base di tale specifica inoltre, si ha avuto modo di vedere che in molti casi le aziende riuscirono a evitare ripercussioni legali poiché non ritenute responsabili della presenza di mercati secondari che, secondo recenti opinioni accademiche⁹³, attribuirebbero ai beni un concreto valore monetario. Oltre a questa modifica, le nuove direttive stabilite dal CESA hanno riguardato l’introduzione di⁹⁴:

- Un meccanismo che impedisca la possibilità di effettuare transazioni con un numero imprecisato di persone limitando tale possibilità a coloro che sono amici in gioco e per cui è passato del tempo da quando hanno stretto amicizia (si può notare come questa combaci con quanto già elaborato da GREE, DeNA e le altre compagnie nel 2012⁹⁵).
- Un meccanismo per il quale lo scambio degli oggetti all’interno dei giochi online avvenga sulla base della sola specifica dei beni che saranno scambiati e non della controparte con la quale si porterà a termine la transazione.
- Un meccanismo di rilevamento e intervento sugli quegli utenti colti a prendere parte a queste pratiche o per i quali vi sia un’alta probabilità di partecipazione.

Infine, le compagnie affiliate avrebbero dovuto impegnarsi a contattare i fornitori di questi servizi affinché interrompessero immediatamente le loro attività⁹⁶ (come avvenne nel 2016 a seguito del caso sollevato dal gioco *Counter Strike: Global Offensive* e che coinvolse Valve Corporation).

4.2 Opinioni recenti

Verrà qui dimostrato come l’esigenza di regolare i RRM, insieme al suggerimento di trovare delle possibili alternative a essi, sia stata nuovamente sollevata in anni recenti da sviluppatori o da singoli individui, verosimilmente sulla scia degli avvenimenti che in Europa coinvolsero le *loot box*.

⁹³ Drummond, A., Sauer, J. D., Hall, L. C. et al., (2020). “Why loot boxes could be regulated as gambling”. *Nature Human Behaviour*.

⁹⁴ Vd. *supra* nota 89, punto 6.

⁹⁵ Cfr. p. 107.

⁹⁶ Vd. *supra* nota 89, punto 7.

A circa due anni esatti dalla divulgazione dallo studio della *Consumer Commission* risale il successivo articolo⁹⁷, e l'omonimo resoconto, in cui viene analizzato lo stato del dibattito sulla regolazione dei giochi online in Giappone, rapportato a quella in corso in alcuni paesi dell'Europa Settentrionale. Il motivo che riaccese il dibattito è proprio da ricercarsi nell'annuncio⁹⁸, in data 17 settembre 2018, da parte delle agenzie incaricate di controllare il gioco d'azzardo in diversi paesi europei ed *extra-europei* a collaborare per sensibilizzare i consumatori sui pericoli posti da questi meccanismi. Tale articolo riconobbe come, in quel periodo, sembrasse che “[la questione] fosse giunta anche al governo giapponese [...]” e che “discussioni [a riguardo] si fossero già svolte in alcuni dipartimenti”⁹⁹. Nell'omonimo rapporto¹⁰⁰ del 27 settembre 2018 Takeshi Kiso, direttore del *Kokusai kajino kenkyūjo* o *International Casino Research Institute*, riportò minuziosamente il risultato delle discussioni che si sono tenute all'interno dell'istituto sui contenuti a tema gioco d'azzardo nei videogiochi. Al suo interno venne inoltre sostenuto come, nonostante i precedenti stabiliti dal commento della CAA del 2012 e dalle successive linee guida, ancora nel corso del 2017 si verificarono irregolarità in alcuni giochi contenenti *gacha*, tra cui *Dragon Ball Z Dokkan Battle*, in sostanza identici a quelli già esposti. Un numero maggiore di individui ha riflettuto sul rapporto con il gioco d'azzardo nell'ultimo biennio. Si avrà modo di vedere che a esso si aggiunsero considerazioni sul pericolo, per gli sviluppatori giapponesi, di continuare a legarsi così saldamente a questi modelli di remunerazione all'interno dei propri videogiochi alla luce della dipendenza dalle scelte aziendali delle piattaforme di distribuzione. Altre, invece, rifletterono sui possibili sviluppi futuri dell'industria videoludica *mobile* giapponese nonché sulle alternative ai *gacha* a cui gli sviluppatori potrebbero ricorrere per trarre un guadagno. All'interno del suo articolo¹⁰¹ “*Gacha wa apuri kara nakunaru no ka? Kawaru kakin moderu wa?*” (“I *gacha* scompariranno dalle applicazioni? Qual è il modello di fatturazione alternativo?”) del 1° giugno 2019, Yasutaka Ikeda¹⁰² ribadì il concetto (già espresso in precedenza¹⁰³) per cui le linee guida non costituissero un obbligo per le case editrici e che, pertanto, alcune di queste avessero continuato a non indicare i tassi di acquisizione degli oggetti di gioco.

⁹⁷ Kiso, T., (2018). “*Ōbei shokoku ni okeru nettogēmu kisei rongi to wagakuni no genjō*” (“Dibattito sulla regolamentazione del gioco online nei paesi occidentali e stato attuale nel nostro Paese”). *Sito internet di Takashi Kiso*.

⁹⁸ Gambling Commission, (2018). “*Declaration of gambling regulators on their concerns related to the blurring of lines between gambling and gaming*”.

⁹⁹ Vd. *supra* nota 97.

¹⁰⁰ Kiso, T., (2018). *Kokusai kajino kenkyūjo* (International Casino Institute). “*Ōbei shokoku ni okeru nettogēmu kisei rongi to wagakuni no genjō*” (“Dibattito sulla regolamentazione del gioco online nei paesi occidentali e stato attuale nel nostro Paese”).

¹⁰¹ Ikeda, Y., (2019). “*Gacha wa apuri kara nakunaru no ka? Kawaru kakin moderu wa?*” (“I *gacha* scompariranno dalle applicazioni? Qual è il modello di fatturazione alternativo?”). *PlayLife*.

¹⁰² *Game planner/designer* e scrittore che attualmente offre consulenze nel campo delle vendite e della pubblicità.

¹⁰³ Cfr. p. 113.

In un ulteriore articolo¹⁰⁴ scritto per la rivista “*note – – tsukuru, tsunagaru, todokeru*” (“note – – crea, connetti, consegna”) sotto lo pseudonimo di Ukiyō ampliò poi la propria opinione al riguardo. In esso sostenne come dal 2017, a seguito della modifica¹⁰⁵ da parte di Apple e Google ai rispettivi termini di utilizzo, sia diventato molto più difficile¹⁰⁶ sfruttare queste scappatoie e tutte le compagnie giapponesi siano state costrette a indicare le percentuali di ottenimento di tali beni. Ha quindi affermato come, sulla base di queste, i veri soggetti ad avere potere decisionale sull’argomento siano, in ultima istanza, le aziende che controllano i principali *marketplace* di giochi e applicazioni per smartphone (ovvero Apple con il suo App Store e Google con il Play Store) e che gli sviluppatori del Paese dipendano direttamente da queste per la distribuzione dei propri giochi. Inoltre, ha espresso l’idea che tale dipendenza possa costituire una minaccia per il futuro dell’industria videoludica giapponese sicché, nel caso in cui sopracitate compagnie decidano (autonomamente o su spinta dei governi¹⁰⁷) di vietare la distribuzione di giochi che contengano queste meccaniche, tale decisione finirebbe con l’influenzare irrimediabilmente anche il Giappone. Si rende doveroso rimarcare però come questa sia solo un’ipotesi e sia improbabile che ciò accada. Nondimeno fornisce un esempio di come effettivamente sussista una subordinazione degli sviluppatori giapponesi alle regole imposte da istituzioni estere (a loro volta influenzate dalle decisioni prese nei relativi paesi) oltre che a quelle nazionali (che permettevano di essere aggirate). Questa è anche la ragione per cui già nel primo articolo auspicò un futuro nel quale gli sviluppatori di videogiochi avessero evitato di ricorrere a queste tecniche di monetizzazione e avrebbero piuttosto ricercato metodi alternativi di guadagno. In tal senso, propose in particolare di guardare alle pratiche del mercato europeo e di quello statunitense e suggerì di fare affidamento a tecniche quali la sottoscrizione e i *season pass/DLC*¹⁰⁸ oppure sulla vendita diretta degli oggetti di gioco¹⁰⁹. Al 2020 risalgono poi alcuni articoli che, oltre a denotare una continuità con le apprensioni espresse dal pubblico nei primi anni, ribadiscono quanto detto da Ikeda nel 2019 e mostrano quella che è considerabile come una fase di transizione dell’industria videoludica giapponese su dispositivi mobili.

¹⁰⁴ Ukiyō (pseudonimo), (2019). “Gacha no rekishi to shūen made no X dē [gēmu un’ei]” (“Storia dei *gacha*, X giorni alla loro fine [gestione dei giochi]”). *note – – tsukuru, tsunagaru, todokeru* (“note – – crea, connetti, consegna”).

¹⁰⁵ Cfr. p. 98.

¹⁰⁶ Non divenne tuttavia impossibile, come rilevato anche dall’autore, dal momento che ciò si applica ai giochi distribuiti su dispositivi mobili Android o iOS ma non, ad esempio, al caso di giochi per *console* o *personal computer*.

¹⁰⁷ Secondo l’autore non sarebbe infatti da escludere che potrebbero, in futuro, decidere per un completo divieto all’inclusione di questi meccanismi all’interno dei giochi distribuiti sulle proprie piattaforme, nel caso in cui si continuassero a verificare dispute sulla questione o altri paesi decidessero di seguire l’esempio di Paesi Bassi e Belgio.

¹⁰⁸ Vd. *supra* nota 101.

¹⁰⁹ Vd. *supra* nota 104.

Il primo di questi è costituito da una discussione, riportata¹¹⁰ sul quotidiano online “*Nikkei Business*” il 22 gennaio 2020, che coinvolse ricercatori e addetti del settore tra cui: Yōsuke Yasuda (economista presso l’università di Osaka), Akie Iriyama (professore alla *Waseda Business School* e autore dell’articolo), Masayuki Saitō (assistente presso il Dipartimento di Ricerca Industriale della *Mizuho Bank*) e Tōru Konnō (responsabile dell’Ufficio Strategie Aziendali di *Bandai Namco Entertainment*). Avviata al fine di esaminare quelle che l’articolo definisce come le “ombre” – ovvero i lati oscuri – dei videogiochi, la discussione ha riaffermato innanzitutto come vi siano giocatori che non vedono di buon occhio i *gacha*. Yasuda è uno di questi, al punto che definì il loro acquisto come “una sconfitta morale, anche nel caso in cui si spenda un solo yen” e ammise di preferirvi lo scoprire fino a che punto avesse potuto spingersi all’interno del gioco senza pagare¹¹¹. A distinguersi in maggior misura fu tuttavia il parere di Konnō che ha riconosciuto come, nonostante si faccia ancora molto affidamento su di essi, la ricerca del guadagno non dovrebbe essere totalmente incentrata sui *gacha*. Il suo punto di vista ricopre un ruolo particolarmente rilevante giacché proviene da un importante esponente del settore e mostra i primi segni di un mutato atteggiamento da parte dell’industria, qui delineato dall’annuncio di come l’azienda stesse “sondando modelli di *business* diversi dal *gacha*”¹¹². Si può quindi vedere come gli sviluppatori stiano tentando di allontanarsi, per quanto possibile, dai modelli di monetizzazione che hanno fatto la fortuna dell’industria videoludica *mobile* in anni recenti, per avvicinarsi a tecniche già in uso in Europa e Stati Uniti (come quelle suggerite da Ikeda). Anche questo cambiamento, benché in fase embrionale, potrebbe essere visto come un tentativo da parte del mercato giapponese non solo di adeguarsi all’assetto normativo e sociale contingente (come fu nel 2012 e 2016) ma di anticipare ancora una volta quello che potrebbe essere il suo futuro. In considerazione proprio dei suoi possibili sviluppi, però, si levarono anche alcuni dubbi circa la concreta possibilità di rimuovere *in toto* i *gacha* dai videogiochi giapponesi per smartphone e tablet. In quest’ottica l’articolo “*Gacha kisei ni tsuite kaitemiru*”¹¹³ (traducibile come “Proviamo a discutere a proposito della regolamentazione dei *gacha*”), pubblicato in data 15 giugno 2020, offre spunti interessanti del perché ciò potrebbe essere più difficile del previsto e fornisce due motivi principali.

¹¹⁰ Iriyama, A., (2020). “[Giron] ‘gacha’ no chūdoku-sei, gyōkai wa dō taisho shiteiru?” (“[Discussione] L’industria come sta affrontando la dipendenza da ‘gacha’?”). *Nikkei bijinesu* (*Nikkei Business*).

¹¹¹ Tratto dalle dichiarazioni di Yōsuke Yasuda (vd. *supra* nota 110).

¹¹² Tratto dalle dichiarazioni di Tōru Konnō (vd. *supra* nota 110).

¹¹³ Aicon (pseudonimo), (2020). “*Gacha kisei ni tsuite kaitemiru*” (“Proviamo a discutere a proposito della regolamentazione dei *gacha*”). *note – tsukuru, tsunagaru, todokeru* (“note – crea, connetti, consegna”).

Il primo di questi è attribuito alla dimensione del mercato giapponese dei videogiochi, considerato dall'autore ormai troppo grande per essere regolato, soprattutto in virtù del numero di giocatori abituati alla presenza di queste meccaniche e a spenderci regolarmente del denaro.

Il secondo invece lo associa al fatto che eccessive restrizioni imposte agli sviluppatori potrebbero rendere difficile continuare a offrire il servizio di gioco, con conseguente chiusura dello stesso, e ciò innescerebbe una reazione a catena che porterebbe i rispettivi utenti a reagire contro il governo.

Al pari di quanto visto nel caso inglese (tra gli altri) si renderebbe quindi necessario muoversi con cautela, auspicando una collaborazione tra governo, enti preposti e case produttrici di videogiochi, prima dell'attuazione di qualunque misura aggiuntiva a quelle già auto-imposte dal settore.

Infine (e similmente a quanto visto in altre giurisdizioni del mondo), afferma come gli oggetti digitali non posseggano valore secondo le leggi attuali e di come anche il fissaggio di tetti massimi di spesa da parte del governo sia di difficile attuazione poiché ogni gioco ha costi di realizzazione differenti.

Alcune recenti considerazioni accademiche provenienti dal Giappone hanno poi esaminato proprio questo aspetto, affermando altresì che l'imposizione di restrizioni sull'importo spendibile e sul numero di *gacha* contenuti in un gioco "violerebbero la libertà delle compagnie e degli utenti"¹¹⁴.

C'è anche chi ha proposto di posticipare l'attuazione di qualunque legge nei confronti di questi meccanismi, in attesa di ulteriori sviluppi della tecnologia e dell'industria, proponendo al suo posto di continuare a interpretare e applicare le leggi vigenti¹¹⁵ (come già avvenuto in passato) e chi, sulla stessa onda di pensiero, ha persino fornito esempi in tal senso e che verranno ora esposti.

Un interessante articolo¹¹⁶ pubblicato il 14 febbraio 2020 sul sito ufficiale di TOPCOURT LAW FIRM, azienda giapponese specializzata in consulenza legale per la realizzazione della propria impresa¹¹⁷, offre infatti alcuni spunti che si ricollegano direttamente all'interpretazione, offerta dalla *Consumer Affairs Agency* nel 2012, della "Legge sulle ricompense e le rappresentazioni" del 1962.

Nella propria analisi delle leggi applicabili ai giochi online TOPCOURT ribadisce infatti il concetto, espresso nelle linee guida del JOGA il 2 agosto 2012, per cui alle aziende è richiesto di non divulgare informazioni ingannevoli sui termini di utilizzo dei *gacha* a pagamento e sugli oggetti *ivi* contenuti¹¹⁸.

¹¹⁴ Kurone, Y., (2020). "Mobairugēmu ni okeru hōteki shomondai to kongo no hōteki kadai" ("Questioni legali nei giochi mobili e future questioni legali"). *Konan Law Forum*. Vol. 16, p. 6.

¹¹⁵ *Ivi*, p. 11.

¹¹⁶ Anonimo, (2020). "Onraingēmu he no kisei-tte? Shikin kessai-hō nado kanren hōritsu yottsu wo kaisetsu!" ("Quali sono le restrizioni sui giochi online? Spieghiamo le 4 leggi che li riguardano, come quella sulla gestione dei capitali!"). TOPCOURT LAW FIRM.

¹¹⁷ Maggiori informazioni sono disponibili alla pagina: <https://topcourt-law.com/about>

¹¹⁸ Cfr. p. 112.

Oltre a questo giudizio che è espressione, come si è visto¹¹⁹, delle disposizioni contenute all'articolo 4 di suddetta legge, si applicherebbero inoltre al caso specifico dei *gacha* (in generale) le disposizioni contenute all'articolo 5¹²⁰ (commi 1 e 2) sui divieti alle rappresentazioni ingannevoli.

Tali divieti in particolare sono indirizzati a prevenire due tipologie di errata comprensione da parte degli utenti e causate da quella che, dopo aver visto il recente caso italiano, può essere considerata a tutti gli effetti come pubblicità ingannevole nei loro confronti. Innanzitutto, troviamo i “*yūryō gonin*” (traducibile approssimativamente come “malintesi sulle qualità”) espressione che indica il caso in cui la qualità dei prodotti e dei servizi offerti sia reclamizzata come migliore di quella reale. Un esempio di applicabilità di questa ai *gacha* potrebbe verificarsi nell'eventualità in cui gli oggetti, o più spesso i personaggi, ottenibili da questi siano potenziabili sulla base di un sistema a livelli (gradi, stelle, classi o altre simili strategie) che ne determinano un graduale miglioramento. Si supponga quindi che venga annunciato un evento, a durata limitata, nel quale sia data la possibilità di portare all'ultimo stadio un numero fissato di essi. Se in seguito viene però reso noto che in realtà il numero di quelli che avrebbero potuto raggiungere tale livello era stato minore rispetto a quello annunciato, allora questo costituirebbe un esempio di “*yūryō gonin*”¹²¹. Casi simili si sarebbero verificati nel 2018 rispetto al videogioco *Puzzle&Dragons*, mentre nell'ultimo biennio lo stesso principio pare essersi applicato alle descrizioni di personaggi ottenibili da *gacha* contenuti in giochi prodotti da aziende straniere, considerate fuorvianti probabilmente sulla base di un'erronea localizzazione¹²².

Secondariamente, vengono descritti i “*yūri gonin*” (in italiano: “malintesi profittevoli”) che fanno riferimento a quelle circostanze in cui una transazione o condizione commerciale viene fatta passare come notevolmente più favorevole rispetto a quella associata a prodotti simili a quello in esame. Questa situazione si verificherebbe nel caso in cui venga pubblicizzato un incremento delle probabilità di ottenimento di uno specifico oggetto contenuto in un *gacha* a pagamento senza che tale modifica abbia però realmente luogo. In tale circostanza è chiaro che il tasso di acquisizione effettivo e quello visualizzato a schermo sarebbero molto diversi, con quest'ultimo che indurrebbe il consumatore all'erronea convinzione che l'acquisto sia per lui particolarmente vantaggioso¹²³.

Infine, l'articolo riporta anche la propria interpretazione di alcuni articoli della legge a tutela dei consumatori relativi alle misure applicabili alle valute virtuali contenute all'interno dei videogiochi.

¹¹⁹ Cfr. p. 105.

¹²⁰ Vd. *supra* nota 16, art. 5 dell'“*Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*”.

¹²¹ Vd. *supra* nota 116.

¹²² Nakajima, H., (2016). “Chūgokusan gēmu no rōkaraizu ni karamu yūryō gonin hyōji-tō no mondaiten” (“Problemi come i ‘malintesi sulle qualità’ collegati alla localizzazione dei giochi cinesi”). *Business Lawyers*.

¹²³ Vd. *supra* nota 116.

Queste e altre di natura più strettamente finanziaria che si applicherebbero alle aziende produttrici di giochi che prevedono tali valute di gioco, come la “*Shikin kessai-hō*” o “*Payment Services Act*”¹²⁴ (in italiano traducibile come “*Legge sulla gestione dei capitali*”), non verranno però qui spiegate nel dettaglio in quanto non rientrano nello scopo della presente trattazione.

Si è fin qui dimostrato, perciò, come in Giappone il dibattito sulla necessità di regolare i *gacha* abbia comportato la definizione di numerose e dettagliate misure di autoregolamentazione del mercato, un aspetto auspicato anche da alcuni legislatori europei. Tuttavia, solo di recente esso ha affrontato la questione nell’ottica della possibile correlazione con forme classiche di gioco d’azzardo e dei pericoli che da esse scaturiscono, benché ebbe origine ben prima rispetto a quello sulle *loot box*. In conclusione, si è visto che la posizione assunta da alcuni ricercatori e case produttrici è cambiata radicalmente nel corso degli anni, da una propositiva (che più volte anticipò l’azione dell’autorità) a una più conservativa, forse influenzata da quelle che si stanno diffondendo nei mercati occidentali.

4.3 Regolamentazione del gioco d’azzardo e applicabilità ai *gacha*

In linea con quanto affermato in precedenza circa il mutato punto di vista sul nesso tra questi meccanismi a ricompensa casuale e il gioco d’azzardo, verrà ora spiegato qual è l’attuale stato legale di quest’ultimo all’interno del Paese, le leggi che lo regolano e la loro applicabilità ai *gacha*.

Il mercato giapponese del gioco d’azzardo ha sempre presentato alcune ambiguità, la prima delle quali deriva dalla caratteristica di vietare le attività condotte da privati ai sensi del “*Codice penale*”, a meno che non si fosse applicata un’eccezione stabilita dallo stesso o da una qualche legge speciale. Secondo queste, infatti, sono permesse le scommesse su particolari sistemi (lotteria e totocalcio) o competizioni sportive, come quelle sulle corse di cavalli, motoscafi, biciclette e motociclette¹²⁵.

Nella pratica, però, sembra che fino a tempi recenti l’autorizzazione a gestire questi *business* venisse concessa solo ad amministrazioni locali o a enti legati al governo¹²⁶. Tuttavia, nel 2018 e nel 2020¹²⁷ ci sono state alcune aperture da parte di questo verso nuove forme di gioco d’azzardo (i casinò) e la legalizzazione di quello operato da soggetti privati, probabilmente al fine di accrescere le entrate. Il “*Keihō*”¹²⁸ o “*Codice penale*” giapponese però, malgrado i divieti e le eccezioni a breve esposte nell’attuale e nel successivo paragrafo, non definisce cosa costituisca un’“attività di gioco d’azzardo”.

¹²⁴ Giappone. “*Shikin kessai ni kansuru hōritsu*” (*Payment Services Act*).

¹²⁵ Ishihara, H., (2020). “Japan”. In: C. Rohsler, ed. *The Gambling Law Review*. pp. 234-235.

¹²⁶ *Ivi*, p. 235.

¹²⁷ Al 7 gennaio 2020 risale infatti l’istituzione del *Kajino kanri iinkai* o *Japan Casino Regulatory Commission* (traducibile come “*Commissione di regolamentazione dei casinò*”), un organo incaricato di distribuire le licenze necessarie a operare un casinò. Maggiori informazioni alla pagina: <https://www.jcrc.go.jp/about/commission.html>

¹²⁸ Giappone. “*Keihō*” (“*Codice penale*”).

Un'idea di cosa sia considerata come tale secondo la legge giapponese è espressa nella dichiarazione divulgata dal *Cabinet Office Consumers Committee* nel settembre 2016¹²⁹. Questa, poi, è attendibile dal momento che, a sua volta e secondo Ishihara, si riferirebbe a quanto pronunciato sull'argomento dal *Kōtō-saiban-sho* (o "Alta Corte") di Tokyo in una sentenza risalente al novembre 2006¹³⁰. Secondo questa, l'espressione "gioco d'azzardo" indica genericamente "l'atto di competere per l'acquisizione di una proprietà o di un altro bene non materiale¹³¹ stabilito su base accidentale"¹³² oppure come "un atto per cui due o più persone scommettono sul risultato di una competizione basata sul caso per contendersi un premio corrisposto sotto forma di una risorsa o di un bene"¹³³. Inoltre, specifica che con "beni non materiali" siano da intendersi tutti quei benefici diversi da una proprietà (in forma di premio monetario o materiale) e a loro volta suddivisi in "guadagni attivi", ad esempio la fornitura di un servizio o un lavoro, oppure "passivi" come l'estinzione di un debito¹³⁴. Verosimilmente, sulla base della genericità di definizione circa la natura del premio la *Commissione* sostenne, poi, che esso potrebbe includere non solo il valore oggettivo, ma anche quello soggettivo. Si può quindi notare una forte e sostanziale somiglianza con quanto visto nel caso belga (il cui "*Gaming and Betting Act*" prevede infatti una ricompensa di *qualunque* tipo¹³⁵), poiché anche qui non è strettamente necessario che esso sia corrisposto sotto forma di denaro o altro bene concreto. Un'altra eccezione al divieto a prendere parte ad attività di gioco d'azzardo è contenuta nell'articolo 185 del "*Codice penale*", il quale afferma¹³⁶ che "una persona che gioca d'azzardo dovrebbe essere punita con una multa non superiore ai cinquecentomila yen a condizione, tuttavia, che lo stesso non si applichi a una persona che scommette su una cosa fornita per *intrattenimento momentaneo*¹³⁷". Su questo punto è possibile notare un'ulteriore analogia con la legge belga e in particolare l'articolo 3 comma 3, il quale non considera come gioco d'azzardo quelle attività *occasional*i che richiedono solo una puntata molto limitata e che forniscono al giocatore un guadagno di basso *valore*¹³⁸.

¹²⁹ Cfr. p. 114.

¹³⁰ Vd. *supra* nota 125, p. 235.

¹³¹ Si noti come la legge descriva questi usando l'espressione "*saisan-jō no rieki*", letteralmente "benefici di proprietà" o "benefici dal punto di vista del capitale", ma si è qui preferito indicarli come "beni non materiali" sulla base della spiegazione fornita circa la loro natura. Tuttavia, il termine giapponese "*saisan*" fa già capire che a questi deve tuttavia essere possibile attribuirci un valore attinente al mondo reale (monetario), come affermato in seguito da Schwiddessen.

¹³² Vd. *supra* nota 82, p. 11.

¹³³ Vd. *supra* nota 125, p. 235.

¹³⁴ *Ibidem*.

¹³⁵ Belgio. "*Kansspelwet van 7 mei 1999*" (*Gaming and Betting Act of 7 May 1999*).

¹³⁶ Vd. *supra* nota 128, art. 185 del "*Codice penale*" giapponese.

¹³⁷ Il corsivo non è presente nel testo originale ma è stato qui aggiunto per porre in risalto la somiglianza con quanto previsto dall'articolo 3 comma 3 del "*Gaming and Betting Act*" belga del 7 maggio 1999 esposto nella frase seguente.

¹³⁸ Vd. *supra* nota 135, art. 3 comma 3 del "*Gaming and Betting Act*" belga.

Il motivo alla base di questa decisione sarebbe attribuibile all'esigenza di prevenire l'applicazione di qualunque sanzione amministrativa alle scommesse quotidiane (come quelle che si fanno tra amici), nelle quali il premio è costituito da beni (o servizi) che vengono "consumati" subito dal vincitore¹³⁹. In base a ciò si noti che la *Corte Suprema* del Giappone, come riportato da Ishihara¹⁴⁰, è dell'opinione che il denaro non sarebbe mai considerabile come *intrattenimento momentaneo* (a prescindere dal suo ammontare), al contrario della "*Kansspelwet*" belga che fa invece rientrare in sopraccitate attività anche quelle che prevedono la scommessa e la vincita di somme di denaro di piccola entità. La trattazione si focalizzerà ora sull'applicabilità di questa e della precedente definizione al modello *gacha*, sulla base dell'essenziale corrispondenza tra questa meccanica e quella delle *loot box* (chiarita nel primo capitolo¹⁴¹) e in aggiunta a quanto previsto dalle leggi a tutela dei consumatori. In primo luogo, essa va considerata alla luce dei requisiti che compongono la definizione di "gioco d'azzardo" offerta dalla legislazione giapponese, analizzati singolarmente come è stato per ciascuno dei paesi esposti nel terzo capitolo. In virtù di questa si può affermare che il requisito per cui il premio è determinato in modo imprevedibile è sicuramente soddisfatto poiché "gli oggetti [...] sono determinati esclusivamente dal programma di gioco"¹⁴² e all'utente non è dato sapere cosa otterrà. Si noti che Ishihara amplia l'argomentazione su questa caratteristica, riportando un precedente caso di tribunale che stabilì come il risultato sia considerato soggetto a un elemento di accidentalità "in qualsiasi misura" e quindi anche nel caso in cui dipenda parzialmente dalle abilità del giocatore. Si ricorderà dal terzo capitolo che una definizione simile è contenuta, tra gli altri, nell'"*Interactive Gambling Act*"¹⁴³ britannico e nell'"*Unlawful Gambling Act*"¹⁴⁴ dello Stato australiano del Nuovo Galles del Sud (NGS) oltre che all'articolo 2 della legge belga secondo cui "il caso sia un fattore, anche secondario, per lo svolgimento del gioco e la determinazione del vincitore e della vincita"¹⁴⁵. Sulla base della generica aleatorietà *ivi* stabilita quindi, i *gacha* (e altresì le *loot box*) rientrerebbero in questa definizione e il fatto che il gioco che li contiene sia nel complesso basato sulle abilità non li difende da potenziali accuse di gioco d'azzardo, a differenza di quanto avvenne negli Stati Uniti¹⁴⁶.

¹³⁹ Si pensi, a titolo d'esempio, all'offerta di cibi e bevande oppure al caso in cui il perdente si impegni a corrispondere al vincitore un lavoro o una prestazione.

¹⁴⁰ Vd. *supra* nota 125, p. 235.

¹⁴¹ Cfr. p. 25.

¹⁴² Vd. *supra* nota 82, p. 11.

¹⁴³ Cfr. p. 92.

¹⁴⁴ *Ibidem*.

¹⁴⁵ Vd. *supra* nota 135, art. 2 comma 1.

¹⁴⁶ Cfr. p. 80.

Un altro criterio è rappresentato dalla natura del premio in questione che, come è stato dimostrato, può essere costituito da denaro, da un'oggetto materiale oppure da un beneficio immateriale¹⁴⁷ e se prima non vi sono stati dubbi circa l'applicabilità della legge qui invece la questione si complica. I punti di contatto tra la legge giapponese e il "*Gaming and Betting Act*" belga non si esauriscono infatti nella definizione della natura del risultato (come esposto in precedenza¹⁴⁸) ma continuano, secondo Schwiddessen¹⁴⁹, nella richiesta che esso abbia un valore attinente al mondo reale¹⁵⁰. Il requisito circa la natura monetaria della ricompensa ottenibile, o in alternativa della possibilità di attribuire a essa un equivalente valore monetario, è stato riscontrato in molte giurisdizioni estere¹⁵¹ e si ricollega direttamente alle questioni dell'acquisto diretto degli oggetti di gioco, nonché della presenza di mercati secondari in cui sia possibile lo scambio o la compravendita degli stessi. Sulla prima questione, Schwiddessen suggerì¹⁵² che offrire la possibilità di acquistare direttamente, tramite microtransazioni con denaro reale, gli oggetti ottenibili da un *gacha* non sia auspicabile poiché potrebbe creare negli utenti l'impressione che il loro valore coincida con il prezzo di acquisto. Si noti che, per lo stesso motivo, anche in quanto proposto¹⁵³ da altri autori circa la vendita diretta degli oggetti di gioco è possibile affermare che essi non dovrebbero essere contenuti anche in un *gacha* a pagamento poiché, se così fosse, tutti i requisiti del gioco d'azzardo sarebbero soddisfatti. Questo è probabilmente il motivo che spinse la *Japan Online Game Association* a stabilire, nelle linee guida del 2 agosto 2012, come possibile contromisura quella di attribuire all'oggetto ottenuto da un *gacha* a pagamento un valore uguale o superiore al prezzo pagato per lo stesso¹⁵⁴. Così facendo, i beni ottenuti acquisirebbero un valore monetario e il meccanismo rientrerebbe al di sotto della legge vigente. Viceversa, cioè nell'ipotesi in cui essi non siano venduti anche in maniera diretta, sarebbe impossibile stabilire la relazione tra il prezzo pagato per il *gacha* e il loro valore¹⁵⁵. Comunque, la domanda se tali beni posseggano o meno "valore" nel mondo reale e quindi se, in ultima istanza, possano essere considerati come "premi" ai sensi di legge si ricollega inevitabilmente anche alla questione relativa al fenomeno esposto¹⁵⁶ prima con il nome di "*Real Money Trading*".

¹⁴⁷ Cfr. p. 123.

¹⁴⁸ *Ibidem*.

¹⁴⁹ Vd. *supra* nota 34.

¹⁵⁰ Vd. *supra* nota 131.

¹⁵¹ Tra queste si ricorderanno, tra le altre, quelle di: Stati Uniti, Belgio, Regno Unito e Paesi Bassi.

¹⁵² Vd. *supra* nota 34.

¹⁵³ Cfr. p. 118.

¹⁵⁴ Cfr. p. 111.

¹⁵⁵ Nobusawa, K., (2016). "Onrain gēmu to hōritsu" ("I giochi online e la legge"). *Aoyama gakuin joshitankidaigaku kiyō* ("Bollettino del Junior College femminile dell'università Aoyama Gakuin"). Vol. 70 n. 1, p. 72.

¹⁵⁶ Cfr. p. 116.

Si ricorderà che il dibattito in Giappone scaturì proprio da esso tra il 2011 e il 2012, quando divenne noto che era possibile sfruttare le meccaniche di alcuni giochi per trarre profitto dalla vendita, su mercati secondari, degli oggetti virtuali da essi ottenuti o in alcuni casi dell'intero profilo di gioco. A tal proposito, numerosi pareri concordano sul fatto che tali beni acquisiscano un valore monetario nel caso in cui il videogioco preveda un sistema per incassarli¹⁵⁷ o se l'utente gioca a scopo di lucro. Tuttavia, mentre per la *Shōisha iinkai*¹⁵⁸ ciò sia sufficiente a farli rientrare nella categoria dei "premi non materiali" per altri, tra cui Schwidessen¹⁵⁹, tale requisito non sarebbe comunque soddisfatto. Nondimeno, la stessa *Commissione consumatori* del Gabinetto nel proprio studio sui pericoli posti dai giochi per smartphone riporta almeno altri due motivi per i quali gli oggetti di gioco possano essere considerati al pari di ricompense immateriali secondo la legislazione sul gioco d'azzardo. Innanzitutto, ciò sarebbe attribuibile al fatto che esiste una precedente decisione di tribunale che ha riconosciuto l'applicabilità del reato di frode a un caso collegato a oggetti di gioco ottenuti a titolo oneroso (cioè previo pagamento)¹⁶⁰. Secondariamente e basandosi sulla genericità di definizione esposta in precedenza (che prevede l'eventualità in cui questi beni posseggano valore da un punto di vista soggettivo¹⁶¹), si potrebbe essere portati a credere che essi rientrino tra i premi di un gioco d'azzardo fintanto che siano desiderabili e inducano il consumatore a effettuare l'acquisto. Visto che le autorità nipponiche hanno sempre affrontato il tema dal punto di vista della protezione dei consumatori, tuttavia, sotto quello giuridico la questione se tali oggetti rispecchino la definizione di premio non sembra essere stata affrontata in maniera approfondita e rimane pertanto irrisolta. Si consideri che nel presente capitolo ci si è riferiti quasi esclusivamente ai *gacha* a pagamento, sia nell'esposizione delle disposizioni contenute all'interno della "*Legge sulle ricompense e le rappresentazioni*" sia della normativa vigente in materia di gioco d'azzardo. Il motivo di ciò risiede nel fatto che le linee guida espresse dal JOGA, come pure quelle del CESA, distinguono chiaramente tra "*muryō gacha*" (o "*gacha gratuito*") e "*yūryō gacha*" o "*yūshō gacha*"¹⁶² ("*gacha a pagamento*"). Nonostante questa distinzione si è però soliti riferirsi a tale meccanica solamente con il termine "*gacha*" poiché spesso i giochi che la includono prevedono allo stesso tempo la possibilità di accedervi previo pagamento, gratuitamente o in cambio di una valuta di gioco (gemme, cristalli ecc.).

¹⁵⁷ Si tenga a mente tuttavia che la *Computer Entertainment Supplier's Association* vietò, con le linee guida del 27 aprile 2017, alle aziende affiliate di prevedere tale possibilità all'interno dei propri videogiochi (vd. *supra* nota 89).

¹⁵⁸ Vd. *supra* nota 82, p. 11.

¹⁵⁹ Vd. *supra* nota 34.

¹⁶⁰ Vd. *supra* nota 82, p. 11.

¹⁶¹ Cfr. p. 123.

¹⁶² Sulla differenza tra "*yūryō gacha*" e "*yūshō gacha*" si è già parlato nel primo capitolo (cfr. p. 27) ma qui si è preferito indicare entrambi con la nomenclatura univoca di "*gacha a pagamento*" per comodità espositiva.

Si noti che, seguendo lo stesso ragionamento offerto in precedenza sulla possibilità di acquistare direttamente gli oggetti contenuti all'interno di un *gacha*, Schwiddessen afferma come l'interpretazione comune parimenti non attribuisca a esse un corrispettivo valore monetario, se non nel caso in cui siano acquistabili anche per denaro corrente¹⁶³. In questo caso infatti, tale possibilità (oggi presente in quasi tutti i giochi con RRM) attribuirebbe loro un valore nel mondo reale, similmente a quanto accade ricaricando una tessera prepagata (come quella dei trasporti¹⁶⁴). Ciò potrebbe quindi far pensare che esse sarebbero così soggette ad altre leggi, come quella sulla gestione dei capitali¹⁶⁵ esposta prima, giacché il profilo di gioco sarebbe come un "conto" virtuale. Non avrebbe, inoltre, alcuna rilevanza il fatto che essa sia limitata al contesto di gioco e non sia (sottostando al contratto di utilizzo stabilito dalla compagnia) rimborsabile per denaro corrente. Questa premessa era necessaria dal momento che lo studio dell'applicabilità ai *gacha* del requisito d'accesso a un gioco d'azzardo prenderà in considerazione anche il valore della valuta di gioco. In merito al requisito in esame, e citando un vecchio caso della *Corte Suprema*, Ishihara specifica che "competere per l'ottenimento di una proprietà o di un altro bene" richiede (al pari di ogni altra competizione) che vi sia un vincitore e un perdente. Ne consegue che se uno dei concorrenti non rischia di perdere qualcosa di sua proprietà allora non si stiano realmente sfidando per qualcosa¹⁶⁶. Questa condizione ricorderebbe, secondo Schwiddessen, quella descritta in passato da decisioni prese da alcune corti statunitensi relativamente a giochi con meccanismi simili alle *loot box*¹⁶⁷. Applicando il medesimo giudizio, infatti, se l'utente prende parte al gioco in questione in cambio di una valuta virtuale precedentemente acquistata, esso non si qualifica come "perdente" secondo la legge. Il motivo risiede nel fatto che tale valuta è fornita per puro svago e, non essendo rimborsabile, non possiede valore monetario (nonostante nuove opinioni sul tema¹⁶⁸ sostengano il contrario). In quanto tale, l'acquisto di un *gacha* tramite essa non costituirebbe una perdita poiché, al momento dell'acquisto di quest'ultima, la transazione può dirsi conclusa avendo l'utente ottenuto ciò per cui ha pagato (l'intrattenimento). Allo stesso modo, l'azienda non sarebbe altresì "vincitrice" poiché avrebbe mantenuto in ogni caso il denaro pagato dal giocatore per la valuta di gioco¹⁶⁹.

¹⁶³ Vd. *supra* nota 34.

¹⁶⁴ Vd. *supra* nota 116.

¹⁶⁵ Cfr. p. 121.

¹⁶⁶ Vd. *supra* nota 125, p. 235.

¹⁶⁷ Cfr. p. 82.

¹⁶⁸ Come esposto poco sopra circa la non rilevanza del fattore di non rimborsabilità delle valute di gioco.

¹⁶⁹ Cfr. p. 82.

Si tenga a mente, tuttavia, che la considerazione sopracitata è basata sull'opinione espressa da giudici statunitensi in anni in cui l'alfabetizzazione tecnologica sull'argomento da parte delle autorità era, salvo rari casi e ancor più di quanto non lo sia oggi, pressoché assente e/o piena di lacune.

Non è quindi da escludere che anche questo punto possa essere confutato, ad esempio considerando valida la nozione offerta da Xiao nel 2020 per cui, come si ha avuto modo di vedere¹⁷⁰, sarebbe possibile intendere la transazione per l'acquisto di un RRM come una scommessa (o in questo caso una competizione) tra il giocatore acquirente e la società produttrice del videogioco.

Ad ogni modo, come sostenuto anche dalla *Cabinet Office Consumer Commission*¹⁷¹, nel caso in cui siano soddisfatti tutti e tre i requisiti contenuti nella definizione di gioco d'azzardo resta da definire se un *gacha* possa costituire un'eccezione alla stessa secondo l'articolo 185 del "*Codice penale*".

Infatti, nel caso in cui sia attribuisca valore reale agli oggetti ottenuti da un *gacha*¹⁷² allora esso non rientrerebbe in questa eccezione, in base alla passata interpretazione offerta dalla *Corte Suprema*.

In caso contrario comunque, potrebbe non rientrarvi dal momento che tali beni sono solitamente legati al profilo del giocatore e non sono "consumabili", che permettano vantaggi in gioco o meno.

In conclusione, si è visto come la legislazione vigente in Giappone in materia di gioco d'azzardo abbia sempre relegato questo tipo di attività a poche forme specifiche stabilite dalle eccezioni contenute all'interno del "*Codice penale*", vietando e punendo severamente quelle condotte da privati.

Infine, le genericità qui riscontrate potrebbero (come nel caso di Paesi Bassi e Belgio) essere la chiave per ulteriori misure di regolamentazione attuate, questa volta, sulla base della definizione data di gioco d'azzardo. Nonostante l'applicabilità di questa ai *gacha* presenti pareri discordanti (soprattutto sul concetto di valore e sul requisito di accesso), infatti, in futuro essa potrebbe essere corroborata dalle più recenti interpretazioni accademiche sul tema visto l'alto grado di alfabetizzazione tecnologica e digitale dimostrato dalla classe dirigente del Paese già nel 2012.

4.4 Zone grigie e somiglianze tra pachinko e gacha

In quest'ultimo paragrafo sarà effettuato un paragone tra il *pachinko* (e il *pachislot*), attività a cui molti sono soliti riferirsi come il "passatempo nazionale", e il principio alla base del meccanismo di capitalizzazione dei *gacha*. Tuttavia, prima di addentrarsi in tale comparazione verrà spiegato in breve il loro funzionamento, seguito da alcuni dati sulla loro incidenza nell'economia giapponese.

¹⁷⁰ Cfr. p. 59.

¹⁷¹ Vd. *supra* nota 82, p. 11.

¹⁷² Ci si riferisce qui al caso in cui questa possibilità sia offerta dalla stessa azienda produttrice e/o distributrice del gioco ma anche alla posizione espressa dal *Comitato consumatori* o da studi accademici recenti, per i quali tali oggetti possederebbero valore in ogni caso fintanto che essi siano desiderabili per il giocatore e/o esistano mercati secondari.

Verranno infine esposte le ambiguità (o “zone grigie”) che questi presentano in relazione alla legge sul gioco d’azzardo, nonché i connotati comuni tra questi e il *random reward mechanism* in esame. Se si è stati in Giappone sarà senz’altro capitato di imbattersi in una sala da *pachinko*, attratti dai rumori assordanti provenienti dal loro interno o dalle tipiche insegne luminose poste all’entrata, non dissimili da quelle di una qualsiasi sala giochi. Il motivo di tale vistosità sarà presto spiegato. Il funzionamento alla base di questo passatempo ricorda quello di un classico flipper sia per struttura (si veda la Figura 6) che per funzionamento, anche se il primo è disposto verticalmente. In entrambi infatti il risultato dipende dal caso (o meglio dalla forza di gravità), anche se nel *pachinko* l’abilità nel dosare la forza con cui tirare le palline di metallo può influenzare parzialmente il risultato. Innanzitutto, i giocatori acquistano delle minuscole sfere d’acciaio che, una volta inserite, vengono sparate verso l’alto con una forza che dipende da quanto viene girata la manopola della macchina. Queste, dunque, cadono a cascata sul tabellone di gioco passando attraverso un labirinto di pioli e ostacoli che, nel migliore dei casi, le indirizzano verso apposite fessure. A loro volta, se vengono centrate, esse determinano la vincita di ulteriori palline e ottenerne quante più possibile diviene l’obiettivo del gioco.

All’interno delle macchine da *pachinko* più recenti e avanzate, inoltre, ogni vincita e ricompensa è corredata da abbaglianti effetti luminosi prodotti da luci a LED o al neon, effetti sonori assordanti e, in alcuni casi, la presenza di tamburi rotanti (come quelli delle *slot machine*) a moltiplicare la vincita.



Figura 6 - *Pachinko* meccanico

Si noti che le caratteristiche qui esposte si ritrovano nelle macchine mangiasoldi presenti in bar, pub e sale da gioco di tutto il mondo e costituiscono quei tratti distintivi che, come definito da Harrigan et al. nel secondo capitolo¹⁷³, mirano a stimolare i sensi visivi e uditivi e incentivare il gioco ripetuto.

Il *pachislot* nacque invece in tempi recenti come evoluzione del precedente, di cui mantiene l’utilizzo e le ricompense per mezzo di gettoni o sfere d’acciaio, ma si sta ritagliando sempre più uno spazio all’interno delle sale da *pachinko* e, si potrebbe affermare, anche nel cuore dei giocatori giapponesi.

¹⁷³ Harrigan, K. A., Collins, K., Dixon M. J. e Fugelsang, J., (2010). “Addictive gameplay: what casual game designers can learn from slot machine research”. *International Academic Conference on the Future of Game Design and Technology*, pp. 129-131.

Questo passatempo prese spunto¹⁷⁴ in modo ancor più evidente dalle *slot machine* per il principio alla base del suo funzionamento dato che anche qui, dopo aver abbassato un'apposita leva, viene avviato un meccanismo che fa ruotare delle bobine con simboli. Il giocatore può quindi decidere quando interrompere la rotazione e allineare così le figure secondo una combinazione vincente. A tal proposito, Harrigan et al. spiegarono come le *slot machine* funzionino “generando decine di migliaia di numeri casuali al secondo [...] e quando il giocatore tira la leva, la combinazione generata in quell'istante viene utilizzata per determinare immediatamente il risultato”¹⁷⁵. In altre parole, il pulsante di stop previsto da questi meccanismi non determinerebbe realmente la combinazione (vincente o meno) che sarà poi presentata all'utente, la quale è invece stabilita in maniera casuale quando il gioco è avviato. Ne consegue che tale tecnica di progettazione si ricollega al concetto dell'illusione del controllo visto nel secondo capitolo¹⁷⁶, tipicamente presente nei giochi d'azzardo. A differenza di quello tradizionale, tuttavia, la versione giapponese del dispositivo offre all'utente la possibilità di interrompere singolarmente la rotazione di ciascuna delle colonne sulle quali sono raffigurati i simboli, anziché un unico pulsante che arresta l'intero meccanismo¹⁷⁷. In tal modo, questo gioco coinvolge maggiormente le abilità del giocatore, dal momento che la sua prontezza di riflessi può influenzare un risultato che sarebbe altrimenti stabilito in modo puramente aleatorio. Anche in questo caso non è però possibile stabilire con certezza se il meccanismo alla base sia lo stesso, ma applicato a più bobine, oppure se i diversi pulsanti d'arresto del *pachislot* determinino realmente il simbolo generato in quell'istante (e dipenda, come detto sopra, dai riflessi dell'utente). Sia nel caso del *pachinko* che in quello del *pachislot*, si può notare comunque come i giocatori siano ricompensati solo tramite sfere o gettoni metallici che, tuttavia, è possibile depositare in seguito presso uno sportello in cambio di una ricevuta in cui è riportato il totale stimato della vincita. Questa viene quindi a sua volta barattata per un premio materiale che abbia, all'interno del processo di scambio, un valore nominale equivalente a quello *ivi* riportato (e solitamente di poco o nessun valore nel mondo esterno come, ad esempio, un portachiavi o una confezione di *ramen* istantaneo). Questi passatemi sembrano essere particolarmente amati dalla popolazione al punto che non è strettamente necessario trovarsi in una grande metropoli come Tokyo, Osaka o Nagoya per trovare decine di queste sale giochi, spesso localizzate in posti geograficamente molto ravvicinati tra loro.

¹⁷⁴ Si noti che il nome stesso deriva dall'unione del termine giapponese “*pachinko*” e di quello inglese “*slot machine*”.

¹⁷⁵ Vd. *supra* nota 173, p. 131.

¹⁷⁶ Cfr. p. 34.

¹⁷⁷ Roberts, J. e Johnson, T., (2016). “Problem Gambling: How Japan Could Actually Become the Next Las Vegas”. *UNLV Gaming Law Journal*. Vol. 6 n. 2, p. 182.

Un ulteriore indice di ciò è rappresentato dal fatto che il loro mercato valeva, nel 2019, poco meno di ventunomila miliardi di yen (pari a circa centosessantaquattro miliardi di euro), come riportato da Sankyo, uno fra i maggiori produttori di congegni per *pachinko*, in un'interessante infografica¹⁷⁸. Se si valuta la spiegazione fin qui fornita, non sorprende che essi siano ufficialmente considerati dal governo come una forma di svago o di intrattenimento, benché agli occhi di una persona estranea alle leggi nipponiche essi sembrano ricalcare i principi delle forme più classiche del gioco d'azzardo. Sulla base della definizione offerta in precedenza, infatti, il requisito d'accesso sarebbe soddisfatto dal momento che il giocatore acquista, con soldi reali, le palline o i gettoni che verranno poi utilizzati per accedere al gioco¹⁷⁹ (pagamento che è quindi equiparato a una puntata/scommessa monetaria). Il ruolo rivestito dalla sorte lo sarebbe, come si è visto¹⁸⁰, poiché il processo di determinazione del premio è considerato casuale anche nel caso di un sistema basato sull'unione di abilità e fortuna. Al contrario dei primi due però, né il *pachinko* né il *pachislot* soddisferebbero il requisito sulla natura della ricompensa visto che nessuno dei due attribuisce denaro corrente ma solo piccoli premi. In tale circostanza, entrambi i passatempi rientrerebbero quindi nell'eccezione stabilita all'articolo 185 del "*Codice penale*" in quanto scommesse effettuate per "intrattenimento momentaneo". Tuttavia, il loro *status* di semplice gioco è in qualche modo minato da ciò che solitamente accade dopo che i premi materiali sono stati riscattati ed è qui che nasce la cosiddetta "zona grigia" (o "zona di ambiguità") che questi meccanismi presentano in riferimento alla legislazione sul gioco d'azzardo. Oltre alla sanzione per chi partecipa a un gioco d'azzardo illegale prevista da sopracitato articolo, si rende doveroso esporre anche le disposizioni (divieti e sanzioni) applicate ai soggetti che offrono e gestiscono questo genere di attività. Queste sono contenute negli articoli 186 e 187 del "*Keihō*". Nello specifico, il secondo comma dell'articolo 186 punisce con la galera da tre mesi a cinque anni chiunque, a scopo di lucro, gestisca un luogo per la conduzione di giochi d'azzardo¹⁸¹. In relazione a questo (e stando a quanto riportato da Ishihara) un "luogo per la conduzione di giochi d'azzardo" sarebbe inteso in senso lato e non richiederebbe l'esistenza di un reale luogo di aggregazione¹⁸². Su questo punto la trattazione tornerà tuttavia in seguito, nell'accostamento di *pachinko* e *gacha*.

¹⁷⁸ Sankyo Co., (2019). "Hitome de wakarū! Pachinko pachisuro gyōkai kibo" ("Comprendere il mercato di *pachinko* e *pachislot* al primo sguardo"). *Sankyo dai-zukan* ("La grande enciclopedia illustrata di Sankyo").

¹⁷⁹ Vd. *supra* nota 177, p. 180.

¹⁸⁰ Cfr. p. 124.

¹⁸¹ Vd. *supra* nota 128, art. 186 comma 2 del "*Codice penale*" giapponese.

¹⁸² Vd. *supra* nota 125, p. 235.

Analogamente, i primi due commi del successivo articolo perseguivano con il carcere (fino a due anni in un caso e un anno nell'altro) o con ingenti multe (un milione e mezzo e un milione di yen) coloro che illegalmente vendano biglietti della lotteria o agiscano come mediatori in tale vendita¹⁸³. Tornando alla questione dell'ambiguità posta dall'applicabilità della legge a *pachinko* e *pachislot*, essa nasce da ciò che quotidianamente si osserva una volta che il giocatore ha riscattato i premi. Questo ha infatti la possibilità di recarsi presso uno sportello di un negozio di cambio situato nelle vicinanze, dove gli oggetti vinti possono essere venduti per denaro corrente sulla base di un tasso predeterminato. Si rende necessario sottolineare, però, come i gestori di tali attività siano, in teoria, completamente indipendenti rispetto alla sala da *pachinko* e, ciononostante, è risaputo che essi rivendono poi tali premi alla sala da gioco, dove sono inseriti nuovamente tra quelli disponibili¹⁸⁴. Si immagini il caso in cui una persona, al termine della sessione di gioco, si ritrovi con una vincita di mille di queste minuscole sfere d'acciaio (o gettoni nel caso del *pachislot*) e che ognuna di esse abbia un valore nominale (ovvero attribuito arbitrariamente dal gestore della sala) pari a quattro yen. Il giocatore ha quindi la facoltà di depositare queste valute intermedie presso la cassa per ottenere una ricevuta sulla quale è riportato il valore totale stimato della vincita (nel caso in questione pari a quattromila yen). Questa verrà poi scambiata ulteriormente per uno o più premi materiali che, come è stato anticipato, hanno un valore nominale equivalente a quello riportato sulla stessa ma nullo o quasi nel mondo reale. Ad esempio, si immagini che la ricevuta venga scambiata per un pacchetto di sigarette del valore fittizio di quattromila yen. A questo punto il giocatore ha due scelte: tenere il premio ottenuto oppure convertirlo in denaro corrente in luoghi come quelli descritti in precedenza. Qui il giocatore ha pertanto la possibilità di incassare una somma di denaro che rispecchia quasi interamente (tranne una piccola percentuale trattenuta dal negozio di cambio) il valore nominale della vincita precedente, piuttosto che il valore posseduto dall'oggetto nel mondo reale. Si è già dimostrato come il *pachinko* e il *pachislot*, a causa della natura delle ricompense corrisposte, non ricadano sotto i provvedimenti stabiliti dalla legge giapponese sul gioco d'azzardo nonostante consentano, di fatto, di convertire in denaro gli oggetti vinti. Oltre alla loro esclusione dovuta all'esenzione in quanto "intrattenimento temporaneo"¹⁸⁵ però, essi non si qualificerebbero come gioco d'azzardo anche sulla base dei ruoli rivestiti da ognuna delle parti nelle sopracitate transazioni.

¹⁸³ Vd. *supra* nota 128, art. 187 commi 1 e 2 del "Codice penale" giapponese.

¹⁸⁴ Brooks, G., Ellis, T. e Lewis, C., (2008). "Pachinko: A Japanese Addiction?". *International Gambling Studies*. Vol. 8 n. 2, p. 195.

¹⁸⁵ Cfr. p. 131.

I gestori di tali attività infatti, non offrendo direttamente la possibilità di incassare i premi ottenuti, non sarebbero perseguibili secondo quanto stabilito dall'articolo 186 comma 2 del "Codice penale" dato che ognuno dei soggetti implicati nelle transazioni sopra esposte sono tra loro indipendenti. Si noti, comunque, che alcune azioni sono state intraprese in passato per contrastare questo "gioco d'azzardo per procura", ad esempio quello effettuato nel 2005 dalla *National Police Agency* (NPA, traducibile come "Agenzia nazionale di polizia"). Sembra infatti che quell'anno la NPA considerò illegale tale sistema di scambi consecutivi e stabili che le sale da *pachinko* avrebbero dovuto offrire premi con un corrispettivo valore reale, non più nominale (ad esempio telefoni, televisori e simili)¹⁸⁶. In sostanza, da quel momento sarebbe stato possibile ottenere premi che anche all'esterno della sala da gioco avessero un valore (quello reale) corrispondente a quello nominale dell'intera vincita. Il fine dell'*Agenzia* era con tutta probabilità quello di assicurarsi che questa forma di intrattenimento attirasse individui interessati alle ricompense più che ai profitti monetari ma, così facendo, i premi ottenibili dalla sala da gioco soddisferebbero la definizione di premio data in precedenza¹⁸⁷ e i due meccanismi diverrebbero soggetti alle disposizioni contenute all'articolo 186 del "Codice penale". Sembra tuttavia che, nonostante questo tentativo, la possibilità di convertire indirettamente per denaro corrente gli oggetti vinti sia stata (e continui ad essere) accettata come non soggetta alle leggi giapponesi sul gioco d'azzardo, almeno sulla base di quanto affermato da Schwidessen¹⁸⁸. Si avrà sicuramente notato la stretta somiglianza tra le ambiguità presentate da queste "zone grigie" e le questioni sollevate in merito alle *loot box*, in particolare sulla presenza di mercati secondari. Il paragone che verrà ora esposto a chiusura dell'attuale paragrafo, nonché del presente capitolo, si focalizzerà proprio sulla spiegazione dei punti di contatto che i *gacha* (e le *loot box*) presentano con *pachinko* e *pachislot* al fine di illustrare ulteriormente la loro posizione rispetto alla legge vigente. Questa sarà ripresa al termine del presente studio con lo scopo di trarre le conclusioni della ricerca. Si è già visto come i *random reward mechanism* oggi contenuti nella quasi totalità dei giochi *free-to-play* presentino le caratteristiche di progettazione delle *slot machine* (definite da Harrigan et al.), nonché quelle psicologiche (delineate da Griffiths), tipiche del gioco d'azzardo e si è illustrato come le stesse siano altresì presenti in queste forme di intrattenimento giapponese. A questo primo gruppo di caratteristiche comuni è possibile poi aggiungere il fatto che nei *gacha* è sovente richiesto all'utente un pagamento con valuta reale per poter partecipare al gioco e spesso ciò accade per mezzo di una moneta virtuale, comparabile ai gettoni/sfere del *pachinko* e *pachislot*.

¹⁸⁶ Vd. *supra* nota 184, p. 195.

¹⁸⁷ Cfr. p. 123.

¹⁸⁸ Vd. *supra* nota 34.

Questo punto è particolarmente enigmatico, visto che la meccanica dietro l'utilizzo delle minuscole sfere d'acciaio in una sala di *pachinko* e quella della valuta virtuale presente in molti videogiochi per smartphone è sostanzialmente identica. Si può quindi presumere che anche nei *gacha* il requisito per l'accesso al gioco (competizione) sia soddisfatto nel caso in cui tale valuta venga acquistata per denaro corrente, avvalorando l'ipotesi che esse acquisiscano così un valore attinente al mondo reale. Si sorvolerà sul ruolo rivestito dalla sorte nella definizione del risultato (poiché è ovvio che esso sia soddisfatto in entrambi i generi di attività) per affrontare la questione della natura dei premi.

In merito a questa è stato argomentato che, come avviene nel *pachinko* e nel *pachislot*, il pagamento per una *loot box* o un *gacha* possano essere considerati al pari di una scommessa su qualcosa offerto per "intrattenimento momentaneo" dato che anche questi conferirebbero solo ricompense di poco valore e assolutamente nessun premio in denaro¹⁸⁹. Studi più recenti sembrerebbero tuttavia propensi a generalizzare questo concetto attribuendovi, ove possibile, un valore soggettivo (come affermato dalla *Commissione consumatori*¹⁹⁰ in relazione alla definizione di gioco d'azzardo).

Naturalmente questo non è applicabile ai premi ottenuti in una sala da *pachinko* o da *pachislot*.

Si è potuto osservare, quindi, come siano molti i punti di contatto tra queste attività e il principale meccanismo a ricompensa casuale usato nei videogiochi distribuiti all'interno del Paese. Allo stesso modo entrambi potrebbero, in caso di modifiche al sistema o di un mutato punto di vista, rientrare all'interno della normativa vigente in tema di gioco d'azzardo, malgrado non sia così al momento.

Schwiddessen fornisce infine una considerazione interessante legata all'eventualità in cui il *gacha* possa continuare a essere tollerato in futuro come lo è stato finora (senza che nessuna azione penale si sia mai resa necessaria) e ciò dipende a sua volta da un'altra legge che regola i due giochi esposti.

Viene infatti riportato come, nonostante non siano soggetti alle disposizioni del "*Keihō*", *pachinko* e *pachislot* nondimeno sottostiano alla "*Fūzoku eigyō-tō no kisei oyobi gyōmu no tekisei-ka-tō ni kansuru hōritsu*"¹⁹¹ o "*Act on Control and Improvement of Amusement Business*" (in italiano: "*Legge sul controllo e sul miglioramento delle attività di intrattenimento*") e in particolare il suo articolo 3.

Suddetta legge richiede infatti un permesso speciale per la conduzione di attività di intrattenimento (rilasciato dal *Comitato di pubblica sicurezza* locale) e si pone l'obiettivo di prevenire comportamenti e atti contrari al buon costume e alla decenza, o che compromettano il sano sviluppo dei ragazzi¹⁹².

¹⁸⁹ Vd. *supra* nota 34.

¹⁹⁰ Cfr. p. 123.

¹⁹¹ Giappone. "*Fūzoku eigyō-tō no kisei oyobi gyōmu no tekisei-ka-tō ni kansuru hōritsu*" (*Act on Control and Improvement of Amusement Business*).

¹⁹² Vd. *supra* nota 191, art. 3 della "*Legge sul controllo e sul miglioramento delle attività di intrattenimento*".

Vi sarebbe dunque anche la possibilità, remota a dire il vero, che la presenza dei RRM all'interno del gioco possa costringere gli sviluppatori a richiedere una licenza per poter offrire queste meccaniche. Sul medesimo punto si pronunciò già la *Commissione consumatori* del Gabinetto nel suo *report* del settembre 2016, sostenendo come “le attività che possono incoraggiare il gioco d’azzardo sono soggette alla legge, ma [...] esse devono essere condotte con attrezzature fisiche” e pertanto “[...] i giochi per smartphone [...] si ritiene che non siano soggetti alle normative della stessa [...]”¹⁹³.

In aggiunta a questa considerazione è importante tenere a mente che, al momento, non esiste all'interno del Paese una normativa specifica che regoli il gioco d’azzardo online o quello da remoto. Tuttavia, come riportato da Ishihara¹⁹⁴, la Dieta si pronunciò sulla questione già il 1° novembre 2013 in una delibera condotta sull’argomento con la quale espone l’opinione per cui prendere parte dal Giappone, tramite internet, ad attività di gioco d’azzardo operate dall’estero ricadrebbe sotto la normativa vigente se parte di esse vengono condotte all’interno del territorio nazionale. Si pensi, ad esempio, al caso in cui l’utente che ne prende parte risieda in Giappone e nel momento in cui tale attività viene svolta egli non si trovi fisicamente nel paese dal quale il servizio è offerto.

In conclusione, è quindi possibile supporre che nel caso in cui anche ai *gacha* venga applicata la legge sopracitata, il fatto che il loro meccanismo non sia fisico sia irrilevante ai fini della stessa.

¹⁹³ Vd. *supra* nota 82, p. 12.

¹⁹⁴ Vd. *supra* nota 125, p. 236.

Conclusioni

All'interno di questa sezione, riallacciandosi a quanto esposto nell'introduzione posta in apertura al presente elaborato, verranno sintetizzate le tematiche affrontate nei precedenti capitoli – e i risultati più importanti emersi dalla loro analisi – per poterne ricavare un migliore quadro generale.

Si è osservato come i modelli di *business* impiegati da case editrici e singoli sviluppatori siano andati via via diversificandosi con il parallelo sviluppo della tecnologia e con il variare dell'andamento dei prezzi dei titoli videoludici da questo determinato, che ha comportato uno spostamento dal modello di distribuzione *retail* a quello dei *subscription service*. Un ulteriore punto di svolta fu rappresentato dallo sviluppo esponenziale del *mobile gaming* a seguito della comparsa degli odierni smartphone e tablet. In tale esposizione, si ha perciò avuto modo di comprendere in che modo *loot box* e *gacha* si situino dal punto di vista storico e tipologico e quale sia la caratteristica comune alla base del loro funzionamento nonché della spinta per una regolazione a tutela di minorenni e soggetti vulnerabili. In particolare, è emerso fin da subito come il principio aleatorio con cui vengono stabiliti i premi ottenibili da questi RRM ricordi in maniera evidente quello tipico del classico gioco d'azzardo ed è pertanto sotto quest'ottica che essi sono stati analizzati in questo studio e dai legislatori di vari paesi. Se in ambito accademico le analogie evidenziate tra questi due fenomeni sono molteplici e, a conti fatti, è possibile sostenere che i vari autori siano oggi concordi nell'affermare la loro assimilabilità, in ambito legislativo le interpretazioni e le risposte sul tema sono state, però, molto più eterogenee. Questa assimilabilità, qui considerata come valida ai fini dello studio, è stata corroborata da un numero cospicuo di studi accademici, ai quali si deve il merito di aver dimostrato sperimentalmente quanto queste due classi di attività si somiglino. Nello specifico, in relazione ad alcuni aspetti tecnici (come le caratteristiche strutturali o i principi di progettazione) e psicologici (cioè, dal punto di vista dei *bias* cognitivi coinvolti, quali la "fallacia dello scommettitore" e il concetto dei "costi sommersi"). Vi sarebbe, inoltre, nel ricorso a questi "meccanismi a ricompensa casuale" un elevato rischio di produrre conseguenze comportamentali disadattive e di causare l'insorgenza di erronee convinzioni mentali circa le proprie possibilità di vincita, come quella conosciuta come "illusione del controllo". Questi punti di contatto tra *loot box/gacha* e gioco d'azzardo tradizionale, insieme al comprovato legame esistente tra spesa sostenuta per un RRM e ludopatia, hanno suscitato e reso necessaria una maggiore attenzione da parte della classe politica, nell'ottica delle differenti leggi vigenti in materia. Malgrado, però, siano numerose le definizioni di cosa costituisca un'"attività di gioco d'azzardo" (a seconda del settore disciplinare considerato), l'osservazione delle diverse normative eseguita nel terzo capitolo ha nondimeno rivelato un buon grado di sovrapposibilità dal punto di vista giuridico.

Ciò è illustrato, ad esempio, dalla presenza di alcuni requisiti fondamentali comuni a molte delle legislazioni vagliate e descritti dalla richiesta di un pagamento iniziale, dal ruolo rivestito dalla sorte nella determinazione del vincitore e/o della vincita e dalla natura monetaria dei premi corrisposti. Si tenga a mente, tuttavia, come nell'esegesi dei dibattiti sull'applicabilità di ciascuna di esse ai modelli di monetizzazione in esame siano state altresì osservate differenti interpretazioni delle stesse, a seconda del *focus* sul quale venne posta l'attenzione; fosse esso il valore avuto dalle valute/oggetti di gioco, l'esigenza che un acquisto venisse effettuato o una combinazione di fattori. Un punto molto dibattuto è risultato essere quello sulla presenza di mercati secondari in cui sia possibile rivendere gli oggetti ottenuti da un RRM che, contrariamente a considerazioni arcaiche sull'argomento, attribuirebbe valore "reale" (in altre parole, misurabile in termini monetari) a questi beni virtuali e intangibili. Se si ripensa a quanto descritto nel capitolo di contestualizzazione, a proposito del "*player-to-player trading*", risulta ancor più evidente come ciò sia attendibile benché il modello appena citato non includa l'elemento casuale e, quindi, non sia stato oggetto di scrutinio. Anche se i due fenomeni sono risultati essere estremamente affini sotto una molteplicità di punti di vista (e questo richieda sicuramente attenzione da parte di genitori e legislatori), è stato tuttavia ribadito da molti autori (in particolare dai più volte citati David Zendle, Aaron Drummond e James D. Sauer) come siano necessari ulteriori studi in ambito accademico per meglio definire fino a che punto *loot box* e *gacha* possano determinare, nel lungo periodo, lo sviluppo di patologie mediche equivalenti a quelle solitamente riscontrate in individui con problemi di gioco d'azzardo patologico. Se da un lato, infatti, è stato possibile inquadrare segni di *overspending* (ovvero di spesa eccessiva) già in molti episodi passati (si ripensi ai casi di tribunale osservati negli Stati Uniti o ai motivi che hanno portato al *ban* del *kompugacha*), e che sono tra le più comuni conseguenze negative a breve termine del gioco d'azzardo, rimane comunque da stabilire la reale esistenza di un nesso di causalità. Malgrado diverse ipotesi siano state avanzate sulla probabile correlazione causa-effetto tra i due fenomeni, tale relazione resta da dimostrare empiricamente. In tal senso, le pionieristiche misure altamente restrittive adottate in Paesi Bassi e Belgio potrebbero rivelarsi utili, tra qualche anno, per trovare risposta a questo quesito (nel terzo capitolo si è già sostenuto, d'altronde, come esse creino un precedente per futuri studi sui risultati concreti prodotti nell'arginare gli effetti negativi dei RRM). In merito all'applicabilità delle leggi in vigore in ciascuna delle nazioni esaminate o della necessità di modificare tali leggi, come pure di crearne di nuove in virtù dei pericoli posti da questi meccanismi, si è osservato come siano state numerose le risposte fornite a livello internazionale dai vari soggetti.

Alcuni stati, come Paesi Bassi e Belgio, hanno attuato subito disposizioni assai limitanti nei confronti di determinate tipologie di *loot box* contenute nei videogiochi ma la maggior parte di essi ha assunto una posizione più prudente (e tutt'ora non ben definita) sulla questione, in attesa di ulteriori sviluppi. Questi, a loro volta e come tratteggiato poc'anzi, oltre a rappresentare il primo possibile campo di approfondimento del presente elaborato sono richiesti da molti esponenti politici (come nel caso australiano o in quello inglese) per avere ulteriori certezze prima dell'attuazione di norme aggiuntive. Un fattore degno di menzione all'interno dei dibattiti registrati in questi paesi è tuttavia costituito dall'esortazione, oltre che verso un ammodernamento delle direttive in vigore in materia di gioco d'azzardo, all'implementazione di un gran numero di contromisure a tutela dei propri consumatori. Alcune di queste, poi, come quella connessa all'indicazione della presenza di RRM sulle confezioni di vendita (o sulle pagine di *download*) dei titoli videoludici, più volte suggerite tramite disegni di legge mai approvati (come quelli inoltrati alla Camera e al Senato dello Stato delle Hawaii), videro la propria attuazione a seguito della pressione posta dalla società sulle agenzie di *rating* dei giochi. Altre, come l'esplicita enunciazione delle probabilità di ottenimento dei beni virtuali racchiusi in un "meccanismo a ricompensa casuale", furono il risultato di mosse preventive messe in atto da alcuni attori dell'industria videoludica (nel caso in esame, dalle aziende proprietarie delle piattaforme di distribuzione) per allontanare il tipo di critiche sollevate nel 2017 dal gioco *Star Wars: Battlefront 2*. In Giappone, invece, la precoce introduzione di simili misure (in Occidente auspiccate solo negli ultimi tre anni) non fu il prodotto di un'imposizione "dall'alto" quanto, piuttosto, di un'attenzione rivolta "dal basso" alle mutevoli condizioni del mercato e ogni volta nel tentativo di anticiparne gli sviluppi. Si è visto, a tal proposito, che un aspetto peculiare esibito dal dibattito all'interno dello Stato asiatico è costituito dall'atteggiamento proattivo che le industrie nipponiche hanno sempre dimostrato nei confronti delle critiche mosse dal pubblico. Se si ripensa a quanto avvenuto nel 2012 e nel 2016, inoltre, è facile attribuire questo impegno al fine di scongiurare pesanti interventi governativi e/o dell'agenzia nazionale di classificazione dei giochi (la *Computer Entertainment Rating Organization*). Questi sforzi, infatti, hanno avuto l'effetto di calmare le acque tramite l'auto-imposizione di tecniche atte ad aumentare la trasparenza nei confronti dei consumatori (come la chiara delucidazione delle percentuali di acquisizione dei personaggi ricavabili dai *gacha* a pagamento) e a prevenire l'utilizzo di implementazioni di tale meccanica eccessivamente simili a quella su cui la CAA si era pronunciata. Indubbiamente, è anche possibile sostenere che la dipendenza diretta degli sviluppatori giapponesi dalle politiche interne delle aziende proprietarie delle principali piattaforme di distribuzione di *app* e giochi destinati al segmento *mobile* (cioè Apple e Google), nonché il dibattito sorto in Europa e

Stati Uniti sulla controversia posta dalle *loot box*, siano due elementi emersi molto più di recente in Giappone che potrebbero determinare uno spostamento della posizione sinora mostrata sul tema. Verrebbe pertanto a crearsi il pretesto per una duplice trasformazione del mercato ludico nipponico. In primo luogo, non è da escludere l'introduzione di modifiche dal punto di vista della legge vigente e/o del "Codice penale" giapponese che, sebbene non sentite necessarie fino a questo momento, potrebbero vedere la luce sulla base della generalità descrittiva della definizione accettata di "gioco d'azzardo" all'interno del Paese, simile a quella riscontrata in altre giurisdizioni, nonché ad altre norme in materia di tutela dei consumatori (come quella di controllo sulle attività d'intrattenimento). Secondariamente, e influenzati anche dall'ipotesi avanzata nel punto precedente, è già possibile notare alcuni tentativi da parte delle compagnie giapponesi a ricercare metodi di guadagno (o a sperimentare un *mix* di quelli esistenti) alternativi a quello *gacha*, a lungo fonte principale di entrate. Tuttavia, nonostante gli indizi qui descritti su un verosimile (ma non comprovato) mutamento futuro dell'industria giapponese dei videogiochi, ciò che ha consentito ai suoi sviluppatori di poter fare affidamento per molto tempo su un *random reward mechanism* (il *gacha*) – che, come si è visto, non si discosta molto da quello di recente oggetto di forti critiche nel mercato occidentale – sembra così da attribuirsi al perseguimento di un'autoregolamentazione del settore da parte delle industrie. Un'autoregolamentazione del tipo appena esposto e l'implementazione di disposizioni in difesa dei consumatori (o anche solo l'affrontare il problema sotto quest'ottica) si sono quindi rivelate come strade perseguibili, se non perfino auspicabili, anche per le aziende non-giapponesi. Questa, infatti, sarebbe preferibile rispetto a misure oltremodo restrittive (come quelle indagate nei casi olandese e belga) che finirebbero con il nuocere inevitabilmente a un settore da centinaia di miliardi di dollari. Si tenga a mente, poi, che suggerimenti in tal senso emersero già sporadicamente in passato come quando Tim Miller, nel novembre del 2017, suggerì di percorrere questa via. Va considerato, inoltre, che un possibile sviluppo in tale direzione si è intravisto nella spiegazione del recente caso italiano.

Ancor prima di esporre la conclusione a cui si è giunti, è possibile affermare prima di tutto come siano stati delineati due campi che necessitano di ulteriori approfondimenti, ovvero lo stabilimento scientifico del nesso di causalità tra i due generi di attività (qui solo presupposto) e il rilevamento concreto degli effetti provocati dalle misure finora attuate. In virtù di questi, della natura ancora giovane dei RRM e della mancanza di studi sugli esiti delle misure auto-imposte dagli sviluppatori giapponesi (anche se i casi europei potranno in futuro fornire esempi in tal senso), dunque, non è attualmente possibile stabilire l'adeguatezza delle norme adottate relativamente alla profilassi dei potenziali danni arrecati dai "meccanismi a ricompensa casuale" analizzati nelle pagine precedenti.

Ciononostante, è coerente asserire che le disposizioni attuate dalle case videoludiche giapponesi (o meglio dai gruppi industriali in cui esse si organizzarono, ad esempio il JOGA), sono state nondimeno sufficienti a rispondere alle critiche sollevate all'interno del Paese tanto che – per oltre dieci anni – allontanarono la pretesa di applicare e/o modificare la legislazione corrente sul gioco d'azzardo. Questo risultato, per di più, confermerebbe anche il presupposto per cui misure a protezione dei consumatori auto-imposte da aziende e sviluppatori siano, con buona probabilità, la chiave per la salvaguardia di uno sviluppo armonioso anche dell'industria occidentale (*mobile* come su *console*).

Bibliografia

Arvidsson, C., (2018). "The Gambling Act 2005 and Loot Box Mechanics in Video Games". *Entertainment Law Review*. Vol. 29 n. 4, pp. 112-114. Disponibile presso: https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID3374311_code3134132.pdf?abstractid=3374311&mirid=1

Australia. Governo australiano, (2019). "Australian Government response to the Senate Environment and Communications References Committee report: Gaming micro-transactions for chance-based items", 6 marzo 2019, Canberra, Australia. Disponibile presso: <https://www.aph.gov.au/DocumentStore.ashx?id=c46de35e-9eeb-4e9f-bb34-8363f79c4df5>

Australia. Governo dello Stato del Victoria, (2003). "Gambling Regulation Act 2003", legge n. 114 del 2003, revisionata il 1° luglio 2020. Disponibile presso: https://content.legislation.vic.gov.au/sites/default/files/2020-06/03-114aa085%20authorised_0.pdf

Australia. House of Representatives Standing Committee on Social Policy and Legal Affairs, (2020). "Protecting the age of innocence", febbraio 2020, Canberra, Australia. Disponibile presso: https://parlinfo.aph.gov.au/parlInfo/download/committees/reportrep/024436/toc_pdf/Protectin_gtheageofinnocence.pdf;fileType=application%2Fpdf

Australia. Senate Standing Committees on Environment and Communications, (2018). "Gaming micro-transactions for chance-based items", 28 giugno 2018 – 27 novembre 2018, Canberra, Australia. Canberra: Senate Printing Unit. Disponibile presso: https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Environment_and_Communications/Gamingmicro-transactions/~/_media/Committees/ec_ctte/Gamingmicro-transactions/report.pdf

Belgio. Belgian Gaming Commission, (2018). "Research Report on Loot Boxes", aprile 2018. Brussels: Belgian Gaming Commission. Disponibile presso: https://www.gamingcommission.be/opencms/export/sites/default/jhksweb_nl/documents/onderzoeksrapport-loot-boxen-Engels-publicatie.pdf

Brooks, G., Ellis, T. e Lewis, C., (2008). "Pachinko: A Japanese Addiction?". *International Gambling Studies*. Vol. 8 n. 2, pp. 193-205. Disponibile presso: [doi: 10.1080/14459790802168958](https://doi.org/10.1080/14459790802168958)

Cermak, D., (2020). "Micro-Transactions, Massive Headaches: International Regulation of Video Game Loot Boxes". *Michigan State International Law Review*. Vol. 28 n. 2, pp. 273-322. Disponibile presso: <https://digitalcommons.law.msu.edu/ilr/vol28/iss2/3>

Cerulli-Harms, A. et al., (2020). "Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers". Bruxelles: Commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori del Parlamento europeo. Disponibile presso: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU\(2020\)652727_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU(2020)652727_EN.pdf)

Children's Commissioner, (2019). "Gaming the system". Londra: Children's Commissioner for England. Disponibile presso: <https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2019/10/CCO-Gaming-the-System-2019.pdf>

De Prato, G., Feijóo, C. e Simon, J.-P., (2014). “Innovations in the video game industry: Changing global markets”. *Digiworld Economic Journal*. Vol. 94 n. 2, pp. 17-38. Disponibile presso: <https://ssrn.com/abstract=2533973>

DeCamp, W., (2020). “Loot Boxes and Gambling: Similarities and Dissimilarities in Risk and Protective Factors”. *Journal of Gambling Studies* (2020). Disponibile presso: [doi: 10.1007/s10899-020-09957-y](https://doi.org/10.1007/s10899-020-09957-y)

Deric, L., Benjamin, T. e Carter, R., (2020). “Blurring Lines: Loot Boxes and Gambling in the Video Game Industry”. *York Law Review*. Vol. 1, pp. 7-35. Disponibile presso: [doi: 10.15124/yao-sv9jd8w4](https://doi.org/10.15124/yao-sv9jd8w4)

Dillon, R. e Cohen, O., (2013). “The Evolution of Business Models in the Video Game Industry”. In: P. Mandal, ed. *Proceedings of the International Conference on Managing the Asian Century*. Singapore: Springer. pp. 101-108. Disponibile presso: [doi: 10.1007/978-981-4560-61-0_12](https://doi.org/10.1007/978-981-4560-61-0_12)

Drummond, A. e Sauer, J. D., (2018). “Video game loot boxes are psychologically akin to gambling”. *Nature Human Behaviour*. Vol. 2, pp. 530-532. Disponibile presso: [doi: 10.1038/s41562-018-0360-1](https://doi.org/10.1038/s41562-018-0360-1)

Drummond, A., Sauer, J. D., Hall, L. C. et al., (2020). “Why loot boxes could be regulated as gambling”. *Nature Human Behaviour*. Disponibile presso: [doi: 10.1038/s41562-020-0900-3](https://doi.org/10.1038/s41562-020-0900-3)

Gainsbury, S. M., Hing, N., Delfabbro, P. H. e King, D. L., (2014). “A taxonomy of gambling and casino games via social media and online technologies”. *International Gambling Studies*. Vol. 14 n. 2, pp. 196-213. Disponibile presso: [doi: 10.1080/14459795.2014.890634](https://doi.org/10.1080/14459795.2014.890634)

Giappone. Cabinet Office’s Consumer Commission, (2016). “*Sumahogēmu ni kansuru shōhishamondai ni tsuite no iken ~ chūshi subeki kanten ~*” (“Opinioni su questioni che riguardano i consumatori relative ai giochi per smartphone – Punti di vista a cui prestare attenzione –”). Disponibile presso: https://www.cao.go.jp/consumer/content/20171020_20160920_iken.pdf

Giappone. Computer Entertainment Supplier’s Association (CESA), (2016). “*Nettowākugēmu ni okeru randamu-gata aitemu teikyō hōshiki un’ei gaidorain*” (“Linee guida per la gestione dei metodi di assegnazione degli oggetti casuali nei giochi online”). Disponibile presso: <https://www.cesa.or.jp/uploads/2016/release20160427.pdf>

Giappone. Computer Entertainment Supplier’s Association (CESA), (2017). “*Riaru manē torēdo taisaku gaidorain*” (“Linee guida sulle contromisure nei confronti delle transazioni che coinvolgono denaro reale”). Disponibile presso: <https://www.cesa.or.jp/uploads/guideline/guideline20170511.pdf>

Giappone. Consumer Affairs Agency, (1962). “*Futōkeihin-rui oyobi futōhyōji bōshi-hō daini-jō no kitei ni yori keihin-rui oyobi hyōji o shitei suru kudan*” (“Casi designati come premi e rappresentazioni ai sensi dell’art. 2 della ‘Legge contro i premi ingiustificabili e le rappresentazioni fuorvianti’”), 30 giugno 1962, revisionato il 25 dicembre 1998 e nuovamente il 28 agosto 2009. Disponibile presso: https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/public_notice/pdf/100121premiams_6.pdf

Giappone. Consumer Affairs Agency, (1977). “*Kenshō ni yoru keihin-rui no teikyō ni kansuru jikō no seigen*” (“*Restrizioni in materia di fornitura di premi tramite lotterie*”), 1° marzo 1977, revisionato il 6 giugno 1981 e nuovamente il 16 febbraio 1996. Disponibile presso: https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/public_notice/pdf/100121premiums_8.pdf

Giappone. Consumer Affairs Agency, (2012). “*Onraingēmu no ‘konpugacha’ to keihin hyōji-hō no keihin kisei ni tsuite*” (“*Informazioni sulla regolamentazione dei premi nei ‘kompu gacha’ dei giochi online e sull’Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*”), 18 maggio 2012, revisionato parzialmente il 1° aprile 2016. Disponibile presso: https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/pdf/120518premiums_1.pdf

Giappone. Japan Online Game Association (JOGA) Guidelines Working Group, (2012). “*Onraingēmu ni okeru bijinesu moderu no kikaku sekkei oyobi un’yō gaidorain*” (*Planning, design and operation guidelines for business models in the area of online games*). Tokyo: Japan Online Game Association. Disponibile presso: https://japanonlinegame.org/wp-content/uploads/2017/06/business_method_guideline_2016.pdf

Giappone. Japan Online Game Association (JOGA) Guidelines Working Group, (2012). “*Randamugata aitemu teikyō hōshiki o riyō shita aitemu hanbai ni okeru hyōji oyobi un’ei gaidorain*” (*Disclosure and operational guidelines in item sales that make use of randomly dropped items*). Tokyo: Japan Online Game Association. Disponibile presso: <https://japanonlinegame.org/wp-content/uploads/2017/06/JOGA20160401.pdf>

Griffiths, M. D. e King, R., (2015). “Are Mini-games Within RuneScape Gambling or Gaming?”. *Gaming Law Review and Economics*. Vol. 19 n. 9, pp. 640-643. Disponibile presso: [doi: 10.1089/glr.2015.1995](https://doi.org/10.1089/glr.2015.1995)

Griffiths, M. D., (1995). “*Adolescent Gambling*”. Londra: Routledge.

Griffiths, M. D., (2018). “Is the buying of loot boxes in video games a form of gambling or gaming?”. *Gaming Law Review*. Vol. 22 n. 1, pp. 52-54. Disponibile presso: [doi: 10.1089/glr2.2018.2216](https://doi.org/10.1089/glr2.2018.2216)

Griffiths, M. D., King, D. L. e Delfabbro, P. H., (2012). “Simulated gambling in video gaming: What are the implications for adolescents?”. *Education and Health*. Vol. 30 n. 3, pp. 68-70.

Harrigan, K. A., Collins, K., Dixon M. J. e Fugelsang, J., (2010). “Addictive gameplay: what casual game designers can learn from slot machine research”. *International Academic Conference on the Future of Game Design and Technology, 6-7 maggio 2010, Vancouver, Columbia Britannica, Canada*. Disponibile presso: [doi: 10.1145/1920778.1920796](https://doi.org/10.1145/1920778.1920796)

Hassan, M. W., (2018). “Letter to The Entertainment Software Ratings Board (ESRB)” [lettera a Patricia Vance]. 14 febbraio 2018. Disponibile presso: <https://www.hassan.senate.gov/imo/media/doc/180214.ESRB.Letter.Final.pdf>

Ishihara, H., (2020). “Japan”. In: C. Rohsler, ed. *The Gambling Law Review*. 5^a ed. Londra: Law Business Research Ltd. pp. 234-243.

Italia. Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM), (2020). "PS11594 - ELECTRONIC ARTS-ACQUISTI NEI VIDEOGIOCHI, Provvedimento n. 28368". *Bollettino n. 41 del 19 ottobre 2020*. pp. 31-55. Disponibile presso: <https://www.agcm.it/dotcmsdoc/bollettini/2020/41-20.pdf>

Italia. "Regio decreto 18 giugno 1931, n. 773" (Testo unico delle leggi di pubblica sicurezza). Articolo 110, comma 5. Disponibile presso: <https://www.adm.gov.it/portale/documents/20182/1103856/art110TULPS.pdf/e205cb30-2a0f-41b1-8578-b66d6103a38b>

King, D. L. e Delfabbro, P. H., (2018). "Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder". *Addiction*. Vol. 113 n. 11, pp. 1967-1969. Disponibile presso: [doi: 10.1111/add.14286](https://doi.org/10.1111/add.14286)

King, D. L., Delfabbro, P. H., Derevensky, J. L. e Griffiths, M. D., (2012). "A review of Australian classification practices for commercial video games featuring simulated gambling". *International Gambling Studies*. Vol. 12 n. 2, pp. 231-242. Disponibile presso: [doi: 10.1080/14459795.2012.661444](https://doi.org/10.1080/14459795.2012.661444)

King, D. L., Delfabbro, P. H. e Griffiths, M. D., (2010). "The convergence of gambling and digital media: Implications for gambling in young people". *Journal of Gambling Studies*. Vol. 26, pp. 175-187. Disponibile presso: [doi: 10.1007/s10899-009-9153-9](https://doi.org/10.1007/s10899-009-9153-9)

King, D. L., Gainsbury, S. M., Delfabbro, P. H., Hing, N. e Abarbanel, B., (2015). "Distinguishing between gaming and gambling activities in addiction research". *Journal of Behavioral Addictions*. Vol. 4 n. 4, pp. 215-220. Disponibile presso: [doi: 10.1556/2006.4.2015.045](https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.045)

Kiso, T., (2018). Kokusai kajino kenkyūjo (International Casino Institute). "Ōbei shokoku ni okeru nettogēmu kisei rongi to wagakuni no genjō" ("Dibattito sulla regolamentazione del gioco online nei paesi occidentali e stato attuale nel nostro Paese"). Disponibile presso: <http://www.evernote.com/l/ATYQqaKMm9dIpJg2P0y87p89DOJi5OjVr3I/>

Knoop, A., (2018). "Loot Crates: Where the Difference Between 'Gaming' and 'Gambling' is Simply Two Letters". In: Senate Standing Committees on Environment and Communications, ed. *Gaming micro-transactions for chance-based items, 28 giugno 2018 – 27 novembre 2018, Canberra, Australia*. Canberra: Senate Printing Unit. Disponibile presso: <https://www.aph.gov.au/DocumentStore.ashx?id=a7a4f738-a7ab-45ef-8b62-72ea3537684d&subId=613669>

Koeder, M. J. e Tanaka, E., (2017). "Game of chance elements in free-to-play mobile games. A freemium business model monetization tool in need of self-regulation?". *28th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Competition and Regulation in the Information Age", 30 luglio – 2 agosto 2017, Passau, Germania*. Calgary: International Telecommunications Society (ITS). Disponibile presso: <http://hdl.handle.net/10419/169473>

Koeder, M. J., Tanaka, E. e Mitomo, H., (2018). "'Lootboxes' in digital games - A gamble with consumers in need of regulation? An evaluation based on learnings from Japan". *22nd Biennial Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Beyond the Boundaries: Challenges for Business, Policy and Society", 24-27 giugno 2018, Seoul, Corea del Sud*. Calgary: International Telecommunications Society (ITS). Disponibile presso: <http://hdl.handle.net/10419/190385>

- Kurone, Y., (2020). “Mobairugēmu ni okeru hōteki shomondai to kongo no hōteki kadai” (“Questioni legali nei giochi mobili e future questioni legali”). *Konan Law Forum*. Vol. 16, pp. 1-11. Disponibile presso: [doi: 10.14990/00003578](https://doi.org/10.14990/00003578)
- Level, M., (2020). “Unboxing the Issue: The Future of Video Game Loot Boxes in the U.S.”. *University of Kansas Law Review*. Vol. 68 n. 1, pp. 201-225. Disponibile presso: https://law.ku.edu/sites/law.drupal.ku.edu/files/docs/law_review/v68/Level.pdf
- Liu, K., (2019). “A Global Analysis into Loot Boxes: Is It ‘Virtually’ Gambling?”. *Washington International Law Journal*. Vol. 28 n. 3, pp. 763-799. Disponibile presso: <https://digitalcommons.law.uw.edu/wilj/vol28/iss3/11>
- Macey, J. e Hamari, J., (2018). “Investigating relationships between video gaming, spectating esports, and gambling”. *Computers in Human Behavior*. Vol. 80, pp. 344-353. Disponibile presso: [doi: 10.1016/j.chb.2017.11.027](https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.027)
- Mann, A., (2020). “Pseudo-Gambling and Whaling: How Loot Boxes Pray on Vulnerable Populations and How to Curtail Future Predatory Behavior”. *Washington Journal of Law, Technology & Arts*. Vol. 15 n. 3, pp. 200-246. Disponibile presso: <https://digitalcommons.law.uw.edu/wilja/vol15/iss3/4>
- Matsubara, K., (2013). “Sōsharu to onrain de gēmu ga kawaru” (“I giochi cambiano attraverso i social e l’online”). *Akamon manejimento rebyū (Akamon Management Review)*. Vol. 12 n. 1, pp. 69-80. Disponibile presso: [doi: 10.14955/amr.120103](https://doi.org/10.14955/amr.120103)
- Mistry, K., (2018). “P(l)aying to Win: Loot Boxes, Microtransaction Monetization, and a Proposal for Self-Regulation in the Video Game Industry”. *Rutgers University Law Review*. Vol. 71 n. 1, pp. 537-577. Disponibile presso: http://rutgerslawreview.com/wp-content/uploads/2019/08/08_Mistry.pdf
- Neely, E. L., (2019). “Come for the Game, Stay for the Cash Grab: The Ethics of Loot Boxes, Microtransactions, and Freemium Games”. *Games and Culture*. pp. 1-20. Disponibile presso: [doi: 10.1177/1555412019887658](https://doi.org/10.1177/1555412019887658)
- Netherlands Enterprise Agency, (2018). “*Game Industry Japan*”, RVO-021-1801/FS-INTNL. L’Aia: Netherlands Enterprise Agency. Disponibile presso: <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2018/02/factsheet-game-industry-japan.pdf>
- Nieborg, D., (2016). “From premium to freemium: The political economy of the app”. In: T. Leaver e M. Willson, eds. *Social, Casual and Mobile Games: The Changing Gaming Landscape*. Londra e New York: Bloomsbury Academic. pp. 225-240. Disponibile presso: [doi: 10.5040/9781501310591.ch-016](https://doi.org/10.5040/9781501310591.ch-016)
- Nielsen, R. K. L. e Grabarczyk, P., (2019). “Are Loot Boxes Gambling? Random Reward Mechanisms in Video Games”. *Transactions of the Digital Games Research Association*. Vol. 4 n. 3, pp. 171-207. Disponibile presso: [doi: 10.26503/todigra.v4i3.104](https://doi.org/10.26503/todigra.v4i3.104)

Nobusawa, K., (2016). "Onrain gēmu to hōritsu" ("I giochi online e la legge"). *Aoyama gakuin joshitankidaigaku kiyō* ("Bollettino del Junior College femminile dell'università Aoyama Gakuin"). Vol. 70 n. 1, pp. 69-81. Disponibile presso: <https://www.agulin.aoyama.ac.jp/repo/repository/1000/19590/Y70U069-081.pdf>

Olsson, B. e Sidenblom, L., (2020). "Business Models for Video Games". Tesi di laurea magistrale, Università di Lund. Disponibile presso: <http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/1672034>

Osathanunkul, C., (2015). "A classification of business models in video game industry". *International Journal of Management Cases*. Vol. 17 n. 1, pp. 35-42. Disponibile presso: <https://www.circleinternational.co.uk/wp-content/uploads/2021/01/17.1.pdf>

Paesi Bassi. Netherlands Gaming Authority, (2018). "Press Release loot boxes", 19 aprile 2018. L'Aia: Netherlands Gaming Authority. Disponibile presso: <https://dutchgamesassociation.nl/wp-content/uploads/2018/04/Press-release-Certain-loot-boxes-contravene-gaming-laws.pdf>

Paesi Bassi. Netherlands Gaming Authority, (2018). "Study into loot boxes: A treasure or a burden?". L'Aia: Netherlands Gaming Authority.

Rayna, T. e Striukova, L., (2014). "'Few to Many': Change of Business Model Paradigm in the Video Game Industry". *Digiworld Economic Journal*. Vol. 94 n. 2, pp. 17-38. Disponibile presso: <https://ssrn.com/abstract=2534019>

Regno Unito. Digital, Culture, Media and Sport Committee, (2019). "Immersive and addictive technologies HC 1846", 2017-2019. Londra: Per l'autorità della Camera dei Comuni. Disponibile presso: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcmds/1846/1846.pdf>

Regno Unito. Gambling Commission, (2016). "Virtual currencies, eSports and social gaming – discussion paper", agosto 2017. Birmingham: Gambling Commission. Disponibile presso: <http://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/consultations/Virtual-currencies-eSports-and-social-gaming-discussion-paper-August-2016.pdf>

Regno Unito. Gambling Commission, (2017). "Virtual currencies, eSports and social casino gaming – position paper", marzo 2017. Birmingham: Gambling Commission. Disponibile presso: <http://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/Virtual-currencies-eSports-and-social-casino-gaming.pdf>

Regno Unito. Gambling Commission, (2018). "Declaration of gambling regulators on their concerns related to the blurring of lines between gambling and gaming", 17 settembre 2018. Birmingham: Gambling Commission. Disponibile presso: <https://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/International-gaming-and-gambling-declaration-2018.pdf>

Regno Unito. Gambling Commission, (2018). "Young People & Gambling 2018", novembre 2018. Birmingham: Gambling Commission. Disponibile presso: <https://www.gamblingcommission.gov.uk/pdf/survey-data/young-people-and-gambling-2018-report.pdf>

Regno Unito. Parlamento del Regno Unito, (2020). *“Government Response to the Digital, Culture, Media and Sport Select Committee Report on Immersive and Addictive Technologies”*. Londra: APS Group a nome del direttore dello *Stationery Office* di Sua Maestà. Disponibile presso: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/890734/CCS207_CCS0520664408-001_Gov_Resp_DCMS_Committee_Report_CP_241_Web_Accessible_1_1.pdf

Regno Unito. Select Committee on the Social and Economic Impact of the Gambling Industry, (2020). *“Gambling Harm— Time for Action”*, Report HL 79, 2019-21. Londra: Per l'autorità della Camera dei Lord. Disponibile presso: <https://committees.parliament.uk/publications/1700/documents/16622/default/>

Roberts, J. e Johnson, T., (2016). *“Problem Gambling: How Japan Could Actually Become the Next Las Vegas”*. *UNLV Gaming Law Journal*. Vol. 6 n. 2, pp. 176-198. Disponibile presso: <https://scholars.law.unlv.edu/glj/vol6/iss2/3>

Rockloff, M., Russell, A. M., Greer, N. M., Lole, L. R., Hing, N. e Browne, M., (2020). *“Loot Boxes: Are they grooming youth for gambling?”*. Australia: Central Queensland University. Disponibile presso: [doi: 10.25946/5ef151ac1ce6f](https://doi.org/10.25946/5ef151ac1ce6f)

Sawa, S., (2018). *“Kokunai onraingēmu ichiba dōkō”* (“Tendenze di mercato dei giochi online nazionali”). In: Internet White Paper Editorial Committee, ed. *Intānetto hakusho 2018: dejitaruekonomī shin jidai no makuake* (“Internet White Paper 2018: L'alba di una nuova era dell'economia digitale”). 17^a ed. Giappone: NextPublishing. pp. 31-35.

Schwiddessen, S. e Karius, P., (2018). *“Watch your loot boxes! – Recent developments and legal assessment in selected key jurisdictions from a gambling law perspective”*. *Interactive Entertainment Law Review*. Vol. 1 n. 1, pp. 17-43. Disponibile presso: [doi: 10.4337/ielr.2018.01.02](https://doi.org/10.4337/ielr.2018.01.02)

Schwiddessen, S., (2018). *“Loot Boxes in Japan: Legal Analysis and Kompu Gacha Explained”*. Originariamente destinato a far parte di: *Watch your loot boxes! – Recent developments and legal assessment in selected key jurisdictions from a gambling law perspective*. *Interactive Entertainment Law Review*. Disponibile presso: <https://s3.amazonaws.com/documents.lexology.com/a2abc5ef-26b8-4f16-ace4-884bc988fc29.pdf>

Shibuya, A., Teramoto, M. e Shoun, A., (2015). *“Systematic Analysis of In-game Purchases and Social Features of Mobile Social Games in Japan”*. Proceedings of DiGRA 2015: Diversity of play: Games – Cultures – Identities. Disponibile presso: http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/137_Shibuya_et_al_Systematic-Analysis-of-In-game-Purchases.pdf

Stati Uniti d'America. *“A bill to regulate certain pay-to-win microtransactions and sales of loot boxes in interactive digital entertainment products, and for other purposes”* (anche come *“Protecting Children from Abusive Games Act”*) S.1629, 116° Congresso, 2019-2020. Disponibile presso: <https://www.congress.gov/116/bills/s1629/BILLS-116s1629is.pdf>

Stato del Minnesota, USA. House of Representatives, (2018). "H.F. 4460", 90ª legislatura, 2017-2018. Disponibile presso: https://www.revisor.mn.gov/bills/text.php?number=HF4460&version=0&session=ls90&session_year=2018&session_number=0&format=pdf

Stato della California, USA. California Assembly, (2018). "Video games: microtransactions AB 2194", 2017-2018. Disponibile presso: https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billPdf.xhtml?bill_id=201720180AB2194&version=20170AB219499INT

Stato delle Hawaii, USA. House of Representatives, (2018). "House Bill Relating to Consumer Protection HB 2686", 29ª legislatura, 2018. Disponibile presso: <https://www.capitol.hawaii.gov/session2018/bills/HB2686.pdf>

Stato delle Hawaii, USA. House of Representatives, (2018). "House Bill Relating to Consumer Protection HB 2727 HD1", 29ª legislatura, 2018. Disponibile presso: https://www.capitol.hawaii.gov/session2018/bills/HB2727_HD1.pdf

Stato delle Hawaii, USA. The Senate, (2018). "Senate Bill Relating to Consumer Protection SB 3024 SD2", 29ª legislatura, 2018. Disponibile presso: https://www.capitol.hawaii.gov/session2018/bills/SB3024_SD2.pdf

Stato delle Hawaii, USA. The Senate, (2018). "Senate Bill Relating to Consumer Protection SB 3025 SD1", 29ª legislatura, 2018. Disponibile presso: https://www.capitol.hawaii.gov/session2018/bills/SB3025_SD1.PDF

Stato delle Hawaii, USA. The Senate, (2018). "Senate Bill Relating to Consumer Protection SB 3025 HD1", 29ª legislatura, 2018. Disponibile presso: https://www.capitol.hawaii.gov/session2018/bills/SB3025_HD1.pdf

Stato di Washington, USA. Ranker, K., Carlyle, R. e Keiser, K., (2018). "Senate Bill Concerning loot boxes in online games and apps SB 6266 (S-3638.1)", 65ª legislatura, 2018. Disponibile presso: <http://lawfilesexext.leg.wa.gov/biennium/2017-18/Pdf/Bills/Senate%20Bills/6266.pdf?q=20200822024359>

Sztainert, T., (2018). "Loot Boxes and Gambling". Guelph: Gambling Research Exchange Ontario. Disponibile presso: [https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/Sztainert%20\(2018\)%20Loot%20boxes%20and%20gambling.pdf](https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/Sztainert%20(2018)%20Loot%20boxes%20and%20gambling.pdf)

Vance, P., (2018). "ESRB Response to Senator Hassan" [lettera a Margaret Wood Hassan]. 27 febbraio 2018. Disponibile presso: http://esrbstorage.blob.core.windows.net/esrbcontent/about/news/downloads/ESRB-response-to-Senator-Hassan_Vance-22718.pdf

Vaudour, F. e Heinze, A., (2020). "Software as a service: Lessons from the video game industry". *Global Business and Organizational Excellence*. Vol. 39 n. 2, pp. 31-40. Disponibile presso: [doi: 10.1002/joe.21982](https://doi.org/10.1002/joe.21982)

Wood, T., (2020). "Rigging the Game: The Legality of Random Chance Purchases ('Loot Boxes') Under Current Massachusetts Gambling Law". *Journal of High Technology Law*. Vol. 20 n. 1, pp. 270-303. Disponibile presso: <https://sites.suffolk.edu/jhtl/files/2020/01/Wood-Final-PDF.pdf>

Xiao, L. Y., (2020). "Conceptualising the Loot Box Transaction as a Gamble Between the Purchasing Player and the Video Game Company". *International Journal of Mental Health and Addiction*. Disponibile presso: [doi: 10.1007/s11469-020-00328-7](https://doi.org/10.1007/s11469-020-00328-7)

Xiao, L. Y., (2020). "Which Implementations of Loot Boxes Constitute Gambling? A UK Legal Perspective on the Potential Harms of Random Reward Mechanisms". *International Journal of Mental Health and Addiction* (2020). Disponibile presso: [doi: 10.1007/s11469-020-00372-3](https://doi.org/10.1007/s11469-020-00372-3)

Yamakami, T., (2012). "Revenue-Generation Pattern Analysis of Mobile Social Games in Japan". *ICACT 2012: 14th International Conference on Advanced Communication Technology (ICACT)*. pp. 1232-1236. Disponibile presso: http://icact.org/upload/2012/0291/20120291_finalpaper.pdf

Yamakami, T., (2013). "Historical view of mobile social game evolution in Japan: Retrospective analysis of success factors". *2013 15th International Conference on Advanced Communications Technology (ICACT), 27-30 gennaio 2013, Phoenix Park, PyeongChang, Corea del Sud*.

Zendle, D. e Cairns, P., (2018). "Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey". *PLoS ONE*. Vol. 14 n. 3. Disponibile presso: [doi: 10.1371/journal.pone.0206767](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206767)

Zendle, D. e Cairns, P., (2019). "Loot boxes are again linked to problem gambling: Results of a replication study". *PLoS ONE*. Vol. 14 n. 3. Disponibile presso: [doi: 10.1371/journal.pone.0213194](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0213194)

Zendle, D., Cairns, P., Barnett, H. e McCall, C., (2020). "Paying for loot boxes is linked to problem gambling, regardless of specific features like cash-out and pay-to-win". *Computers in Human Behavior*. Vol. 102, pp. 181-191. Disponibile presso: [doi: 10.1016/j.chb.2019.07.003](https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.003)

Sitografia

Aicon (pseudonimo), (2020). "Gacha kisei ni tsuite kaitemiru" ("Proviamo a discutere a proposito della regolamentazione dei *gacha*"). *note -- tsukuru, tsunagaru, todokeru* ("note -- crea, connessi, consegna"). 15 giugno 2020, 16:01. [Visto il 12 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://note.com/amendouzu/n/n6a8492f16ec2>

Akimoto, A., (2012). "Japan's social-gaming industry hindered by government's anti-gambling move". *The Japan Times*. 16 maggio 2012. [Visto l'8 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.japantimes.co.jp/life/2012/05/16/digital/japans-social-gaming-industry-hindered-by-governments-anti-gambling-move/>

Allen, E. V., (2019). "The Loot Box Bill is Public, And The ESA Says It's 'Flawed And Riddled With Inaccuracies'". *USgamer*. 23 maggio 2019. [Visto il 26 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.usgamer.net/articles/the-loot-box-bill-is-public-and-the-esa-says-its-flawed-and-riddled-with-inaccuracies>

Anonimo, (2016). "Nihon onrain gēmu kyōkai no gaidorain kaichōban ga shi-gatsu yori shikō, mobairu kontentsu fōramu to kyōdō de kaisetsu-kai kaisai he" ("Una versione rivista delle linee guida della *Japan Online Game Association* entrerà in vigore ad aprile e si terrà una discussione con il *Mobile Content Forum*"). *Famitsu*. 24 marzo 2016, 15:10. [Visto il 9 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.famitsu.com/news/201603/24102075.html>

Anonimo, (2018). "Loot Box Update". *Osborne Clarke*. 16 agosto 2018. [Visto il 30 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.osborneclarke.com/insights/loot-box-update/>

Anonimo, (2018). "Populaire games overtreden gokregels" ("Giochi popolari in violazione delle leggi sul gioco d'azzardo"). *Nederlandse Omroep Stichting*. 19 aprile 2018. [Visto il 20 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://nos.nl/artikel/2228041-populaire-games-overtreden-gokregels.html>

Anonimo, (2020). "Onraingēmu he no kisei-tte? Shikin kessai-hō nado kanren hōritsu yottsuo wo kaisetsu!" ("Quali sono le restrizioni sui giochi online? Spieghiamo le 4 leggi che li riguardano, come quella sulla gestione dei capitali!"). *TOPCOURT LAW FIRM*. 14 febbraio 2020. Aggiornato l'11 maggio 2020. [Visto il 13 dicembre 2020]. Disponibile presso: https://topcourt-law.com/new_business/online-game_law

Apple Inc., (2020). "App Store Review Guidelines". *Apple Developer*. [Visto il 22 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines/#in-app-purchase>

Australia. eSafety Commissioner, (2018). "Online gaming" (sezioni "Gambling themes in online games" e "How can I tell if my child is gambling?"). *eSafety Commissioner*. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.esafety.gov.au/parents/big-issues/gaming#limiting-in-game-purchases>

Australia. Governo australiano, (2001). "*Interactive Gambling Act 2001*", legge n. 84 del 2001, revisionata il 13 dicembre 2019. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.legislation.gov.au/Details/C2020C00027>

Australia. Governo del Nuovo Galles del Sud, (1998). “*Unlawful Gambling Act 1998*”, legge n. 113 del 1998, revisionata il 1° luglio 2020. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.legislation.nsw.gov.au/view/whole/html/inforce/current/act-1998-113>

Batchelor, J., (2020). “GamesIndustry.biz presents... The Year in Numbers 2019”. *GamesIndustry.biz*. 17 dicembre 2019. [Visto il 4 gennaio 2021]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-12-17-gamesindustry-biz-presents-the-year-in-numbers-2019>

Batchelor, J., (2020). “GamesIndustry.biz presents... The Year in Numbers 2020”. *GamesIndustry.biz*. 22 dicembre 2020. [Visto il 4 gennaio 2021]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-12-21-gamesindustry-biz-presents-the-year-in-numbers-2020>

Batchelor, J., (2020). “House of Lords calls for loot boxes to be immediately reclassified as gambling”. *GamesIndustry.biz*. 2 luglio 2020. [Visto il 28 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-07-02-house-of-lords-calls-for-loot-boxes-to-be-immediately-reclassified-as-gambling>

Batchelor, J., (2020). “UK government to call for evidence that loot boxes should be classed as gambling”. *GamesIndustry.biz*. 8 giugno 2020. [Visto il 28 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-06-08-uk-government-to-call-for-evidence-that-loot-boxes-should-be-classed-as-gambling>

BeforeJam (pseudonimo), (2020). “No news sites have reported this, so let’s discuss: Australia now requires in-game purchases to be disclosed on the front covers of physical video games starting with games submitted in May this year onwards”. *Reddit*. 17 agosto 2020. [Visto il 2 dicembre 2020]. Disponibile presso: https://www.reddit.com/r/Games/comments/ib699q/no_news_sites_have_reported_this_so_lets_discuss/

Belgio. FPS Justice Gaming Commission, (1999). “*Kansspelwet van 7 mei 1999*” (*Gaming and betting act of 7 May 1999*). [Visto il 24 novembre 2020]. Disponibile presso: https://www.gamingcommission.be/opencms/opencms/jhksweb_en/law/law/

Bivens, M., (2016). “Mobile Gaming: Is it Gotcha time for Gacha?”. *The Bridge – Japan*. 15 aprile 2016. [Visto il 5 gennaio 2021]. Disponibile presso: <https://thebridge.jp/en/2016/04/gotcha-time-for-gacha>

Brestovansky, M., (2018). “‘Loot box’ bills fail to advance”. *Hawaii Tribune-Herald*. 24 marzo 2018, 12:05. [Visto il 28 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.hawaiitribune-herald.com/2018/03/24/hawaii-news/loot-box-bills-fail-to-advance/>

Caesar (pseudonimo), (2017). “I contacted the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation and they told me that they think lootboxes do constitute gambling under Victorian legislation. Full correspondence within”. *Reddit*. 22 novembre 2017. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: https://www.reddit.com/r/Games/comments/7emmyz/i_contacted_the_victorian_commission_for_gambling/

CAPCOM, (2020). “The Social Dimension of CSR Activities”. *CAPCOM IR Investor Relations*. [Visto il 20 ottobre 2020]. Disponibile presso: <http://www.capcom.co.jp/ir/english/csr/csr07.html>

Consumer Affairs Agency, (2012). “Keihin kisei no gaiyō” (“Panoramica del regolamento sui premi”). *Sito internet della Consumer Affairs Agency*. [Visto il 10 dicembre 2020]. Disponibile presso: https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/premium_regulation/

Davies, R., (2020). “UK could class loot boxes as gambling to protect children”. *The Guardian*. 7 giugno 2020, 14:51. [Visto il 27 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.theguardian.com/games/2020/jun/07/uk-could-class-loot-boxes-as-gambling-to-protect-children>

Delli, L., (2018). “Perché 15 paesi europei (Italia esclusa) vogliono regolarizzare il fenomeno delle loot box dei videogiochi”. *SmartWorld*. 18 settembre 2018, 10:29. Aggiornato il 18 settembre 2018, 10:35. [Visto il 30 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.smartworld.it/videogiochi/regole-loot-box-europa-usa-gioco-azzardo.html>

DeNA, (2012). “Ippanshadanhōjin sōsharu gēmu kyōkai (JASGA) no hossoku ni tsuite” (“Informazioni sulla costituzione della *Japan Social Game Association* [JASGA]”). *DeNA puresu rirīsu* (“*DeNA Press Release*”). 8 novembre 2012. [Visto il 10 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://dena.com/jp/press/000372>

Electronic Arts, (2018). “FIFA Points in Belgium: An update on FIFA Points in Belgium”. *Sito internet di EA*. 29 gennaio 2019. [Visto il 24 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.ea.com/en-ca/news/fifa-points-belgium>

Entertainment Software Rating Board (ESRB), (2018). “ESRB To Begin Assigning ‘In-Game Purchases’ Label To Physical Video Games”. *ESRB Blog*. 27 febbraio 2018. [Visto il 2 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.esrb.org/blog/esrb-to-begin-assigning-in-game-purchases-label-to-physical-video-games/>

Entertainment Software Rating Board (ESRB), (2020). “Introducing a New Interactive Element: In-Game Purchases (Includes Random Items)”. *ESRB Blog*. 13 aprile 2020. [Visto il 2 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.esrb.org/blog/in-game-purchases-includes-random-items/>

Gault, M., (2018). “‘Star Wars Battlefront II’ dice addio alle Loot Boxes”. *Vice*. 16 marzo 2018. [Visto il 23 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.vice.com/it/article/3kj85n/star-wars-battlefront-ii-dice-addio-alle-loot-boxes>

Geens, K. F. J., (2018). “Loot boxen in drie videogames in strijd met kansspelwetgeving” (“Loot box in tre videogiochi in violazione della legislazione sul gioco d’azzardo”). *Vice-eersteminister, minister van Justitie en minister van Europese Zaken Koen Geens* (*Deputy Prime Minister, Minister of Justice and Minister of European Affairs Koen Geens*). 25 aprile 2018, 9:31. [Visto il 25 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.koengeens.be/news/2018/04/25/loot-boxen-in-drie-videogames-in-strijd-met-kansspelwetgeving>

Gerken, T., (2018). “Video game loot boxes declared illegal under Belgium gambling laws”. *BBC News*. 26 aprile 2018. [Visto il 24 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.bbc.com/news/technology-43906306>

Giappone. Computer Entertainment Supplier's Association (CESA), (2016). "Nettowākugēmu ni okeru randamu-gata aitemu teikyō hōshiki un'ei gaidorain" ("Linee guida per la gestione dei metodi di assegnazione degli oggetti casuali nei giochi online") [Annuncio]. [Visto il 10 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.cesa.or.jp/guideline/social.html>

Giappone. Consumer's Affair Agency. "Intānetto-jō no torihiki to 'kādo-awase' ni kansuru Q&A" ("Domande e risposte sulle transazioni su Internet e sulla 'corrispondenza delle carte'"). *Sito internet della Shōhisha-chō (Consumer's Affair Agency)*. [Visto il 10 dicembre 2020]. Disponibile presso: https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/faq/card/

Giappone. "Futōkeihin-rui oyobi futōhyōji bōshi-hō" (Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations), legge n. 134 del 15 maggio 1962. Articoli 2 e 4. [Visto il 6 dicembre 2020]. Disponibile presso: <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=2888&vm=04&re=02&new=1>

Giappone. "Fūzoku eigyō-tō no kisei oyobi gyōmu no tekisei-ka-tō ni kansuru hōritsu" (Act on Control and Improvement of Amusement Business), legge n. 122 del 1948. [Visto il 20 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=323AC0000000122>

Giappone. "Keihō" (Codice Penale), legge n. 45 del 24 aprile 1907. Capitolo 23, articoli 185, 186 e 187. [Visto il 15 dicembre 2020]. Disponibile presso: <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=3432&vm=04&re=01&new=1>

Giappone. "Shikin kessai ni kansuru hōritsu" (Payment Services Act), legge n. 59 del 24 giugno 2009. [Visto il 14 dicembre 2020]. Disponibile presso: <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=3078&vm=04&re=01&new=1>

Good, O. S., (2017). "Star Wars Battlefront 2 heroes come at a substantial cost". *Polygon.com*. 11 novembre 2017, 20:36. [Visto il 24 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.polygon.com/2017/11/11/16637840/star-wars-battlefront-2-loot-crates-cost-heroes>

Haydn, T., (2018). "Belgian Gaming Commission recommends criminal prosecution over illegal loot boxes". *GamesIndustry.biz*. 10 maggio 2018. [Visto il 25 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-05-10-belgian-gambling-commission-lays-out-recommendations-over-illegal-loot-boxes>

Haydn, T., (2018). "Loot boxes in leading games violate Dutch gambling legislation". *GamesIndustry.biz*. 19 aprile 2018. [Visto il 23 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-04-19-loot-boxes-in-leading-games-violate-dutch-gambling-legislation>

Haydn, T., (2018). "Netherlands pushes for EU-wide loot box legislation". *GamesIndustry.biz*. 20 aprile 2018. [Visto il 24 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-04-20-dutch-gaming-authority-wants-eu-wide-loot-box-legislation>

Ikeda, Y., (2019). “Gacha wa apuri kara nakunaru no ka? Kawaru kakin moderu wa?” (“I *gacha* scompariranno dalle applicazioni? Qual è il modello di fatturazione alternativo?”). *PlayLife*. 1° giugno 2019. [Visto il 12 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://ukyoblo.wordpress.com/2019/06/02/ガチャはアプリからなくなるのか？代わる課金モ/>

Inoue, S., (2012). “Ikisugita sōsharugēmu gurī de fusei kōi no uchimaku” (“La storia segreta delle eccessive pratiche illecite attuate da GREE nei suoi *social game*”). *Nihon Keizai Shinbun*. 25 febbraio 2012. [Visto il 6 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.nikkei.com/article/DGXBZO39032660T20C12A2000000>

Iriyama, A., (2020). “[Giron] ‘gacha’ no chūdoku-sei, gyōkai wa dō taisho shiteiru?” (“[Discussione] L’industria come sta affrontando la dipendenza da ‘gacha’?”). *Nikkei bijinesu (Nikkei Business)*. 22 gennaio 2020. Aggiornato il 23 gennaio 2020, 16:30. [Visto il 12 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://business.nikkei.com/atcl/forum/19/00012/011400027/?P=1>

Iron Realms Entertainment LLC., (2020). “About Iron Realms Entertainment”. *Sito internet di Iron Realms Entertainment*. [Visto il 5 gennaio 2021]. Disponibile presso: <https://www.ironrealms.com/about-us/>

Italia. “Decreto legislativo 14 aprile 1948, n. 496”. Articolo 1. [Visto il 29 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1948/05/22/048U0496/sg>

Italia. “Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206” (*Codice del consumo*). Articoli 20, 21, 22, 26, 49, 52, 54, 59. [Visto il 29 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2005-09-06;206!vig=>

Italia. “Decreto-legge 6 luglio 2011, n. 98”. Articolo 24, comma 20. [Visto il 29 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gazzettaufficiale.it/gunewsletter/dettaglio.jsp?service=1&datagu=2011-07-06&task=dettaglio&numgu=155&redaz=011G0146&tmstp=1310024972485>

Italia. “Regio decreto 19 ottobre 1930, n. 1398” (*Codice penale*). Articolo 721. [Visto il 29 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gazzettaufficiale.it/dettaglio/codici/codicePenale>

Johnson, E., (2016). “In-Game Item Trading Update”. *Sito internet di Steam*. 13 luglio 2016. [Visto il 10 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://store.steampowered.com/news/22883/>

Kiso, T., (2018). “Ōbei shokoku ni okeru nettogēmu kisei rongi to wagakuni no genjō” (“Dibattito sulla regolamentazione del gioco online nei paesi occidentali e stato attuale nel nostro Paese”). *Sito internet di Takashi Kiso*. 28 settembre 2018. [Visto l’11 dicembre 2020]. Disponibile presso: <http://www.takashikiso.com/archives/9914408.html>

Kuzuhara, T., (2020). “COVID-19’s Impact on Japan’s Playing Habits and in-Game Brand Activations”. *Newzoo*. 3 agosto 2020. [Visto il 10 gennaio 2021]. Disponibile presso: <https://newzoo.com/insights/articles/covid-19s-impact-on-japans-playing-habits-and-in-brand-game-activations/>

Lawrence, A. J., (2020). "Australia: Parliamentary Committee Push for Loot Box Regulation". *Baker McKenzie*. 24 marzo 2020. [Visto il 30 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.bakermckenzie.com/en/insight/publications/2020/03/parliamentary-committee-push-loot-box-regulation>

Lee, C., (2017). "Game on. Together we can stop predatory gaming practices". *Youtube*. [Visto il 25 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.youtube.com/watch?v=XTURChcYM9A>

Lee, C., (2017). "Highlights of the predatory gaming announcement". *Youtube*. [Visto il 25 novembre 2020]. Disponibile presso: https://www.youtube.com/watch?v=akwfRuL4os&feature=emb_title

Lum, P., (2018). "Video game loot boxes addictive and a form of 'simulated gambling', Senate inquiry told". *The Guardian*. 16 agosto 2018, 20:00. [Visto il 30 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.theguardian.com/games/2018/aug/17/video-game-loot-boxes-addictive-and-a-form-of-simulated-gambling-senate-inquiry-told>

Maher, C., (2020). "Australian government rules that games with microtransactions must address them in box art". *VG27/7*. 17 agosto 2020, 20:19. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.vg247.com/2020/08/17/australian-government-rules-games-microtransactions-must-address-packaging/>

Morrison, R. e Hoffman, A., (2017). "Are Loot Boxes Gambling (Ft. Marc Whipple)". *Robot Congress*. 24 ottobre 2017. [Visto il 26 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://headgum.com/robot-congress/robot-congress-52-are-loot-boxes-gambling-ft-marc-whipple>

Nakajima, H., (2016). "Chūgokusan-gēmu no rōkaraizu ni karamu yūryō gonin hyōji-tō no mondaiten" ("Problemi come i 'malintesi sulle qualità' collegati alla localizzazione dei giochi cinesi"). *Business Lawyers*. 3 aprile 2020, 9:35. [Visto il 14 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.businesslawyers.jp/practices/1221>

Nakamura, Y., (2016). "Smartphone gamers blow small fortune on their obsession". *The Japan Times*. 14 marzo 2016. [Visto il 10 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.japantimes.co.jp/news/2016/03/14/business/smartphone-gamers-blow-small-fortune-on-their-obsession/>

NHS England, (2020). "Country's top mental health nurse warns video games pushing young people into 'under the radar' gambling". *NHS England » News*. 18 gennaio 2020. [Visto il 27 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.england.nhs.uk/2020/01/countrys-top-mental-health-nurse-warns-video-games-pushing-young-people-into-under-the-radar-gambling/>

Olivi, G. e Boschi, I., (2020). "Unpacking Loot Boxes: Gaming Or Gambling?". *Dentons*. 30 gennaio 2020. [Visto il 30 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.dentons.com/en/insights/articles/2020/january/30/unpacking-loot-boxes-gaming-or-gambling>

Paesi Bassi. Tribunale dell'Aia, (2020). "Uitspraken ECLI:NL:RBDHA:2020:10428" ("Sentenza ECLI:NL:RBDHA:2020:10428"). 15 ottobre 2020. L'Aia: Rechtbank Den Haag. [Visto il 23 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:RBDHA:2020:10428>

Paesi Bassi. “Wet op de kansspelen” (*Betting and Gaming Act*), legge del 10 dicembre 1964. Articolo 1. [Visto il 21 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://wetten.overheid.nl/BWBR0002469/2018-07-28>

Pan European Game Information, (2020). “PEGI Introduces Notice To Inform About Presence of Paid Random Items”. *PEGI News*. 13 aprile 2020. [Visto il 2 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://pegi.info/news/pegi-introduces-feature-notice>

Picard, M., (2013). “The Foundation of *Geemu*: A Brief History of Early Japanese video games”. *Game Studies: the international journal of computer game research*. Vol. 13 n. 2. [Visto il 2 gennaio 2021]. Disponibile presso: <http://www.gamestudies.org/1302/articles/picard>

Redazione eSportsMag, (2020). “Lootbox: gioco d’azzardo o modello di business?”. *Youtube*. [Visto il 20 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.youtube.com/watch?v=X1HEHh-16YA>

Regno Unito. “*Gambling Act, 2005*”. Sezioni 1 e 6. Londra: The Stationery Office. [Visto il 27 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2005/19/contents>

Regno Unito. Gambling Commission, (2017). “*Loot boxes within video games*”. 24 novembre 2017. [Visto il 26 novembre 2020]. Disponibile presso: <http://www.gamblingcommission.gov.uk/news-action-and-statistics/News/loot-boxes-within-video-games>

Regno Unito. Petitions – UK Government and Parliament, (2017). “*Adapt gambling laws to include gambling in video games which targets children*”. [Visto il 27 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://petition.parliament.uk/archived/petitions/201300>

Regno Unito. Turley, A., (2018). “*Gambling: Video Games. Question for Department for Digital, Culture, Media and Sport*”. [Visto il 27 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://questions-statements.parliament.uk/written-questions/detail/2018-03-13/132285>

Regno Unito. Zeichner, D., (2017). “*Gambling: Video Games. Question for Department for Digital, Culture, Media and Sport*”. [Visto il 27 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://questions-statements.parliament.uk/written-questions/detail/2017-10-06/106043#>

Robertson, A., (2019). “Google’s Play Store starts requiring games with loot boxes to disclose their odds”. *The Verge*. 29 maggio 2019, 22:49. [Visto il 22 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.theverge.com/2019/5/29/18644648/google-play-store-loot-box-disclosure-family-friendly-policy-changes>

Sankyo Co., (2019). “Hitome de wakarū! Pachinko pachisuro gyōkai kibo” (“Capire il mercato del pachinko/pachislot al primo sguardo”). *Sankyo dai-zukan* (“La grande enciclopedia illustrata di Sankyo”). [Visto il 21 dicembre 2020]. Disponibile presso: https://www.sankyo-fever.co.jp/corporate/specialbook/anatomy/market_scale/

Schreier, J., (2017). “ESRB Says It Doesn’t See ‘Loot Boxes’ As Gambling”. *Kotaku*. 10 novembre 2017, 12:46. Aggiornato il 10 novembre 2017, 15:58. [Visto il 2 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://kotaku.com/esrb-says-it-doesnt-see-loot-boxes-as-gambling-1819363091>

Schwiddessen, S., (2018). “New Loot Box Bill Introduced in the USA... Again”. *Connect on Tech*. 26 aprile 2018. [Visto il 29 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.connectontech.com/2018/04/26/new-loot-box-bill-introduced-in-the-usa-again/>

Serkan, T., (2012). “GREE Introduces Restrictions as Answer To Mounting Criticism [Social Games]”. *Kantan Games Inc. CEO Blog*. 24 marzo 2012. [Visto il 6 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.serkantoto.com/2012/03/18/gree-social-games-regulation/>

Serkan, T., (2012). “Japan’s Social Gaming Industry Announces New Set of Self-Regulatory Measures [Social Games]”. *Kantan Games Inc. CEO Blog*. 27 giugno 2012. [Visto il 7 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.serkantoto.com/2012/06/27/social-gaming-japan-self-regulation/>

Serkan, T., (2012). “Self-Regulation: That Council of Six Japanese Social Gaming Companies Takes Action [Social Games]”. *Kantan Games Inc. CEO Blog*. 24 aprile 2012. [Visto il 6 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.serkantoto.com/2012/04/24/regulation-social-games-japan/>

Serkan, T., (2012). “Six Japanese Social Gaming Companies Form Council to Self-Regulate Monetization [Social Games]”. *Kantan Games Inc. CEO Blog*. 24 marzo 2012. [Visto il 6 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.serkantoto.com/2012/03/24/japan-social-game-makers-self-regulation-council/>

Serkan, T., (2016). “How Japanese Mobile Game Makers Go After Whales: 5 Popular Gacha Mechanics”. *Kantan Games Inc. CEO Blog*. 14 marzo 2016. [Visto il 10 gennaio 2021]. Disponibile presso: <http://www.serkantoto.com/2016/03/14/gacha-monetization-japan/>

Shigemasa, K., (2016). “‘Gacha’ kakin, jōgen go man-en ni gyōkaidantai ga jishukisei he” (“Transazioni nei ‘gacha’, i gruppi industriali fissano autonomamente il tetto massimo a 50.000 yen”). *Asahi Shinbun (The Asahi Shimbun)*. 24 marzo 2016, 23:09. [Visto l’11 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.asahi.com/articles/ASJ3S6H9DJ3SUTIL049.html>

Sinclair, B., (2017). “Loot boxes aren’t gambling – ESRB”. *GamesIndustry.biz*. 11 ottobre 2017. [Visto il 30 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2017-10-11-loot-boxes-arent-gambling-esrb>

Sinclair, B., (2018). “ESRB responds to loot box controversy with in-game purchase label”. *GamesIndustry.biz*. 27 febbraio 2018. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-02-27-esrb-responds-to-loot-box-controversy-with-in-game-purchase-label>

Ukiyō (pseudonimo), (2019). “Gacha no rekishi to shūen made no X dē [gēmu un’ei]” (“Storia dei gacha, X giorni alla loro fine [gestione dei giochi]”). *note – tsukuru, tsunagaru, todokeru* (“note – crea, connetti, consegna”). 16 luglio 2020, 16:19. [Visto il 12 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://note.com/ukyousan/n/n50558f03aa0e>

Valentine, R., (2019). “Capcom: ‘We minimize gacha elements in the mobile games we develop’”. *GamesIndustry.biz*. 15 ottobre 2019. [Visto il 19 dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-10-15-capcom-we-minimize-gacha-elements-in-the-mobile-games-we-develop>

Valve Corporation, (2018). "Release notes for 7/11/2018". *Counter-Strike: Global Offensive's Blog*. 11 luglio 2018. [Visto il 10 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://blog.counter-strike.net/index.php/2018/07/20618/>

Valve Corporation, (2020). "Contratto di sottoscrizione a Steam". *Sito internet di Steam*. [Visto il 12 novembre 2020]. Disponibile presso: https://store.steampowered.com/subscriber_agreement/

Vaneras (pseudonimo), (2018). "Paid Loot Boxes and Loot Chests Disabled for Players in Belgium". *Blizzard Forums*. 27 agosto 2018. [Visto il 26 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://eu.forums.blizzard.com/en/overwatch/t/paid-loot-boxes-and-loot-chests-disabled-for-players-in-belgium/8139>

Walker, A., (2017). "Victoria's Gambling Regulator: Loot Boxes 'Constitute Gambling'". *Kotaku Australia*. 22 novembre 2017, 16:00. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.kotaku.com.au/2017/11/victorias-gambling-regulator-loot-boxes-constitute-gambling/>

Walker, A., (2018). "The Major Responses So Far Into The Senate Loot Box Inquiry". *Kotaku Australia*. 31 luglio 2018, 14:00. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.kotaku.com.au/2018/07/the-major-responses-so-far-into-the-senate-loot-box-inquiry/>

Williams, L., (2020). "Physical Games Now Require 'In-Game Purchase' Disclosures In Australia [Updated]". *Kotaku Australia*. 18 agosto 2020, 16:30. [Visto il 1° dicembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.kotaku.com.au/2020/08/physical-games-now-require-in-game-purchase-disclosures-in-australia/>

"You and Yours, Black Friday prices, Catios, Loot boxes". *BBC Radio 4*. 17 novembre 2017. [Visto il 28 novembre 2020]. Disponibile presso: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b09drjpy>