

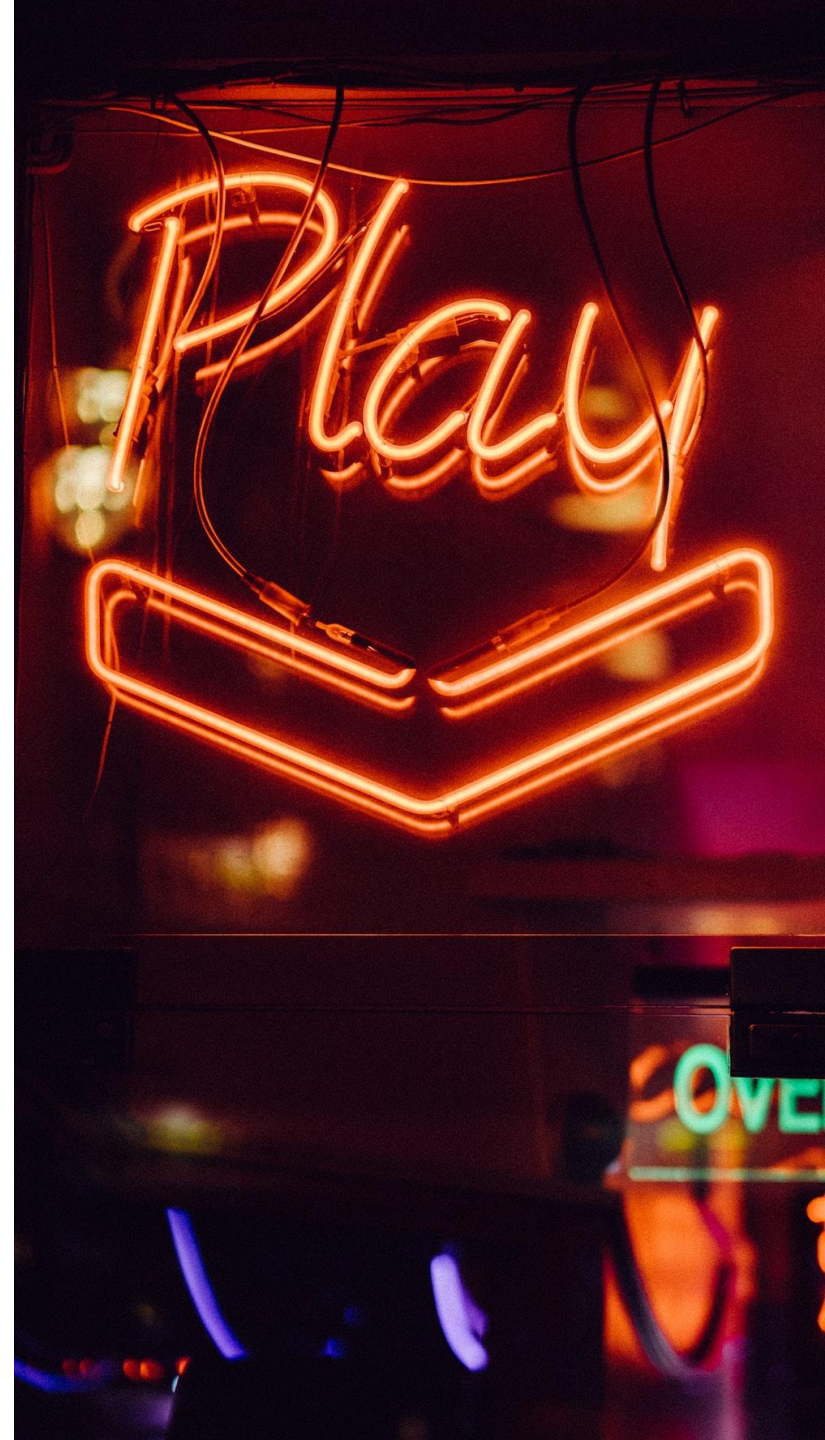


UNIVERSITÀ
DI TORINO

30 novembre 2023

***GAMING*, DISCIPLINA INTERNAZIONALE DELLA TORNEISTICA E-SPORTIVA E SPONSORIZZAZIONI**

Avv. Domenico Filosa



INDICE



Introduzione



Tornei internazionali



Sponsorizzazione e-sportiva



I diversi tipi di accordo



1. LE DIVERSE DISCIPLINE ELETTRONICHE

1. E-SPORTS E VIRTUAL SPORTS



“eSports” ≠ gaming ≠ technosports

2. E-SPORTS E VIRTUAL SPORTS



How consumers engage
with video games today
Newzoo's Global Gamer Study 2023



Video games appeal to every generation

Gen Alpha and Gen Z players are more likely to engage with gaming in many ways beyond playing

Gaming engagement by generation

Base: Total online population

	Gen Alpha	Gen Z	Millennials	Gen X	Baby Boomers
% of game enthusiasts ¹	94% +1% (vs. '22)	90% +0% (vs. '22)	82% +0% (vs. '22)	67% -2% (vs. '22)	47% +1% (vs. '22)
Total playing	93%	88%	80%	63%	44%
Total viewing	72%	72%	57%	33%	13%
Total other eng. ²	50%	47%	37%	18%	5%



While every generation engages with games, younger game enthusiasts are more likely to interact across all dimensions. Of course, a sizable share of Gen X and Baby Boomers engages with gaming, albeit typically across fewer dimensions.

Unsurprisingly, playing remains the most common means of engagement across generations. Meanwhile, viewing and other gaming engagement tend to drop with age. This may be partly due to these older game enthusiasts not growing up as digital natives and being accustomed to video games as a medium solely for playing.

3. E-SPORTS E VIRTUAL SPORTS



How consumers engage
with video games today
Newzoo's Global Gamer Study 2023

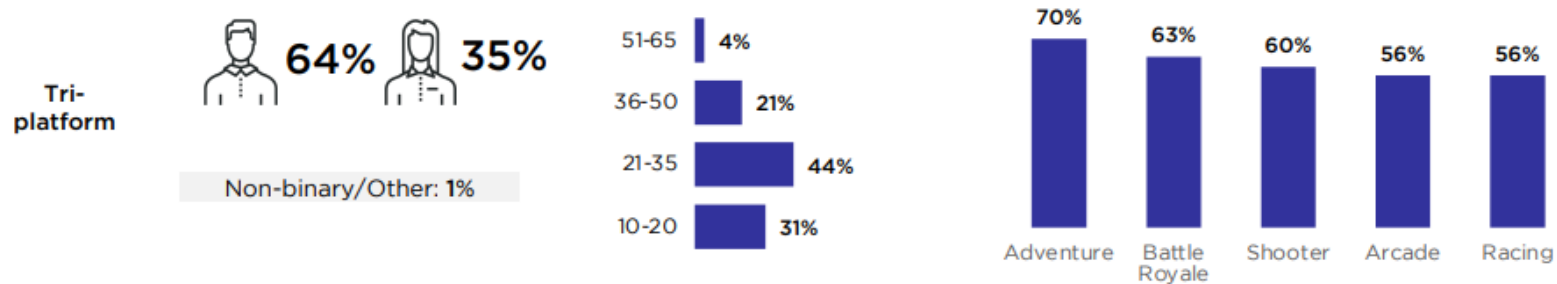
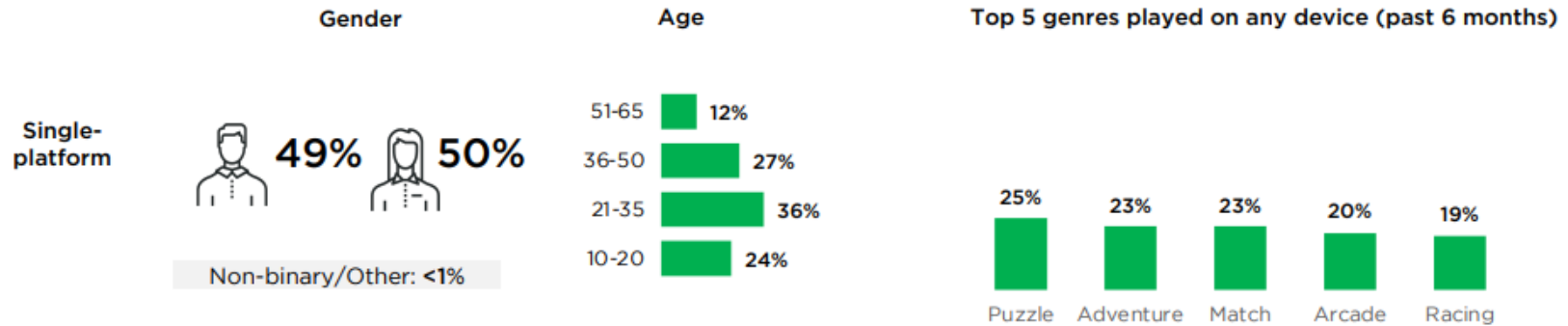


Comparing single-platform and tri-platform players

Tri-platform players are more likely to view gaming video content and play more intensive genres

Profile of single vs. tri-platform players

Base: Single-platform players and tri-platform players



4. E-SPORTS E VIRTUAL SPORTS

Consiglio Nazionale CONI del 7 luglio 2021
Sim racing – ACI Automobile Club d'Italia.



Elenco delle discipline sportive ammissibili per l'iscrizione al Registro delle Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche

sport	disciplina
Aikido	Aikido
Alpinismo	Alpinismo
Alpinismo	Skyrunning
Armi Sportive da caccia	Tiro con fucili con canna ad anima liscia e caricamento a palla
Armi Sportive da caccia	Tiro con l'arco da caccia
Armi Sportive da caccia	Tiro di campagna con carabina a canna rigata da caccia munita o meno di ottica
Armi Sportive da caccia	Tiro piattello con fucili con canna ad anima liscia in percorso di caccia
Arrampicata Sportiva	Su roccia (Boulder; Lead)
Arrampicata Sportiva	Su strutture artificiali (Boulder; Speed; Lead)
Arti Marziali	Capoeira
Arti Marziali	S'istrumpa
Atletica Leggera	Atletica Leggera
Atletica Leggera	Corsa campestre
Atletica Leggera	Corsa in montagna
Atletica Leggera	Corsa su strada
Atletica Leggera	Indoor
Atletica Leggera	Nordic e Fitwalking

E-cycling



Sim racing

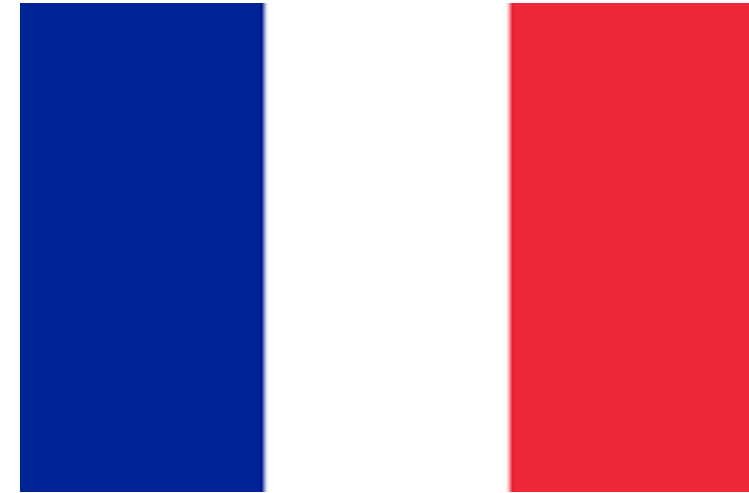


Avv. Domenico Filosa

Atletica Leggera	Nordic e Fitwalking
Atletica Leggera	Trail
Atletica Leggera	Ultramaratona
Attività Subacquee	ATTIVITA' SUBACQUEE E NUOTO PINNATO Basket con le pinne (Finswimming Basket), Fitness in acqua con piccoli e grandi attrezzi anche con l'ausilio delle pinne e in immersione con autorespiratori (ARA), Fotografia subacquea, Hockey subacqueo, Immersione in apnea, Nuoto pinnato, Orientamento subacqueo, Pallanuoto con le pinne (Finswimming Ball), Pesca in apnea, Rugby subacqueo, Safari fotosub, Sport Diving, Tiro al bersaglio subacqueo, Video subacqueo
Attività Subacquee	DIDATTICA SUBACQUEA Immersione con autorespiratori in acque confinate ed acque libere, Immersione in apnea con e senza attrezzatura in acque confinate ed acque libere, Attività di salvamento e soccorso subacqueo
Automobilismo	Rally
Automobilismo	Auto storiche
Automobilismo	Abilità (velocità su terra, ghiaccio, slalom, challenge, accelerazione, drifting)
Automobilismo	Velocità (in salita, circuito)
Automobilismo	Energie alternative
Automobilismo	Fuoristrada
Automobilismo	Karting
Automobilismo	Automobilismo Dinamico Radiocomandato
Automobilismo	Sim Racing
Badminton	Badminton
Bandy	Bandy
Baseball - Softball	Baseball - Softball
Biathlon	Biathlon
Biliardo Sportivo	Boccette
Biliardo Sportivo	Carambola
Biliardo Sportivo	Pool/Snooker
Biliardo Sportivo	Stecca
Bob Pista	Bob Pista
Beach bocce	Beach bocce
Bocce sull'erba (lawn bowl)	Bocce sull'erba (lawn bowl)
Pétanque	Pétanque
Raffa	Raffa
Volo (bocce)	Volo (bocce)
Body building	Body building
Bowling	Bowling
Bridge	Bridge
Calcio (a 11)	Calcio (a 11)

5. E-SPORTS E VIRTUAL SPORTS (NEL MONDO)

KeSpa (Korea eSports Association) fondata nel **2000**, con l'obiettivo di rendere gli eSports un sport nazionale e consolidarne la posizione commerciale in tutti i settori.



E-sports non sono riconosciuti, ma esiste uno Statuto dei lavoratori che regola la posizione dei gamer.

Il **Decreto 872** stabilisce, ad esempio, che per poter ingaggiare un giocatore, le organizzazioni e le associazioni dilettantistiche devono esser **autorizzate** dal **Ministro per gli affari digitali**.

Un'**autorità governativa** si assume il compito di **vigilare** su molteplici aspetti, come l'**idoneità fisica e mentale**, le **ore trascorse davanti a uno schermo** e così via, senza trascurare le relative misure di prevenzione da qualunque eccesso.

6. E-SPORTS E VIRTUAL SPORTS (IN ITALIA)



E-Sports Italia
Comitato Promotore



Art. 24 Statuto CONI

CONI e Comitato Promotore

protocollo d'intesa e convenzione (di durata biennale) finalizzati alla:
«cooperazione per supportare le Federazione e le discipline sportive
associate a sviluppare al loro interno un settore dedicato agli sport
elettronici e simulati».



7. E-SPORTS E VIRTUAL SPORTS (IN ITALIA)



CARATTERISTICHE DI UNA FEDERAZIONE DI SERVIZI:

La **Federazione Italiana Cronometristi**, riconosciuta dal CONI quale federazione di servizio per il cronometraggio, svolge **attività tecnica** per lo Sport:

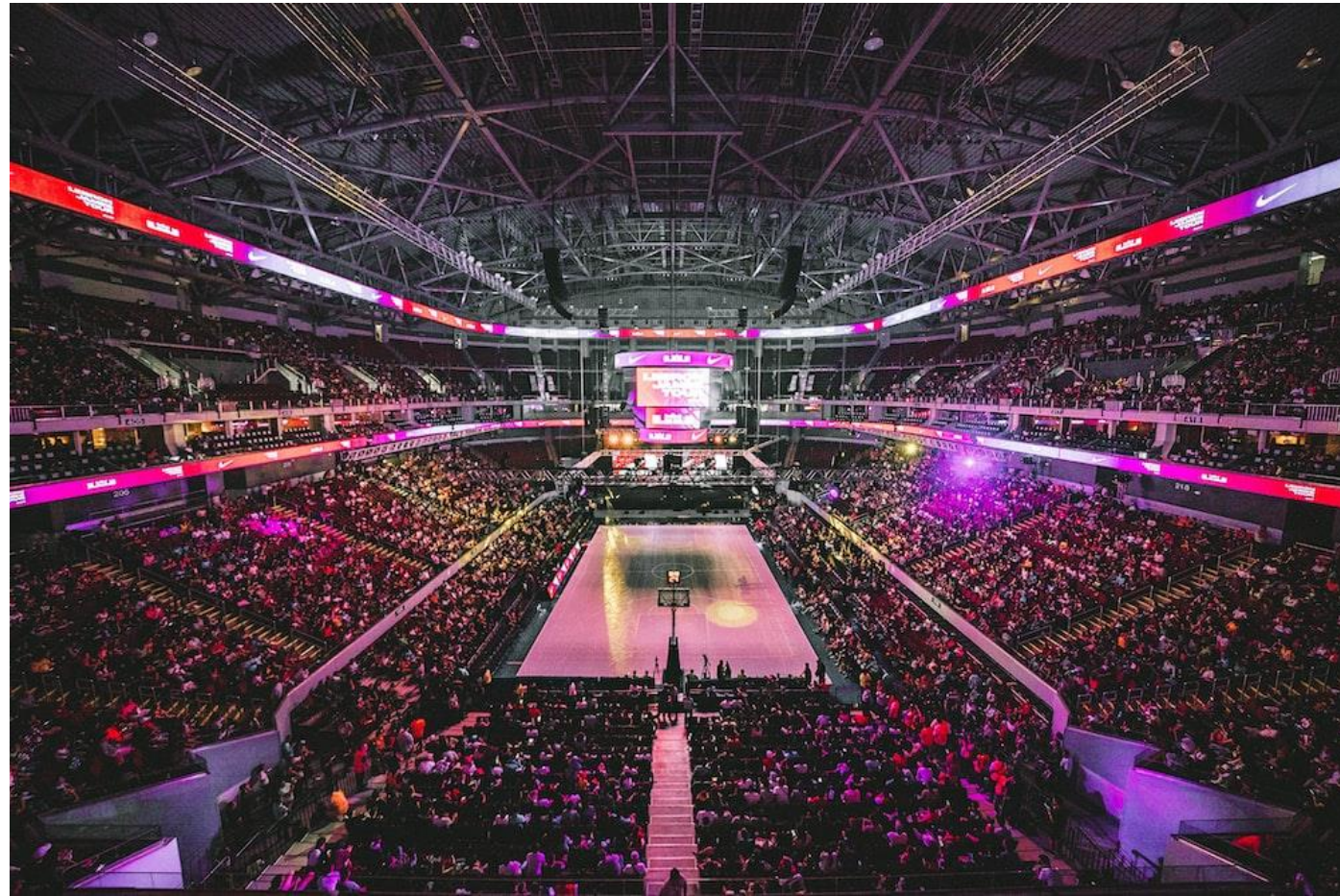
- è utile a tutte le altre in quanto il fattore **tempo** è essenziale;
- **non** sono previsti **competizioni e campionati**;
- le **Federazioni** possono decidere di gestire direttamente il fenomeno.



2. TORNEI INTERNAZIONALI E *GAMING* OLIMPICO

4 ESEMPI:

- 1) Esports World Championship;
- 2) Olympic Virtual Series;
- 3) Asian Games 2022;
- 4) FIFA Global Series.



1. E-SPORTS WORLD CHAMPIONSHIP



- ANNUALE (**BOARD** SCEGLIE **PAESE OSPITANTE** (IN LOGICA DI **ALTERNANZA**)).
- **ORGANIZZATA** DALLA **INTERNATIONAL E-SPORTS FEDERATION** (**COREA DEL SUD**, 2008).
- ATTUALMENTE: COMPETIZIONE PIÙ IMPORTANTE AL MONDO, MA **ESISTONO ANCHE ALTRI CIRCUITI** (ES: **GEF – GLOBAL E-SPORTS FEDERATION – E-SPORTS GAMES** AL QUALE PARTECIPERANNO 100 ATLETI PROVENIENTI DA CIRCA 40 NAZIONI).

STRUTTURA DELLA COMPETIZIONE

- **COMPETIZIONI SPORTIVE TRADIZIONALI** (ES. MONDIALI DI CALCIO).
- **DIVERSI GIOCHI, SCELTI DAL BOARD** (ES: **TEKKEN – 20 NAZIONI** SUDDIVISE IN **4 GRUPPI** DA **5 PARTECIPANTI CIASCUNO**).
- **“GROUP STAGE”, SECONDA FASE DI ELIMINAZIONE DIRETTA (“FINAL STAGE”)**, COMPOSTA DA: “ROUND 1” (OTTAVI DI FINALE), “ROUND 2” (QUARTI DI FINALE), SEMIFINALE E FINALE.

2. OLYMPIC VIRTUAL SERIES

PROVA GENERALE del movimento olimpico

DAL 13 MAGGIO AL 23 GIUGNO 2021, TRASMESSE ANCHE SU OLYMPIC CHANNEL.

VIDEOGIOCHI COINVOLTI:

- 1) **BASEBALL**;
- 2) **CICLISMO**;
- 3) **CANOTTAGGIO**;
- 4) **VELA**;
- 5) **SIM RACING**.

STRATEGIA DIGITALE DEL CIO. INCORAGGIA LA PARTECIPAZIONE SPORTIVA E PROMUOVE I VALORI OLIMPICI CON UN'ATTENZIONE PARTICOLARE AI GIOVANI". PERTANTO, IL CIO: **"HA COLLABORATO CON CINQUE FEDERAZIONI SPORTIVE INTERNAZIONALI ED EDITORI** DI VIDEOGIOCHI PER PRODURRE LE OLYMPIC VIRTUAL SERIES (OVS), IL PRIMO EVENTO CON LICENZA OLIMPICA PER GLI SPORT VIRTUALI, NON GLI E-SPORTS".

ELEMENTO PRATICO: STESSE REGOLE DEGLI SPORT REALI.



3. ASIAN GAMES 2022



19th Asian Games
Hangzhou 2022

DIFFERENZA DI VISIONI TRA CIO E CONSIGLIO OLIMPICO ASIATICO.

I SINGOLI **STATI** SI STANNO DOTANDO DI UNA **REGOLAMENTAZIONE SEMPRE PIU' PUNTUALE.**

CONSIGLIO OLIMPICO DELL'ASIA HA ANNUNCIATO CHE GLI E-SPORTS SARANNO AGGIUNTI COME SPORT DA MEDAGLIA NEL PROGRAMMA DEI PROSSIMI GIOCHI ASIATICI.

4 ANNI PRIMA, A JACARTA – “**TITOLI DIMOSTRATIVI**”
(ES: LEAGUE OF LEGENDS O CLASH ROYALE).

4. FIFA GLOBAL SERIES

REGOLAMENTO SUL SITO UFFICIALE:

GIOCATORE DEVE: ACCETTARE PRIVACY E COOKIE E SODDISFARE REQUISITI ETÀ E RESIDENZA.

PUÒ ESSERE ANCHE MINORENNE MA > DI 16 ANNI (ACCOMPAGNATO DA GENITORE O TUTORE LEGALE).

I GIOCATORI RINUNCIANO AL DIRITTO DI POTER INTENTARE CAUSA CONTRO EA E LE SUE CONSOCIATE.

EASPORTS SI RISERVA DIRITTO DI ANNULLARE, SOSPENDERE, MODIFICARE LA COMPETIZIONE A PROPRIA ESCLUSIVA DISCREZIONE IN CASO DI FRODI O PROBLEMI TECNICI



5. FIFA GLOBAL SERIES

CODICE DI CONDOTTA.

CONTRASTO ALLA COLLUSIONE: QUALSIASI TIPO DI **INTESA** TRA DUE O + GIOCATORI VOLTA A SVANTAGGIARE ALTRI GIOCATORI DELLA COMPETIZIONE. ESCLUSI DALLA COMPETIZIONE, RESTITUIRE PREMI ED ACCOUNT SOSPESI. CONDOTTE: ACCORDARSI, **CONSENTIRE DI SEGNARE + GOL DEL NORMALE**, GIOCARE **SENZA IMPEGNARSI** (SENZA FARE LO SFORZO MASSIMO).

CONDOTTA DURANTE GLI EVENTI LIVE: SCOMMETTERE SU RISULTATO PARTITE, DANNEGGIARE CONSOLLE O ATTREZZATURE, LINGUAGGIO VOLGARE, COMPORTAMENTO INGIURIOSO.

POLITICA SULL'USO DROGHE/ALCOOL IN GARA: **VIETATO USO DROGHE E FUMO** DURANTE GLI EVENTI LIVE.

CODICE DI ABBIGLIAMENTO: VESTIRSI **IN MANIERA APPROPRIATA**, NO PUBBLICITÀ NEGATIVA A EASPORTS.

EA PUÒ CHIEDERE IN QUALSIASI MOMENTO CHE UN DETERMINATO SPONSOR NON VENGA ESIBITO (COPRIRE I LOGHI).

SANZIONI: VANNO DAL SEMPLICE **AVVISO**, ALLA **ESCLUSIONE** DAGLI EVENTI, ANCHE FUTURI.



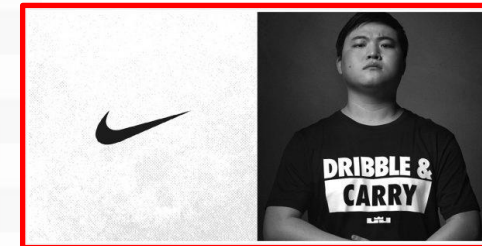


3. LA SPONSORIZZAZIONE SPORTIVA



SPONSORIZZAZIONE: CARATTERISTICHE

- (sponsee) si obbliga ad associare alla propria attività il nome o il segno distintivo di un altro soggetto (sponsor), contro corrispettivo, divulgandone così l'immagine o il marchio presso il pubblico e amplificandone, in maniera indiretta, le vendite dei prodotti.
- **SOCIALMENTE TIPICO** (c'è tanta giurisprudenza), MA **LEGALMENTE ATIPICO**;
- A TITOLO **ONEROSO** e **SINALLAGMATICO**;
- **RILEVANTE CARATTERE FIDUCIARIO** (rilevanza dei doveri di correttezza e buona fede nello svolgimento e nell'esecuzione del rapporto, ai sensi degli artt. 1175 e 1375 c.c.);
- **OBBLIGAZIONE DI MEZZI** (e non di risultato);
- **DIFFERENTI DECLINAZIONI** (SPONSORIZZAZIONE, *ENDORSEMENT*, BRAND AMBASSADOR).



DIRITTI DI IMMAGINE: CARATTERISTICHE

- **FONTI:** art.10 c.c. e artt. 96 e 97 della L. sul diritto d'autore.
- È un diritto **personalissimo** (concesso in licenza d'uso);
- È sia **positivo** (diritto al mostrarsi), sia **negativo** (limite per i terzi a divulgazione propria immagine);
- **all'interno di un contratto di sponsorizzazione**, il **consenso** all'utilizzo della propria immagine **deve essere espresso**, cioè risultante da esplicita dichiarazione contenuta in un atto di natura negoziale.

IL CAMPIONATO ESPORTS DI LEGA PRO

PROGETTO ESPORTS LEGA PRO 2022/23

COMUNICATI E CIRCOLARI - Lega

LINEE GUIDA ESPORTS 2022-23

19 Gennaio 2023

COMUNICATO UFFICIALE N. 156/L del 19 Gennaio 2023



LINEE GUIDA ESPORTS 2022-23

ALLEGATO A – COMPETIZIONI LEGA PRO E ATTIVITÀ CONNESSE

ALLEGATO B – PROGETTO ESPORTS LEGA PRO

ALLEGATO C – MODULO DI PARTECIPAZIONE

ALLEGATO D – DICHIARAZIONE PLAYER-COACH

ALLEGATO E – KIT TECNICO

ALLEGATO F – LOGHI

1.3 Ogni Società di Lega Pro potrà sviluppare il progetto Esports e, quindi, la propria “Esports Business Unit”, in proprio o tramite il supporto di terzi, purché ciò avvenga sempre e comunque nel rispetto delle Linee Guida e dei suoi allegati.



COMUNICATO N. 156/L – 19 GENNAIO 2023

156/329

LINEE GUIDA ESPORTS 2022/2023

Legenda:

1. INTRODUZIONE
2. **REGOLE GENERALI**
3. **ADEMPIMENTI LEGALI** E REQUISITI DI PARTECIPAZIONE
4. PLAYERS E COACH
5. LA SEDE ICONICA
6. COMUNICAZIONI, **MATERIALE PUBBLICITARIO/PROMOZIONALE E UTILIZZO DEGLI ASSETS DIGITALI**
7. **SANZIONI**

CODICI ETICI NEGLI SPORT TRADIZIONALI

CODICE ETICO



CODICE ETICO

La **Lega Italiana Calcio Professionistico** ritiene lo sport un momento fondamentale nella formazione dell'individuo, rappresentando un aspetto di aggregazione comunitaria sulla base dei principi riconosciuti dalla Carta dei diritti fondamentali dell'UE e della Costituzione italiana; pertanto, richiamando il valore vincolante dei principi olimpici e le ragioni etico-politiche della particolare tutela riservata allo sport, e al calcio in particolare, dall'Ordinamento giuridico italiano, adotta,

il presente "Codice etico"

contenente le norme e i principi generali di correttezza etica che devono rispettare la Lega e le Società sportive.

13. PMA ACTIVITIES IN THE FINAL COMPETITION TERRITORY

13.1. Display and distribution of promotional materials:

Except as permitted below, Participating Member Associations must not, and must ensure that their Team Delegation Members do not use, display or distribute any materials, or conduct any activities, which may be used to identify and/or promote any third party in the Controlled Areas. In particular, Participating Member Associations may not:

- (i) distribute, without prior written approval by FIFA, any media guides or any other publications inside the Controlled Areas that would enable PMA Affiliates or any third party contracted to the Participating Member Associations to associate themselves with FIFA and/or the Competition;
- (ii) sell or authorise the sale or distribution of food and beverage items within the Controlled Areas;
- (iii) sell or authorise the sale or distribution of any merchandise (e.g. replica team apparel, balls, giveaways) within the Controlled Areas; or
- (iv) display any advertising or branding materials (e.g. backdrops, signage, products and services) relating to their PMA Affiliates or any other commercial entity in Controlled Areas other than:
 - a) in a special room at their Team Hotel provided that such room must not be the lobby of the Team Hotel and the interior of such special room must not be visible from the lobby of the Team Hotel; and
 - b) at locations designated by FIFA in an enclosed room at the Official Training Site.



ulations for the
2018 FIFA World



COMUNICATO UFFICIALE N. 23

DEL 25 AGOSTO 2018



Milano, 25 agosto 2018

REGOLAMENTO DELLE DIVISE DA GIOCO

Articolo 1

Ambito di applicazione e criterio generale

- Il presente Regolamento si applica alle competizioni ufficiali organizzate dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A.
- Tutto ciò che non è esplicitamente consentito dal presente Regolamento si intende come espressamente vietato.

Articolo 2

Colori

- Ogni Società deve disporre di una prima divisa da gioco, con i colori che dovrà utilizzare nelle partite interne e nelle partite esterne (con la squadra avversaria, e di una seconda divisa da gioco, che dovrà essere notevolmente diversa ed in contrasto con la prima). A titolo esemplificativo, si considerano notevolmente diverse ed in contrasto le divise da gioco che non generano confondibilità di colori se le squadre contrapposte.
- Salvo il caso in cui i colori sociali siano più di tre, nessun calciatore (né i portieri) della divisa indossata dai calciatori deve contenere più di tre colori, senza considerare i colori utilizzati per nome del calciatore, sponsor, ecc.). Se vengono utilizzati tre colori, uno deve essere chiaramente dominante sulla superficie della maglia, dei pantaloni e dei calzoncini, anche nel caso in cui i colori utilizzati siano questi deve essere chiaramente dominante sulla superficie della divisa secondo apparire come colore inequivocabilmente secondario.
- È autorizzato l'utilizzo di un quarto colore sulle maglie da gioco, ma solo se questo colore copre una parte della superficie della maglia e che sia utilizzato unicamente per scopi puramente decorativi.

23/62



Articolo 7 – Spazi Riservati alla Pubblicità degli Sponsor



Articolo 8

Spazi Riservati alla Pubblicità del Fornitore dell'Abbigliamento Sportivo (Sponsor Tecnico)

- Sulle divise da gioco può essere apposto il marchio del fornitore dell'abbigliamento sportivo.
- Il fornitore dell'abbigliamento sportivo non è necessariamente il produttore dello stesso.
- Il fornitore dell'abbigliamento sportivo può apporre sulle divise da gioco il proprio marchio o nome nel rispetto delle seguenti norme:
 - a. **maglia**: un marchio o scritta sulla parte anteriore di dimensione **non superiore** a 20 cm²;
 - b. **pantaloni**: un marchio o scritta di dimensione **non superiore** a 20 cm²;
 - c. **calzoncini**: un marchio o scritta di dimensione **non superiore** a 20 cm² su ciascun calzoncino.
- Il fornitore dell'abbigliamento sportivo può inoltre apporre sulle divise da gioco il proprio logo figurativo (esclusi caratteri alfabetici) nelle seguenti forme:
 - a. **maglia**: una striscia di larghezza **non superiore** a 10 cm sul fondo della manica (sinistra e destra) o lungo la cucitura esterna di ciascuna manica o lungo la cucitura esterna della maglia (dal giro manica al fondo della maglia).

23/71

1. REGOLAMENTI E-SPORTIVI SULLE SPONSORIZZAZIONI



**OVERWATCH
LEAGUE**

**SUMMARY OF OFFICIAL RULES AND CODE
OF CONDUCT**

2020 SEASON

- Office-owned and managed removable solid state drive, or "SSD". This SSD will be copied from the Player's League Office-provided Field of Play hardware and will contain critical competition elements such as the Overwatch game client and peripheral drivers, and settings as configured by the Player.
- (e) *Installation and Use of External Hard Drives.* The League Office will provide additional detail on installation and use of Player SSDs prior to the start of the 2020 Regular Season, which rules and guidance the League Office may update from time to time. The League Office reserves the right to call for drive updates as needed at any time, and to require random inspection or auditing of cloned drives.

5.11. Player Apparel.

- (a) *Uniform.* The Player uniform consists of the League-sanctioned Team jersey (home and away, short sleeve or long sleeve), the League-sanctioned Team hat, the League-sanctioned Team joggers, the League-sanctioned Team jacket, and the League-sanctioned compression sleeve (collectively, the "Uniform").
- (b) *Mandatory Elements During Competition.* The League-sanctioned jersey and joggers must be worn by all Players competing in live competition. The jersey must be fully visible, front and back, during competition. The jersey may not be covered by another element of the Uniform or otherwise obscured in any way during gameplay. Players must wear the League-sanctioned "home" jersey during live competition when competing as the Home Team, and the League-sanctioned "away" jersey during live competition when competing as the Away Team.
- (c) *Optional Elements During Competition.* In addition to the League-sanctioned jersey and joggers, **Players appearing on the Field of Play may also wear:** (i) a League-sanctioned, Team-branded hat (including **sponsor logo if approved by the League for competition**), (ii) an undershirt that matches the Team color scheme (as set forth in the Team Style Guide) or is black, white or grey, so long as such undershirt does not obscure the jersey, (iii) a reasonable amount (as determined by the League Office) of jewelry, rings, bracelets and necklaces, and (iv) a watch of any brand, selected by the Player (smart watches prohibited). All players must wear close-toed shoes (of any brand). Under no circumstances may Players wear hats, undershirts, or other articles of clothing or accessories that display sponsor logos or other visible words, characters, or other images or messages, other than as expressly permitted by the League Office. Players are also prohibited from wearing smart devices, fitness devices, or other devices with computing capabilities of any kind other than a digital watch. Players must remove their warm-up tops and/or jackets prior to the start of live competition and remove them from the Field of Play. Players may not wear headphones/headsets (other than the headset provided by the League Office for competition), sunglasses or non-prescription glasses, or other branded items on the Field of Play. Players may request the use of additional

2. REGOLAMENTI E-SPORTIVI SULLE SPONSORIZZAZIONI

CODICE DI ABBIGLIAMENTO DURANTE GLI EVENTI LIVE

I Giocatori devono vestirsi in maniera appropriata alle circostanze e al luogo in cui si svolge l'Evento live al quale prendono parte.

I Giocatori non potranno indossare o portare indumenti o oggetti di natura politica o che, a giudizio di EA, possano fare pubblicità negativa a EA, ai suoi partner o alla Competizione.

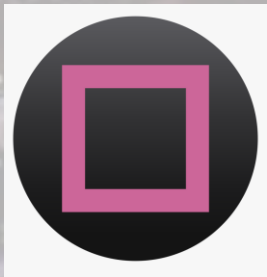
Durante le attività della FIFA 20 Global Series, EA può richiedere, in qualsiasi momento e a sua esclusiva discrezione, che un Partecipante **non esibisca uno sponsor, una pubblicità o un marchio appartenenti ad una delle categorie vietate**. In tal caso i Partecipanti non potranno indossare determinati capi di abbigliamento oppure dovranno coprire i loghi degli sponsor appartenenti alle categorie vietate.

SPONSORIZZAZIONE DEI GIOCATORI

I Giocatori della FGS possono acquisire degli sponsor pubblicitari. Sono esclusi tuttavia gli sponsor appartenenti a determinate categorie e settori. Se lo sponsor rientra in una delle categorie elencate di seguito, non potrà essere esibito dal Giocatore in relazione alla FGS o durante la stessa. EA si riserva il diritto di aggiornare questa lista non esclusiva di sponsor vietati:

- scommesse o siti di scommesse,
- alcol, tabacco e/o farmaci non da banco,
- siti o società che promuovono o vendono crediti FIFA Ultimate Team,
- armi da fuoco o altre tipologie di armi,
- materiale pornografico o per adulti,
- prodotti o servizi di concorrenti diretti di EA, dei suoi partner e dei marchi delle sue controllate.





4. I DIFFERENTI TIPI DI ACCORDO

I DIFFERENTI TIPI DI SPONSOR

sponsor endemici ≠ non endemici



LE DIFFERENTI TIPOLOGIE DI SPONSORIZZAZIONE

ENDORSEMENT:

ACCORDO CON IL QUALE UN SOGGETTO NOTO SI IMPEGNA AD **UTILIZZARE** UN PARTICOLARE **PRODOTTO** (REALIZZATO DALL'ENDORSEE) **DURANTE** LA **PROPRIA ATTIVITÀ PROFESSIONALE**, CONCEDENDO A QUESTA LA PROPRIA IMMAGINE PER LA PROMOZIONE DEGLI STESSI. (CASO: NIKE/JIAN ZI-HAO «UZI»)

SPONSORIZZAZIONE:

CONTRATTO **ATIPICO** CON IL QUALE UN SOGGETTO (E.G. ATLETA, SQUADRA, LEGA) SI OBBLIGA A **VEICOLARE** IL MESSAGGIO DI UN'AZIENDA TRAMITE L'**ABBINAMENTO** DELLA PROPRIA **IMMAGINE** A NOMI, **MARCHI**, SIMBOLI DELLO SPONSOR. (CASO: CICCIOGAMER_89/GILETTE).

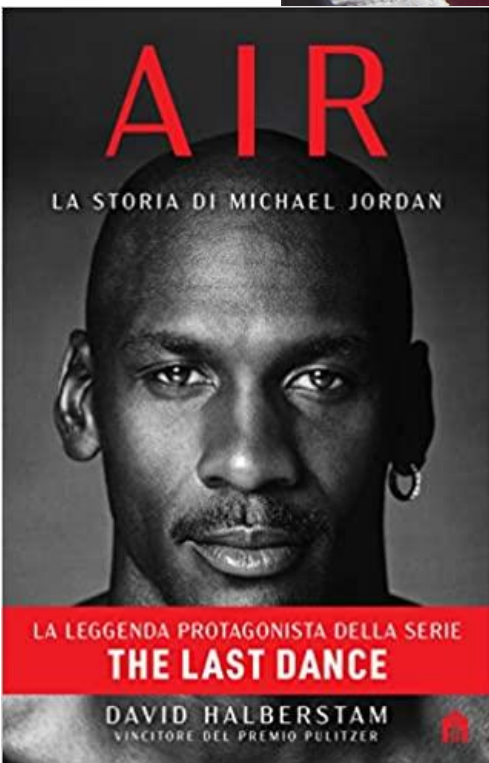
BRAND AMBASSADOR:

PORTAVOCE DELLA MARCA, PROFESSIONISTA **ESTERNO/INTERNO ALL'IMPRESA** CON IL COMPITO DI **PROMUOVERE IL BRAND** E STIMOLARNE LE VENDITE.

SPONSORIZZAZIONE DEI **GAMERS**
SPONSORIZZAZIONE DEI **TEAMS**
SPONSORIZZAZIONE DEI **TORNEI**
SPONSORIZZAZIONE DELLE **ARENE**
SPONSORIZZAZIONI **NEL GIOCO**



SPONSORIZZAZIONE E *BRAND* AMBASSADOR

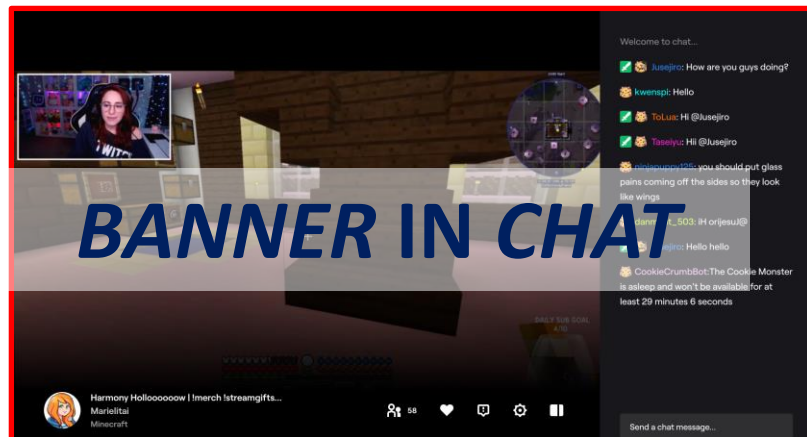


LA SPONSORIZZAZIONE DEI GIOCATORI

LE POSSIBILITÀ NON SONO LEGATE SOLO A **LUOGHI FISICI, MA ANCHE VIRTUALI**



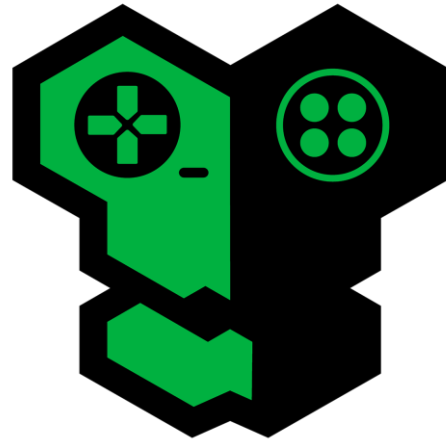
SFONDO STREAMING



ABBIGLIAMENTO



1. SPONSORIZZAZIONE DEI *TEAMS*



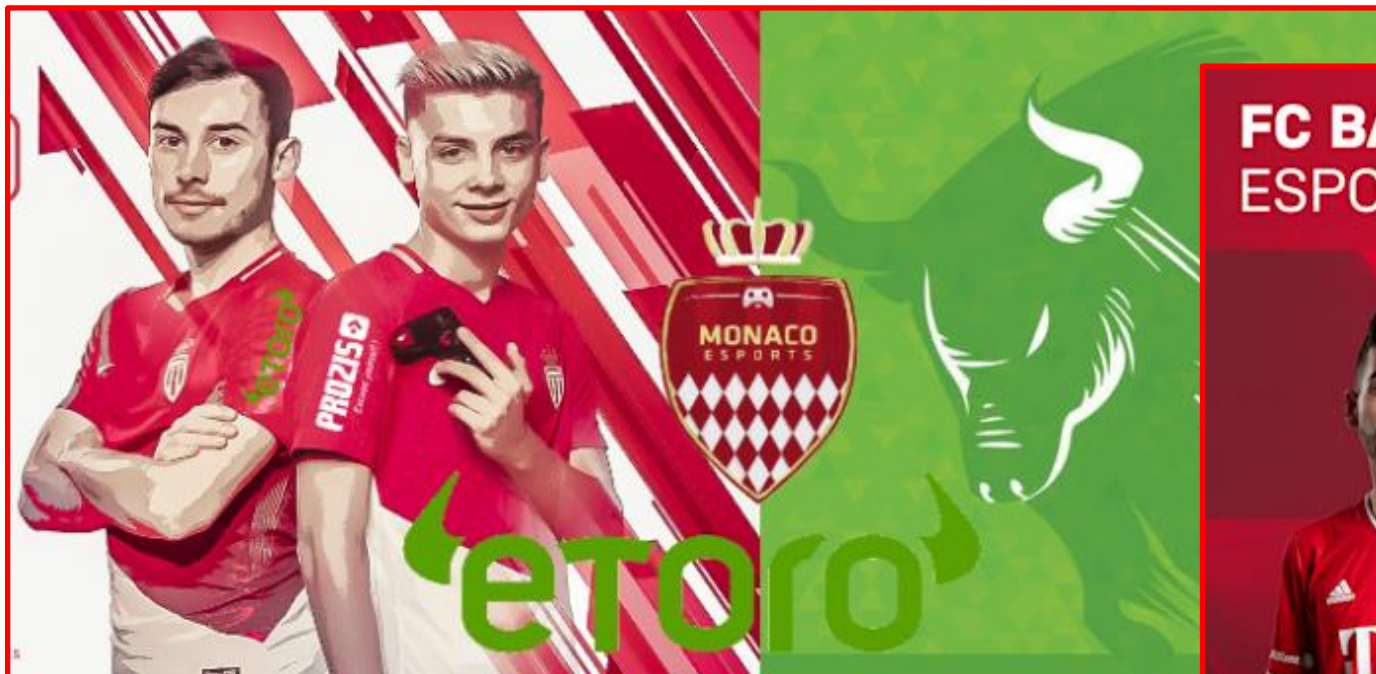
REPLY
TOTEM



2. SPONSORIZZAZIONE DEI *TEAMS*

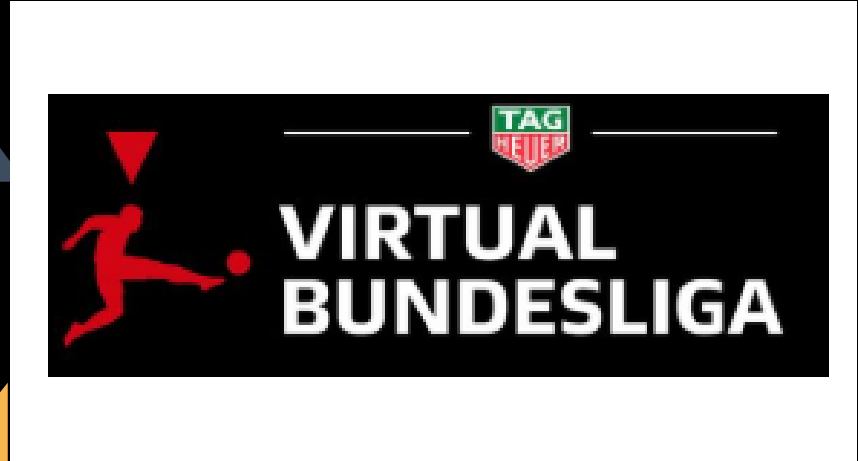
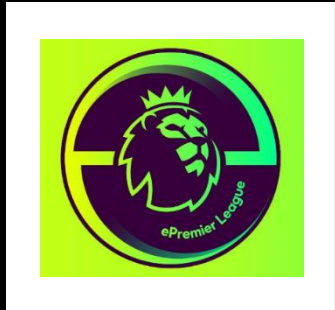
- **RIDUZIONE RISCHIO DI ESPOSIZIONE RIDOTTA NEL CASO IN CUI UN TITOLO PERDESSE DI POPOLARITÀ;**
- **TARGET: PUBBLICO ETEROGENEO E TRASVERSALE;**
- **VETRINE: EVENTI *ONLINE/OFFLINE*.**

SPONSOR **TRADIZIONALI**



NUOVI SPONSOR





Avv. Domenico Filosa

LA SPONSORIZZAZIONE DELLE ARENE



intel. EXTREME MASTERS
ESL

KATOWICE 2021
FEBRUARY 16-28

ESL PRO TOUR CHAMPIONSHIPS

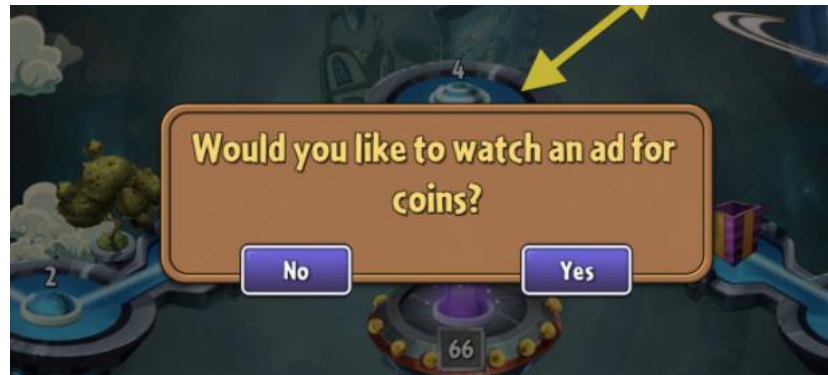
IEM KATOWICE 2021

COUNTER STRIKE	STAR CRAFT	WARCRAFT REFORGED
24 teams fighting for \$1,000,000	36 player fighting for \$250,000	22 player fighting for \$100,000
Get informed	Get informed	Get informed

intel. PREDATOR GIGASET paysafecard DHL KATOWICE



INSERIMENTO DI PUBBLICITÀ ALL'INTERNO DEL VIDEOGIOCO.



NE ESISTONO DI DIVERSI TIPI:

- 1) IN-GAME ADVERTISE **STATICA**;
- 2) IN-GAME ADVERTISE **DINAMICA** (CD. DIGA);
- 3) **ADVERGAMES**.

PRODUCT PLACEMENT PER CUI UN **PRODOTTO/MARCHIO** VIENE INSERITO ALL'INTERNO DEL GIOCO

GLI SPONSOR POSSONO REALIZZARE **CAMPAGNE TEMPORANEE** ALL'USCITA DI UN PARTICOLARE PRODOTTO. ES. **POSTER, MANIFESTI PUBBLICITARI, PUBBLICITÀ SUI MEZZI PUBBLICI O SULLE FERMATE DEL BUS** DI UNA CITTÀ VIRTUALE.

Crazy Taxi







**UNIVERSITÀ
DI TORINO**

Avv. Domenico FILOSA

M: domenico.filosa@athenalaw.it

T: 011.02.00.360

