

Produttori e prodotti videoludici nell'area metropolitana di Bologna e in Emilia-Romagna

Indice

Premessa. Obiettivi e metodo della ricerca.

di Marina Caporale, coordinatrice della ricerca

1 - Profili di definizione e regolazione dei prodotti videoludici.

di Marina Caporale

1.1 L'assenza di una definizione giuridica nel diritto europeo e la via italiana per la definizione di videogioco. Tra diritto d'autore, software e opere audiovisive

1.2 Le misure di sostegno al comparto videoludico

1.3 Le imprese videoludiche come imprese creative a Bologna e in Emilia Romagna

1.4 Conclusioni

2 - Caratteristiche di contenuti videoludici, tra domanda e offerta

di Sebastiano Pezzile

2.1 Premessa

2.2 Uno sguardo all'Europa

2.3 Il mercato dei videogiochi in Italia

2.4 I giochi più venduti in Italia: cosa possiamo imparare

2.5 I giochi più venduti in Italia: cosa possiamo imparare

2.6 La situazione degli sviluppatori in Italia e in Emilia-Romagna

2.7 Conclusioni

3 - Analisi economico-aziendale

Di Linda Anastasio, Luca Baccolini

3.1 Premessa

3.2 L'analisi di bilancio condotta

3.3 Conclusioni

Allegati:

Allegato 1: QUESTIONARIO - Produttori e prodotti videoludici in Emilia-Romagna

Allegato 2: Selezione di grafici risultanti dalle risposte ai questionari (in particolare quelli non già richiamati nei paragrafi del Rapporto)

Premessa. Obiettivi e metodo della ricerca.

Di Marina Caporale

La ricerca, realizzata da Archilabò per il Comune di Bologna, a seguito di una Convenzione tra Corecom Emilia-Romagna e Comune di Bologna, Settore Biblioteche e Welfare culturale, si pone i seguenti obiettivi:

- individuare le caratteristiche della produzione videoludica nazionale e locale (tipo di videogiochi, caratteristiche e categorizzazione, classificazione...) per verificare punti di forza, di debolezza e, complessivamente, la connotazione identitaria prevalente (se presente) dell'offerta videoludica nazionale e locale, anche in una prospettiva di genere;
- individuare i punti di forza e di debolezza del comparto videoludico nazionale ed emiliano-romagnolo nel quadro europeo e mondiale secondo i dati esistenti;
- individuare gli indicatori emergenti dalla domanda (età, genere, scolarizzazione...) e offerta videoludica (imprese, professionalità, dotazioni) a livello nazionale e locale;
- individuare gli scenari normativi, territoriali (regionali, della città metropolitana e comunali, in primo luogo del Comune di Bologna) e di contesto in cui le imprese videoludiche si collocano quali imprese creative, e il possibile contributo allo sviluppo territoriale;
- sviluppare il tema del videogioco in quanto forma di narrazione sincretica, interattiva e immersiva, superandone la concezione che se ne ha come arte inferiore e infantile.

Il gruppo di ricerca è stato quindi formato da un ricercatore con competenze sui prodotti videoludici, in termini di mercato e di contenuti videoludici, Sebastiano Pezzile, da una economista-aziendalista, Linda Anastasio coadiuvata da Luca Baccolini, e coordinata scientificamente da una giurista, esperta di sistemi di regolazione dei media e delle opere audiovisive, Marina Caporale, che insegna Diritto dei Media presso l'Università di Bologna e Diritto degli Enti locali presso l'Università di Modena-Reggio Emilia. La ricerca è stata sviluppata da ottobre 2022 a febbraio 2023.

La ricerca ha fatto propri i risultati di due importanti rapporti: il *Rapporto annuale di IIDEA*, Italian Interactive Digital Entertainment Association¹ e il Rapporto ART-ER² su *L'industria dei videogiochi in Emilia-Romagna*³ ma ha sviluppato un proprio percorso autonomo.

La ricerca ha infatti origini lontane e il tema è oggetto di crescente attenzione da parte del Corecom E-R ma anche del Comune di Bologna, non solo per il supporto alle imprese creative da parte dell'omonimo Settore, che ha fatto e fa tantissimo a supporto del comparto videoludico locale, ma anche del Settore biblioteche e welfare culturale, vista la recente transizione dell'Archivio videoludico dalla Cineteca di Bologna al sistema bibliotecario del Comune, in particolare in "Salaborsalab", dove si concentrano tutte le iniziative digitali del sistema biblioteche del Comune.

L'obiettivo complessivo di questa iniziativa è quindi anche di analizzare i videogiochi anche come prodotto culturale, e anche nella prospettiva di sviluppare il patrimonio dell'Archivio videoludico e dargli riconoscimento e di operare in rete con i soggetti esistenti e attivi a livello locale ma anche nazionale, vista la unicità dell'Archivio e la sua fruibilità anche da soggetti non bolognesi.

In questo senso la ricerca comprende vari aspetti, tra cui una analisi aziendale dei soggetti produttori di videogiochi in Emilia-Romagna e in particolare a Bologna per comprendere la struttura aziendale, ma soprattutto in relazione al tipo di prodotto realizzato, con una analisi che mira a legare l'analisi del prodotto (sotto il profilo dei contenuti, struttura, classificazione, attenzione ad aspetti discriminatori, linguaggio etc...) alle caratteristiche di quello specifico produttore (quanto fattura, quanto investe in formazione, se i dipendenti sono per la maggioranza uomini o donne, etc...). Ad es. pare utile collegare la mancata attenzione a questioni di genere a un gruppo di sviluppatori prevalentemente maschile, capire da dove scaturisce l'idea videoludica (un libro? un film? un fumetto? è una idea "originale"?), come viene sviluppata, con quali tipo di competenze...

Per fare questo abbiamo considerato i dati delle citate iniziative di IIDEA e anche ART-ER, ma, visti gli obiettivi parzialmente diversi della ricerca rispetto a quelle esistenti, svolte anche in tempi recenti, è stato necessario impostare l'indagine in modo differente ed elaborare un autonomo questionario (in Allegato).

¹ Si tratta, come noto, dell'associazione di categoria dell'industria dei videogiochi in Italia <https://iideassociation.com/dati/mercato-e-consumatori.kl>

² ART-ER Attrattività Ricerca Territorio è la Società Consortile dell'Emilia-Romagna nata per favorire la crescita sostenibile della regione attraverso lo sviluppo dell'innovazione e della conoscenza, l'attrattività e l'internazionalizzazione del territorio. La Società è stata istituita dalla L.R. n. 1/2018.

³ Rapporto realizzato dalla Regione Emilia-Romagna e da ART-ER con il contributo scientifico di Idg Consulting e Iidea, <https://www.emiliaromagnaosservatorioculturaecreativita.it/report-lindustria-dei-videogiochi-in-emilia-romagna/>

Purtroppo, nonostante ripetuti contatti e solleciti, operati dai ricercatori citati anche con il supporto di personale Archilabò (si ringrazia in particolare il dott. Giacomo Vincenzi), la somministrazione del questionario ha restituito un tasso di risposta basso, solo 14 risposte sulle 58 realtà censite.

La selezione e il censimento dei soggetti attivi è stato un passaggio determinante per individuare gli interlocutori e per definire l'ambito della ricerca. Stante l'elevata frammentazione delle stesse, nonché preso atto del fatto che sovente esse non sono organizzate in forma societaria, si è proceduto come segue:

(a) In primo luogo, è stato estrapolato dalla banca dati Analisi Informatizzata delle Aziende Italiane, "AIDA", l'elenco delle società aventi codice ATECO "58.21.00 Edizione di giochi per computer" e "62.01.00 Produzione di software non connesso all'edizione". Tali codici ATECO sono stati individuati, ovviamente, per la loro pertinenza e anche perché, in tempi recenti, sono quelli indicati dal Decreto del Ministero della Cultura e del Ministero delle Finanze del 12 maggio 2021 recante le "Disposizioni applicative in materia di credito di imposta per le imprese di produzione di videogiochi di cui all'articolo 15 della legge 14 novembre 2016, n. 220". L'adozione di tale provvedimento, che per la prima volta riconosce un sostegno economico ai produttori videoludici, è parso un atto particolarmente significativo ai fini della ricerca. L'estrazione dei dati ha prodotto 28.065 risultati, dai quali sono state selezionate unicamente le società con i dati disponibili nell'ultimo esercizio finanziario utile (il 2021) ed operanti nelle province del territorio emiliano-romagnolo. Tale selezione ha ridotto il numero di società oggetto di analisi a 958.

A questo punto, consapevoli del fatto che all'interno dei codici ATECO individuati ben potevano esserci società svolgenti attività diversa da quella oggetto di analisi (ad esempio, produttori di giocattoli tradizionali, società informatiche non specializzate nella produzione videoludica, ecc.), abbiamo proceduto a verificare, sempre a mezzo banche dati e informazioni pubbliche, l'attività in concreto svolta da ognuno di essi. Questo lavoro d'indagine minuziosa ha portato a una selezione drastica che ha portato ad individuare solo 18 realtà.

(b) In secondo luogo si è richiesta la collaborazione di IIDEA e di IPID - Italian Party of Indie Developers⁴, per individuare eventuali ulteriori soggetti non censiti dalle banche dati utilizzate ma associate ai due diversi organismi, ovviamente per quanto possibile e secondo le modalità consentite dai rispettivi rapporti associativi. Le Associazioni hanno dichiarato la

⁴ <https://www.ipid.dev>

propria disponibilità ai propri associati a veicolare le informazioni sulla ricerca. Nelle more si è comunque proceduto alla estrapolazione di eventuali ulteriori soggetti, produttori videoludici, ad oggi associati a IPID – Italian Party of Indie Developers.

- (c) Per il tramite e grazie al supporto del Comune di Bologna, in particolare del Settore Imprese Creative, e utilizzando le informazioni pubbliche accessibili relative alle procedure per i bandi 2021 e 2022 “Farm Lab” (su cui vedi *infra*), è stato possibile integrare nella ricerca anche ulteriori soggetti, in taluni casi “emergenti”, visto che le caratteristiche del bando aprivano la selezione anche a soggetti con una struttura imprenditoriale esile e anche priva di uno specifico codice Ateco.

Grazie a questi due ultimi passaggi⁵ sono state individuate 40 ulteriori realtà, portando il numero complessivo di soggetti produttori videoludici individuati a un totale di 58. Tale integrazione, come detto, si è resa necessaria poiché svariati soggetti operanti nel settore videoludico non sono organizzati in forma di società di capitali, talvolta nemmeno in forma di impresa, essendo – ad esempio – associazioni, studi professionali, anche singoli professionisti ecc. Questi rigorosi criteri di censimento e selezione, se danno un quadro aggiornato e affidabile sui produttori videoludici emiliano-romagnoli, non risolvono tuttavia appieno la magmaticità delle forme che possono assumere produttori videoludici. Lampante è il caso di un soggetto molto noto, un produttore “storico”, uno dei soggetti più attivi in ambito videoludico in Emilia-Romagna, la cui realtà imprenditoriale non è stata “catturata” dal censimento effettuato.

A un impegno così accurato nel censimento e nella selezione non ha fatto seguito, purtroppo, un tasso di risposta pienamente soddisfacente a seguito della somministrazione del questionario ad hoc elaborato per la ricerca. Da un lato i recapiti e i contatti sono risultati in parte irreperibili in parte datati. Alcune delle realtà censite sono risultate chiuse o sostanzialmente non attive. Altre semplicemente non hanno risposto al questionario.

Anche la proroga dei termini di consegna del report, spostata dal 31 dicembre 2022 alla fine di febbraio 2023, non ha consentito un incremento significativo del numero dei rispondenti, nonostante ulteriori solleciti e contatti e i soggetti rispondenti al questionario al 28 febbraio 2023 sono 14 su 58. I dati raccolti, se pure non ampi come si desiderava, evidenziano però già degli input significativi per gli obiettivi della ricerca, volta a cogliere la dimensione culturale dei videogiochi e la sua valorizzazione anche attraverso le risorse bibliotecarie del Comune di Bologna.

⁵ Su cui vedi Baccolini-Anastasio, *infra*.

Accedere a una idea di videogiochi come prodotto culturale sembra peraltro la scelta di fondo portata avanti anche dal legislatore nazionale nel momento in cui ha previsto le prime misure economiche a sostegno del comparto, in attuazione della legge sul cinema e sull'audiovisivo (l. 220/2016)⁶.

Il punto di partenza è che il fenomeno dei videogiochi va acquisendo una crescente visibilità dovuta principalmente all'evoluzione del concetto stesso di videogioco e a una inarrestabile ascesa del mercato, che, anche in tempi di crisi, ha fatto registrare fatturati in crescita a due cifre⁷, di cui si intravede un rallentamento solo nell'ultimo anno.

Nonostante la rilevanza del fenomeno il quadro regolatorio appare ancora frammentario e incompleto, in parte per la natura "complessa" e ibrida dei videogiochi, in parte probabilmente per una sottovalutazione del fenomeno e della rilevanza dei suoi profili giuridici da parte del legislatore, anche se, negli ultimi anni, molte cose stanno finalmente cambiando.

I videogiochi sono stati considerati per decenni prevalentemente come un tipo di intrattenimento minore, destinato a un pubblico di adolescenti, per cui la principale preoccupazione è stata quella di prevenire e tutelare i minori da eventuali effetti nocivi di giochi violenti o comunque che avessero contenuti per loro non idonei. Eppure l'aspetto "patologico", pure esistente e che ha avuto anche un riconoscimento dall'Organizzazione Mondiale della Sanità⁸ riguarda un numero comunque ristretto di persone rispetto a una platea di videogiocatori sempre più ampia e sempre più aperta a fasce di popolazione che fino a pochi anni fa non erano interessate: donne e adulti, ad esempio. I videogiochi sono disponibili per tutti i supporti (dallo smartphone alle console da tavolo), online e offline, possono essere giocati da soli e in compagnia (sia trovandosi fisicamente insieme che collegandosi online con i propri compagni di gioco), hanno dinamiche di gioco semplici o estremamente complesse e articolate, sono gratuiti (alcuni solo apparentemente) e facilmente scaricabili o piuttosto costosi e prevedono a volte eventuali integrazioni da pagare per l'upgrade e contenuti "speciali". Il prodotto

⁶ La Commissione europea disciplinato il regime dei sostegni economici pubblici a infrastrutture e attività culturali nell'ambito del regolamento di esenzione n. 651/2014, *Regolamento (UE) n. 651/2014 della Commissione, del 17 giugno 2014, che dichiara alcune categorie di aiuti compatibili con il mercato interno in applicazione degli articoli 107 e 108 del Trattato*, stabilendo le condizioni di compatibilità degli aiuti di Stato in questo settore. Secondo quanto previsto nel Considerando 72, testo originario del regolamento, l'elenco di obiettivi e di attività culturali ammissibili non comprende le attività commerciali quali anche i videogiochi. Il punto è evidentemente nodale per l'applicazione di misure di sostegno pubblico, su cui v. Baldi C.E., *Finanziamento della cultura e regole di concorrenza. Nuove prospettive dal ripensamento della Commissione europea*, in Aedon, 3, 2016.

⁷ Per una analisi più accurata v. il contributo di Pezzile, in questo stesso Rapporto di ricerca.

⁸ La proposta dell'OMS che ha inserito nell'ICD (International Classification of Diseases), il manuale internazionale di classificazione delle patologie, la dipendenza da videogiochi o gaming disorder è in vigore dal 1° gennaio 2022. I giochi come il tabacco e il gioco d'azzardo. Più di un osservatore ha espresso riserve sulle forti influenze esercitate da alcuni paesi, possono avere indotto l'OMS a fare questo passo. tra le malattie mentali riconosciute dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (da tale definizione sono esclusi i giochi d'azzardo, la cui dipendenza costituisce un altro tipo di patologia; anche per il legislatore, il sistema del "gambling", online o offline, è sempre stato regolato secondo diversi criteri)

videoludico è sempre più raffinato, non ha solo finalità puramente ludiche (come per i cosiddetti “serious game” o anche i videogiochi puramente educativi, spesso utilizzati in vari tipi di terapie riabilitative) ma spesso anche di apprendimento in senso più ampio (si pensi anche, in senso lato, alla “gamification”, intesa come l’utilizzo di elementi mutuati dal gioco in generale e in particolare dai videogiochi delle tecniche di game design in contesti diversi, ad es. di formazione aziendale).

Sempre più spesso questo prodotto interagisce con altri, non solo per una strategia di marketing dei produttori ma per una assonanza di mondi, di racconto: si pensi ai videogiochi che traggono ispirazione da film o da opere letterarie ma anche, al contrario, a opere cinematografiche o serie televisive, e iniziative editoriali (libri, fumetti) che nascono da prodotti videoludici.

Assistiamo a un fenomeno che esiste fin dalla fine degli anni ‘40 del secolo scorso e che si è sempre evoluto, particolarmente negli ultimi decenni, in mezzi e modalità di espressione. Le attuali generazioni hanno usufruito dei videogiochi molto più a lungo delle precedenti e questi fanno parte del tessuto culturale della società più di quanto si sia disposti ad ammettere e spesso molto più di qualunque gioco reale, sport, film, fumetto, serie televisiva lo siano stati per le generazioni precedenti. Lo stesso videogioco continua ad essere fruito dal proprio acquirente per lungo tempo, anche per anni. Le tecniche di coinvolgimento sono sempre più raffinate e a volte sarebbe da approfondire quanto possano essere legittimamente pervasive. Gli effetti patologici dell’uso smodato dei videogiochi – solo in parte incoraggiato dai produttori attraverso strategie di marketing evidentemente volte a fidelizzare l’utente in modo anche estremo. Ovviamente le associazioni dei produttori hanno assunto posizioni molto critiche sul punto. È chiaro a tutti che qualunque attività ludica, coltivata in modo ossessivo, reca una serie di danni eppure, d’altra parte, i videogiocatori possono diventare dei veri professionisti e l’attività videoludica è, in alcuni paesi ma non ancora in Italia, considerata un’attività sportiva⁹.

Se il mercato videoludico italiano ha, sul fronte della domanda, valori affatto disprezzabili, sul fronte della produzione videoludica i soggetti presenti sul mercato hanno numeri crescenti ma che denotano un comparto con ancora grandi potenzialità di espansione. Il riconoscimento, relativamente recente, di misure di sostegno alla produzione videoludica, prima a livello europeo, ora anche a livello nazionale e locale, consente di svolgere una analisi sulla natura di produttori e prodotti videoludici delineata di questi provvedimenti.

⁹ Si fa riferimento al fenomeno degli e-sports, su cui non ci soffermeremo in questa sede, che si presta ad essere un ulteriore tassello da collocare nella ricostruzione complessiva di un fenomeno ad oggi privo di una regolazione positiva autonoma.

1 - Profili di definizione e regolazione dei prodotti videoludici.

Di Marina Caporale

1.1 L'assenza di una definizione giuridica nel diritto europeo e la via italiana per la definizione di videogioco. Tra diritto d'autore, software e opere audiovisive.

L'inquadramento normativo dei videogiochi patisce ancora oggi per il diritto dell'Unione europea e nei singoli Paesi, un problema di definizione che, lungi dall'essere una questione meramente formale, porta con sé implicazioni e conseguenze sulla regolazione di un prodotto che cambia costantemente e sulle competenze dei soggetti che su questo vigilano. Il percorso di definizione giuridica dei videogiochi si è svolto con tappe analoghe anche nei altri ordinamenti europei, con tappe del tutto simili, visto l'intervento della giurisprudenza europea su questo tema.

Storicamente, fino ad oggi, ha prevalso una prospettiva giuridicamente incentrata sulla tutela o meno del videogioco, nel suo complesso e delle sue componenti, quali opere dell'ingegno e sulla tutela dell'apporto fornito dagli autori delle singole componenti. In particolare, la giurisprudenza della Corte di Giustizia è stata chiamata ad esprimersi su aspetti di tutela del diritto d'autore connessi all'elaborazione del software e del supporto fisico, che nei primi decenni della affermazione dei videogiochi, era necessariamente fisso (il computer, la console di gioco), su cui potessero essere veicolati.

In una sentenza che costituisce un approdo fondamentale e una sintesi del percorso svolto della giurisprudenza europea parallelamente alla evoluzione dei prodotti videoludici, la Corte di Giustizia dell'Unione europea afferma che

“... i videogiochi ... costituiscono un materiale complesso, che comprende non solo un programma per elaboratore, ma anche elementi grafici e sonori che, sebbene codificati nel linguaggio informatico, possiedono un valore creativo proprio che non può essere ridotto alla suddetta codificazione...”

(Corte di Giustizia 23 gennaio 2014, n. C-355/12).

Pur ampliando la prospettiva e integrando elementi diversi, l'elemento essenziale e distintivo dei videogiochi è la presenza del software e sul software si è concentrata anche la normativa e la giurisprudenza italiana, che in una prima fase era stata tesa a individuare la possibilità di richiamare,

per similitudini e differenze, il regime applicabile alle opere cinematografiche¹⁰, che con i videogiochi condividono la presenza di immagini in movimento e suoni, nella prospettiva di accordare le tutele proprie del diritto d'autore all'opera videoludica qualora presenti un livello minimo ma sufficiente di creatività, secondo quanto disposto, a quel tempo, dalla Legge sul diritto d'autore, l. n. 633 del 22 aprile 1941 (L.D.A.). Questo tipo di riflessioni della giurisprudenza del tempo si accompagnano a valutazioni del tutto critiche del prodotto videoludico ("aggeggi creati per sollevare dalla noia gente sfaccendata") e valorizzano la dimensione "audiovisiva" del videogioco (animazioni, suoni...) anche in ragione della mancata inclusione, a quel tempo, del software come oggetto di tutela del diritto d'autore¹¹.

L'assimilabilità alle opere audiovisive è un elemento che, come vedremo, ritorna nel diritto nazionale recente e che si affianca alla tutela del software che, nel trascorrere del tempo e nelle successive interpretazioni della giurisprudenza, è diventato prima un elemento necessario ma, poi, non più sufficiente a dare un compiuto riconoscimento giuridico ai videogiochi, come evidenziato già dalla giurisprudenza europea citata.

A seguito dell'adozione della direttiva 91/250/CE (codificata in seguito nella dir. 2009/24/CE), in Italia è stato introdotto¹² il secondo comma dell'art. 1 della L.D.A., che stabilisce la protezione dei programmi per elaboratore (ossia del software) "come opere letterarie ai sensi della Convenzione di Berna sulla tutela delle opere letterarie e artistiche". Il software entra così nel perimetro della legge sul diritto d'autore e costituisce anche l'aspetto su cui si concentra certa giurisprudenza interna, volta a verificare la portata dell'applicazione delle cosiddette misure tecnologiche di protezione che, ex art. 102-*quater* L.D.A., i titolari di diritti d'autore e di diritti connessi possono apporre sulle opere e sui materiali protetti, allo scopo di impedire o limitare atti non autorizzati¹³.

Attraverso la giurisprudenza sulle misure di protezione, emerge una definizione dei videogiochi come

¹⁰ Trib. Torino, Sez. I, Civ., 17 ottobre 1983, ATARI inc. e soc. Fratelli Bartolino e soci c. SIDAM, in *Giurisprudenza Piemontese*; Trib. Milano, 20 giugno 1988, Soc. Gruppo ed. Jackson c. Soc. Sipe, in *Dir. Inf. Informatica*, 1988, p. 878 e ss.; Cass. pen., Sez. III, 6 maggio 1999, n. 1716, in *Riv. Pen.*, 1999, 653). In senso conforme Cass. pen. Sez. III, 26 marzo 1999, n. 1204, in *Dir. aut.*, 1999, p. 489.

¹¹ Cataldi A., *L'inquadramento giuridico del videogioco*, in *Il Diritto d'Autore*, 2016, p. 322 ss.

¹² il legislatore, tramite il decreto legislativo di attuazione n. 528 del 29/12/1992

¹³ Su cui in particolare Cass. pen. Sez. III, Sent., n. 38204, 1° agosto 2017.

“qualcosa di diverso e di più articolato rispetto ai programmi per elaboratore comunemente in commercio, così come non sono riconducibili per intero al concetto di supporto contenente “sequenze d’immagini in movimento”. Essi, infatti, si “appoggiano” ad un programma per elaboratore, che parzialmente comprendono, ma ciò avviene al solo fine di dare corso alla componente principale e dotata di propria autonoma concettuale, che è rappresentata da sequenze di immagini e suoni che, pur in presenza di molteplici opzioni a disposizione dell’utente (secondo una interattività, peraltro, mai del tutto libere perché “guidata” e predefinita dagli autori), compongono una storia ed un percorso ideati e incanalati dagli autori del gioco.

Ma anche qualora lo sviluppo di una storia possa assumere direzioni guidate dall’utente, è indubitabile che tale sviluppo si avvalga della base narrativa e tecnologica voluta da coloro che hanno ideato e sviluppato il gioco, così come nessuno dubita che costituiscano opera d’ingegno riconducibili ai loro autori i racconti a soluzione plurima o “aperti” che caratterizzano alcuni libri.

In altri termini, i videogiochi impiegano un software e non possono essere confusi con esso.

(Cass. Pen. Sez. 3, n. 33768 del 25.5.2007, ripresa anche da giurisprudenza successiva)

Nella giurisprudenza interna si è perso, in questa fase, l’intento di creare di un parallelismo con le opere cinematografiche e prevale l’elemento del software, ma questo appare già non più sufficiente ad esaurire le plurime dimensioni del videogioco, in potente espansione espressiva resa possibile dalla tecnologia ma che, appunto, non si esauriscono in questa¹⁴. Sul piano europeo, peraltro, questo disallineamento tra videogiochi ed opere audiovisive è totale.

L’intervento dell’Unione europea nel settore audiovisivo, in particolare dei prodotti audiovisivi, si misura principalmente con la loro dimensione culturale, la loro capacità di fare circolare idee e valori e di valorizzare le identità dei popoli dei paesi europei e dell’Europa nel suo insieme, per favorire l’integrazione europea. Più che ad altri principi e competenze contenuti nei Trattati (libera circolazione dei servizi, concorrenza, armonizzazione tecnologica e, diversamente il pluralismo da intendersi in questa sede sia come pluralismo informativo e in particolare dei media, ma anche, e

¹⁴ Analogamente in Francia, in cui il videogioco è stato definito dalla giurisprudenza come un’opera composta da più elementi di diversa natura. La giurisprudenza ha espressamente indicato solo due elementi costitutivi di tale opera: il software e gli “aspetti audiovisivi, grafici e sonori”. Più in generale, distingue due parti in un videogioco: la “parte software” e gli “altri aspetti del gioco”, che comprendono gli aspetti audiovisivi. Court d’Apelle Parigi, 26 settembre 2011, Sezione 12, SARL AAKRO PURE TRONIC e a. c/NINTENDO. *Mission parlementaire sur le regime juridique du jeu video en droit d’auteur, Rapport de M. Patrice MARTIN-LALANDE 30 mai - 30 novembre 2011*. Il rapporto insiste su un altro elemento sottovalutato dalla giurisprudenza italiana, che, anche di più della multimedialità e della interattività, rappresenta l’essenza de videogiochi: l’elemento ludico.

forse prevalentemente, come pluralismo culturale), si guarda dunque all'art. 167 TFUE¹⁵ per individuare il fondamento e il ruolo dell'Unione in questo ambito. Tali competenze possono esplicitarsi con azioni di incentivazioni e raccomandazioni, come specificato dallo stesso art. 167, trattandosi di una competenza cosiddetta di sostegno, che cioè completa e integra le competenze esistenti a livello nazionale e sub-nazionale¹⁶. Diverso invece per i servizi audiovisivi, per i quali si esplica pienamente la competenza dell'Ue per la realizzazione del principio della libera circolazione dei servizi, almeno fino a quando, anche per i videogiochi, si attesterà il sistema dei giochi come servizi.

In questa prospettiva si comprende che l'approccio al settore audiovisivo della Comunità Europea prima e dell'Unione poi, sia di tipo protezionistico¹⁷ e di promozione dell'industria audiovisiva europea, per tutelare e promuovere il valore culturale e identitario di cui è portatrice e per sostenere un comparto da sempre schiacciato dallo straripante predominio dell'industria audiovisiva statunitense. Nell'impostazione comunitaria se è la dimensione culturale la prima ad affermarsi, nel corso degli anni la dimensione industriale ed economica incrementa infatti costantemente la sua rilevanza, anche in relazione all'esigenza di realizzare un Mercato unico digitale in cui il settore audiovisivo gioca un ruolo essenziale¹⁸.

La prima versione della direttiva "Televisione senza frontiere"¹⁹ considerava, oltre ai servizi, anche trasmissioni, programmi, e, genericamente, le opere europee. Per queste c'era stato un tentativo di introdurre forme obbligatorie di tutela della produzione audiovisiva europea e l'obbligo per le emittenti europee di riservare una parte della loro programmazione ad opere prodotte in Europa, ma tali vincoli non furono poi inseriti nel testo definitivo della direttiva²⁰. Nel sistema dei media di quel periodo radiotelevisione e cinema viaggiavano su binari che si cercava di tenere separati, in modo che la prima non erodesse pubblico ed entrate del secondo ma, piuttosto costituisse un'ulteriore possibilità di sfruttamento delle opere cinematografiche, "destinate" alle sale cinematografiche, in prima battuta. La composizione dei due distinti interessi – dell'industria

¹⁵ Articolo 167 TFUE (ex articolo 151 del TCE), c. 1: "L'Unione contribuisce al pieno sviluppo delle culture degli Stati membri nel rispetto delle loro diversità nazionali e regionali, evidenziando nel contempo il retaggio culturale comune"...

¹⁶ A. Contaldo, B. Marchesano, *Le politiche europee nel settore audiovisivo e cinematografico*, in *MC, Diritto ed economia dei mezzi di comunicazione*, 1, 20015-2016, p. 25 ss.

¹⁷ G. Rossi, *Produzione audiovisiva e indipendente*, in (a cura di) F. Bassan, E. Tosi, *Il diritto degli audiovisivi*, Milano, Giuffrè, 2012, p. 273 ss.

¹⁸ Comunicazione della Commissione «Strategia per il mercato unico digitale in Europa» del 6 maggio 2015, COM(2015) 192 final, http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf

¹⁹ Direttiva 89/552/CEE del Consiglio, del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati Membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, in GUCE n. L 298 del 17 ottobre 1989.

²⁰ R. Mastroianni, *La Direttiva sui servizi di media audiovisivi e la sua attuazione nell'ordinamento italiano*, II ed., Torino, Giappichelli, 2012, 62-63.

cinematografica di massimizzare i profitti attraverso la distribuzione nelle sale prima e poi cedendo i diritti di ritrasmissione alle emittenti televisive; delle emittenti televisive di programmare film che potessero incontrare l'interesse del pubblico, comprovato dal gradimento riscontrato durante il passaggio nelle sale cinematografiche - trovava il suo punto di equilibrio nella previsione che le emittenti televisive non trasmettessero opere cinematografiche prima di due anni dall'inizio della programmazione dell'opera nelle sale cinematografiche in uno degli Stati membri della Comunità²¹. Un cambio di passo si registra con il Libro verde sulla convergenza tra i settori delle telecomunicazioni, dell'audiovisivo e delle tecnologie dell'informazione e sulle sue implicazioni normative e dalla successiva Comunicazione della Commissione CEE sulla politica audiovisiva nell'era digitale²². In questa Comunicazione la Commissione europea parla ancora di "materiale audiovisivo"²³ e di "servizi audiovisivi". Il cinema è posto in una posizione apparentemente distinta, ancora agganciato, nella prospettiva comunitaria, alla collocazione in cui le tradizionali tecniche di produzione e diffusione lo avevano sempre posto. D'altra parte sono i primi anni in cui si comincia a delineare l'impatto della digitalizzazione dei contenuti e delle nuove possibilità per la loro fruizione. In questo documento la CE rileva anzi che lo sviluppo dei nuovi servizi, come pay-TV, pay-per-view, Near-Video-on-Demand (NVOD), non incide in modo negativo sui mezzi già esistenti, come il cinema e il mercato dei video (allora su cassetta o in formato DVD) e ipotizza un possibile rapporto di complementarità tra diversi servizi.

Successivamente un'altra Comunicazione della Commissione europea²⁴ si riferisce alle opere cinematografiche e alle "altre opere audiovisive", un'unica categoria, dunque, di cui si sottolinea la duplice natura: "...Sono beni economici che offrono notevoli opportunità per creare ricchezza e occupazione... Sono anche beni culturali che, al tempo stesso, rispecchiano e modellano la nostra società..."²⁵. Il cinema e le opere cinematografiche rivestono ancora un ruolo speciale nell'ambito della categoria delle opere audiovisive sotto vari profili, dalla possibilità di prevedere forme di sussidi

²¹ Il limite si abbassava ad un anno nel caso di opere cinematografiche coprodotte dall'emittente televisiva; art. 7, Dir. 89/552/CEE Le cosiddette "finestre", abolite dalla revisione della stessa direttiva avvenuta nel 1997.

²² Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento Europeo, al Comitato Economico e Sociale e al Comitato delle Regioni. Principi e Orientamenti per la Politica Audiovisiva della Comunità nell'Era Digitale, Bruxelles, 14.12.1999 COM(1999) 657 definitivo.

²³ Traduzione ufficiale in italiano, piuttosto infelice, per "audiovisual content", nel testo in inglese della Comunicazione.

²⁴ Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni su taluni aspetti giuridici riguardanti le opere cinematografiche e le altre opere audiovisive (2002/C 43/04 [COM(2001) 534 def.], GUCE C 43/6 del 16 febbraio 2002.

²⁵ Così testualmente la Comunicazione citata. La Convenzione è vincolante per gli stati firmatari e prevede l'obbligo legale del deposito di qualsiasi materiale di "immagini in movimento" prodotto o co-prodotto e reso disponibile al pubblico in ogni Stato firmatario.

pubblici all'obbligo di preservarli, essendo il patrimonio cinematografico parte essenziale del patrimonio culturale europeo.

L'Unione interviene più incisivamente sui servizi televisivi, soffermandosi sulla promozione delle opere europee attraverso le modifiche alla direttiva "TV senza frontiere" avvenute nel 1997 e nel 2007²⁶.

La direttiva 2007/65/CE, che modificava l'impianto della Direttiva TV senza frontiere in modo sostanziale, come noto è stata approvata e poi abrogata, sostituita dalla direttiva 2010/13/UE²⁷. In questa sede i programmi sono definiti dalla direttiva quali "una serie di immagini animate, sonore o non, che costituiscono un singolo elemento nell'ambito di un palinsesto o di un catalogo stabilito da un fornitore di servizi di media la cui forma e il cui contenuto sono comparabili alla forma e al contenuto della radiodiffusione televisiva. Sono programmi, ad esempio, i lungometraggi, le manifestazioni sportive, le commedie di situazione (sitcom), i documentari, i programmi per bambini e le fiction originali" (art. 1, c. 1, lett. b). In questa definizione compaiono sicuramente quelle che possono essere comprese tra le opere audiovisive che però in sé, come categoria, non sono esplicitamente definite dalla Direttiva.

La Direttiva riconosce, dopo vari tentativi falliti, un sostegno alle produzioni europee attraverso un sistema di quote di programmazione a queste destinate, vincolanti per le emittenti europee. Non sono esplicitate soglie o percentuali, ma la loro fissazione è rinviata agli stati membri (art. 16, c. 1 dir. 2010/13/UE). Alle opere di produttori indipendenti le emittenti devono invece destinare il 10% del loro tempo di programmazione o il 10 % almeno del loro bilancio destinato alla programmazione, assegnando una quota adeguata ad opere recenti, vale a dire quelle diffuse entro un termine di cinque anni dalla loro produzione (art. 17, dir. 2010/13/UE).

Da questa previsione si desume che il tipo di prodotti citati è escluso dal novero delle opere europee tutelate, ma quali siano le "opere" da sostenere attraverso le quote non viene esplicitamente stabilito. Le definizioni contenute nella direttiva si soffermano esclusivamente sulla loro natura "europea", idonea ad includerle nel sistema delle quote, o meno (art. 1, c. 1, lett. n) nonché c. 2, 3 e

²⁶ Direttiva 97/36/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 30 giugno 1997 che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, in GUCE L 202 del 30/07/1997 ; Direttiva 2007/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell' 11 dicembre 2007 , che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive (Testo rilevante ai fini del SEE), in GUCE L 332/27 del 18/12/2007.

²⁷ Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi) (Testo rilevante ai fini del SEE), in GUUE L 95 del 15 aprile 2010.

4). Nel Considerando n. 32 viene richiamata la necessità di definire le opere europee ma, anche in questo caso, viene fatto un sostanziale rinvio alla normativa degli stati membri²⁸.

La più recente revisione della Direttiva SMA²⁹ reca alcune importanti novità ma neanche in questa occasione ricorrono elementi che possano anche solo sollevare la possibilità di una assimilazione alle opere audiovisive dei prodotti videoludici.

Un altro ambito in cui l'UE interviene in materia di videogiochi è quello volto alla tutela dei minori, in particolare alla strategia per un internet migliore per i ragazzi (Better internet for kids). Nella più recente Comunicazione adottata³⁰ si legge che i giochi online sono oggi una delle principali attività online per i minori e che i giochi online adeguati all'età possono integrare attività online educative e di partecipazione costruttive, possono servire a sviluppare competenze e abilità digitali e possono apportare altri benefici a livello sociale (ad es. terapia e cultura). In questa sede, nell'economia di questa ricerca, non è stato ritenuto utile approfondire in particolare questo approccio così come si è scelto di non riferire in dettaglio del sistema di classificazione delle opere videoludiche – che soprattutto in Italia ha avuto un particolar sviluppo -, cui pure si farà cenno.

Da questo quadro, in base alla normativa vigente e a quella che si prefigura, si coglie l'evoluzione dei media e il tentativo sempre più determinato dell'UE di tutelare e promuovere la propria produzione audiovisiva in una prospettiva culturale ma sempre più decisamente anche industriale ed economica. Questa prospettiva emerge con maggiore chiarezza anche nei documenti e nelle iniziative che l'UE sta conducendo per la realizzazione del Mercato unico digitale e in particolare per il Decennio digitale europeo³¹. Il Libro verde sulla distribuzione online di opere audiovisive nell'Unione europea del 2011

²⁸ Considerando n. 32, dir. 2010/13/UE: «Per i fini della presente direttiva occorre definire le “opere europee”, fatta salva la possibilità per gli Stati membri di precisare questa definizione per quanto riguarda i fornitori di servizi di media audiovisivi soggetti alla loro competenza nel rispetto del diritto dell'Unione e tenendo conto degli obiettivi della presente direttiva».

²⁹ Direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell'evoluzione delle realtà del mercato. La direttiva è stata attuata in Italia con il d.lgs. 208/2021, che costituisce il nuovo Testo unico dei servizi di media audiovisivi.

³⁰ COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI, Un decennio digitale per bambini e giovani: la nuova strategia europea per un'internet migliore per i ragazzi (BIK+) Bruxelles, 11.5.2022, COM(2022) 212 final

³¹ https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_it

e il successivo Libro verde sulla convergenza del 2013³² evidenziano gli aspetti critici e le sfide che i cambiamenti del sistema dei media vanno ponendo alla produzione e diffusione audiovisiva europea in un contesto digitale e preparano il terreno alle priorità che saranno definite nella strategia per un Mercato unico digitale europeo, tra cui rientra, non a caso, anche la revisione della direttiva SMA. In questo contesto l'evoluzione dei videogiochi registra la dematerializzazione dei prodotti e l'affermarsi del gaming online e di nuove forme di servizi videoludici.

Pur in assenza di una definizione di cosa siano e quali opere comprendano le "opere (audiovisive) europee" in nessuno dei numerosi passaggi normativi citati queste sono accostate ai videogiochi.

A fronte di questo quadro europeo il legislatore italiano prova una via diversa e infatti per la definizione giuridica dei videogiochi le novità più rilevanti arrivano dagli interventi in materia di "opere audiovisive" e riguardano il riconoscimento di alcune misure di sostegno economico e la classificazione dei videogiochi al fine di tutelare i minori. Si riprende in qualche modo il risalente richiamo alle opere cinematografiche, facendo prevalere l'elemento audiovisuale, il carattere narrativo e culturale a quello, esplorato negli ultimi tre decenni del secolo scorso, della presenza del software.

La legge che riforma il cinema e l'audiovisivo (L. 14 novembre 2016, n. 220, Disciplina del cinema e dell'audiovisivo), interviene principalmente a ridisegnare le forme di sostegno a questo settore oltre ad introdurre e modificare alcuni altri aspetti relativi alle "opere audiovisive", sia in una prospettiva tipicamente culturale che in quella produttiva e industriale.

La legge 220/2016 ruota intorno a un nuovo apparato definitorio che si fonda proprio sulle "opere audiovisive", definite quali "la registrazione di immagini in movimento, anche non accompagnate da suoni, realizzata su qualsiasi supporto e mediante qualsiasi tecnica, anche di animazione, con contenuto narrativo, documentaristico o videoludico, purché opera dell'ingegno e tutelata dalla normativa vigente in materia di diritto d'autore e destinata al pubblico dal titolare dei diritti di utilizzazione" (art. 2, c. 1, lett. a).

³² COM(2011) 427 definitivo, Libro verde sulla distribuzione online di opere audiovisive nell'Unione europea - Verso un mercato unico del digitale: opportunità e sfide; Libro Verde, Prepararsi a un mondo audiovisivo della piena convergenza: crescita, creazione e valori, Bruxelles, 24.4.2013, COM(2013) 231 final.

Il contenuto videoludico è quindi uno dei possibili contenuti delle opere audiovisive e, come si intenderà meglio in prosieguo, i videogiochi si intendono collocati tra le opere audiovisive in un rapporto tra species e genus.

Inoltre con la l. 220/2016 viene riformata la mai amata “censura cinematografica”, la revisione preventiva dei film e anche questo aspetto riverbera nella disciplina dei videogiochi. In realtà la legge, all’art. 33, si limita a delegare il Governo ad adottare uno o più decreti legislativi per la riforma delle disposizioni legislative di disciplina degli strumenti e delle procedure previsti in materia di tutela dei minori nella visione di opere cinematografiche e audiovisive³³. Il d.lgs 203/2017, di attuazione della delega con riferimento alle opere cinematografiche³⁴ a sua volta delega l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, AGCom, ad adottare un regolamento per disciplinare la classificazione delle “opere audiovisive destinate al web” e dei videogiochi, introdotti già con la l. 220/2016 tra le opere audiovisive (art. 10, d.lgs. 203/2017).

Importante sottolineare che il d.lgs. 203/2017 tra i vari principi di attuazione della delega, deve rispettare quello volto a garantire la uniformità di classificazione con gli altri prodotti audiovisivi, inclusi i videogiochi (art. 33, comma 2, lett. a) l. 220/2016), che garantisca la tutela dei minori e la protezione dell’infanzia e la libertà di manifestazione del pensiero e dell’espressione artistica.

³³ In realtà il testo dell’art. 33 è già in apparente contraddizione con l’art. 1 della stessa legge, che avrebbe limitato gli interventi da realizzare tramite delega al Governo per la tutela dei minori al solo ambito cinematografico (... “anche attraverso apposite deleghe legislative al Governo, della normativa in materia di tutela dei minori nel settore cinematografico”...). Più in particolare, l’art. 33 l. 220/2016 individua i principi cui il Governo nell’esercizio della delega dovrà attenersi: a) il principio della responsabilizzazione degli operatori cinematografici in materia di classificazione del film prodotto, destinato alle sale cinematografiche e agli altri mezzi di fruizione ; b) il principio della uniformità di classificazione con gli altri prodotti audiovisivi, inclusi i videogiochi. Entrambi i principi dovranno garantire la tutela dei minori e la protezione dell’infanzia e la libertà di manifestazione del pensiero e dell’espressione artistica. Vale la pena sottolineare che la classificazione dei prodotti, da quelli cinematografici in poi, assolve alla necessaria e meritoria tutela dei minori ma si porta dietro conseguenze rilevanti anche ai fini dei mercati in cui tali prodotti vanno a collocarsi, e quindi, in senso lato, di appetibilità commerciale dei prodotti ai fini di una fruizione da parte di un pubblico più o meno ampio.

La delega introduce il principio della responsabilizzazione degli operatori cinematografici in materia di classificazione in relazione al “film prodotto, destinato alle sale cinematografiche e agli altri mezzi di fruizione”, e della uniformità di classificazione con “gli altri prodotti audiovisivi, inclusi i videogiochi” (art. 33, comma 2, l. 220/2016).

Il d.lgs. 203/2017, in ossequio al principio di responsabilizzazione, vede effettuare la proposta di classificazione direttamente dagli operatori, salvo successiva verifica della neo-istituita Commissione per la classificazione delle opere cinematografiche. Per una analisi di questi aspetti si rinvia a M. Ramajoli, *Cinema e libertà: dalla censura preventiva al movie rating system, in Aedon, 1, 2018*. La Commissione è stata istituita con decreto del Ministro della cultura 2 aprile 2021, rep. 151 è stata nominata la Commissione per la classificazione delle opere cinematografiche. Con decreto direttoriale 18 ottobre 2021, rep. 2839 è stato approvato il regolamento di funzionamento della Commissione per la classificazione delle opere cinematografiche.

³⁴ D.Lgs. 203/2017, Riforma delle disposizioni legislative in materia di tutela dei minori nel settore cinematografico e audiovisivo, a norma dell’articolo 33 della legge 14 novembre 2016, n. 220.

Tra tutte le definizioni della l. 220/2016 non troviamo però quella dei videogiochi che ricompaiono nel d.lgs. 203/2017, art. 10, già citato, solo per sub-delegare l'AGCom ad adottare un regolamento per la classificazione delle "opere audiovisive destinate al web" e per i videogiochi³⁵.

Si tralasciano, in questa sede, alcune riflessioni sui criteri di attuazione della delega,³⁶ e in particolare in relazione alla scelta con cui il d.lgs. 203/2017 prima e l'AGCom poi hanno individuato e definito e regolato i videogiochi per gli aspetti delegati, su cui la stessa legge 220/2016 non aveva dato una propria definizione e quindi un perimetro giuridico³⁷.

È quindi al regolamento Agcom che interviene in materia di classificazione dei videogiochi nel 2019³⁸ che occorre guardare per individuare una prima definizione normativa di videogioco, per tale intendendosi:

"l'opera multimediale interattiva a carattere videoludico fruibile mediante ogni mezzo di comunicazione che ne consenta l'operatività"

³⁵ Art. 10, D. Lgs. 203/2017. Classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi. 1. Con regolamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, adottato entro centoventi giorni dalla data di pubblicazione del presente decreto, sentito il Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, è disciplinata la classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi. 2. La classificazione di cui al presente articolo è finalizzata ad assicurare il giusto e equilibrato bilanciamento tra la tutela dei minori e la libertà di manifestazione del pensiero e dell'espressione artistica. In particolare, il regolamento di cui al presente articolo è adottato nel rispetto: a) dei principi di cui all'articolo 2, comma 1, del presente decreto; b) delle disposizioni, in quanto compatibili, degli articoli 34 e 35 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, anche con specifico riguardo alla definizione di accorgimenti tecnici idonei ad escludere che i minori vedano normalmente opere vietate, e delle relative sanzioni ivi previste; c) degli standard e delle migliori pratiche internazionali del settore, con particolare riferimento ai sistemi di classificazione maggiormente diffusi, tra i quali il PEGI, Pan European Game Information - Informazioni paneuropee sui giochi.

³⁶ Si segnala inoltre che, la delega contenuta nella l. 220/2016 è anche esplicitamente volta a "... prevedere le abrogazioni e modificazioni della normativa vigente...". Le abrogazioni ma anche le modificazioni della normativa vigente non possono quindi che intervenire con norma di rango primario, quale appunto un decreto legislativo, e non con un regolamento Agcom (art. 33, c. 2, lett. e) che interviene su aspetti tecnici, ma comunque rilevanti per i settori considerati. Il fatto poi che l'opera web nasca nell'ambito dell'attuazione della normativa per la classificazione delle opere audiovisive a tutela dei minori significa che esiste e può essere individuata solo in relazione a questo tipo di interventi?

³⁷ Il d.lgs. 203/2017 effettua una subdelega a soggetto diverso dal Governo, l'Agcom, appunto, che la attuerebbe attraverso, evidentemente, fonti normative non di rango primario. La subdelega non è ignota al nostro sistema costituzionale ma è da limitare ad alcuni casi. In particolare, secondo la giurisprudenza della Corte, l'esercizio del potere di delega a soggetti diversi dal Governo, che attuerebbero tale subdelega attraverso atti che non sono fonti di rango primario, è da ancorare alla natura soggettiva agli organi destinatari della subdelega. Dovrebbe infatti trattarsi di organi espressione del potere politico del Governo, in sostanza i Ministeri, e questo essenzialmente perché non si realizzi, attraverso la subdelega, la mancanza di una assunzione diretta di responsabilità politica da parte del Governo, facendo così venire meno uno degli elementi essenziali su cui si fonda l'art. 76 Cost.

³⁸ AGCom, delibera n. 74/19/CONS del 6 marzo 2019, regolamento sulla classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi di cui all'art. 10, commi 1 e 2, del decreto legislativo 7 dicembre 2017, n. 203 recante "riforma delle disposizioni legislative in materia di tutela dei minori nel settore cinematografico e audiovisivo, a norma dell'art. 33 della legge 14 novembre 2016, N. 220". V. anche Delibera n. 359/19/CONS del 18 luglio 2019 *Linee guida relative alla classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi di cui al Regolamento approvato con delibera n. 74/19/CONS e istituzione dell'Osservatorio permanente per la co-regolamentazione della classificazione delle opere audiovisive destinate al web e dei videogiochi.*

(art. 1, c. 1, lett. f) del. 74/19/Cons.)

La definizione individuata dall'AGCom fa riferimento al carattere multimediale dei videogiochi che, da un lato, ne costituisce un tratto distintivo potremo dire connaturato, se si accede alla qualificazione "multimediale" come opera caratterizzata dalla compresenza di plurimi mezzi di espressione quali immagini, suoni, etc. utilizzando tecnologie digitali e un sistema di software, dall'altro porta con sé un annoso dibattito sulla natura giuridica di questa definizione e sulla sua estensione in termini, ancora una volta, di applicazione della normativa in materia di diritto d'autore³⁹. Esiste peraltro una ulteriore competenza dell'AGCom riferita ai prodotti videoludici per AGCom ma che risultano collocati nell'alveo delle "opere digitali". Nell'ambito delle proprie competenze per la tutela del diritto d'autore online⁴⁰, infatti, l'AGCom promuove lo sviluppo

³⁹ Il termine "multimediale" ricorre peraltro anche nella giurisprudenza italiana riferita ai videogiochi, tra cui v. Cass. pen. Sez. III, Sent., 1° agosto 2017, n. 38204 Di Cocco C., *Multimedialità e diritto d'autore*, in *Dir. Internet*, 3, 2007, p. 297 ss.; S. Magelli, *Le opere multimediali nell'esperienza giurisprudenziale italiana*, in *Dir. Ind.* 2, 2021, p. 190 ss.

⁴⁰ Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e procedure attuative ai sensi del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, del. Delibera n. 680/13/CONS e s.m.i., testo coordinato con le modifiche di cui alla del. Delibera n. 233/21/CONS, Modifiche al Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica. Non è questa la sede per ripercorrere il dibattito nato intorno a questo provvedimento. Per quanto utile sii ricorda che il fondamento giuridico dell'AGCom per intervenire in questo ambito può essere ricondotto:

- nell'articolo 182-bis della legge n. 633/1941 (legge sul diritto d'autore), introdotto dall'articolo 11 della legge n. 248/2000 che ha attribuito all'Agcom (unitamente alla Società italiana degli autori ed editori (SIAE), nell'ambito delle rispettive competenze previste dalla legge) al fine di prevenire ed accertare le violazioni della legge, la vigilanza, tra le altre cose, sull'attività di riproduzione e duplicazione con qualsiasi procedimento, su supporto audiovisivo, fonografico e qualsiasi altro supporto nonché su impianti di utilizzazione in pubblico, via etere e via cavo, nonché sull'attività di diffusione radiotelevisiva con qualsiasi mezzo effettuata;
- nell'articolo 32-bis del Testo unico dei media audiovisivi (decreto legislativo n. 177/2005), introdotto dal decreto legislativo n. 44/2010 che stabilisce da un lato che "I fornitori di servizi di media audiovisivi operano nel rispetto dei diritti d'autore e dei diritti connessi" e, dall'altro, che "L'Autorità emana le disposizioni regolamentari necessarie per rendere effettiva l'osservanza dei limiti e divieti di cui al presente articolo". Tale disposizione riguarda i soli servizi di media audiovisivi, definizione dalla quale sono esclusi, ai sensi del medesimo testo unico (art. 2), "i servizi prestati nell'esercizio di attività non economiche e che non sono in concorrenza con la radiodiffusione televisiva, quali i siti internet privati e i servizi consistenti nella fornitura o distribuzione di contenuti audiovisivi generati da utenti privati a fini di condivisione o di scambio" e "i servizi nei quali il contenuto audiovisivo è meramente incidentale e non ne costituisce la finalità principale";
- nell'articolo 17, comma 3, del decreto legislativo n. 70/2003, recante "Attuazione della direttiva 2000/31/UE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico", che rappresenta la base legale per l'estensione della regolazione più in generale agli Internet Service Provider e che prevede che il prestatore "sia civilmente responsabile del contenuto di tali servizi nel caso in cui, richiesto dall'autorità giudiziaria o amministrativa avente funzioni di vigilanza, non abbia agito prontamente per impedire l'accesso a detto contenuto".
- nell'articolo 4 del citato decreto legislativo, n. 70/2003, che prevede che i "diritti d'autore" e i "diritti assimilati" sono esclusi dall'applicazione delle specifiche disposizioni di cui all'articolo 3, commi 1 e 2, concernenti il divieto, nel cosiddetto "ambito regolamentato", di "limitare la libera circolazione dei servizi della società dell'informazione provenienti da un prestatore stabilito in un altro Stato membro";
- nell'articolo 195-bis, comma 1, del decreto-legge n. 34 del 2020, che prevede che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, su istanza dei titolari dei diritti, può ordinare ai fornitori di servizi della società dell'informazione che

dell'offerta legale di opere digitali e l'educazione alla corretta fruizione delle stesse, anche attraverso la definizione di procedure volte all'accertamento e alla cessazione delle violazioni del diritto d'autore e dei diritti connessi, comunque realizzate, poste in essere sulle reti di comunicazione elettronica. Il Regolamento dell'AGCom sul diritto d'autore qualifica l' "opera digitale" quale "un'opera, o parti di essa, di carattere sonoro, audiovisivo, fotografico, *videoludico*, editoriale e letterario, inclusi i programmi applicativi e i sistemi operativi per elaboratore, tutelata dalla Legge sul diritto d'autore e diffusa su reti di comunicazione elettronica"⁴¹. Una nuova variazione sul tema, quindi, un diverso sguardo con cui lo stesso soggetto, l'AGCom, esercita le proprie, diverse competenze sui videogiochi, quali *opere audiovisive* da un lato, ma anche *opere digitali* dall'altro.

Da questo excursus emerge chiaramente la crescente attenzione verso il mondo dei videogiochi. Il legislatore italiano sembra finalmente riconoscerne la valenza e dare maggiore riconoscimento alla natura creativa dell'opera videoludica nell'ambito dell'industria audiovisiva, nella tutela del diritto d'autore e, non ultime, nelle misure di promozione e supporto, attraverso qualche prima forma di sostegno economico ad una categoria che ne è rimasta sempre priva. I videogiochi non sono espressamente evidenziati come oggetto delle misure previste dalla legge 220/2016 ma, essendo parte delle opere audiovisive e poiché sono queste le destinatarie, come categoria generale, dei benefici della legge, godono anch'essi delle misure di sostegno contemplate dalla legge. Si tratta di una serie di misure un sistema di crediti di imposta, di contributi automatici e di contributi selettivi, principalmente destinati alla produzione, post-produzione, distribuzione, che non potrà che giovare

utilizzano, a tale fine, anche indirettamente, risorse nazionali di numerazione di porre fine alle violazioni del diritto d'autore e dei diritti connessi.

Infine, ai sensi dell'art. 40 del d.lgs. 35/2017, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) sono attribuite specifiche funzioni in materia di tutela del diritto d'autore e della proprietà intellettuale per quanto riguarda il commercio elettronico e l'ambiente digitale, nonché la vigilanza sugli organismi di gestione collettiva e sulle entità di gestione indipendente. Ricostruzione a cura di *Servizio Studi della Camera dei Deputati, Prevenzione e repressione della diffusione illecita di contenuti tutelati dalla normativa sul diritto d'autore mediante le reti di comunicazione elettronica, 26 maggio 2021. Schede di lettura.*

⁴¹ Questa estensione delle competenze dell'AGCom poggia su una riorganizzazione che ha visto trasferire al Ministero della Cultura, Direzione generale biblioteche e diritto d'autore, le competenze in materia di diritto d'autore e la disciplina della proprietà letteraria e di promozione delle attività culturali già in tempi risalenti, ex art. 52, co. 2, del d.lgs. 300/1999, previsione è stata confermata dall'art. 10, co. 1, lett. e), del d.lgs. 303/1999. La direzione generale biblioteche e diritto d'autore collabora con l'Ufficio europeo per la proprietà intellettuale (EUIPO) nell'attuazione delle campagne di sensibilizzazione finalizzate a promuovere sui social media l'utilizzo di contenuti culturali legali *online*. Al riguardo, da maggio 2017 la Direzione generale ha aderito, per conto dell'Italia, alla piattaforma web Agorateka, il portale paneuropeo dei contenuti digitali per incentivare l'utilizzo legale di film, e-book, musica, videogames e programmi tv. A sua volta, l'art. 2, co. 1, del D.L. 63/2005 (L. 109/2005) ha previsto che, al fine di consentire l'efficace coordinamento, anche a livello internazionale, delle funzioni di contrasto delle attività illecite lesive della proprietà intellettuale, i compiti in materia del Ministero della cultura sono esercitati d'intesa con la Presidenza del Consiglio dei Ministri. Così in *Servizio Studi della Camera dei Deputati, Prevenzione e repressione della diffusione illecita di contenuti ..., cit.*

alla nostra industria videoludica. Il riconoscimento di questi benefici, posto sotto l'egida del Ministero della Cultura, promuove e quindi orienta la produzione videoludica italiana verso un'accezione in senso lato culturale dei videogiochi.

Per quanto rileva in questa prima parte dell'analisi, volta a individuare una definizione giuridica di videogioco il decreto con cui è stata data attuazione, per la prima volta a tali misure di sostegno⁴², precisa che ai fini del medesimo decreto, si applicano le definizioni contenute nella legge n. 220 del 2016 e le ulteriori specificazioni contenute nei decreti di attuazione della medesima legge. Tuttavia, come abbiamo segnalato, né la legge 220/2016 né i successivi decreti legislativi recano una definizione di videogioco, che è stata fornita dall'AGCom in attuazione della sub-delega in materia di classificazione dei videogiochi. Lo stesso decreto definisce quindi il videogioco quale:

“l’opera audiovisiva che simula situazioni ambientate in mondi virtuali o reali di diversa natura ed è costruita intorno a un percorso di base che si sviluppa in funzione dell’interazione ludica con uno o più giocatori; può essere fruita mediante appositi dispositivi elettronici, computer o altri apparecchi, anche portatili; può prevedere una fruizione online”

(art. 1, comma 2, lett. e) d.i. MC-MEF 12 maggio 2021).

Nella diversa prospettiva in cui sono adottati i due provvedimenti le definizioni di videogioco che rispettivamente sono riportate assolvono a finalità diverse e scontano l'assenza di una previa definizione per via normativa, con fonte di rango primario dell'oggetto “videogioco”. La definizione dell'AGCom, che ha per oggetto la classificazione dei videogiochi ai fini della tutela dei minori, sottolinea l'elemento multimediale e quindi la molteplicità di canali di fruizione attraverso cui i minori possono entrare in contatto con prodotti videoludici potenzialmente lesivi dei loro diritti. La definizione del Decreto interministeriale evidenzia più l'elemento creativo e narrativo, più coerente con la contestualizzazione dei videogiochi tra i prodotti culturali destinatari di sostegni economici, lasciando l'elemento del software più in secondo piano.

Nonostante queste parziali asimmetrie lo sforzo per dare dignità e riconoscimento normativo ha un grandissimo significato per prodotti videoludici italiani e consente di guardare in modo più sistematico e, in generale, fiducioso, alle attività degli attuali e futuri produttori videoludici. Tuttavia,

⁴² D.I. MIC e MEF 12 maggio 2021 REP 187, Disposizioni applicative in materia di credito di imposta per le imprese di produzione di videogiochi di cui all'articolo 15 della legge 14 novembre 2016, n. 220.

sembra che una definizione giuridica unica che sia utilizzabile nei contesti normativi richiamati – diritto d’autore, sostegno alle opere videoludiche (come species o meno del genus delle opere audiovisive), classificazione dei videogiochi ai fini della tutela dei minori –, sia pure nelle diverse finalità perseguite, gioverebbe a una più limpida definizione del perimetro normativo dei videogiochi e a una più sistematica allocazione delle competenze.

Verso una definizione dei videogiochi sembra andare anche l’Unione europea, che, anche sotto l’espansione del mercato videoludico online e l’affermarsi parallelo del fenomeno degli e-sports, ha incluso i videogiochi tra i numerosi interventi nelle politiche digitali che, sotto diverso titolo, l’Unione persegue. Come anticipato la direzione verso cui sembra orientata l’UE non accosta i videogiochi alle opere audiovisive ma elementi che influiscono sull’ambiente videoludico sono rintracciabili nelle principali fonti che stanno plasmando il sistema digitale europeo, quali, tra le altre, il Digital Service Act⁴³, il Digital Market Act⁴⁴ ma anche la Direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d’autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale, attuata in Italia con d.lgs. 8 novembre 2021, n. 177 che modifica la nostra L.D.A.⁴⁵

L’assenza di una definizione univoca ha favorito una pluralità di approcci di cui è testimone, da ultimo la recente risoluzione del Parlamento europeo⁴⁶ che invita la Commissione e il Consiglio a riconoscere il valore dell’ecosistema dei videogiochi quale importante industria culturale e creativa e chiede lo sviluppo di una strategia europea coerente e a lungo termine per i videogiochi. Se da un lato questo intervento è da salutare con favore, come segno di interesse dell’Unione per questo settore e come

⁴³ Regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 ottobre 2022, relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che modifica la direttiva 2000/31/CE (regolamento sui servizi digitali).

⁴⁴ Regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 settembre 2022, relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale e che modifica le direttive (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (regolamento sui mercati digitali).

⁴⁵ E sulla base della quale l’AGCom viene investita di nuove e significative competenze. Su uno specifico aspetto di questa direttiva è da segnalare, per quanto qui rileva, una affermazione contenuta nelle Conclusioni dell’avvocato generale H. Saugmandsgaarde, presentate il 15 luglio 2021. Repubblica di Polonia contro Parlamento europeo e Consiglio dell’Unione europea. Ricorso di annullamento – Direttiva (UE) 2019/790 – Articolo 17, paragrafo 4, lettera b), e lettera c), in fine – Articolo 11 e articolo 17, paragrafo 2, della Carta dei diritti fondamentali dell’Unione europea – Libertà di espressione e d’informazione – Tutela della proprietà intellettuale – Obblighi imposti ai prestatori di servizi di condivisione di contenuti online – Controllo automatico preventivo (filtraggio) dei contenuti caricati in rete dagli utenti. Causa C-401/19. Nelle sue Conclusioni, l’avvocato generale infatti afferma che l’articolo 17 della direttiva 2019/790 si applica, in assenza di qualsivoglia limitazione al riguardo nei termini di tale articolo o nella definizione del “prestatore di servizi di condivisione di contenuti online” figurante all’articolo 2, punto 6, di tale direttiva, a tutti i tipi di materiali protetti (visivi, musicali, cinematografici, testuali, ma anche le linee di codici, i videogiochi, ecc.).

⁴⁶ Risoluzione del Parlamento europeo del 10 novembre 2022 su sport elettronici e videogiochi (2022/2027(INI))

auspicio per una regolazione sistematica di fonte UE, dall'altro si deve registrare il significativo ritardo di un intervento europeo in questo ambito.

1.2 Le misure di sostegno al comparto videoludico

L'assenza di una definizione giuridicamente rilevante di "videogioco" a livello europeo non ha però impedito che fossero attivate diverse linee di finanziamento per il comparto videoludico, fin dai primi programmi "Media" e poi, principalmente, con i programmi Creative Europe e Horizon. Fin dal 2014, la sezione MEDIA di Europa creativa ha sostenuto il comparto videoludico europeo con un totale di oltre 24 milioni di euro per 210 progetti.

Attraverso questi programmi sono stati finanziati diversi progetti e prodotti che, in assenza di una normativa nazionale, hanno costituito spesso per le imprese videoludiche italiane, ma non solo, risorse importanti e sedi di incontro e di scambio con altre realtà⁴⁷.

Sul piano nazionale i primi interventi dedicati al comparto videoludico sono previsti grazie alla l. 220/2016 anche se si è dovuto attendere fino al 2021 per l'adozione dei regolamenti necessari e per il lancio del primo bando.

Nelle more, tra le iniziative intraprese per contrastare la crisi da Covid 19, è da segnalare il cosiddetto "Fondo per l'intrattenimento digitale", denominato "First Playable Fund", un incentivo che favorisce l'ideazione e la pre-produzione di videogiochi, istituito dall'art. 38, comma 12, del cd. "Decreto Crescita", d.l. 19 maggio 2020, n. 34, promosso dal Ministero dello Sviluppo Economico e gestito da Invitalia⁴⁸.

Il Fondo prevedeva l'erogazione di contributi a fondo perduto, riconosciuti nella misura del 50 per cento delle spese ammissibili, e per un importo compreso da 10.000 euro a 200.000 euro per singolo prototipo, in regime "de minimis".

I soggetti destinatari erano le imprese soggette a tassazione in Italia per effetto della loro residenza fiscale, ovvero per la presenza di una sede operativa in Italia, cui sia riconducibile il prototipo per la realizzazione del quale si richiedeva il contributo. Inoltre le imprese dovevano avere capitale sociale minimo interamente versato e un patrimonio netto non inferiori a diecimila euro, sia nel caso di

⁴⁷ Le misure di sostegno economico al settore all'interno dei paesi UE sono comunque mappate e periodicamente aggiornate. Si veda ad es. la European game funding guide, 2021, <https://www.europacreativa-media.it/documenti/allegati/2021/european-games-funding-guide-2021.pdf>

⁴⁸ [Qui il link alla pagina web del MISE sul Fondo.](#) [Qui il link alla pagina web dedicata nel sito di Invitalia.](#)

imprese costituite sotto forma di società di capitale, sia nel caso di imprese individuali di produzione ovvero costituite sotto forma di società di persone. Condizioni accessibili quindi anche per le piccole realtà produttive italiane mentre, stante il panorama frammentario, che si cercherà di argomentare infra (vedi la parte della ricerca curata da Linda Anastasio e da Luca Baccolini) il possesso di classificazione ATECO 58.2 o 62 sembra possa esprimere una caratterizzazione molto precisa dei soggetti che possono presentare domanda che di fatto esclude molte realtà, non necessariamente le più piccole. Questa scelta è la medesima fatta dal Ministero della Cultura, come vedremo.

La misura è stata poi attuata dal [Decreto Ministeriale 18 dicembre 2020](#) e dal [Decreto direttoriale del 21 maggio 2021](#) e, con una dotazione iniziale di 4 milioni di euro per l'anno 2020, è andato esaurito nel giro di tre ore dall'apertura delle domande. Al momento questo fondo non è stato rifinanziato.

La misura con carattere strutturale, collegata al riconoscimento dei videogiochi come species nella categoria delle opere audiovisive, finanziata per la prima volta nel 2021, rifinanziata per il 2022 con 11 milioni di euro (anche se ad oggi il bando relativo non è stato ancora pubblicato), è quella adottata in attuazione dell'art. 15, l. 220/2016. Il modello ispiratore sembra essere quello del credito di imposta francese, peraltro recentemente modificato⁴⁹. Questo articolo prevede, il credito d'imposta per le imprese di produzione cinematografica e audiovisiva, in misura non inferiore al 15 per cento e non superiore al 40 per cento del costo complessivo di produzione di opere cinematografiche e audiovisive. Non c'è una esplicita indicazione delle opere videoludiche, peraltro ricordiamo che la stessa legge non definisce i videogiochi, ma si fa riferimento, per la determinazione dell'aliquota del credito d'imposta, ai criteri che il futuro decreto attuativo dovrà rispettare, e cioè per le opere cinematografiche è prevista l'aliquota del 40 per cento; per le opere audiovisive, l'aliquota del 40 per cento può essere prevista in via prioritaria per le opere realizzate per essere distribuite attraverso un'emittente televisiva nazionale e, congiuntamente, in coproduzione internazionale ovvero per le opere audiovisive di produzione internazionale; per le opere non realizzate in coproduzione internazionale ovvero che non siano opere audiovisive di produzione internazionale; per le opere in cui il produttore indipendente mantiene la titolarità dei diritti in misura non inferiore al 40 per cento, secondo le modalità previste nel medesimo decreto attuativo. Per le altre tipologie di opere audiovisive, quindi in via residuale, l'aliquota è determinata tenendo conto delle risorse disponibili e

⁴⁹ Décret n° 2022-1392 du 19 octobre 2022 modifiant les dispositions du code du cinéma et de l'image animée relatives aux crédits d'impôt en faveur des créateurs de jeux vidéo, https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/texte_jo/JORFTEXT000046510851. Per dare un'idea della diversa entità delle risorse, nel 2021 il Ministero dell'Economia ha erogato crediti di imposta per 43 milioni di euro.

nell'ottica del raggiungimento degli obiettivi previsti dalla legge. Su questi presupposti il D.l. MiC e MEF 12 maggio 2021, REP. 187 stabilisce che ai produttori di videogiochi spetta un credito d'imposta in misura pari al 25 per cento del costo eleggibile di produzione di videogiochi riconosciuti di nazionalità italiana, fino all'ammontare massimo annuo di euro 1.000.000 per ciascuna impresa di produzione ovvero per ciascun gruppo di imprese. In ogni caso il credito d'imposta e le altre misure di sostegno pubblico non possono superare, complessivamente, la misura del 50 per cento del costo eleggibile del videogioco.

Il beneficio è riconosciuto in relazione agli investimenti effettuati per la produzione di videogiochi riconducibili a una realtà con sede in Italia, e che siano stati riconosciuti da una commissione esaminatrice come *opere di valore culturale* sulla base dei criteri previsti dalla Tabella A allegata al decreto e che contribuiscono allo sviluppo della creatività italiana ed europea nei videogiochi attraverso elementi di qualità, originalità e innovazione tecnologica e artistica. Questo elemento merita qualche attenzione perché tra i requisiti indicati per determinare la valenza culturale di videogiochi compaiono alcune voci che effettivamente hanno una connotazione significativa in questo senso, ad es. se il videogioco sia ispirato a un'opera del patrimonio storico, artistico, letterario, audiovisivo o scientifico europeo o riguardi tematiche storiche, leggendarie, sociali, artistiche, culturali, sportive o scientifiche europee, o se la versione originale del videogioco sia in almeno due lingue europee tra cui l'italiano, altri invece sono applicabili quasi a qualsiasi produzione videoludica, come l'essere caratterizzato da elementi di originalità ed individualità creativa, o da sviluppo narrativo ovvero da progressione dell'esperienza di gioco.

L'elemento culturale, che costituisce la scelta di fondo per raggiungere, ancora in tempi pre-covid, anche questo comparto con le prime forme di sostegno pubblico, in modo compatibile con i vincoli posti dall'Unione europea agli aiuti di Stato, viene interpretato in modo, sembra, da favorire un'ampia partecipazione da parte degli imprenditori videoludici. A parte il dato della nazionalità italiana, il decreto ammette ai benefici i produttori di videogiochi:

- a) che hanno sede legale nello Spazio economico europeo;
- b) che, al momento dell'utilizzo del beneficio, sono soggetti a tassazione in Italia per effetto della loro residenza fiscale ovvero per la presenza di una stabile organizzazione in Italia, cui sia riconducibile l'opera audiovisiva cui sono correlati i benefici;
- c) che hanno un capitale sociale minimo interamente versato e un patrimonio netto non inferiori, ciascuno, a diecimila euro, sia nel caso di imprese costituite sotto forma di società di capitale sia nel caso di imprese individuali di produzione ovvero costituite

- d) sotto forma di società di persone;
- e) che sono diversi da associazioni culturali e fondazioni senza scopo di lucro;
- f) che sono in possesso di classificazione ATECO 62 o 58.2.

Il decreto quindi, nel rispetto dell'art. 15, l. 220/2016, fissa dei parametri piuttosto simili al "First Playable Fund", anche in relazione al necessario possesso degli specifici codici ATECO. È altresì interessante la qualificazione dei soggetti che possono partecipare sotto la fattispecie di produttore di videogiochi singolo o come "gruppo di imprese", consentendo anche la "produzione associata" o la "produzione in appalto". Queste formule flessibilizzano la partecipazione al bando, aspetto molto utile in un contesto ancora caratterizzato da imprese di piccole dimensioni.

Una menzione almeno, in questo quadro, merita il PNRR, che, in uno studio condotto da IIDEA e Censis⁵⁰ prevede una voce per il finanziamento piattaforme di servizi digitali, anche per sviluppatori e imprese culturali, pari a 45 milioni per il periodo 2021-2026.

1.3 Le imprese videoludiche come imprese creative a Bologna e in Emilia Romagna

La regolazione dei videogiochi, dalla loro definizione alle competenze degli organi di governo e di garanzia, è stata fino ad ora affrontata nella prospettiva europea e nazionale ma le misure che, a livello territoriale possono essere adottate per promuovere il settore videoludico possono rappresentare un elemento estremamente rilevante specie in una realtà che, come si è detto più volte e come risulterà dagli interventi successivi è caratterizzata da imprese di dimensioni molto contenute.

L'aspetto più interessante da sottolineare riguarda la promozione delle imprese creative.

Con questo termine si intendono in generale le imprese che operano nei comparti più vicini all'espressione artistica e culturale, che comprendono il comparto della stampa, dell'editoria, del cinema, audiovisivo, tv, radio e musica, dei servizi di informatica e programmazione, dei servizi di progettazione architettonica ed ingegneristica, dei servizi pubblicitari, delle attività creative, artistiche, d'intrattenimento e fruizione del patrimonio culturale, della moda del design...

Questa definizione aperta, ha trovato una sua composizione in una fonte statale, il d.l. 178/2020⁵¹, che ha istituito il Fondo per le imprese creative per "settore creativo" si intende il settore che

⁵⁰ Il valore economico e sociale dei videogiochi in Italia Primo Rapporto IDEA-Censis, 2021, <https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Rapporto%20Integrale.pdf>

⁵¹ Art. 1, commi 109-113, d.l. 178/2020. Il Decreto di attuazione è il D.M. Ministero dello sviluppo economico, 19/11/2021

comprende le attività dirette allo sviluppo, alla creazione, alla produzione, alla diffusione e alla conservazione dei beni e servizi che costituiscono espressioni culturali, artistiche o altre espressioni creative e, in particolare, quelle relative all'architettura, agli archivi, alle biblioteche, ai musei, all'artigianato artistico, all'audiovisivo, compresi il cinema, la televisione e i contenuti multimediali, al software, ai videogiochi, al patrimonio culturale materiale e immateriale, al design, ai festival, alla musica, alla letteratura, alle arti dello spettacolo, all'editoria, alla radio, alle arti visive, alla comunicazione e alla pubblicità. Il Fondo è gestito da «Soggetto gestore»: l'Agenzia per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa S.p.a. - Invitalia.

Se questo è il quadro normativo nazionale, in Emilia-Romagna la Regione ha investito in modo particolare sulle Industrie Culturali e Creative, identificandole come settore ad ampio potenziale di sviluppo, inserendole nella propria Strategia di Specializzazione Intelligente (S3) 2014-2020 e confermandole all'interno del nuovo documento programmatico che copre il settennato 2021-2027, in linea con gli obiettivi di Agenda 2030. La Regione Emilia-Romagna è altresì partner del progetto coordinato dall'OCSE, Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, in collaborazione con la Commissione Europea, e sviluppato con il supporto di [Art-ER](#), che ha l'obiettivo di analizzare il settore culturale e creativo nonché elaborare raccomandazioni indirizzate a decision-maker per migliorare le politiche a supporto di questo comparto. In questo progetto è già stato approvato un primo report, "Culture and the creative economy in Emilia-Romagna, Italy" in cui vengono proposte alcune raccomandazioni di policy alla Regione per perseguire gli obiettivi condivisi.

Tutto il contesto che la Regione Emilia-Romagna ha tessuto per realizzare questo disegno lavora in stretta sinergia. Ne è prova il nuovo accordo di durata triennale siglato, nel giugno 2022, dalla stessa Regione Emilia-Romagna e dal Comune di Bologna, con cui si rafforza la collaborazione tra i due enti per lo sviluppo e l'innovazione delle professioni e delle industrie culturali e creative in Emilia-Romagna, una delle traiettorie di sviluppo della strategia di specializzazione intelligente regionale.

Il nuovo accordo tra Regione Emilia-Romagna e Comune di Bologna riconosce l'importanza crescente dei settori culturali e creativi per la capacità di generare innovazione in relazione ai settori economici tradizionali, il potenziale di sviluppo economico, la creazione di lavoro qualificato, l'attrattività del

Disciplina del fondo per le piccole e medie imprese creative. Un precedente tentativo, l. 205/2017, commi 57-60, aveva istituito un credito di imposta nella misura del 30 per cento dei costi sostenuti per attività di sviluppo, produzione e promozione di prodotti e servizi culturali e creativi per le imprese culturali e creative. Il regolamento attuativo però non è stato mai adottato e quindi quelle disposizioni sono rimaste inattuato.

territorio, l'innovazione sociale, e per il miglioramento della qualità della vita attraverso l'accesso alla cultura in un'ottica di benessere diffuso⁵².

Nella convenzione attuativa dell'accordo la Regione riconosce al Comune di Bologna il ruolo di capofila regionale, in particolare sul progetto Incrediboll!, che da oltre 10 anni sostiene le realtà del territorio attraverso contributi a fondo perduto, servizi di orientamento, assegnazione di spazi e opportunità per lo sviluppo d'impresa e l'internazionalizzazione. Fino al 2022 questo progetto ha visto 163 vincitori su circa 1.000 candidature ricevute nelle 10 edizioni del bando principale e il coinvolgimento di più di 2.000 professionisti e operatori della cultura e della creatività, nonché più di 30 assegnazioni di locali di proprietà del Comune di Bologna in ottica di riqualificazione urbana e animazione del territorio attraverso attività produttive di beni e servizi culturali e creativi.

L'accordo, inoltre, vuole puntare su nuovi progetti legati alla cultura, la creatività e il digitale in particolare Bologna Game Farm, acceleratore di videogiochi realizzato in collaborazione con IIDEA che rafforza il ruolo dell'Emilia-Romagna in questo ambito. Inaugurato lo scorso anno con un'edizione pilota, Bologna Game Farm ha messo a disposizione di 4 realtà dell'Emilia-Romagna attive nel campo dei videogiochi un contributo in denaro, di 30.000 euro, e un percorso di accelerazione ospitato presso le Serre di Art-ER.

Uno dei numerosi aspetti positivi di Game Farm è che possono presentare domanda imprese, liberi professionisti, studi associati con attività prevalente nel campo dei videogiochi, secondo una definizione molto aperta priva di vincoli quali codici ATECO, capitale scale minimo, periodo minimo di tre anni dalla data di costituzione della società etc. Questo favorisce la partecipazione di nuovi soggetti effettivamente emergenti e li affianca in un percorso di effettivo consolidamento. Peraltro, il fatto che Game Farm sia un progetto del Comune di Bologna ma promosso anche con la Regione Emilia-Romagna fa sì che possano concorrere anche soggetti avere sede operativa e attività prevalente nel territorio della Regione Emilia-Romagna, non solo nel perimetro del Comune di Bologna. Questo consente di condividere la significativa esperienza del Comune anche con soggetti di altre aree della Regione, possibilmente proprio quelle che non possono avvantaggiarsi di analoghi servizi perché non sviluppati dagli enti locali presenti sul territorio. Il bando inoltre attribuisce punteggi maggiori anche in base alla rilevanza territoriale (composizione del team e/o collaborazioni

⁵² Dà notizia di questo accordo comunicato stampa della stessa Regione, che è stato ripreso integralmente https://imprese.regione.emilia-romagna.it/notizie/notizie-attualita/2022/copy_of_regione-e-comune-insieme-per-imprese-culturali-e-creative

esterne con soggetti radicati sul territorio regionale, promozione del territorio) e, in misura minore, alla rilevanza della componente giovanile under 40, nonché della componente femminile.

Dell'esperienza di Game Farm si è avvalsa anche questa ricerca che, con l'obiettivo di censire tutte le realtà videoludiche emiliano-romagnole, anche quelle meno strutturate, grazie alla generosa collaborazione del Settore imprese creative del Comune di Bologna, ha potuto contare sul coinvolgimento dei soggetti che hanno partecipato alle due edizioni del bando fino ad oggi realizzate. In realtà, in una prima fase della ricerca, i giovani imprenditori coinvolti hanno aderito alla ricerca, rispondendo al questionario inviato, molto di più delle realtà più consolidate, determinando dei dati che devono essere correttamente bilanciati e contestualizzati. Dalle risposte fornite al questionario, che saranno integrate in una appendice documentale della ricerca, emergono alcuni spunti interessanti in relazione alle aspettative che i soggetti rispondenti hanno rispetto agli attori locali. Per larga parte l'accesso a forme di sostegno pubblico rimane una grande difficoltà, eppure le aspettative nei confronti del Comune di Bologna hanno un profilo più ampio e, potremmo dire, alto. Compaiono infatti aspettative quali "fornire maggior incentivi per le aziende, creare corsi universitari ad hoc per formare studenti", oppure "supportare la nascita e la promozione di un ecosistema locale, di cui la Regione Emilia-Romagna possa essere esempio virtuoso e pionieristico, agevolando tramite politiche economiche e comunicazioni la nascita di fondi di investimento e/o imprese che possano supportare le società di sviluppo locali, sia economicamente, sia a livello di servizi e know how. In questo modo creare una zona dove, come in Silicon Valley, risiedono sia le aziende che producono e sviluppano, sia le sedi degli investitori, per creare un tessuto sociale autonomo intorno al settore, che conosca sé stesso a livello locale, ma anche il mercato internazionale". Altri sono più incentrati su esigenze di comunicazione: sentirebbero il bisogno di "Fondi a sostegno del Marketing e della promozione" o di "Pubblicità e Articoli di Giornale (fisico e online) ben costruiti", di "Un tam tam social per la divulgazione, che poi sfoci in una serie di incontri sul tema", "Attività d'impresa e festival" o, più precisamente "Un Festival o Evento in cui si invitano esponenti dell'industria italiani e soprattutto esteri a parlare dei loro percorsi e si mostrano i progetti delle loro realtà. Sia persone addette alla produzione sia persone addette alla distribuzione e vendita dei progetti."

Altri richiederebbero supporto nella creazione di contatti/rete "Ad es. collegando gli enti (come musei e biblioteche) con i professionisti del settore" o "Cicli di incontri sulla storia del videogioco, incontri con professionisti di settore, presentazioni di titoli in uscita", anche per spaziare in altre dimensioni quali "Sviluppare progetti multimediali per le aziende, che siano esperienze di tipo gaming ma

dedicate al settore professionale, per la produzione e formazione con nuove tecnologie immersive come la realtà virtuale”.

Tali attività denotano una particolare vivacità di spunti e anche un atteggiamento confidente nei confronti del Comune di Bologna⁵³, e, a conferma del ruolo giocato da tempo dal Settore imprese creative, prevale la dimensione imprenditoriale mentre quella più squisitamente culturale rimane ad oggi recessiva. Anche se molti soggetti rispondono affermativamente alla domanda sull’eventuale interesse a veicolare contenuti culturali attraverso i videogiochi, alla domanda “Nella fase di distribuzione e promozione, quanto considerate la realtà delle biblioteche emiliano-romagnole?” la risposta è per lo più “per niente”, probabilmente da mettere in relazione con il fatto che alla successiva domanda “Quanto conoscete la biblioteca Salaborsa Lab R. Ruffilli del Comune di Bologna e il settore videoludico che ospita?” la risposta prevalente è “poco”. C’è quindi una limitata conoscenza del servizio che le biblioteche in generale e Salaborsalab possono offrire, anche se quella della realizzazione di presentazioni e incontri, con enti e imprese, cui ben si presterebbe Salaborsalab, era un’esigenza emersa nelle proposte formulate al Comune. Peraltro tra le variegate fonti di ispirazione dei videogiochi prodotti nessuno cita i libri, in senso tradizionale (solo un rispondente parla di “libri di meccanica”) o i film ma quattro rispondenti su undici dichiarano di ispirarsi ad altri videogiochi. In questi riferimenti ben si potrebbe valorizzare il patrimonio del comparto videoludico di Salaborsalab per degli approfondimenti su specifici videogame ed esperienze di gioco, in un confronto con altri produttori e studiosi del settore.

1.4 Conclusioni

Tracciando le una nessuna e centomila definizioni di videogiochi si è cercato di fare emergere un quadro regolatorio in costante trasformazione, in larga parte su impulso della normativa europea, che disegna soprattutto per l’AGCom un ruolo sempre più intenso e su vari fronti. Una più efficace sistematizzazione delle fonti e una definizione unica di videogiochi gioverebbero al sistema, e il primo grande impulso in questo senso dovrebbe venire, ancora una volta, dall’Unione europea, come auspicato dalla Risoluzione del Parlamento Europeo citata. Tuttavia questo percorso sembra ancora lungo e difficilmente una sola definizione potrà contenere tutte le variabili che possono caratterizzare un videogioco, anche se si potrebbe individuare una categoria a sé, da connotare in base alle diverse caratteristiche. La categoria “opere audiovisive” nel diritto dell’Unione europea è anch’essa priva di

⁵³ La domanda posta nel questionario era: “Quali attività potrebbero realizzare il Comune di Bologna e la Città Metropolitana di Bologna per sostenere la diffusione di una cultura videoludica in Emilia Romagna?”

una definizione chiusa e potrebbe essere opportuno introdurre un apparato definitorio che chiarisca e distingua, anche rispetto ai videogiochi.

Dalle risposte al questionario emerge che i soggetti si trovano relativamente a proprio agio con gli aspetti normativi e amministrativi legati alla loro attività, o almeno offrono risposte molto variegata rispetto alla difficoltà percepita su temi connessi al diritto d'autore, alla tutela dei dati personali e anche l'influenza delle disposizioni in materia di classificazione dei videogiochi sembrano essere considerate nella fase di progettazione metabolizzate dagli operatori. Tra tutti i temi giuridici quello che sembra evidenziare maggiori incertezze è quello sul diritto d'autore, su cui il questionario "provocava" i rispondenti con alcune domande.

Tuttavia un maggiore ascolto sulle esigenze degli operatori su questi temi e una più intensa attività di formazione e supporto sugli aspetti giuridici agevolerebbe la comprensione di alcuni aspetti, specie alla luce delle novità in arrivo (si pensa, in primo luogo, all'attuazione del DSA e del DMA nonché alle nuove competenze AGCom sul diritto d'autore). Peraltro i costi di personale amministrativo sono significativi per tre realtà su undici ma totalmente assenti per quasi tutti gli altri. Difficilmente quindi i produttori videoludici hanno al loro interno competenze giuridiche tali da garantire una piena confidenza con gli aspetti giuridici e questo aspetto non sembra risolto, per gli intervistati dalle Associazioni di categoria (solo due su undici dichiarano di essere iscritti a una associazione e i benefici principali ricondotti all'adesione sono espressi in termini di networking e partecipazione a fiere e festival). Il fatto che questa esigenza non sia rappresentata neanche nelle richieste potenzialmente formulate al Comune di Bologna lascia pensare più a una disinvoltura e limitata percezione della rilevanza degli aspetti giuridici più che a una piena e competente confidenza.

2 Caratteristiche di contenuti videoludici, tra domanda e offerta

di Sebastiano Pezzile

2.1. Premessa

Il mercato videoludico è un fenomeno complesso che richiede un particolare approfondimento per poterne discernere punti di forza e di debolezza, per cui il presente contributo si articola secondo diverse direttrici.

Prima di arrivare all'analisi del mercato emiliano-romagnolo, è necessario procedere da uno scorcio sull'industria dei videogiochi nel mondo, attraverso l'analisi dei dati disponibili forniti da aziende di consulenza e ricerca di mercato, in particolare Newzoo.

Lo step successivo consisterà, tenendo a mente quanto raccolto ed analizzato a livello globale, nel confrontare questi dati con quelli disponibili relativi al mercato europeo, di cui quello nazionale risulta parte integrante, grazie al contributo di ISFE (Europe's Video Games Industry). In questa sezione sarà anche dato uno sguardo a quali e quante misure siano state adottate da paesi competitor su suolo europeo per favorire lo sviluppo del mercato videoludico.

Si potrà dunque passare all'analisi del mercato italiano, in particolare con un approfondimento sui videogiochi di maggior successo a livello di vendite, andando a ricercare quali siano i fattori per un videogioco "vincente" e che gli sviluppatori locali possano adottare. In particolare sono stati utilizzati dati di IIDEA contenuti nei Rapporti annuali sul mercato dei videogiochi in Italia.

In ultima istanza, si volgerà lo sguardo nello specifico alla produzione emiliano-romagnola, consci dei dati analizzati fino ad ora. La frammentarietà del mercato locale ha generato delle difficoltà nel reperimento delle aziende oggetto di analisi (vedi contributo di Anastasio/Baccolini in questo Rapporto).

A supporto della ricerca è stata anche progettato un questionario inviato alla totalità delle entità individuate sotto forma di Google Form. Nello specifico le domande utili alla presente analisi:

- A quali tipologie di videogiochi appartiene la produzione degli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi MULTIPLAYER avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi ONE PLAYER avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi che prevedono la possibilità di giocare ANCHE ONLINE avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi che si giocano SOLO ONLINE avete prodotto negli ultimi 5 anni?

- Quanti videogiochi che prevedono un SUPPORTO FISICO avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi che non prevedono un SUPPORTO FISICO avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi per CONSOLE avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi per COMPUTER avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi per SMARTPHONE avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Attraverso quale/i piattaforma/e state attualmente distribuendo i vostri prodotti?
- Nella sua impresa, quali sono i tempi medi complessivi di ideazione e produzione di un videogioco?
- Quando è iniziato lo sviluppo del progetto del più recente videogioco realizzato?
- Quanto è durato lo sviluppo del progetto del più recente videogioco realizzato?
- In caso il più recente videogioco realizzato non sia ancora stato pubblicato, quando pensate verrà ultimato?
- Quante ore settimanali vengono dedicate al progetto?
- Vi siete appoggiati ad un publisher per la pubblicazione del vostro videogioco? Se sì indicare quale/i.
- Quali sono state le vostre ispirazioni nella creazione del vostro ultimo progetto?
- Fornire eventuale demo o copia del prodotto

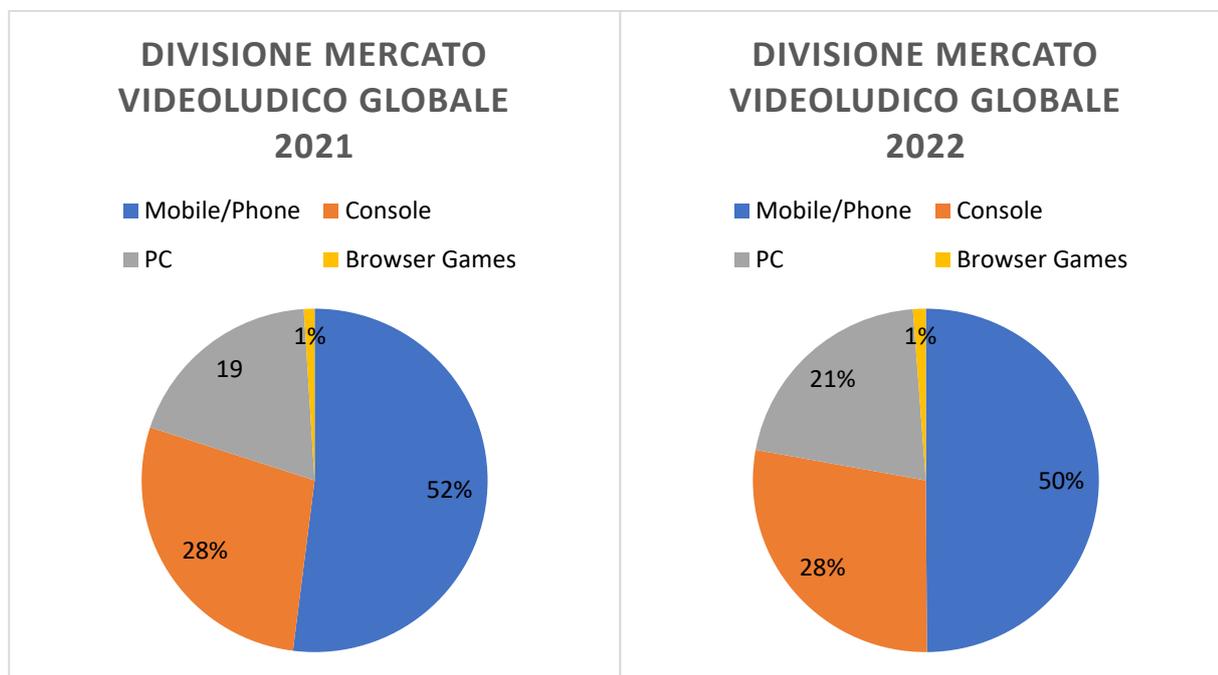
La limitata partecipazione al questionario ha costituito una difficoltà per la ricerca. Per integrare dati e preclusa la possibilità di testare con mano i prodotti videoludici, per la ricerca è stato necessario attingere a materiale video per discernerne la natura, oltre ai dati pubblicati online dalle varie entità.

3 L'industria videoludica: i numeri nel mondo

Il settore videoludico rappresenta una realtà ormai affermata a livello globale con un numero di fatturato stimato nel 2022 di 184,4 miliardi di dollari e 3,198 miliardi di videogiocatori, numero destinato a salire fino a 3534 milioni nel 2025⁵⁴. Sul fatturato totale, il mercato dei videogiochi mobile e applicazioni incide del 50%, mentre il restante è diviso in maniera quasi equa tra videogiochi per console (28%) e videogiochi per computer (21%), con il restante 1% rappresentato dai browser games.

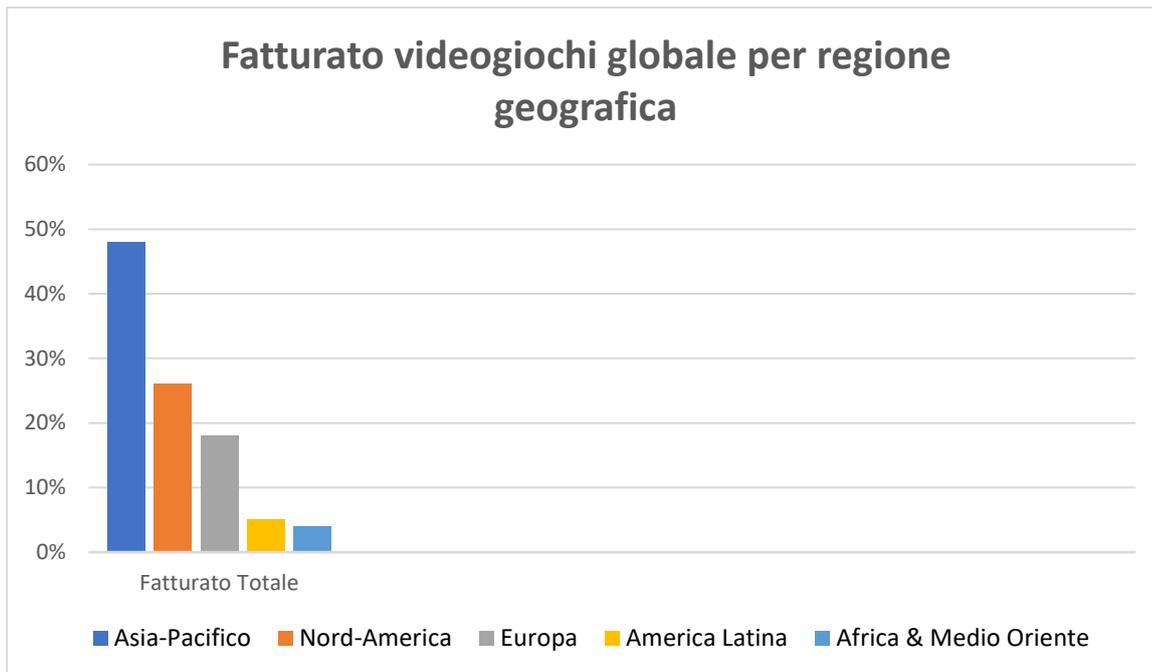
⁵⁴ Dati ottenuti dal report annuale sul mercato globale dei videogiochi di Newzoo. Newzoo, 26/07/2022, Newzoo Global Games Market Report 2022

Rispetto allo scorso anno, la redistribuzione risulta pressoché invariata, con unica differenza una leggera crescita del segmento dei giochi per PC rispetto al 19% del 2021 a discapito di quello dei dispositivi mobile, al 52% nello stesso anno⁵⁵.



Il mercato principale si conferma essere nel 2022 quello Asia-Pacifico che rappresenta il 48% del fatturato totale, con quello europeo in terza posizione al 18% dietro quello nordamericano (26% del totale).

⁵⁵ Dati ottenuti dal report annuale sul mercato globale dei videogiochi di Newzoo. Newzoo, 1/07/2021, Newzoo Global Games Market Report 2021



Nonostante i numeri massivi, nel 2022 l'industria dei videogiochi per la prima volta nella storia moderna ha subito una piccola battuta d'arresto, con un calo stimato del 5,1% in Nord America e 3,5% in Europa. Questo calo, in contrasto con l'exploit avvenuto nel 2020 durante il periodo della pandemia, può essere spiegato da diversi fattori. In primis, il terminare delle misure restrittive e di lockdown a livello globale ha permesso a molti di ritornare alla propria vita di tutti i giorni, ridurre le ore in smart working, con la conseguenza di avere meno tempo da dedicare ai videogiochi. In secondo luogo, la pandemia stessa ha creato una situazione di stallo nel mondo tecnologico, dovuta alla carenza globale di semiconduttori e relativi strumenti tecnologici da un lato, e la difficoltà delle aziende videoludiche stesse di coordinarsi nel periodo pandemico dall'altro, risultando in numerosi ritardi e scostamenti di date di uscite di videogiochi anche molto attesi⁵⁶.

Secondo l'azienda di consulenza e ricerche di mercato Newzoo, la prospettiva futura del settore è comunque positiva e si stima raggiunga i 211,2 miliardi di dollari di fatturato nel 2025. Una crescita quindi rallentata rispetto agli anni precedenti.

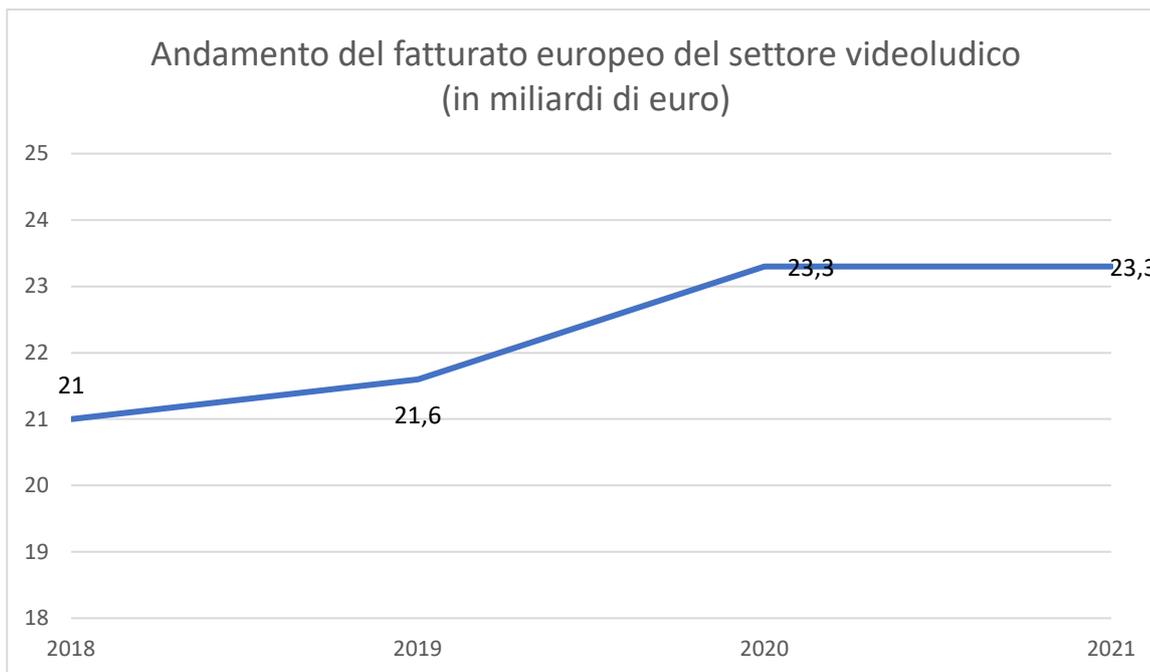
⁵⁶ La lista è troppo lunga per essere riportata per intero. Per quanto la maggior parte dei ritardi sia avvenuta nel 2021, l'effetto della pandemia si è potuto sentire anche nel 2022 con innumerevoli titoli come STALKER 2, Dying Light 2, Suicide Squad: Kill the Justice League posticipati di quasi un anno



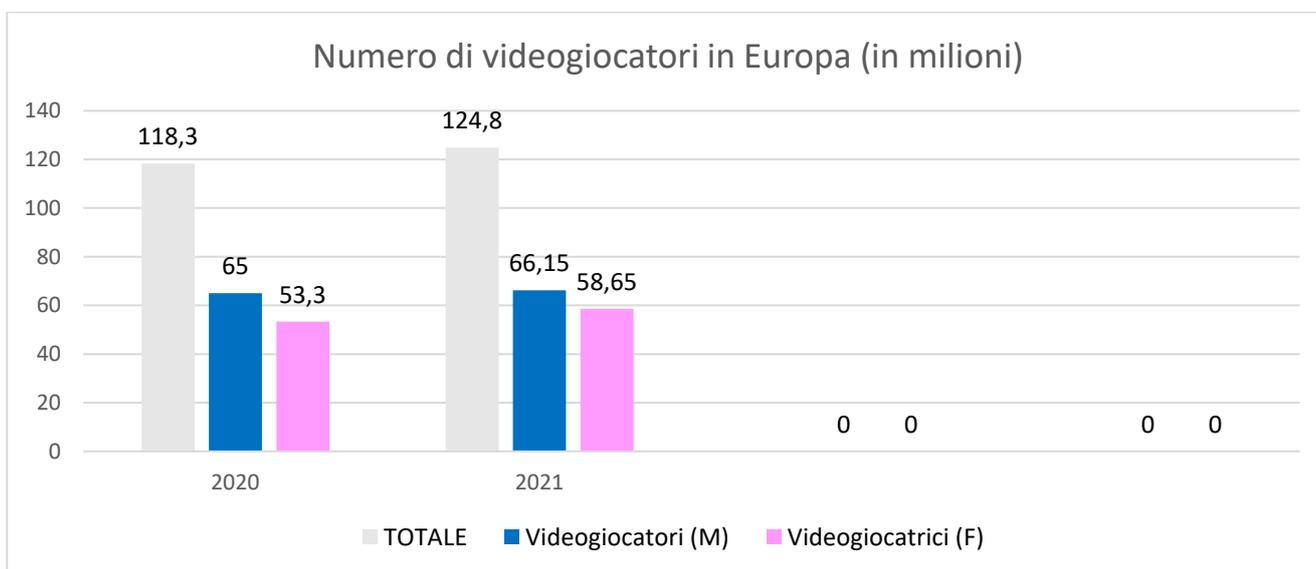
2.2 Uno sguardo all'Europa

Spostiamoci quindi nella nostra analisi su un mercato più vicino al nostro e dalle dimensioni più contenute. Il fatturato complessivo in Europa per quanto riguarda il settore videoludico è ammontato a 23,3 miliardi di euro nel 2021, con una crescita quindi nulla rispetto all'anno precedente. Come osservato a livello mondiale, anche in Europa c'è stata una crescita notevole tra il 2019 e il 2020 (da 21,6 a 23,3 miliardi) collegata alla pandemia da Covid-19, e le previsioni danno il mercato in leggero calo nel 2022⁵⁷.

⁵⁷ Europe's Video Games Industry, ISFE, 2022, Key Facts From 2021 video games – a force for good <https://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2022/08/FINAL-ISFE-EGDFKey-Facts-from-2021-about-Europe-video-games-sector-web.pdf>



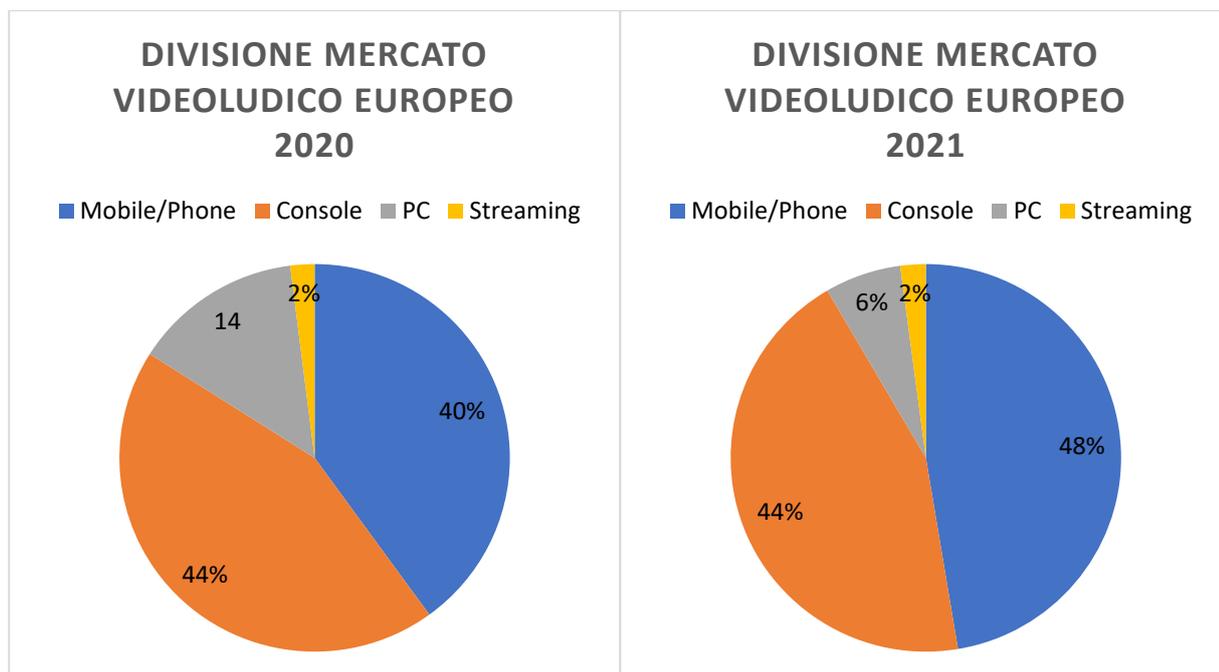
A discapito di questi dati, il numero di videogiocatori risulta nettamente in crescita, passando da 118,3 milioni nel 2020 ai 124,8 del 2021, ovvero il 52% della popolazione tra i 6 e i 64 anni. Il videogiocatore europeo ha in media 31,3 anni e a livello percentuale la fascia di popolazione che videogioca più assiduamente è quella di età compresa tra gli 11 e i 14 anni (79% del totale). Quasi uno su due dei videogiocatori è di genere femminile (47%), in aumento rispetto ai dati dell'anno precedente (45% nel 2020).



Una netta differenza tra il mercato europeo e globale è rappresentata dalla divisione del fatturato relativo ai diversi supporti. Il metodo di fruizione che i videogiocatori europei prediligono nel 2021 è quello mobile (45% sul totale, in crescita rispetto al 40% del 2020), superando quindi per la prima

volta la quota dei videogiochi su console, in calo al 42% rispetto al 44% del 2020. Il settore dei videogiochi per PC, a livello mondiale quasi pari a quello delle console, rappresenta solamente il 6% delle vendite totali (in netto calo se comparato al 14% del 2020).

Vi è, inoltre, una new entry caratterizzata dalla fruizione di videogiochi attraverso le piattaforme di streaming On-Demand⁵⁸, che rappresenta il 2% del fatturato. Benché si tratti di un nuovo settore, uno degli attori principali ha già abbandonato la corsa al mercato del gaming in streaming. Google ha infatti annunciato il 29 settembre 2022 che il servizio Google Stadia avrebbe cessato le proprie attività con conseguenti chiusure dei server il 18 gennaio 2023⁵⁹, invitando gli utenti attivi a completare i propri giochi prima che questo accadesse. Google Stadia, annunciata il 1 ottobre 2018 e ufficialmente accessibile al pubblico a partire dal 19 novembre 2019, è risultato un progetto fallimentare ed è entrato a far parte del cosiddetto “cimitero di Google”⁶⁰. I motivi possono essere molteplici: a differenza dei competitor, Stadia necessita di hardware proprietario per poter giocare, e non è quindi fruibile liberamente dagli utenti con i propri strumenti di gioco; d'altra parte, nonostante fosse un servizio in abbonamento, l'utente deve comprare singolarmente i giochi desiderati anziché disporre di un catalogo di giochi sempre disponibili come offre la competizione.



⁵⁸ Si intende servizi che offrono la possibilità ai videogiocatori di usufruire di videogiochi attraverso un abbonamento attraverso un servizio di streaming, senza quindi installare il gioco sul proprio dispositivo. Questo servizio è attualmente offerto da Nvidia (GeForce NOW), Sony (prima PS Now, ora incluso con PlayStation Plus Premium), Microsoft (Xbox GamePass Ultimate).

⁵⁹ <https://support.google.com/stadia/answer/12790109?hl=en>

⁶⁰ Termine simpaticamente coniato dal sito <https://killedbygoogle.com/> che raccoglie tutti i progetti di Google abbandonati nel corso degli anni

Questi dati non devono sorprendere: per quanto in Europa nella maggior parte dei paesi le console abbiano ormai penetrato le mura domestiche e siano comunemente presenti all'interno delle nostre case, vi sono mercati dove questo non è avvenuto per diverse ragioni. Esempio il caso del Brasile, dove il prezzo di lancio di PlayStation 4 è risultato essere pari a 1845 dollari, contro i 399 sul mercato americano. Il prezzo è dovuto alle tasse di importazioni sulla tecnologia assemblata all'estero imposta dal governo brasiliano, che ammontano al 63% del prezzo totale⁶¹.

Un altro dato interessante che emerge osservando il mercato europeo è come, nonostante le console e annessi giochi costituiscano ancora una fetta importante del fatturato, il mercato dei videogiochi su supporto fisico sia in costante declino: nel 2019 queste rappresentavano il 26% delle vendite totali, numero sceso a 20% nel 2020 e ancora 19% nel 2021⁶². Questo netto stacco annuale è sicuramente attribuibile agli anni di pandemia, dove anche il semplice atto di recarsi in uno store fisico per comprare una copia di un videogioco risultava essere una azione anomala nella vita di tutti i giorni. I giocatori europei, dunque, da un lato hanno deciso di affidarsi alle piattaforme di e-commerce, dall'altro vi è stata una grossa spinta alla digitalizzazione e un cambiamento di mentalità che non associa più unicamente il disco o la cartuccia al videogioco.

È possibile andare più a fondo nell'analisi dei numeri del mercato digitale. Di questo 81%, la più grossa parte è costituita da contenuti digitali aggiuntivi (DLC) o acquisti in-app effettuati dagli utenti (69%). Il dato, in crescita rispetto al 64% del 2020, mostra l'ormai sempre più importante concetto dei cosiddetti "game as a service". Perché lo sviluppo di videogiochi risulti sostenibile nel tempo, è necessario per le aziende trovare nuovi metodi per monetizzare i propri utenti, di modo che il prodotto risulti remunerativo nel tempo al di là dell'iniziale vendita. Questa pratica è sfruttata appieno soprattutto nel mondo dei videogiochi mobile, mercato predominato da giochi free-to-play che quindi non richiedono una spesa iniziale ma attraverso diverse tattiche invogliano il giocatore a spendere quanto più possibile nel corso dell'utilizzo dell'applicazione. Il genere più redditizio quest'anno è risultato essere quello dei giochi di strategia con un fatturato annuo mondiale nel 2021 di 9,7 miliardi di dollari⁶³.

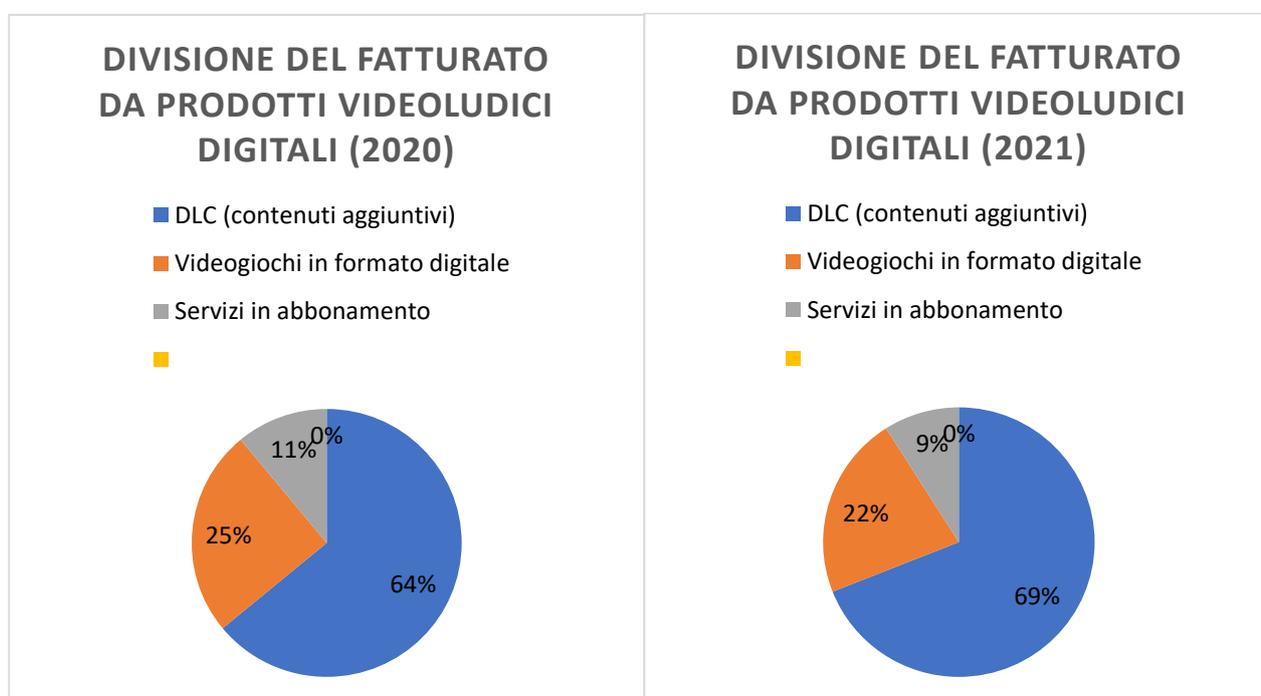
⁶¹ Come spiegato da Sony in un suo post: <https://blog.br.playstation.com/2013/10/21/gamers-brasileiros-nos-ouvimos-voces/>

⁶² Europe's Video Games Industry, ISFE, 2019, Key Facts <https://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2019/08/ISFE-Key-Facts-Brochure-FINAL.pdf>

⁶³ A livello di ricavo il gioco più in voga del momento è Lords Mobile, videogioco rilasciato nel 2016 dalla singaporeana ICG. Per altri dati relativi al mercato delle app globale si veda il report 2022 di App Annie (appannie.com), 2021, 2021 Mobile Landscape at a Glance.

Una fetta minore delle vendite digitali è rappresentata dalla sopracitata vendita di videogiochi in formato digitale, al 22% nel 2021 ma in leggero calo rispetto al 25% dell'anno precedente. Il motivo di questo contenuto calo della vendita di copie in formato digitale può essere associato alla riapertura di negozi fisici in seguito al ridimensionamento delle misure contenitive e di restrizione, permettendo quindi a più persone di recarsi di persona a comprare giochi. Rimane comunque evidente la spinta verso un mercato più digitale da parte di due dei 3 "big" del settore delle console: le nuove generazioni di PlayStation e Xbox offrono infatti la possibilità di acquistare sia una versione con lettore disco, sia una versione priva di esso, quindi unicamente supportata da videogiochi in formato digitale⁶⁴.

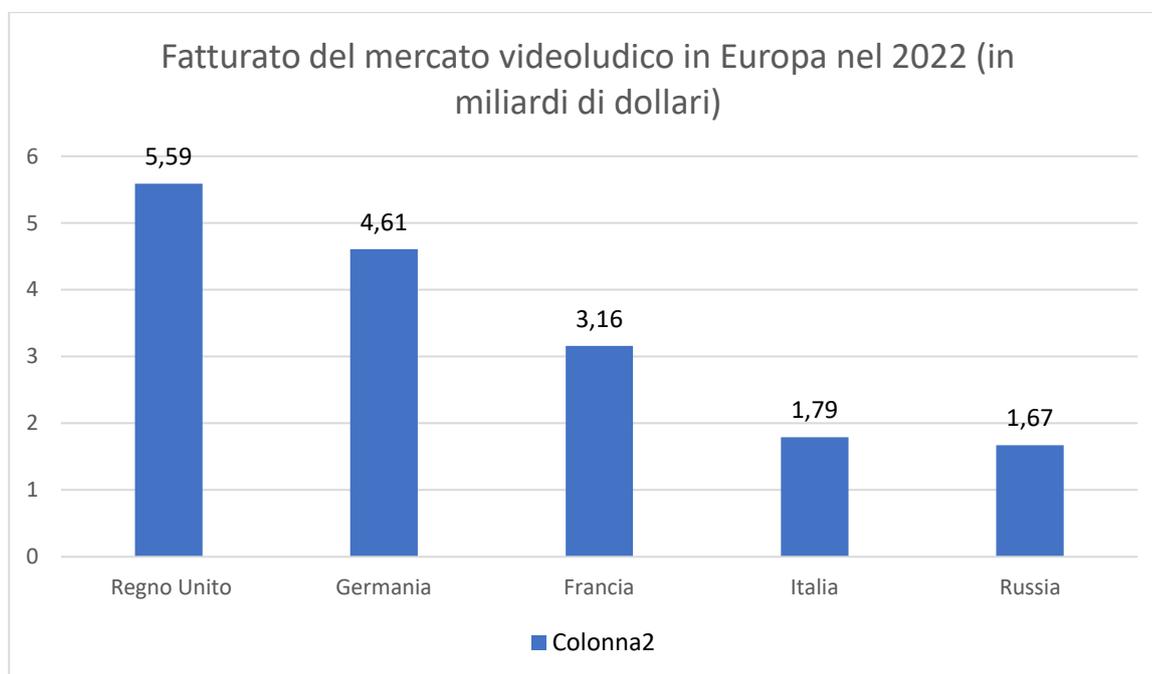
Il restante 9% è rappresentato dai servizi in abbonamento, in leggero calo rispetto all'11% del 2020. Per gli utenti PlayStation questo è disponibile sotto forma di PlayStation Plus, mentre per gli utenti Xbox o su PC è possibile abbonarsi a Xbox Game Pass. Con il pagamento di una quota mensile, è possibile avere accesso ad un catalogo di giochi che man mano si arricchisce o abbandona pezzi, con un modello di business simile a quello già potuto osservare con piattaforme streaming video come Netflix o Disney+. In queste ultime il modello è risultato di successo, intaccando notevolmente i profitti dell'industria cinematografica e televisiva; nel mondo videoludico questa spinta sembra esserci ma in maniera ancora più contenuta.



⁶⁴ PlayStation 5 Digital Edition nel caso di Sony, Xbox Series S nel caso di Microsoft.

2.3 Il mercato dei videogiochi in Italia

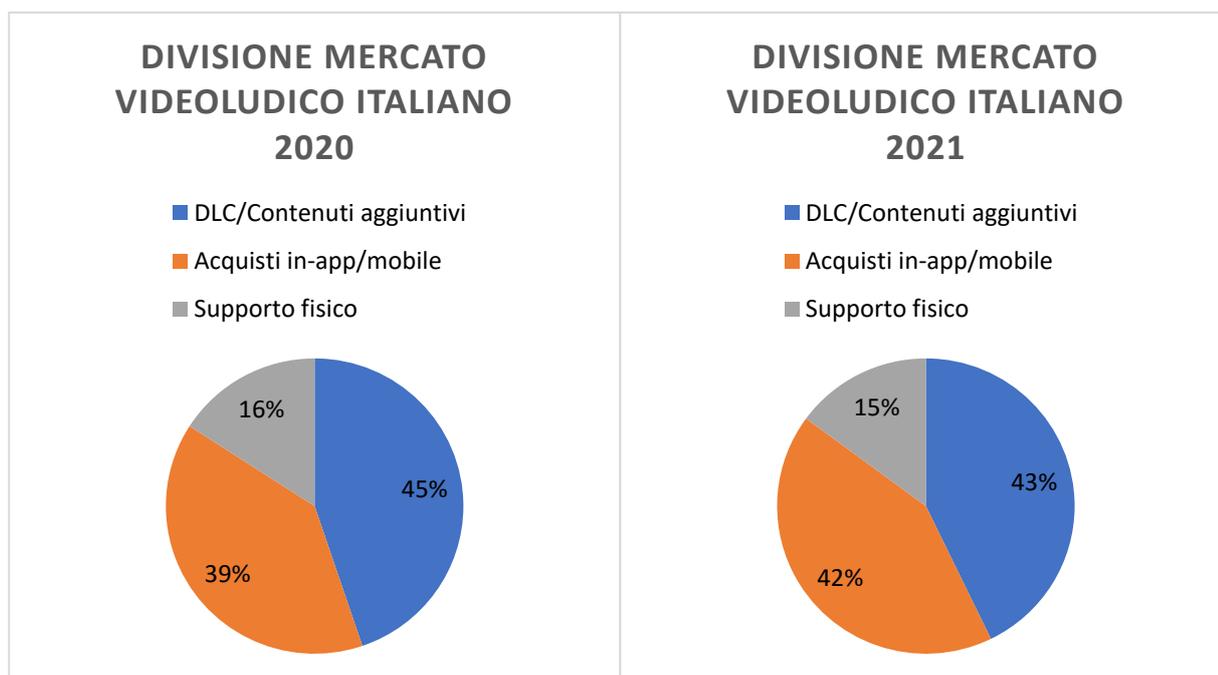
Il mercato videoludico italiano occupa il quarto posto per fatturato con un giro d'affari complessivo di 2,243 miliardi di euro, preceduto nell'ordine da Francia (circa 4 miliardi di dollari), Germania (circa 5 miliardi di dollari) e Regno Unito (circa 6 miliardi di dollari)⁶⁵. In Italia son presenti 15,5 milioni di videogiocatori, il 35% della popolazione, in calo del 3% se comparato allo stesso dato del 2020 dove i videogiocatori risultano essere 16,7 milioni⁶⁶. Il videogiocatore italiano è prevalentemente di sesso maschile (56% del totale) e vede la maggior concentrazione di giocatori nella fascia di età 15-34 (6,5 milioni ovvero il 42%). Sul totale, il segmento hardware rappresenta il 20% del ricavato (443 milioni di euro), con il restante provenienti dalla vendita di software (1800 milioni di euro, 80% del totale).



Andando ad analizzare il segmento del software è possibile ritrovare nel mercato italiano direttive simili a quelle già osservate sul mercato europeo. La vendita di videogiochi su supporto fisico rappresenta il 14,9% del fatturato, in calo dell'1% rispetto al 2020, mentre gli acquisti effettuati in-app su dispositivi mobile sale al 42,3% nel 2021, rispetto al 39,3% del 2020. In calo inoltre anche la vendita di copie digitali e contenuto aggiuntivo per PC e console, passato dal 44,8% al 42,8%, confermando ancora una volta come la fine della pandemia abbia influenzato il settore, favorendo la fruizione di videogiochi in movimento su smartphone piuttosto che postazioni fisse, con conseguente aumento del ricavato generato dagli acquisti in-app.

⁶⁵ Statista.com, Statista, 2022, Leading video game markets in Western Europe in 2022, by revenue

⁶⁶ Dati estrapolati dal report annuale IIDEA sui videogiochi in Italia, Italian Interactive Digital Entertainment Association, IIDEA, 2021, I Videogiochi in Italia nel 2020 – dati sul mercato e sui consumatori



3.4 I giochi più venduti in Italia: cosa possiamo imparare

In Italia la classifica dei videogiochi più venduti non si discosta molto dai dati del mercato europeo e risulta dominata dai titoli sportivi, in particolare quelli calcistici che ricoprono due delle tre posizioni sui gradini del podio. FIFA 22 è infatti il videogioco più venduto nel 2021, segue FIFA 21, il titolo rilasciato l'anno scorso, inframezzato unicamente dall'evergreen Grand Theft Auto V di Rockstar Games, presenza fissa nella classifica del top-seller dal 2019.

Risulta interessante la comparazione con i 3 videogiochi più venduti nell'anno precedente.

Secondo il report IIDEA relativo al 2020 infatti, il podio è composto da FIFA 21, Grand Theft Auto V e FIFA 20, dunque una variazione sostanzialmente nulla rispetto all'anno precedente. Non stupisce la presenza di due titoli calcistici in contemporanea in classifica data la popolarità dello sport in Italia, è interessante invece notare come un titolo come Grand Theft Auto V, uscito originariamente su Xbox 360 e Playstation 3 nel 2013, ricopra ancora una posizione assolutamente rilevante per volume di vendite. La ragione va ricercata nella notevole popolarità della parte multigiocatore online del titolo, che conta tutt'ora oltre 18 milioni di utenti attivi mensili⁶⁷.

La componente multiplayer appare come un fattore quasi essenziale per il successo di un videogioco su grande scala: dei 20 videogiochi più venduti in Italia ben 16 infatti presentano la possibilità di giocare in modalità multigiocatore. Nello specifico:

⁶⁷ <https://activeplayer.io/grand-theft-auto-v/>

- 10 videogiochi fanno della modalità multigiocatore un elemento preponderante (FIFA 22 e FIFA 21 come giochi calcistici, Call of Duty: Vanguard, Tom Clancy's Rainbow Six Siege e Call of Duty Black Ops Cold War come sparattutto, F1 2021, Mario Kart 8 Deluxe, The Crew 2 e Gran Turismo Sport come videogiochi di guida, Just Dance 2021 e Just Dance 2022 come giochi musicali)
- 6 videogiochi aggiungono elementi online ad una esperienza di gioco più incentrata su elementi singleplayer (Grand Theft Auto V e Red Dead Redemption come open-world/videogiochi di azione, Pokemon Brilliant Diamond e Super Mario 3D World + Bowser's Fury e Animal Crossing: New Horizon come videogiochi di ruolo, Minecraft: Nintendo Switch Edition come sandbox).

La possibilità dunque che il proprio videogioco possa essere giocato da più utenti in contemporanea risulta un elemento apprezzato dal mercato. Un elemento multigiocatore pensato in maniera adeguata può permettere al gioco di rimanere in cima alle classifiche per un periodo di tempo più lungo rispetto ad un videogioco unicamente single player, come il sopracitato esempio di GTA V dimostra.

2.6 La situazione degli sviluppatori in Italia e in Emilia-Romagna

Come già citato in precedenza, in Italia il mercato dei videogiochi rappresenta un giro d'affari di 2243 milioni di euro, dato che cozza tuttavia con il fatturato derivato dallo sviluppo di videogiochi, fermo nel 2021 a 90 milioni di euro, diviso in 160 aziende, un numero che impallidisce se confrontato ad esempio ai 2,77 miliardi di fatturato del settore videoludico inglese nel 2019⁶⁸. Occorre dunque analizzare le ragioni per cui, nonostante occupi la quarta posizione per fatturato in Europa per vendite nel settore videoludico, l'Italia risulti ancora acerba nell'ambito dello sviluppo e produzione di videogiochi.

In Europa il numero di impiegati nel settore videoludico ammontava a 98219 nel 2020, con la maggiore concentrazione nel Regno Unito (20780 dipendenti), Francia (15000), Germania (10071) e Polonia (9710)⁶⁹. In Italia il dato più recente disponibile vede le 160 sopracitate aziende occupano circa 1600 persone nel 2021, in crescita rispetto al 2018 di oltre 500 unità, ma comunque limitato se

⁶⁸ Fonte: British Film Institute, 2021, BUSINESS How screen sector tax reliefs power economic growth across the UK 2017–2019

⁶⁹ Europe's Video Games Industry, ISFE, 2022, Key Facts From 2021 video games – a force for good <https://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2022/08/FINAL-ISFE-EGDFKey-Facts-from-2021-about-Europe-video-games-sector-web.pdf>

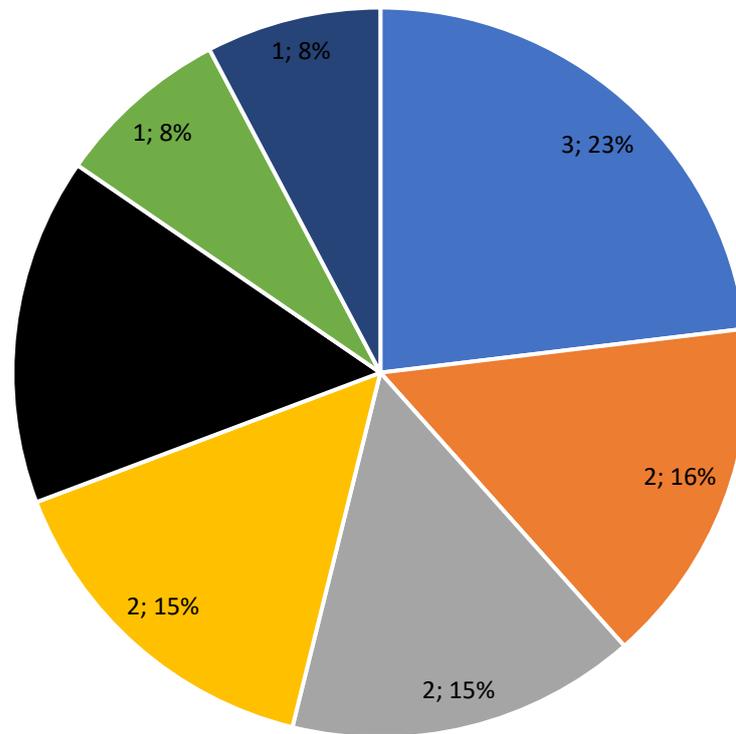
comparato agli altri mercati europei. Di queste aziende, aziende, il 26% fattura più di 500 mila euro all'anno, il 32% tra i 100 e i 500 mila, mentre il restante 42% presenta una fatturazione variabile tra gli 0 e i 100 mila euro. La maggior parte delle aziende risulta essere attiva da più di 7 anni, con solo il 6% delle aziende formatesi negli ultimi 12 mesi. Questo è un esempio lampante di quanto urgenti e necessarie siano misure a supporto del settore, trainato quasi esclusivamente da realtà ben consolidate, con nuovi attori che faticano ad emergere. È giusto quindi dare uno sguardo agli altri paesi europei per comprendere come sia possibile colmare questo divario.

L'Emilia-Romagna rappresenta un punto nevralgico per lo sviluppo di videogiochi in Italia e presenta una grossa fetta della totalità degli studi presenti sul territorio. La combinazione delle entità registrate e mappate da Italian Party of Indie Developers (IPID)⁷⁰, delle aziende riscontrate attraverso ricerca per codice ATECO e dei partecipanti al bando comunale Bologna Game Farm ci ha portato ad individuare 58 attori che opera nell'industria videoludica su territorio emiliano-romagnolo. Di questi 58 hanno compilato il Form a loro somministrato 14 aziende le cui risposte andremo ora ad analizzare.

La tipologia di gioco sviluppata si configura nel modo seguente:

⁷⁰ <https://www.ipid.dev/mappa/>

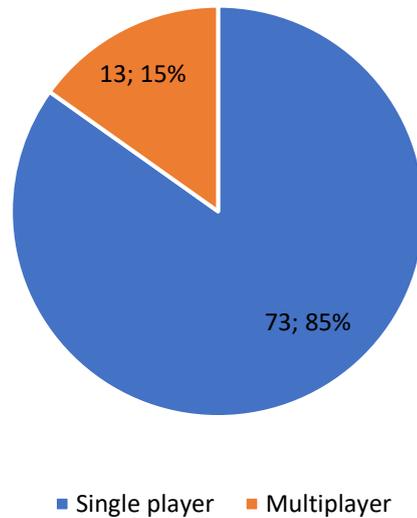
Tipologie di gioco



- Serious Games
- Platformer/action
- GDR/Strategia
- Avventura grafica
- Nessun gioco rilasciato
- Simulatore
- Idle game/hypercasual

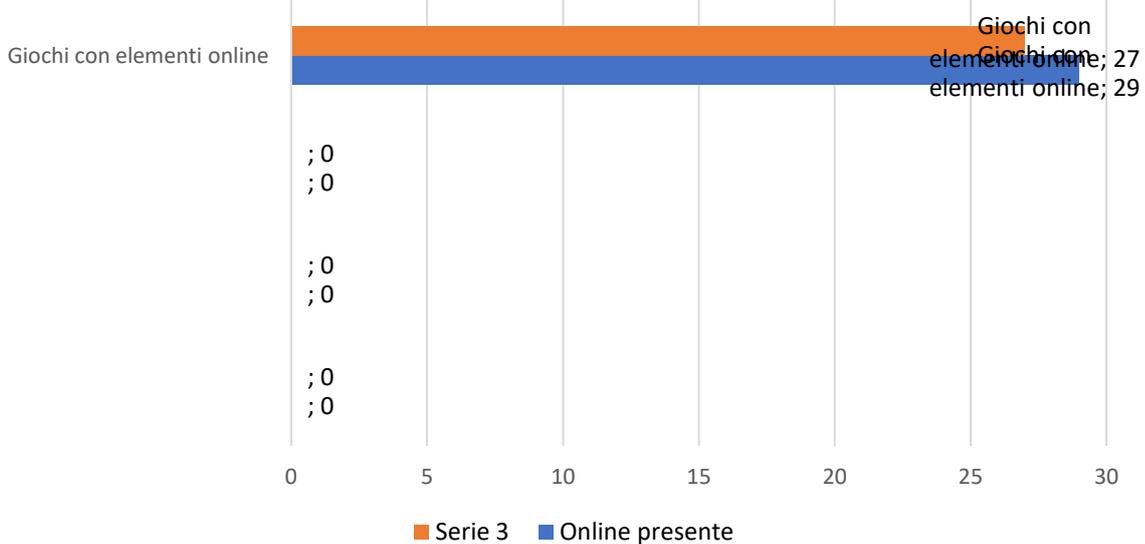
La tipologia di gioco più presente nel portfolio degli intervistati si configura come serious games (3 risposte, 23% del totale), seguita a pari merito platformer, GDR e avventura grafica (2 risposte, 15% del totale). Due degli intervistati hanno risposto di non aver ancora rilasciato alcun gioco sul mercato. Alla domanda se il proprio gioco avesse come focus l'esperienza single player o multiplayer gli intervistati hanno risposto:

Giochi sviluppati negli ultimi 5 anni



Alla domanda se l'online fosse un elemento presente nella propria produzione gli intervistati hanno risposto:

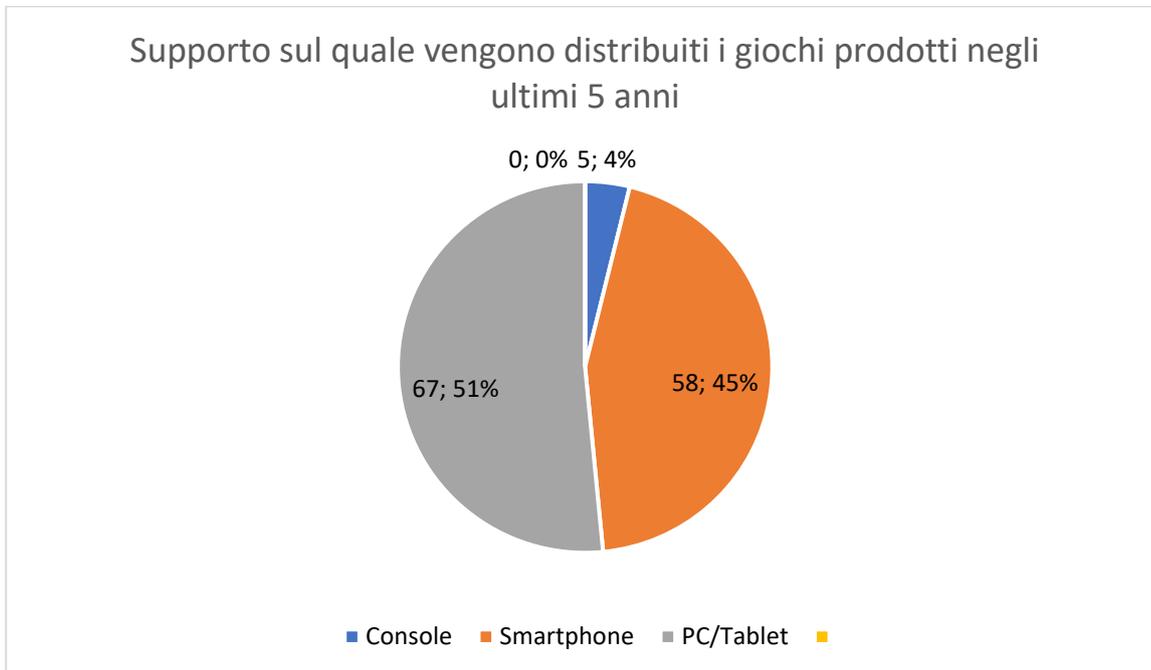
Giochi sviluppati negli ultimi 5 anni con elementi online



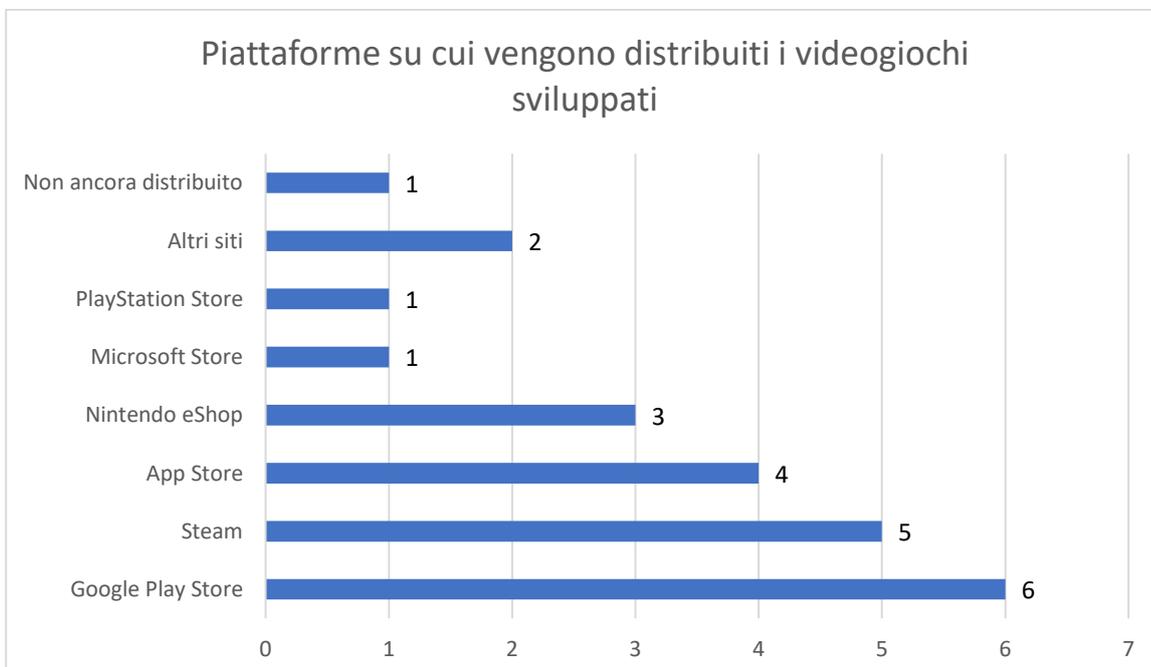
Occorre specificare che 25 dei videogiochi inseriti all'interno dei grafici si configura come mini-giochi hypercasual single player prodotti da una singola azienda, giocabili unicamente online tramite browser web. Viene dunque meno la dicotomia tra online e multigiocatore: generalmente con videogiochi online si fa riferimento ad esempio a MMORPG (Multi Mass Online Role Playing Games) dove l'elemento online è atto a favorire la natura multiplayer del gioco; nel caso emiliano-romagnolo

(come confermato dalla domanda relativa alla produzione di videogiochi single player vs multiplayer) tale componente è quasi totalmente assente.

Alla domanda relativa al supporto su cui vengono rilasciati i propri prodotti i 14 intervistati hanno risposto:



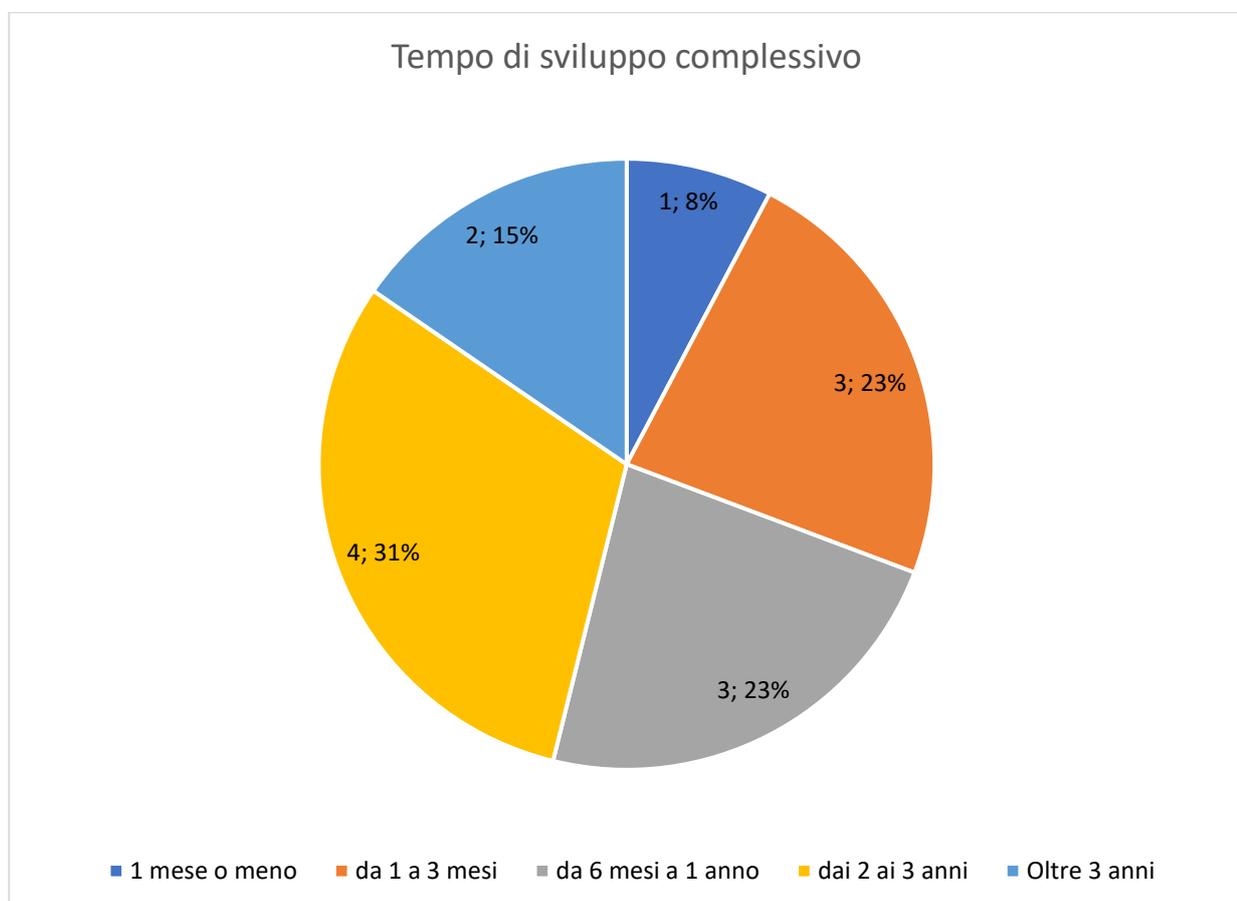
Alla domanda relativa a come vengono distribuiti i propri prodotti i 14 intervistati hanno risposto:



Non deve sorprendere come App Store e Google Play Store combinati siano piattaforme per la distribuzione del proprio software utilizzate dalla maggior parte degli intervistati (10 su 14, 71% del totale) in quanto la maggior parte dei videogiochi sviluppati sia prodotta per dispositivi mobile. Per

quanto riguarda, invece, la modalità di distribuzione per i videogiochi su PC, Steam risulta la piattaforma prediletta (utilizzata da 4 intervistati, 35,7% del totale), mentre 2 utilizzano siti terzi creati ad-hoc per la distribuzione del proprio software (2, 14,2%). La produzione su console, invece, risulta estremamente limitata. La ragione sta nella facilità del self-publishing che piattaforme come Steam o Play Store permettono agli sviluppatori. Per la pubblicazione dei propri giochi su PlayStation Store, Microsoft Store o Nintendo eShop, invece, è necessario un processo più elaborato con vari step intermedi.

Alla domanda sul tempo di ideazione, produzione e postproduzione complessivo dei propri giochi i 14 intervistati hanno riportato:



Non deve stupire come i tempi complessivi di sviluppo dei videogiochi varino drasticamente. Una azienda con focus su mini-games e giochi hypercasual presenta tempi di sviluppi estremamente brevi, anche pari a due settimane per prodotto. Per altri giochi più complessi, invece, una azienda può anche investire fino a 5 anni per confezionare un videogioco completo.

2.7 Conclusioni

Nonostante la piccola battuta d'arresto dell'ultimo anno in seguito alla più grande crescita mai registrata nel 2020 a seguito della pandemia, la traiettoria del settore videoludico rimane positiva. Il segmento più velocemente in espansione risulta quello degli applicativi e dei videogiochi mobile, grazie alla possibilità di essere fruiti in maniera più semplice ed economica dal più elevato numero di utenti con l'utilizzo di uno smartphone.

La situazione in Italia, tuttavia, se comparata con altri mercati europei come Francia e Regno Unito, non risulta al momento delle più rosee, con una crescita costante ma lenta del numero delle aziende presenti ma con criticità non ignorabili. La difficoltà per una nuova azienda italiana di accedere a fondi pubblici e aiuti per lo sviluppo di un nuovo prodotto risulta infatti un ostacolo non indifferente per i nuovi attori, confermato dall'irrisorio numero di aziende formatesi e attive nell'ultimo anno.

Per quanto riguarda, invece, il panorama videoludico emiliano-romagnolo, il mercato risulta perlopiù concentrato sulla produzione di piccoli videogiochi per dispositivi mobile, con un occhio di riguardo per la componente casual/hypercasual dei prodotti, con nota positiva la grande varietà di tipologia di videogiochi sviluppati.

Nessuna delle aziende intervistate presenta un videogioco di punta sul quale ha investito e investe in maniera continuativa, prediligendo dunque lo sviluppo di più prodotti su scala minore piuttosto che concentrarsi su unico progetto supportato per un periodo di tempo più lungo. A riconferma di questo vi è il focus prettamente incentrato su videogiochi single player piuttosto che multiplayer, che richiedono attenzione costante nel tempo da parte del team di sviluppo affinché non vengano abbandonati e rimangano redditizi nel tempo.

Vi è dunque la necessità di misure celeri e definitive perché il mercato italiano possa cominciare ad accelerare la propria crescita.

3 - Analisi economico-aziendale

Di Linda Anastasio, Luca Baccolini

3.1. Premessa

L'individuazione dei punti di forza e di debolezza, nonché degli indicatori emergenti dall'offerta del comparto videoludico, richiede necessariamente un'analisi economico-aziendale degli operatori che compongono il settore. Inquadrare attendibilmente il settore in cui operano le imprese oggetto dell'analisi costituisce un passaggio meno scontato di quello che può sembrare *“a causa della trasversalità che taluni business assumono, trasversalità che li rende difficilmente inquadrabili in un determinato ambito economico”*⁷¹.

Stante gli obiettivi del presente lavoro di ricerca, ci siamo focalizzati sulle realtà del territorio emiliano-romagnolo.

Il riferimento è necessariamente alle *“realtà”* poiché, come vedremo, i soggetti operanti nel settore videoludico non sempre sono organizzati in forma societaria, talvolta nemmeno in forma di impresa. Da qui, un primo elemento, relevantissimo per il prosieguo: questa circostanza ha condizionato il reperimento dei dati presi a riferimento per l'indagine, come sarà illustrato in seguito.

Lo scopo del presente contributo è quello di *“approfondire le conoscenze connesse con gli andamenti economico-finanziari”*⁷² dei soggetti che popolano il settore videoludico emiliano-romagnolo, al fine di investigare come ciascuno di essi *“si sia rapportato e si stia rapportando al rispetto delle condizioni di equilibrio dinamico che lo connotano”*⁷³. Così operando, riteniamo che il presente lavoro possa *“aggiungere valore migliorando la comprensione degli stakeholders riguardo le performance attuali e le prospettive future”*⁷⁴ dei soggetti oggetto di analisi.

Gli scopi sopra delineati si inseriscono nel solco della funzione che la dottrina ha attribuito, in maniera costante nel tempo, alle analisi di bilancio: *“un processo che, tramite opportune elaborazioni dei dati e delle informazioni fornite dal bilancio d'esercizio, intende esprimere una valutazione attuale e prospettica circa la capacità dell'impresa [...] di generare, nel tempo e in modo equilibrato, un flusso*

⁷¹ Fazzini M., *“Analisi di bilancio”*. Wolters Kluwer, 2020

⁷² Tieghi M., Gigli S., *“Gli strumenti per le analisi del bilancio di esercizio”*. Il Mulino, 2009

⁷³ Tieghi M., Gigli S., *“Gli strumenti per le analisi del bilancio di esercizio”*. Il Mulino, 2009

⁷⁴ Palepu G., Healy P., Peek E., *“Business analysis and valuation – IFRS Edition”*. 4th Edition. Cengage, 2016. Libera traduzione degli autori, testo originale in lingua inglese: *“Financial and information intermediaries can add value by improving investors' understanding of a firm's current performance and its future prospects”*.

*di ricchezza adeguato a remunerare nel medio-lungo termine tutti i fattori produttivi impiegati (comprese le fonti di finanziamento utilizzate) e necessari a garantire sviluppo e funzionalità duraturi*⁷⁵. In altre parole, *“apprezzare «stato di salute» di un’impresa attraverso l’espressione di un giudizio sul suo assetto economico complessivo”*.⁷⁶

I risultati elaborati in termini assoluti possono fornire un quadro chiaro del funzionamento delle imprese, ma, permettono uno sguardo completo se sono posti in relazione con almeno due dimensioni: quella temporale e quella spaziale.

Quanto alla dimensione temporale, ci si riferisce alla possibilità di fondare l’interpretazione dei dati su una serie storica: nella nostra analisi si fa riferimento ai dati relativi agli esercizi 2021, 2020 e 2019.

Un solo esercizio, infatti, non è sufficiente ad inquadrare correttamente le dinamiche gestionali, dal momento che può essere influenzato da un insieme di fatti contingenti tali da fuorviare la valutazione. Una lettura integrata dell’evoluzione dei fatti aziendali nel corso del tempo permette di disporre di un quadro della situazione più puntuale e di cogliere alcune relazioni di causa-effetto che a prima vista potrebbero non essere immediate. Ciò risulta utile, ad esempio, per cogliere la presenza di una tendenza o per verificare come eventuali criticità siano progressivamente maturate.

Affinché l’indagine in una prospettiva storica risulti efficace e significativa, abbiamo considerato la presenza di elementi distorsivi che potrebbero rendere la comparazione nel tempo scarsamente espressiva.

I fattori interni che danno vita ad elementi distorsivi sono essenzialmente da ricondursi al cambiamento dei criteri di valutazione delle poste di bilancio. È stato nostro compito prestare estrema attenzione alle informazioni contenute nella documentazione di supporto e alle conseguenze delle variazioni sui risultati dell’analisi. Abbiamo soppesato con attenzione le eventuali variazioni degli indicatori di bilanci, in modo da accertare quali siano i più adatti ad interpretare la situazione aziendale: se quelli antecedenti ai cambiamenti di criterio o quelli successivi.

I fattori esterni che possono dare luogo a elementi distorsivi sono da ricercarsi nei significativi e duraturi stravolgimenti che possono colpire un’impresa, un settore o più in generale il sistema economico.

Difatti, la pandemia COVID crea una crisi insanabile tra i bilanci chiusi al 31 dicembre 2019 e quelli successivi, in quanto – salvi casi particolari – l’impatto sui numeri delle imprese è destinato a protrarsi

⁷⁵ Silvi R., “Analisi di bilancio: la prospettiva manageriale”. McGraw-Hill, 2006

⁷⁶ Lombardi Stocchetti G., Pecchiari N., “Analisi di bilancio”. Guerini Next, 2020

per lungo tempo, tale da rendere difficilmente confrontabile ciò che è accaduto prima e quanto avvenuto dopo.

In relazione alla dimensione spaziale, l'analista non può prescindere dalle caratteristiche proprie del contesto, ovvero dello "spazio" in cui l'impresa opera; per questa ragione il bilancio deve essere esaminato operando un confronto con realtà simili o con valori medi di settore, così da contestualizzare le risultanze ottenute alla luce delle peculiarità che contraddistinguono ciascun ambito competitivo.

In questo processo di comparazione, al fine di evitare giudizi di sintesi fuorvianti, abbiamo proceduto a identificare il settore di riferimento, selezionare un adeguato campione di realtà simili e a comprendere le ragioni di eventuali differenze.

Prendendo le mosse da quanto scritto, è stato dapprima circoscritto il campo d'indagine attraverso l'individuazione delle realtà che compongono il comparto videoludico emiliano-romagnolo. Stante l'elevata frammentazione delle stesse, nonché preso atto del fatto che sovente esse non sono organizzate in forma societaria, ci siamo mossi lungo due direttrici:

(d) In primo luogo, abbiamo estrapolato dalla banca dati "AIDA" l'elenco delle società aventi codice ATECO "58.21.00 Edizione di giochi per computer" e "62.01.00 Produzione di software non connesso all'edizione". Tali codici ATECO sono ricompresi fra quelli menzionati nel DM del Ministero della Cultura e Ministero delle Finanze del 12 maggio 2021 recante le "disposizioni applicative in materia di credito di imposta per le imprese di produzione di videogiochi di cui all'articolo 15 della legge 14 novembre 2016, n. 220".

L'estrazione dei dati ha prodotto 28.065 risultati, dai quali abbiamo selezionato unicamente le società con i dati disponibili nell'ultimo esercizio finanziario utile (il 2021) ed operanti nelle Province del territorio emiliano-romagnolo. Tale selezione ha ridotto il numero di società oggetto di analisi a 958.

A questo punto, consapevoli del fatto che all'interno dei codici ATECO individuati ben potevano esserci società svolgenti attività diversa da quella oggetto di analisi (ad esempio, produttori di giocattoli tradizionali, società informatiche non specializzate nella produzione videoludica, ecc.), abbiamo proceduto a verificare, sempre a mezzo banche dati e informazioni pubbliche, l'attività in concreto svolta da ognuno di essi. A seguito di questo lavoro d'indagine minuziosa, le società selezionate sono risultate in tutto 18.

(e) In secondo luogo, per il tramite del Comune di Bologna e dell'associazione IPID – Italian Party of Indie Developers, sono state individuate 40 ulteriori realtà, portando il numero

complessivo a 58. Tale integrazione, come detto, si è resa necessaria poiché svariati soggetti operanti nel settore videoludico non sono organizzati in forma di società di capitali, talvolta nemmeno in forma di impresa, essendo – ad esempio – associazioni, studi professionali, ecc.

Se, da un lato, per le prime 18 società sono ovviamente disponibili informazioni economico-finanziarie, ricavabili dal bilancio d'esercizio, lo stesso non può dirsi per le ulteriori 40 realtà, le quali, non essendo tutte organizzate in forma di società di capitali, non sono nemmeno soggette ad obblighi di pubblicità dei loro rendiconti.

Si è pertanto deciso di predisporre un questionario (che, per completezza di analisi, è stato sottoposto anche alle prime 18 società) che è allegato al presente elaborato.

A questo punto, si può affermare che *“l'analisi di bilancio è paragonabile ad una radiografia: contiene tante informazioni, ma occorre saperla interpretare e da sola non è sufficiente per azzardare una prognosi. Occorre prendere cognizione di altri segnali, tenere conto delle condizioni interne ed esterne dell'impresa e, solo dopo aver messo in relazione tutti gli elementi, si può esprimere un giudizio di sintesi. Trarre conclusioni con il solo apporto dei dati contabili, per quanto opportunamente rielaborati, non fornisce sufficienti garanzie per ottenere un quadro della situazione del tutto attendibile. L'analisi di bilancio è quindi uno strumento di supporto che deve essere accompagnato da riscontri anche di altra natura.”*⁷⁷

La totalità dell'analisi si misura in funzione della capacità di fornire risposte esaustive a quesiti puntuali e non sulla base della quantità di indicatori utilizzati.

La lettura delle informazioni fornite dall'analisi deve avvenire secondo una logica integrata: dopo aver analizzato la realtà oggetto di indagine, abbiamo ritenuto confrontare i valori risultati con quelli mediamente espressi dal settore emiliano-romagnolo.

3.2. L'analisi di bilancio condotta

Ad esito del processo di selezione delle imprese videoludiche emiliano-romagnole, siamo stati in grado di ottenere i dati di 28 soggetti, dei quali 18 società di capitali a cui si sono aggiunti 10 soggetti rispondenti al questionario⁷⁸, organizzati in forma diversa dalla società di capitali.

⁷⁷ Fazzini M., “Analisi di bilancio”. Wolters Kluwer, 2020

⁷⁸ Ultima data di estrazione: 21 febbraio 2023, allo stato compilato da 14 soggetti, con collocazione territoriale sulla maggior parte delle Province della Regione Emilia-Romagna

Dall'analisi condotta⁷⁹, emergono connotati caratteristici del comparto, che saranno illustrati di seguito, organizzati in cinque macrocategorie di analisi:

- a. Redditività
- b. Personale
- c. Ricorso ai contributi
- d. Investimenti
- e. Finanziamenti

Iniziamo dal primo:

a. Redditività

Per quanto riguarda l'analisi di redditività del campione analizzato, è possibile affermare che il fatturato è complessivamente in crescita (13 €/Milioni nel 2021, +66,1% rispetto all'anno precedente). Anche il dato medio è incoraggiante: mediamente i soggetti del campione analizzato hanno registrato nel 2021 un fatturato di 483 €/Migliaia, +53,8% rispetto all'anno precedente.

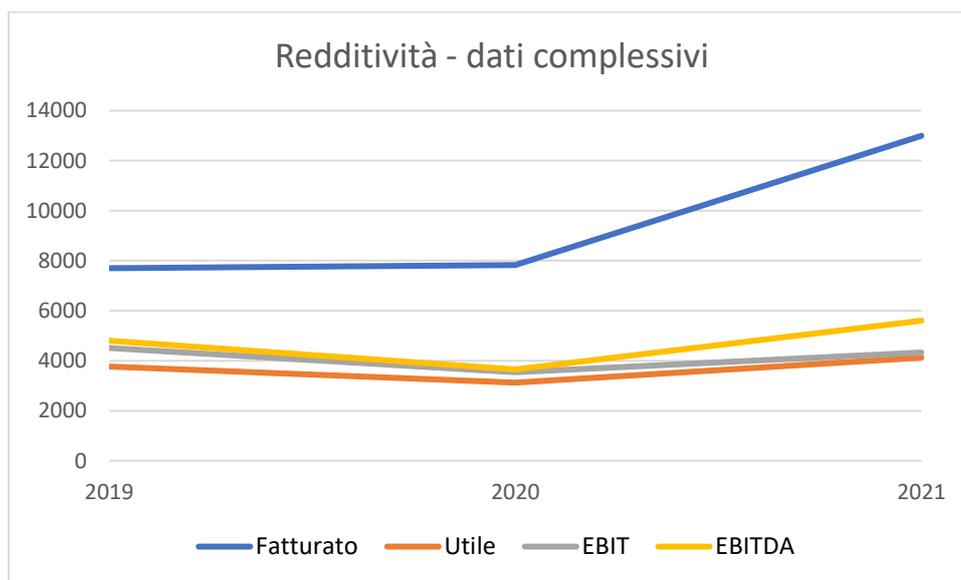
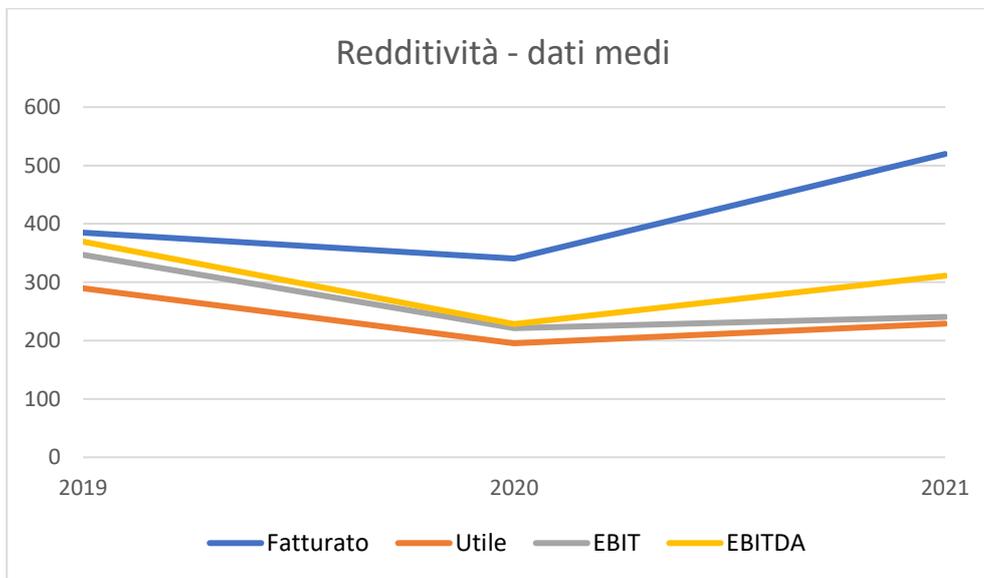
Lo stesso effetto è riflesso nell'utile dell'esercizio, complessivamente in crescita (4,1 €/Milioni nel 2021, +32% rispetto all'anno precedente). In crescita è anche il dato medio dell'utile dell'esercizio: mediamente i soggetti del campione analizzato hanno registrato nel 2021 un utile di 229 €/Migliaia, +17,3% rispetto all'anno precedente. Un altro segnale positivo deriva dall'analisi del numero di società in utile: 13 nel 2021, +30% rispetto all'anno precedente.

Risultato operativo (c.d. EBIT) ed EBITDA hanno fatto registrare del pari incrementi significativi. Complessivamente il risultato operativo si è assestato nel 2021 a 4,3 €/Milioni, +22,1% rispetto all'anno precedente mentre l'EBITDA si è assestato nel 2021 a 5,6 €/Milioni, +53,3% rispetto all'anno precedente. I dati medi sono altrettanto incoraggianti: mediamente i soggetti del campione analizzato hanno fatto registrare nel 2021 un risultato operativo di 240 €/Migliaia, +8,6% rispetto all'anno precedente. Inoltre, mediamente i soggetti del campione analizzato hanno fatto registrare nel 2021 un EBITDA di 311 €/Migliaia, +36,3% rispetto all'anno precedente.

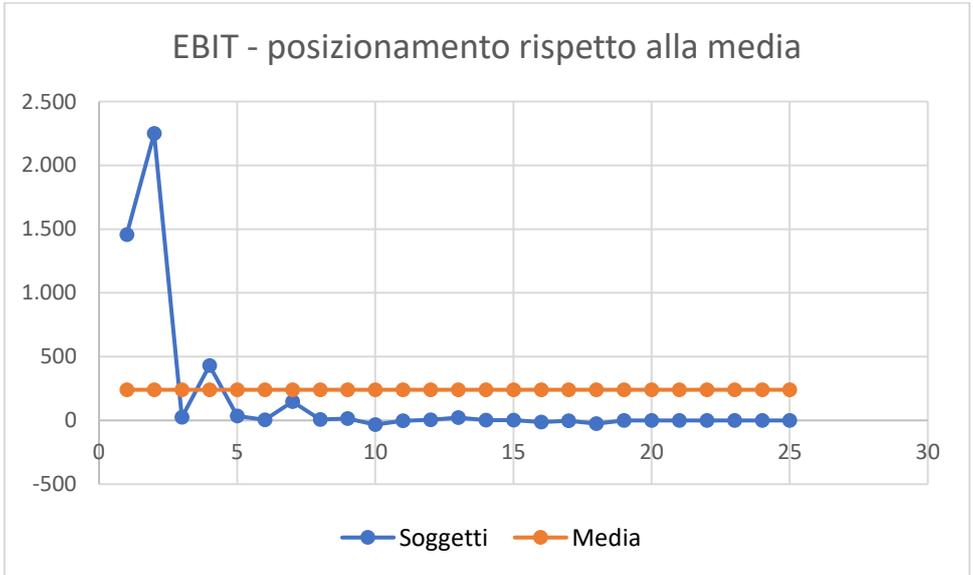
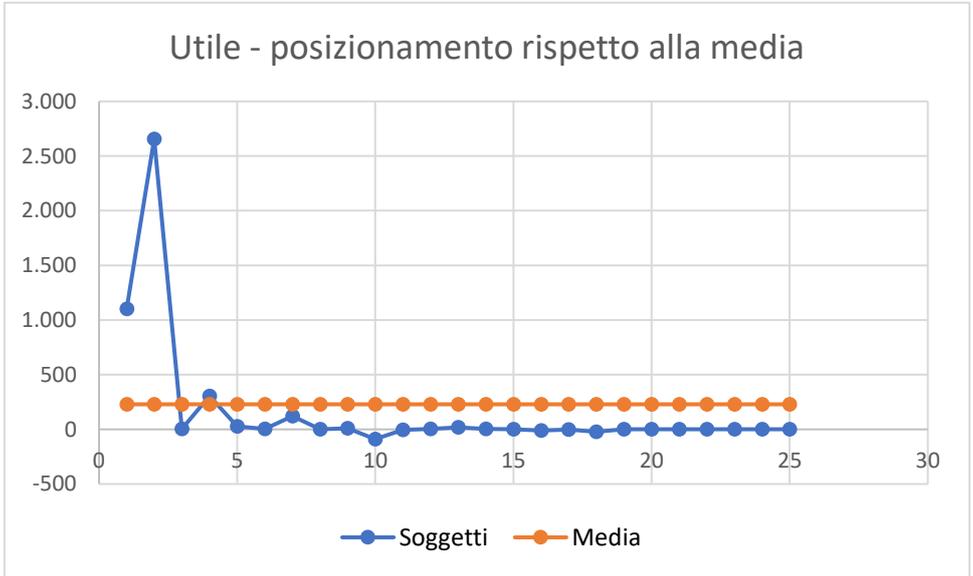
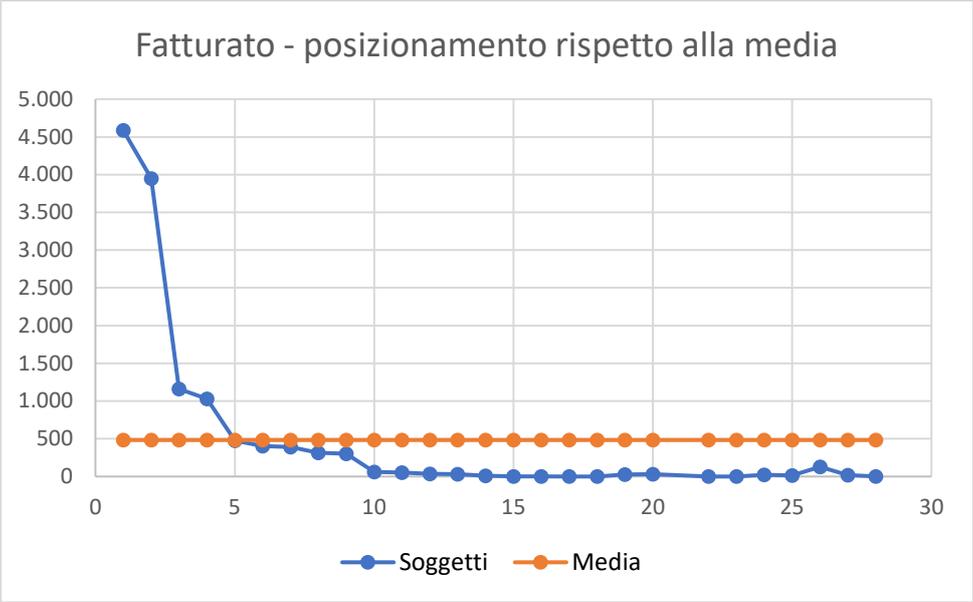
Non possiamo certamente ignorare il fatto che l'anno precedente a quello oggetto di analisi è stato fortemente influenzato dagli effetti della pandemia di COVID, tuttavia i relativi strascichi si sono riverberati in larga parte anche sul 2021 di conseguenza un miglioramento di tutti i principali indicatori di redditività è un dato certamente positivo per il comparto, a dimostrazione che

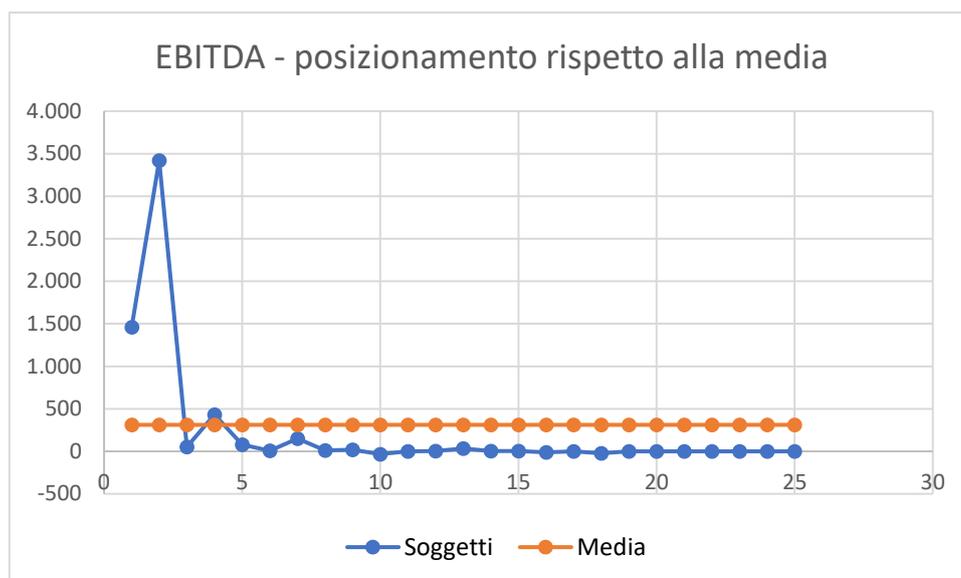
⁷⁹ Ricordiamo che ricerche aventi obiettivi simili sono state effettuate da ARTER "Rapporto sull'industria dei videogiochi in Emilia-Romagna" e dall'associazione IIDEA "Censimento game developer italiani 2021"

intraprendere attività nel settore videoludico consente di generare e consolidare profitti: un settore quindi in cui risulta complessivamente conveniente continuare ad investire.



Nei grafici successivi mostriamo il posizionamento dei singoli soggetti rispetto alla media. Come è possibile notare, ci sono pochi soggetti molto al di sopra dei dati medi, mentre il resto del campione ha fatto registrare risultati non dissimili fra loro.





Al fine di consolidare quanto scritto sopra, abbiamo approfondito lo studio della redditività attraverso l'applicazione degli indici di bilancio "Return On Equity" (ROE) e "Return On Investments" (ROI).

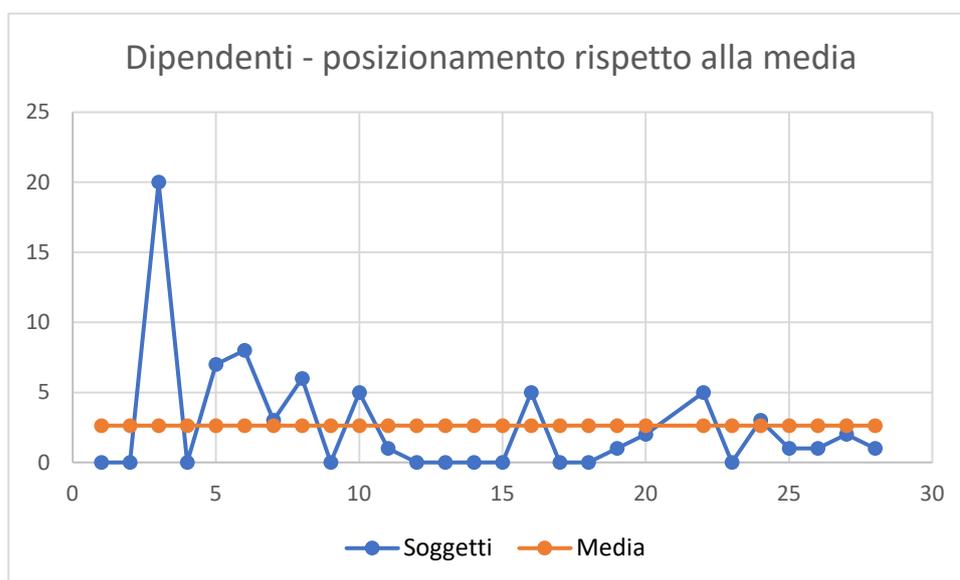
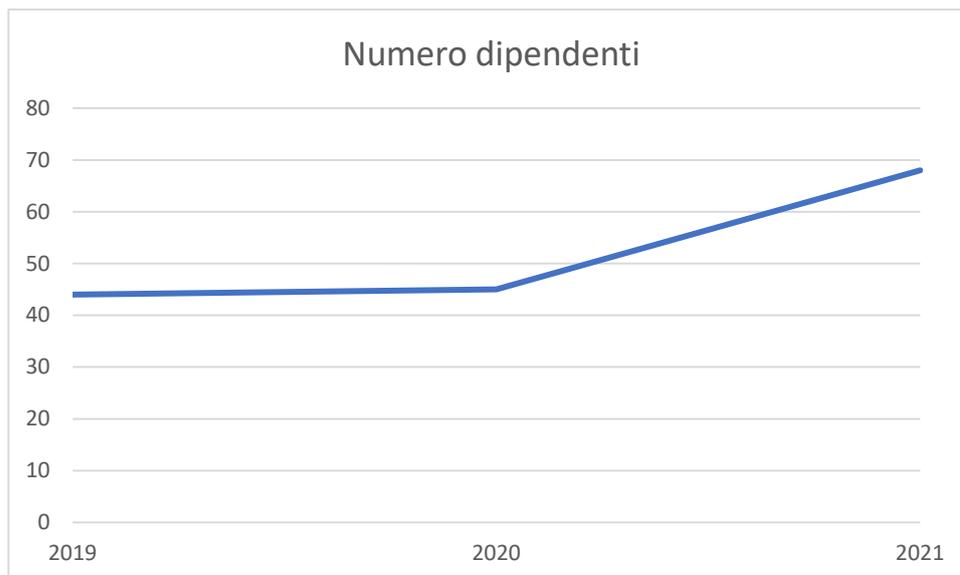
Il ROE è l'indice base nella misurazione della redditività netta. Il dato mediano 2021-2020 è passato dal 4% al 22%, l'incremento è quintuplicato, ciò significa che la metà delle imprese del campione presentano una redditività netta superiore al 22%, contro il 4% dell'anno precedente, quindi, il dato è migliorato di cinque volte.

Il ROI esprime il rendimento economico dell'intero capitale impiegato nel periodo a prescindere dalla sua provenienza (capitale proprio e capitale di credito). Il dato mediano 2021-2020 è passato dall'1% al 5%, l'incremento positivo conferma le nostre osservazioni.

b. Personale

L'analisi condotta ha altresì mostrato un ulteriore dato positivo: il numero dei dipendenti in forza nei soggetti che popolano il campione è in aumento rispetto all'anno precedente. Complessivamente, i soggetti campionati hanno avuto nel 2021 n. 71 dipendenti in forza, +54,4% rispetto all'anno precedente. Mediamente, il dato si assesta a n. 2,63 (dato medio), facendo registrare un +42,9% rispetto all'anno precedente.

Il costo complessivamente sostenuto per il personale dipendente, coerentemente con quanto sopra, è in aumento (+6,3%) mentre diminuisce il dato medio (-5,5%). La diminuzione del dato medio potrebbe essere dovuta alle diverse agevolazioni messe in campo dai Governi per far fronte all'emergenza sanitaria che hanno avuto l'effetto di abbattere il costo del personale.



c. Ricorso ai contributi

La nostra analisi ha voluto evidenziare il livello di ricorso ai contributi da parte dei soggetti campionati. Quanto emerso è oltremodo interessante. I dati medi (+258,4%) e il dato complessivo (+287,1%) sono entrambi in forte aumento. È noto che, per far fronte ai risvolti economici negativi causati dalla pandemia di COVID, sono state introdotte diverse misure agevolative, molte delle quali nella forma di contributo in conto esercizio. Questo contribuisce a giustificare l'aumento molto significativo fatto registrare nel 2021 rispetto all'anno precedente. Pur tuttavia, la ricerca volta all'ottenimento di contributi è una costante che caratterizza i soggetti che popolano il settore delle imprese videoludiche. Abbiamo indagato il motivo e, dall'analisi condotta, emerge in maniera evidente che la

volontà di ottenere contributi è motivata dalla necessità di integrare i ricavi per far fronte ai costi di struttura che i soggetti che popolano il comparto sono chiamati a sostenere.

Senza i contributi, infatti, la redditività si ridurrebbe in maniera significativa con l'utile medio che diminuirebbe a 206 €/Migliaia (-23 €/Migliaia) e l'utile complessivamente fatto registrare nel 2021 dai soggetti campionati che si assesterebbe a 3,7 €/Milioni (-411 €/Migliaia). Addirittura, il 11% del campione analizzato finirebbe per registrare una perdita anziché un utile per l'anno 2021. Questo fenomeno, ovviamente, si verifica nei soggetti di più ridotta dimensione che sono la maggioranza nel campione analizzato.

È possibile sin da ora rimarcare che il continuare a sostenere questi soggetti mediante supporto da parte di Enti pubblici, permetterà di continuare a mantenere vivo un settore profittevole (come dimostrato dai notevoli incrementi fatti registrare da redditività e numero dei dipendenti) nonché meritevole (per quanto è stato detto nelle altre parti di questa relazione organica). Il tutto, in attesa che questi soggetti, oggi strutturalmente "piccoli" e con problematiche legate ai costi di struttura, alle economie di scala, ecc., possano via via strutturarsi al meglio e risultare competitivi in maniera autonoma.

d. Investimenti

Per quanto riguarda gli indicatori del livello degli investimenti analizzati, essi hanno fatto registrare tutti un peggioramento rispetto all'anno precedente. Nel 2021 diminuiscono sia il totale attivo (-5,3% complessivo) sia il totale investito in immobilizzazioni (-20% complessivo) tanto materiali (-10,6% complessivo) quanto immateriali (-11,9% complessivo). I dati medi, poi, hanno fatto registrare una diminuzione rispetto all'anno precedente ancora più consistente.

Questi dati destano molta preoccupazione. Gli investimenti sono alla base della crescita e dello sviluppo di qualsiasi organizzazione. Senza investimenti, viene significativamente messa in discussione la capacità di sopravvivenza dei soggetti che popolano il settore videoludico emiliano-romagnolo. Non solo, quindi, ad essi sono necessari contributi in conto esercizio per integrare i ricavi con l'obiettivo di coprire i costi di struttura ma risultano altresì necessari anche contributi in conto capitale a supporto degli investimenti da effettuare, al fine di essere messi nella condizione di poter continuare ad operare, replicando e reiterando i risultati profittevoli (e, per l'effetto, l'aumento occupazionale) fatti registrare sinora.

Il tutto, a maggior ragione come già dicevamo in precedenza, a favore dei soggetti più sottodimensionati che sono i primi a soffrire la mancanza di possibilità all'effettuazione di investimenti.

e. Finanziamenti

Quanto alla struttura finanziaria, è possibile notare che nel 2021 vi è stato un progressivo ricorso al debito a discapito della patrimonializzazione. Se l'indebitamento è complessivamente aumentato (+10,9% rispetto all'anno precedente), è possibile rilevare che il patrimonio netto totale è complessivamente diminuito (-13,7% rispetto all'anno precedente). Fa da corollario a questa circostanza (ed è normale che sia così) l'aumento del costo per oneri finanziari (+140,4% rispetto all'anno precedente).

Analizzando congiuntamente questi risultati con quanto emerso precedentemente, è possibile concludere che il ricorso all'indebitamento è stato veicolato verso il finanziamento delle operazioni correnti (cosiddette "opex") e non tanto degli investimenti (cosiddetti "capex", atteso che questi sono in diminuzione). Questa circostanza denota un problema nella generazione di flussi di cassa dall'attività caratteristica (cosiddetto "net cash flow di gestione corrente"), infatti i soggetti facenti parte del campione hanno fatto ricorso all'indebitamento non tanto per finanziare investimenti bensì per far fronte alle spese correnti.

Questa situazione è molto pericolosa e mette in seria discussione la capacità delle organizzazioni oggetto della presente analisi di continuare ad operare medio tempore. Una tale situazione, quindi, va sicuramente sanata, anche grazie a contributi pubblici che consentano non solo di "coprire" le spese correnti ma anche (come già indicato al precedente paragrafo) le spese per investimento.

Il progressivo ricorso ai finanziamenti è testimoniato dall'indice "Leverage" che esprime la proporzione esistente fra investimenti aziendali e finanziamenti propri. Il dato medio 2021-2020 segnala un incremento del 38% che esprime una maggior porzione di ricorso al capitale di terzi rispetto al capitale proprio.

3.5 Conclusioni

A conclusione dell'intera analisi è possibile affermare che i soggetti analizzati popolano un settore con ottima redditività e quindi con elevate possibilità di generazione di ricchezza, da restituire – distribuendola – a tutti gli attori coinvolti nel processo di generazione della ricchezza stessa

(dipendenti, fornitori, finanziatori, Stato e municipalità, ecc.). Di più, dalla lettura dei dati analizzati emerge la fotografia di un settore con buone capacità di creazione di posti di lavoro.

Entrambe queste considerazioni ci portano a ritenere che il settore videoludico emiliano-romagnolo sia meritevole di essere salvaguardato e tutelato quanto più possibile.

La capacità di generazione di ricchezza e di creazione di posti di lavoro, però, incontra un limite che caratterizza i soggetti del comparto analizzato: la dimensione generalmente contenuta degli stessi soggetti porta con sé elevati costi di struttura da sostenere annualmente e più di una remora nell'effettuare nuovi investimenti.

Questo, unitamente al fatto che generalmente tali soggetti hanno difficoltà nella generazione di flussi di cassa positivi dall'attività corrente, rende il settore videoludico emiliano-romagnolo in serie difficoltà.

Ma allora, se il settore è meritevole di essere salvaguardato ma si trova in questo momento a dover far fronte alle criticità sopra illustrate, occorre individuare una soluzione per poterlo tutelare quanto più possibile. Ciò che i soggetti campionati hanno fatto è stato ricorrere (e rincorrere) contributi erogati da Enti pubblici. Questa metodologia, ovviamente, non può essere una soluzione strutturale a lungo termine ma è ciò che oggi permette al settore videoludico emiliano-romagnolo di sopravvivere in attesa che gli attori che lo popolano riescano ad organizzarsi in strutture dimensionalmente più complesse ed articolate, in maniera tale da risolvere in autonomia le criticità che oggi li affliggono.

ALLEGATO 1

QUESTIONARIO - Produttori e prodotti videoludici in Emilia-Romagna

DISPONIBILE AL LINK <https://forms.gle/KPbF76rGeAnP24L26> - estratto domande

- Informazioni cronologiche
- Indirizzo email
- Compilando il questionario presta il proprio consenso al trattamento dei dati richiesti dalla compilazione.
- Nome e cognome del rispondente
- Ragione sociale
- Contatti
- Tipo di soggetto imprenditoriale
- Consistenza del personale 2021 (Numero complessivo di dipendenti, collaboratori, addetti, componenti)
- Di cui donne
- Consistenza del personale 2020 (Numero complessivo di dipendenti, collaboratori, addetti, componenti)
- Di cui donne
- Consistenza del personale 2019 (Numero complessivo di dipendenti, collaboratori, addetti, componenti)
- Di cui donne
- Modello di impresa
- Impresa attiva da...
- Lo sviluppo di videogiochi è l'oggetto primario della vostra attività di impresa?
- L'impresa/attività è iscritta a un'associazione di categoria?
- A quale/i associazione/i di categoria è iscritta?
- Qual è il maggior beneficio che riconduce alla propria affiliazione all'associazione di categoria indicata?
- FATTURATO dell'impresa/attività 2021
- FATTURATO dell'impresa/attività 2020
- FATTURATO dell'impresa/attività 2019
- SOSTEGNI ECONOMICI PUBBLICI RICEVUTI NEL 2021 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)
- SOSTEGNI ECONOMICI PUBBLICI RICEVUTI NEL 2020 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)
- SOSTEGNI ECONOMICI PUBBLICI RICEVUTI NEL 2019 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)
- Tipologia di ente che eroga/ha erogato il sostegno economico pubblico
- Natura del sostegno economico pubblico
- SOSTEGNI ECONOMICI PRIVATI RICEVUTI NEL 2021 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)
- SOSTEGNI ECONOMICI PRIVATI RICEVUTI NEL 2020 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)
- SOSTEGNI ECONOMICI PRIVATI RICEVUTI NEL 2019 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)
- Natura del sostegno economico privato ricevuto
- Ammontare degli investimenti nel 2021

- Totale attivo (stock investimenti) a fine 2021
- Ammontare degli investimenti nel 2020
- Totale attivo (stock investimenti) a fine 2020
- Ammontare degli investimenti nel 2019
- Totale attivo (stock investimenti) a fine 2019
- Oggetto degli investimenti sostenuti nel 2021
- Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: INFORMATICHE
- N. unità di personale
- Di cui attive in altri ambiti
- Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: GAME STRATEGY
- N. unità di personale
- Di cui attive in altri ambiti
- Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: GRAFICHE
- N. unità di personale
- Di cui attive in altri ambiti
- Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: MUSICHE
- N. unità di personale
- Di cui attive in altri ambiti
- Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: LINGUAGGIO
- N. unità di personale
- Di cui attive in altri ambiti
- Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: AMMINISTRATIVI
- N. unità di personale
- Di cui attive in altri ambiti
- Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: MARKETING
- N. unità di personale
- Di cui attive in altri ambiti
- Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: ALTRO
- N. unità di personale
- Di cui attive in altri ambiti
- Numero di videogiochi (con deposito SIAE) prodotti negli ultimi 5 anni
- Ha collaborato alla realizzazione di videogiochi di altro produttore (soggetto che ha effettuato il deposito SIAE) negli ultimi 5 anni?
- A quanti videogiochi ha collaborato negli ultimi 5 anni?
- Di che regione italiana o Stato (UE o extra-UE) è/sono il/i produttore/i finale/i (che ha effettuato il deposito SIAE) del videogioco?

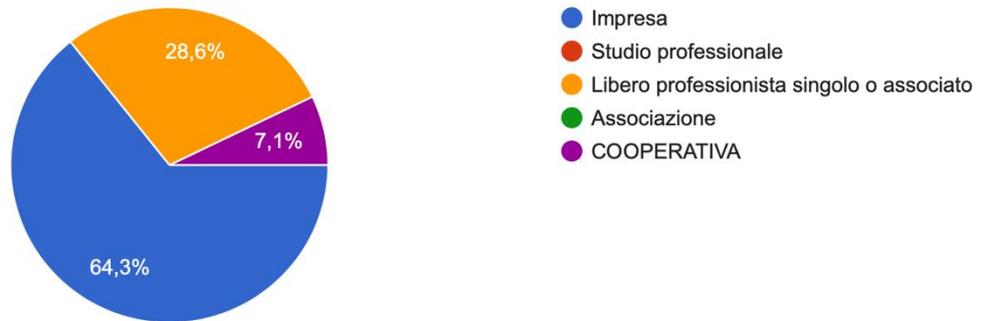
- Per la produzione dell'ultimo videogioco (rimanendo in proprio il soggetto che ha effettuato il deposito SIAE), si è avvalso della collaborazione di un altro produttore (titolare di marchio proprio diverso dal titolare del prodotto finale)?
- Di che regione italiana o Stato (UE o extra-UE) è/sono il/i collaboratore/i di cui si è avvalso?
- A quali tipologie di videogiochi appartiene la produzione degli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi MULTIPLAYER avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi ONE PLAYER avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi che prevedono la possibilità di giocare ANCHE ONLINE avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi che si giocano SOLO ONLINE avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi che prevedono un SUPPORTO FISICO avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi che NON prevedono un SUPPORTO FISICO avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi per CONSOLLE avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi per COMPUTER O TABLET avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Quanti videogiochi per SMARTPHONE avete prodotto negli ultimi 5 anni?
- Attraverso quale/i piattaforma/e state attualmente distribuendo i vostri prodotti?
- Per realizzare i videogiochi prodotti negli ultimi 5 anni è stato necessario ricorrere a risorse umane/professionisti esterni non dipendenti?
- Se sì, può specificare quante?
- Può specificare da quale/i città/regione/i italiana/e o Stato (UE o extra-UE) provenivano le risorse umane non dipendenti di cui si è avvalso?
- Nella sua impresa, quali sono i tempi medi complessivi di ideazione e produzione di un videogioco?
- Quando è iniziato lo sviluppo del progetto del più recente videogioco realizzato?
- Quanto è durato lo sviluppo del progetto del più recente videogioco realizzato?
- In caso il più recente videogioco realizzato non sia ancora stato pubblicato, quando pensate verrà ultimato?
- Quante ore settimanali vengono dedicate al progetto?
- Vi siete appoggiati ad un publisher per la pubblicazione del vostro videogioco? Se sì indicare quale/i.
- Quali sono state le vostre ispirazioni nella creazione del vostro ultimo progetto?
- Accesso a finanziamenti e contributi
- Reperimento risorse umane e competenze
- Post-produzione, promozione, distribuzione e commercializzazione
- Conoscenza e applicazione delle regole in materia di trattamento dei dati
- Conoscenza e applicazione delle regole in materia di diritto d'autore
- Tempi amministrativi e relazioni con soggetti pubblici
- Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età INFERIORE A 6 ANNI
- Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età 6-12 ANNI
- Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età 12-15 ANNI
- Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età 15-18 ANNI

- Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età SUPERIORE A 18 ANNI
- Durante il percorso di ideazione e produzione di un videogioco, quanto è considerato l'elemento della classificazione per i minori?
- Qual è il vostro target di identità rispetto alla dimensione di genere?
- Durante il percorso di ideazione e produzione di un videogioco, quanto sono considerati elementi di inclusività e di contrasto alle discriminazioni?
- Quali elementi di inclusività e di contrasto alle discriminazioni sono considerati?
- Come realizzate la promozione e il marketing del prodotto?
- Quali mezzi di promozione e marketing ritenete più efficaci?
- Nella fase di distribuzione e promozione, quanto considerate la realtà delle biblioteche emiliano-romagnole?
- Quanto conoscete la biblioteca Salaborsa Lab R. Ruffilli del Comune di Bologna e il settore videoludico che ospita?
- Quali attività potrebbero realizzare il Comune di Bologna e la Città Metropolitana di Bologna per sostenere la diffusione di una cultura videoludica in Emilia Romagna?
- Siete a conoscenza dell'utilizzo di uno o più dei vostri prodotti in contesti educativi formali? (Ad es: scuola di qualsiasi ordine e grado, università, corsi di formazione, ...)
- Se sì, quale/i tipologie di videogiochi sono state utilizzate?
- In fase di progettazione e realizzazione del videogioco, quanto tenete conto delle sue possibili applicazioni in contesti educativi formali?
- In fase di progettazione, quanto interessa la possibilità di VEICOLARE CONTENUTI CULTURALI?
- In fase di progettazione, quanto interessa la capacità dell'utente di SVILUPPARE UNA COMPETENZA CREATIVA?
- In fase di progettazione, quanto interessa la capacità dell'utente di SVILUPPARE UNA COMPETENZA DIGITALE?

ALLEGATO 2: Selezione di grafici risultanti dalle risposte ai questionari (in particolare quelli non già richiamati nei paragrafi del Rapporto).

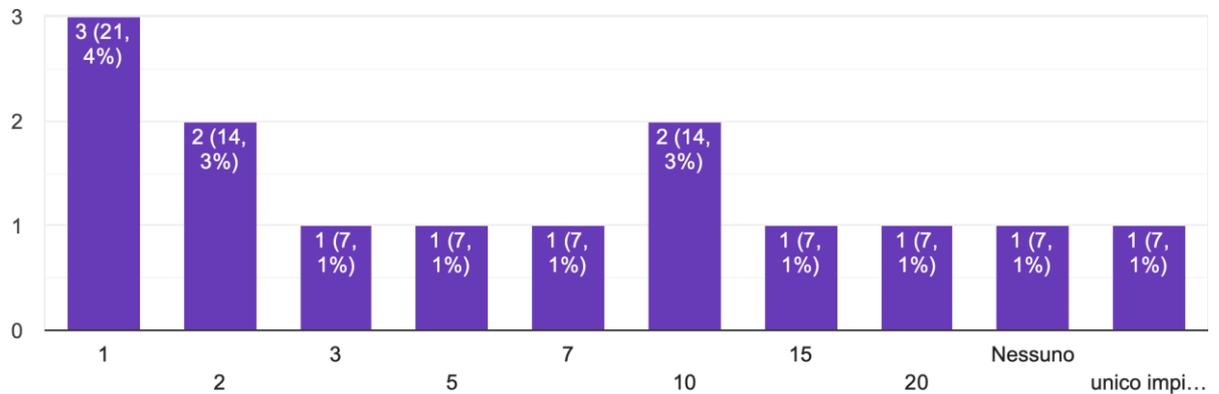
Tipo di soggetto imprenditoriale

14 risposte



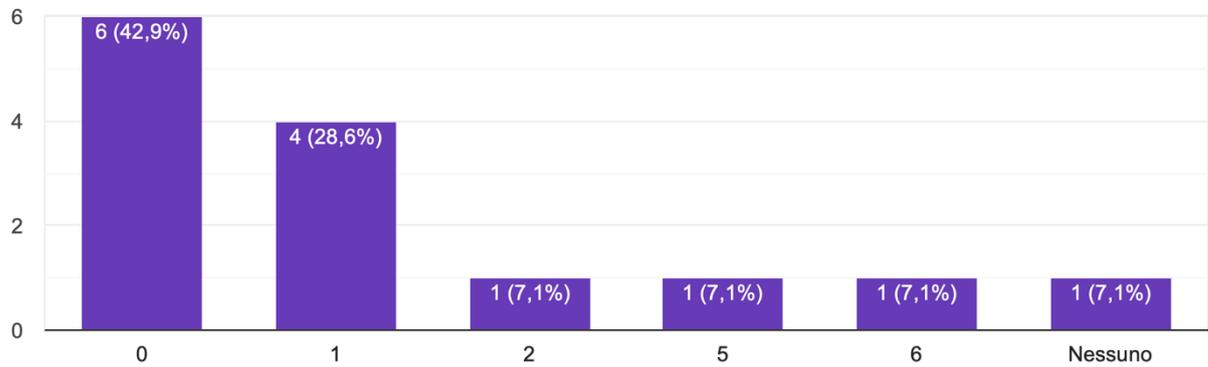
Consistenza del personale 2021 (Numero complessivo di dipendenti, collaboratori, addetti, componenti)

14 risposte



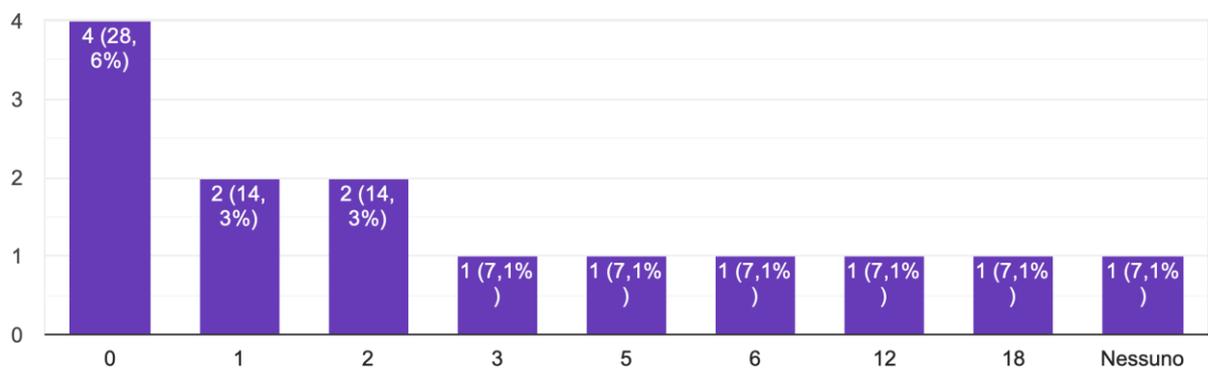
Di cui donne

14 risposte



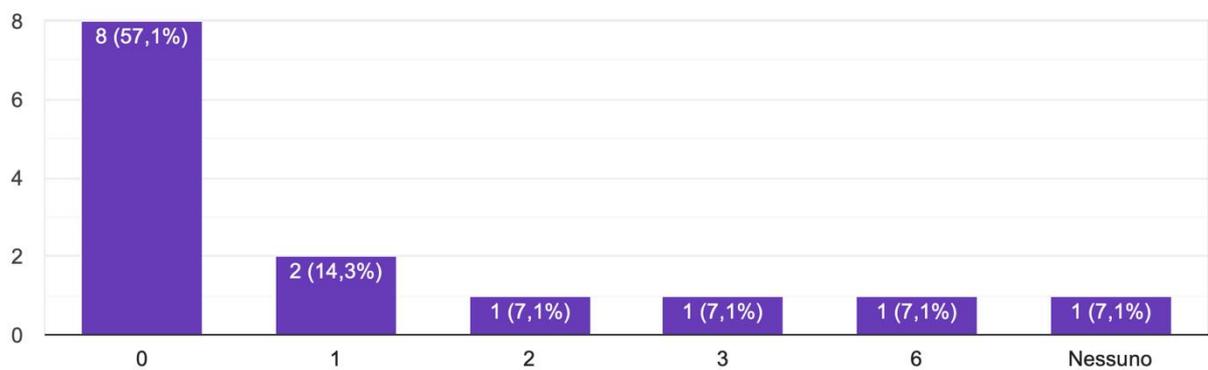
Consistenza del personale 2020 (Numero complessivo di dipendenti, collaboratori, addetti, componenti)

14 risposte



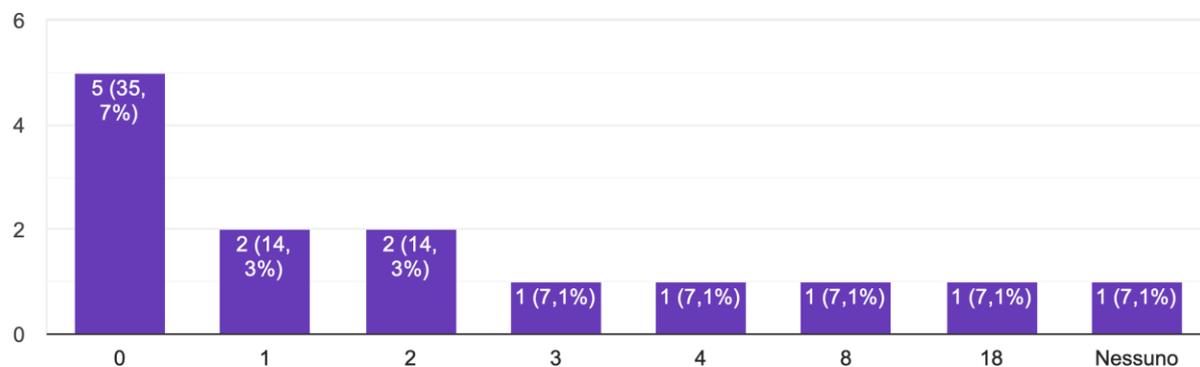
Di cui donne

14 risposte



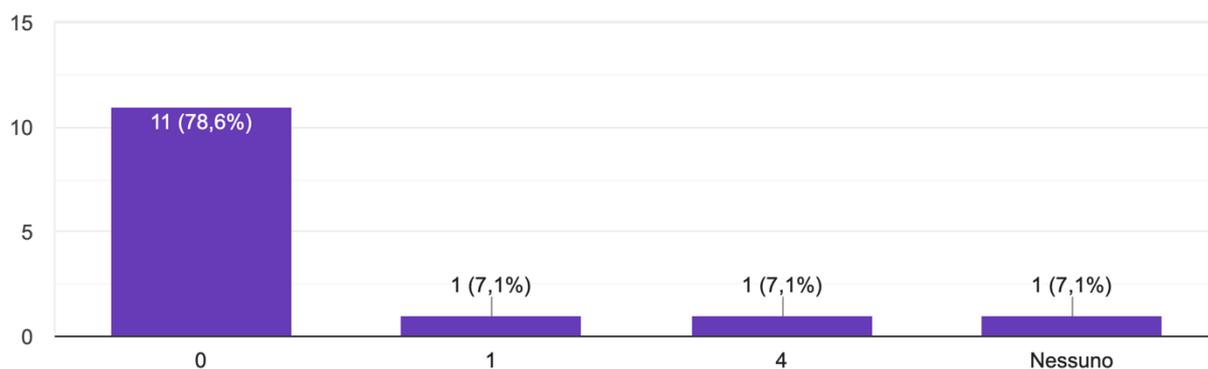
Consistenza del personale 2019 (Numero complessivo di dipendenti, collaboratori, addetti, componenti)

14 risposte



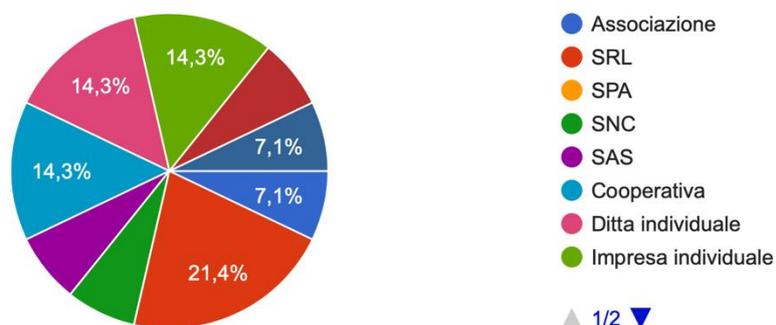
Di cui donne

14 risposte



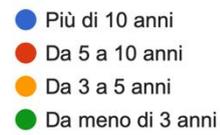
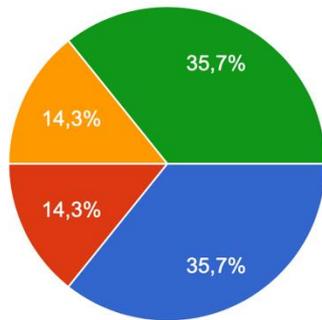
Modello di impresa

14 risposte



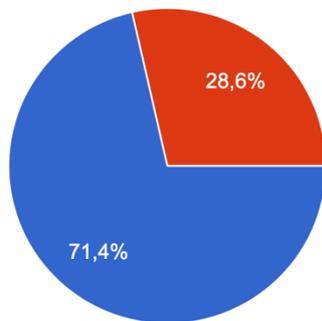
Impresa attiva da...

14 risposte



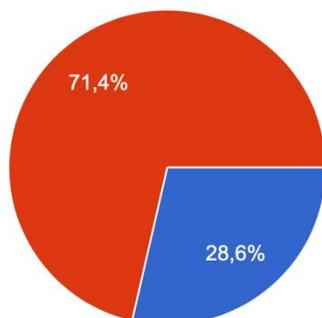
Lo sviluppo di videogiochi è l'oggetto primario della vostra attività di impresa?

14 risposte



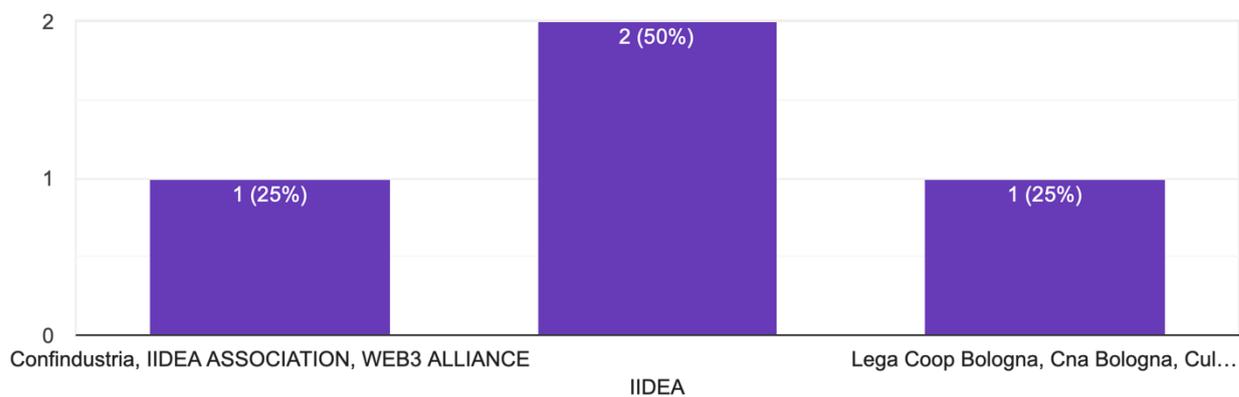
L'impresa/attività è iscritta a un'associazione di categoria?

14 risposte



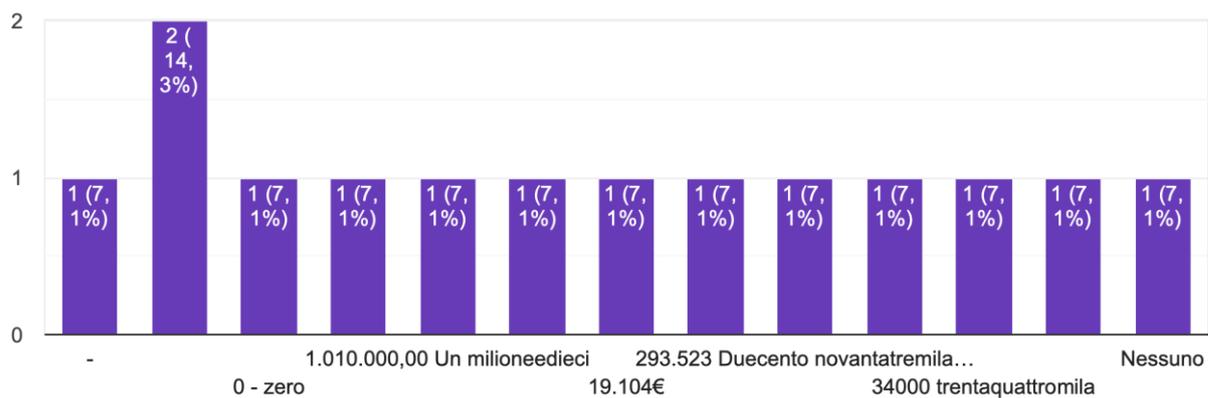
A quale/i associazione/i di categoria è iscritta?

4 risposte



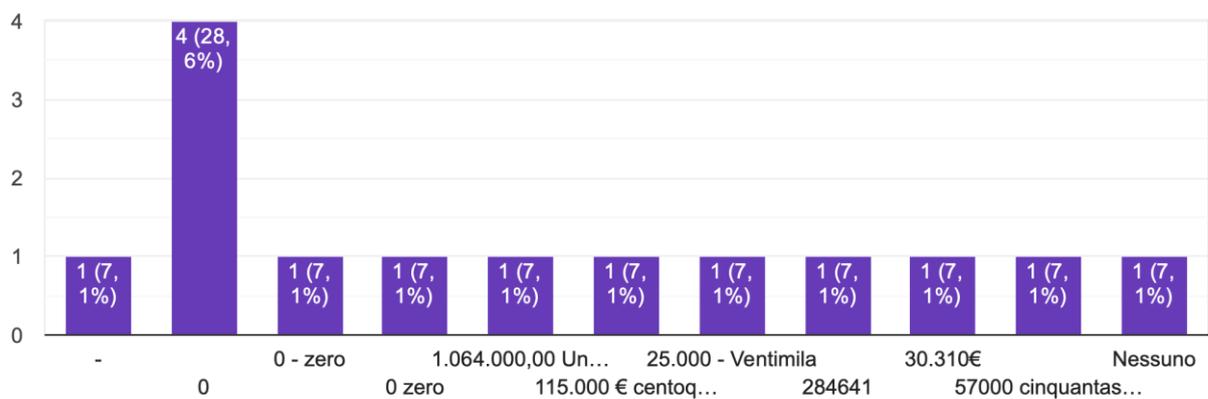
FATTURATO dell'impresa/attività 2020

14 risposte



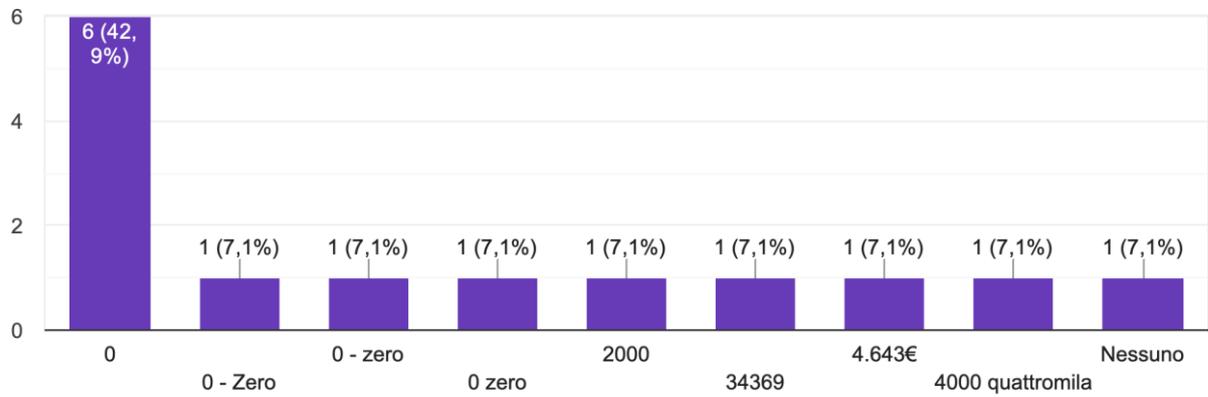
FATTURATO dell'impresa/attività 2019

14 risposte



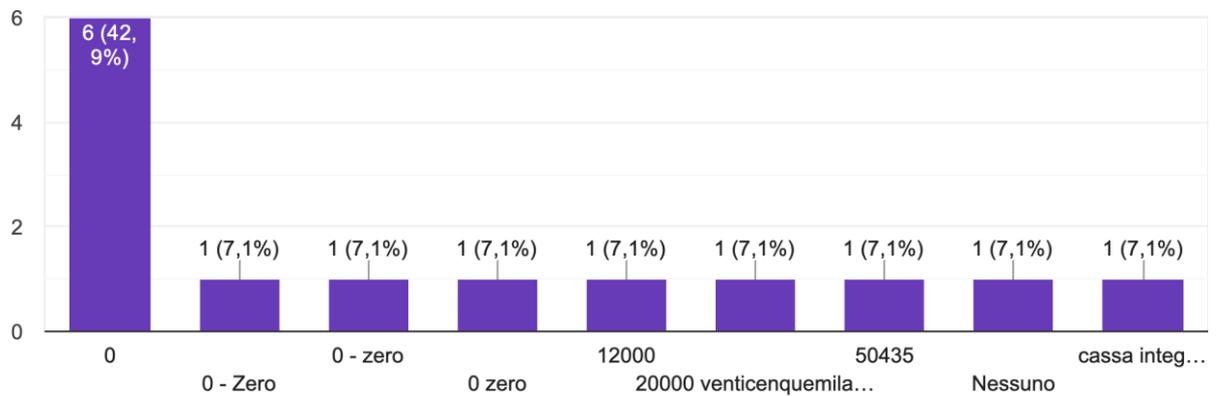
SOSTEGNI ECONOMICI PUBBLICI RICEVUTI NEL 2021 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)

14 risposte



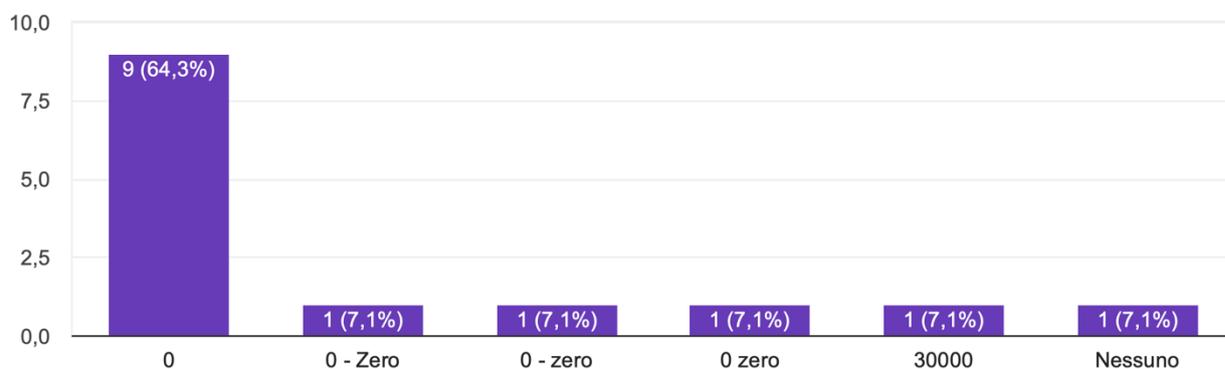
SOSTEGNI ECONOMICI PUBBLICI RICEVUTI NEL 2020 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)

14 risposte



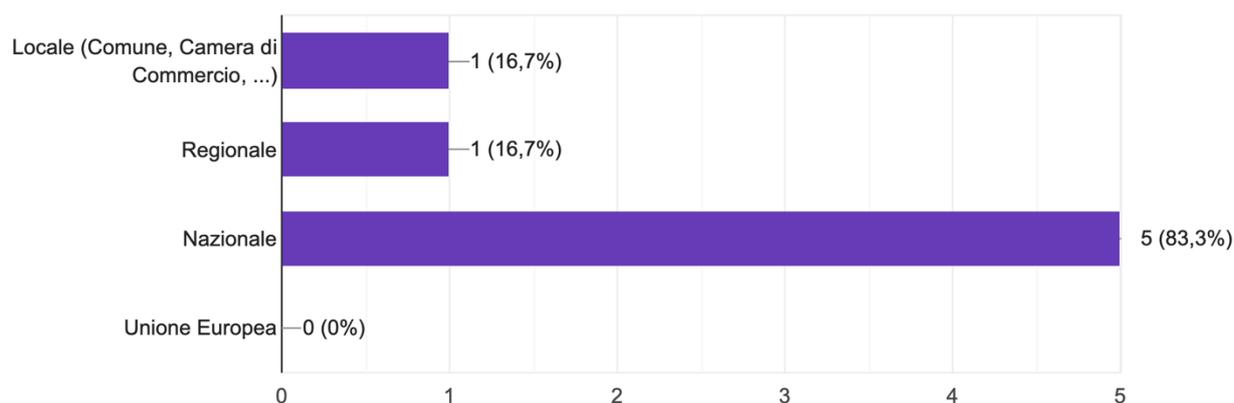
SOSTEGNI ECONOMICI PUBBLICI RICEVUTI NEL 2019 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)

14 risposte



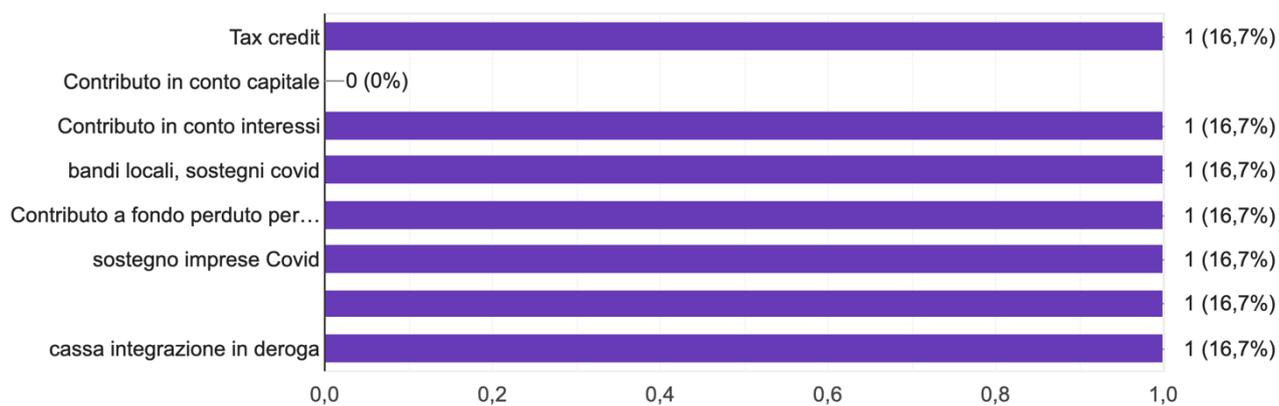
Tipologia di ente che eroga/ha erogato il sostegno economico pubblico

6 risposte



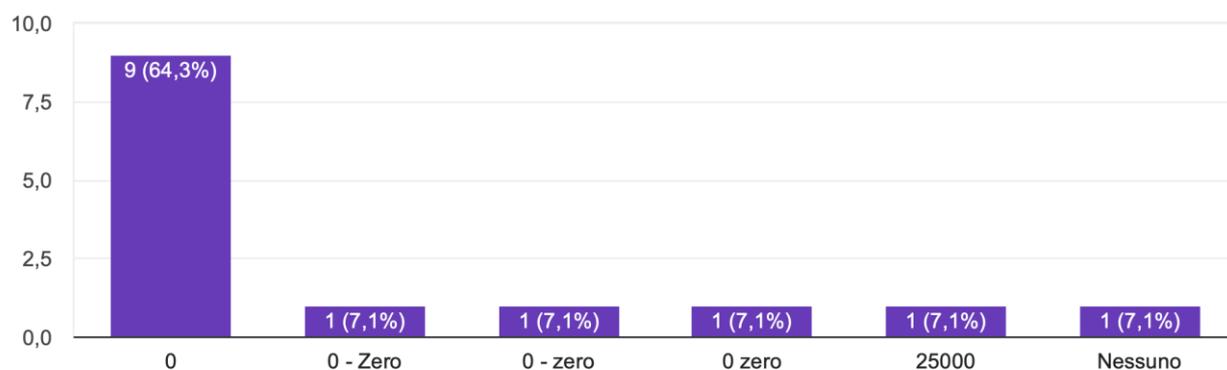
Natura del sostegno economico pubblico

6 risposte



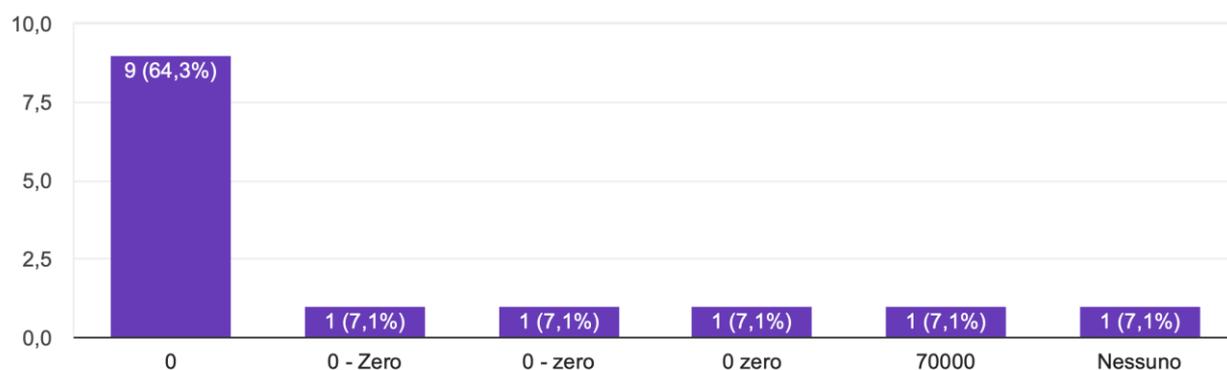
SOSTEGNI ECONOMICI PRIVATI RICEVUTI NEL 2021 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)

14 risposte



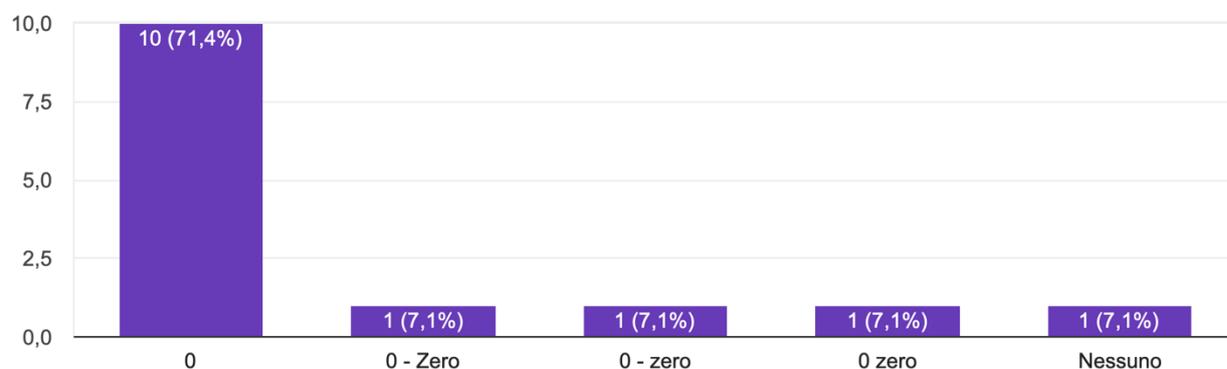
SOSTEGNI ECONOMICI PRIVATI RICEVUTI NEL 2020 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)

14 risposte



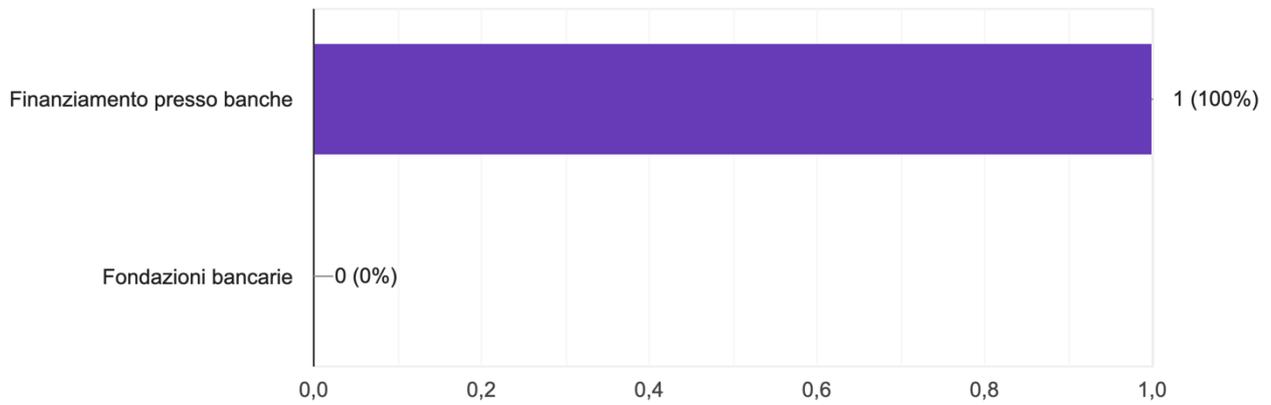
SOSTEGNI ECONOMICI PRIVATI RICEVUTI NEL 2019 (scrivere 0 se non sono stati ricevuti sostegni)

14 risposte



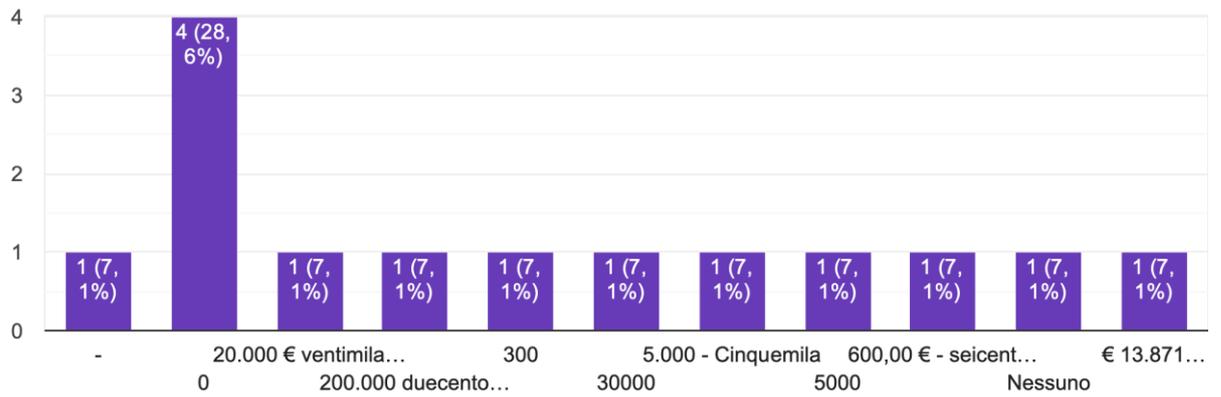
Natura del sostegno economico privato ricevuto

1 risposta



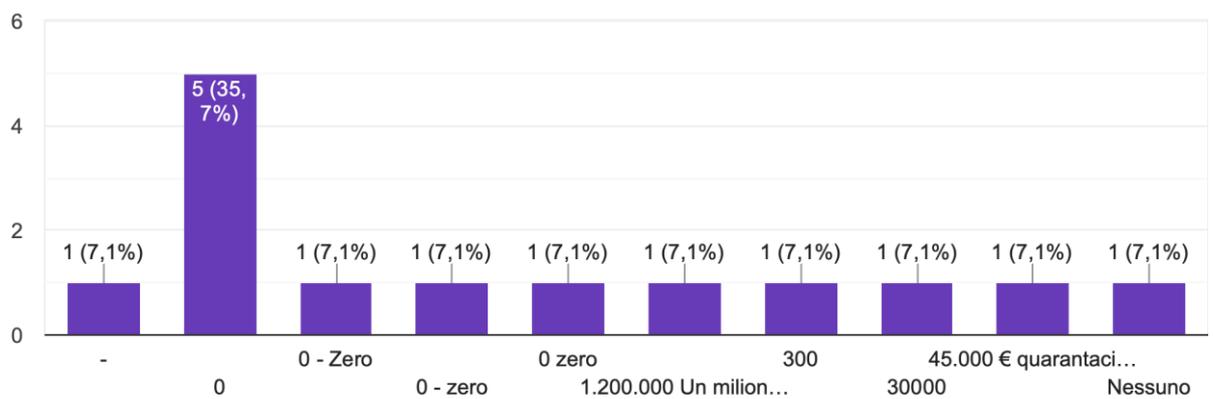
Ammontare degli investimenti nel 2021

14 risposte



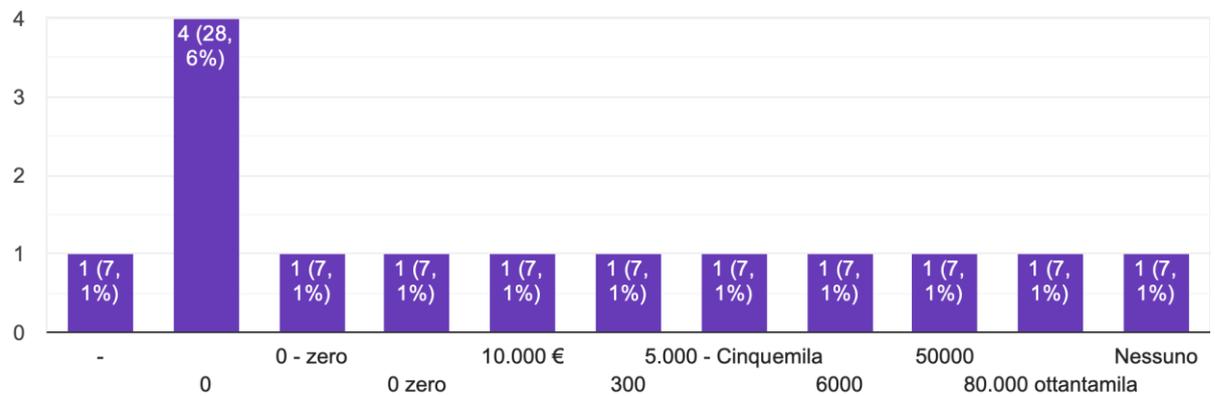
Totale attivo (stock investimenti) a fine 2021

14 risposte



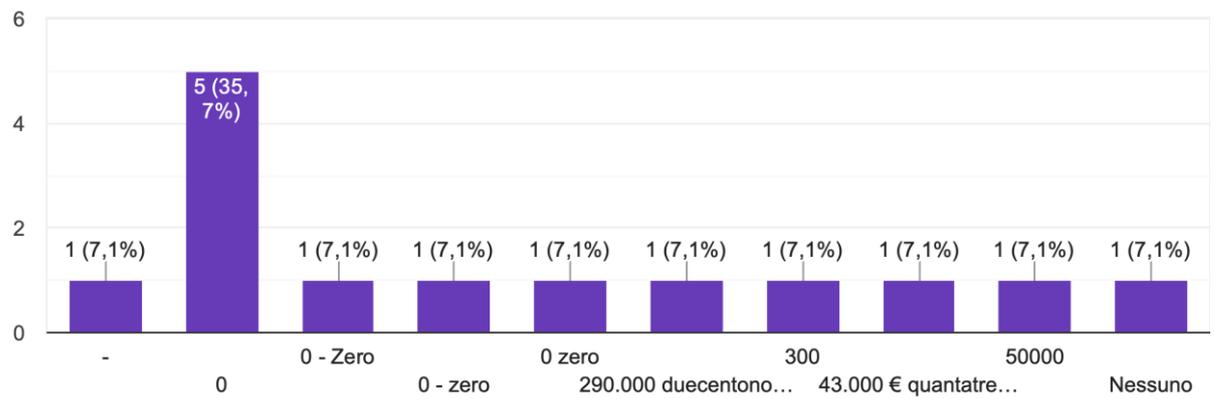
Ammontare degli investimenti nel 2020

14 risposte



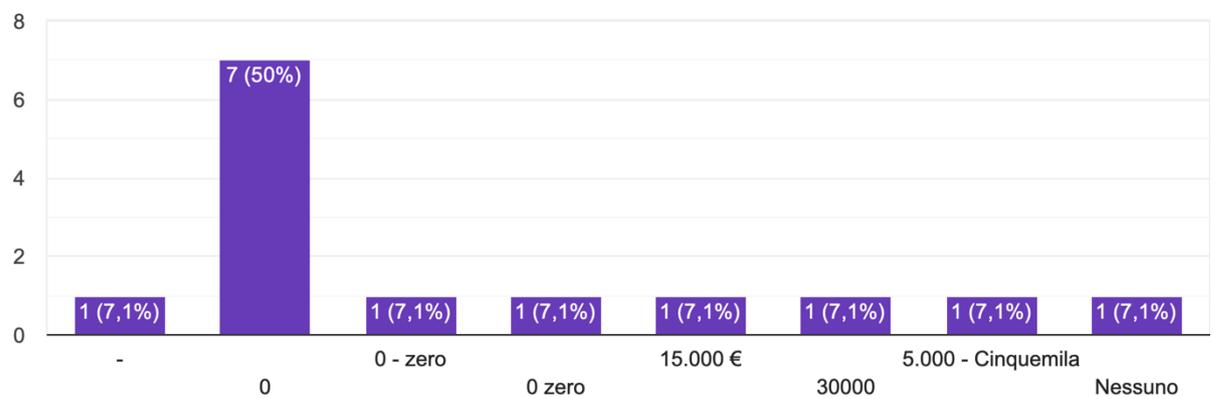
Totale attivo (stock investimenti) a fine 2020

14 risposte



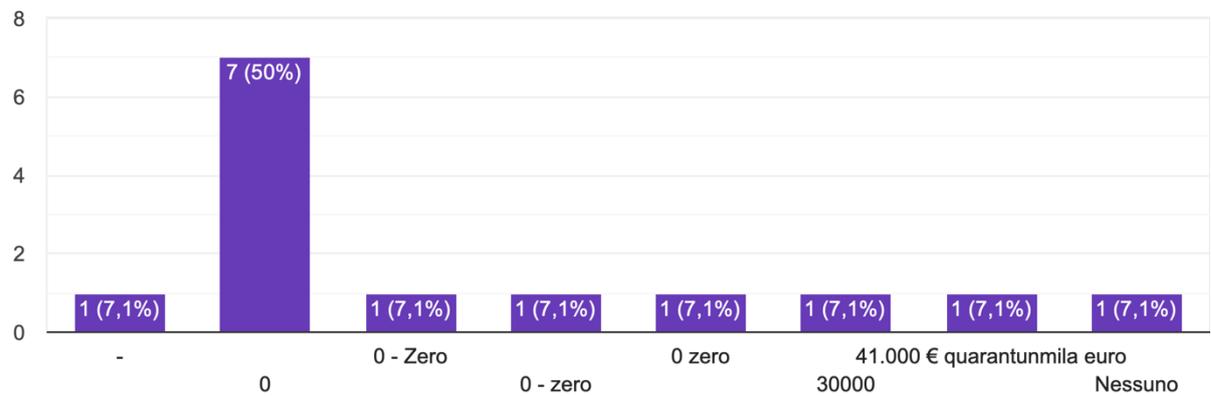
Ammontare degli investimenti nel 2019

14 risposte



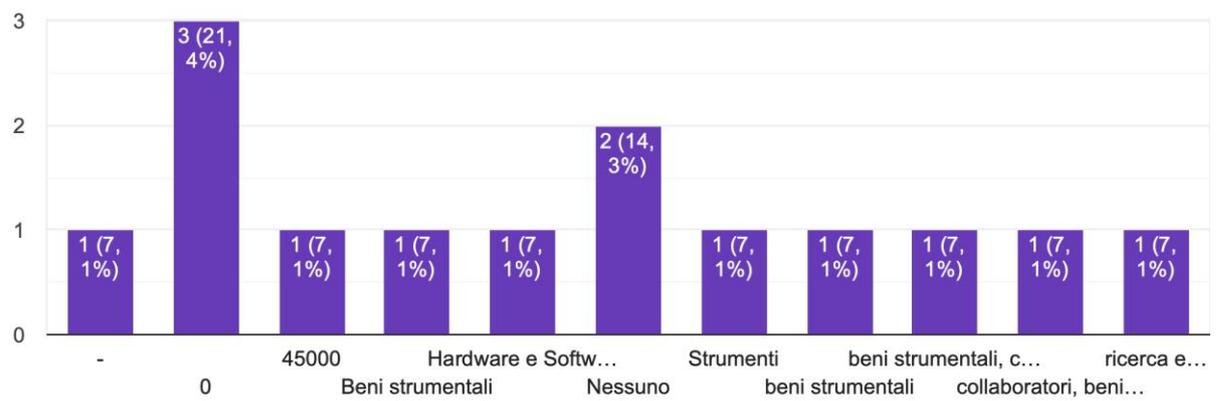
Totale attivo (stock investimenti) a fine 2019

14 risposte



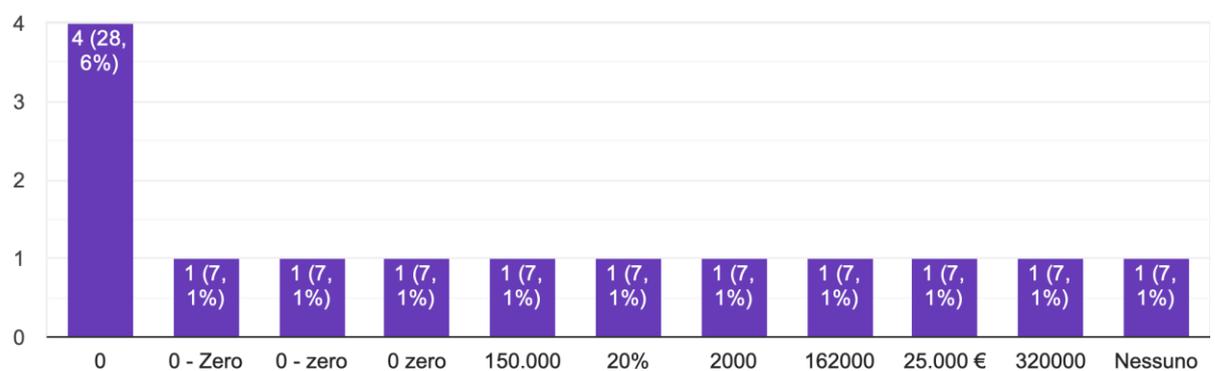
Oggetto degli investimenti sostenuti nel 2021

14 risposte



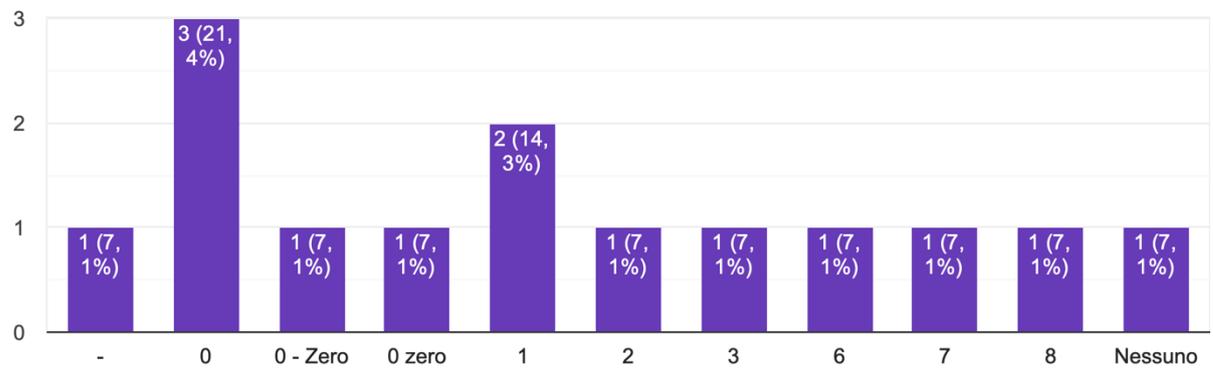
Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: INFORMATICHE

14 risposte



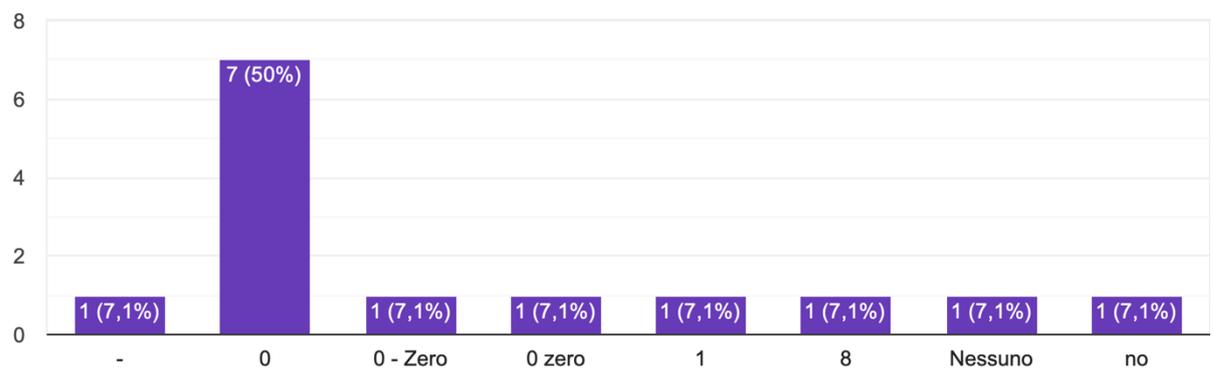
N. unità di personale

14 risposte



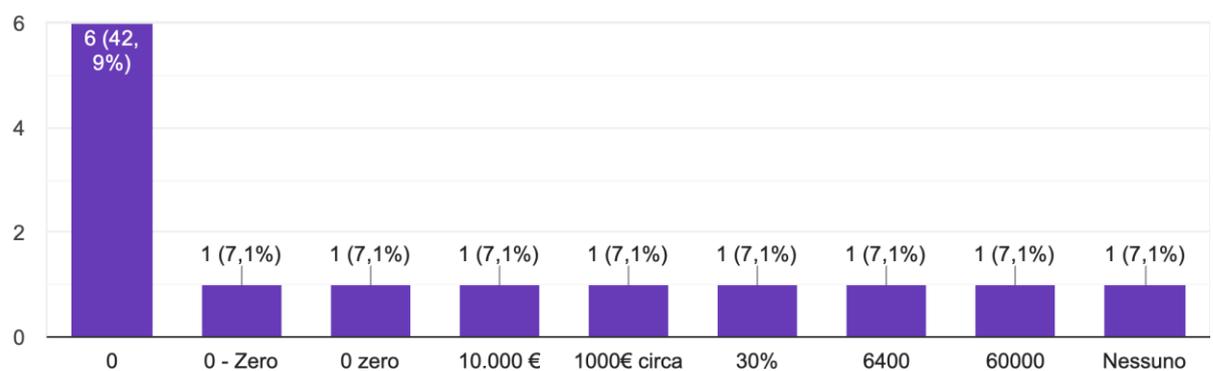
Di cui attive in altri ambiti

14 risposte



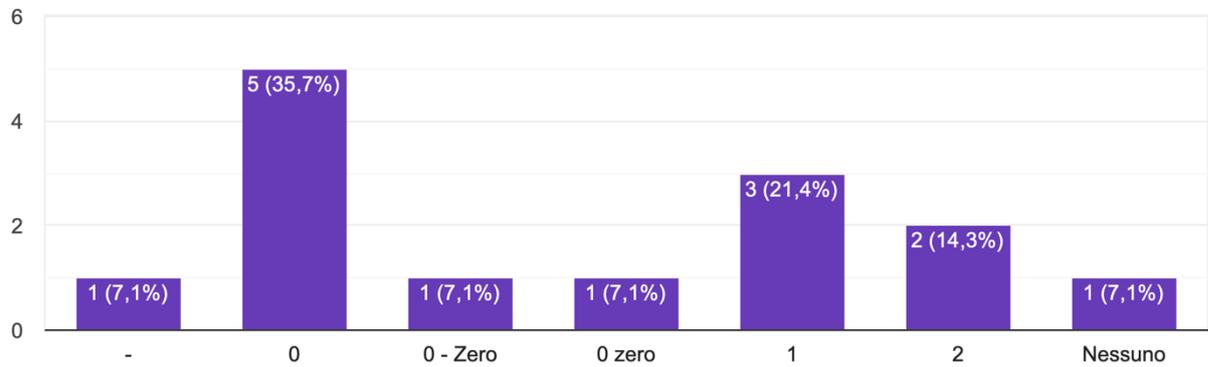
Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: GAME STRATEGY

14 risposte



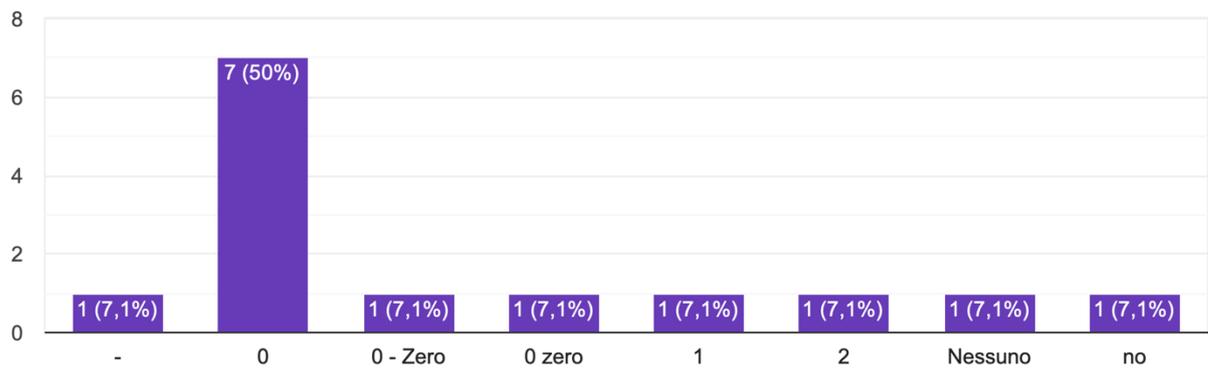
N. unità di personale

14 risposte



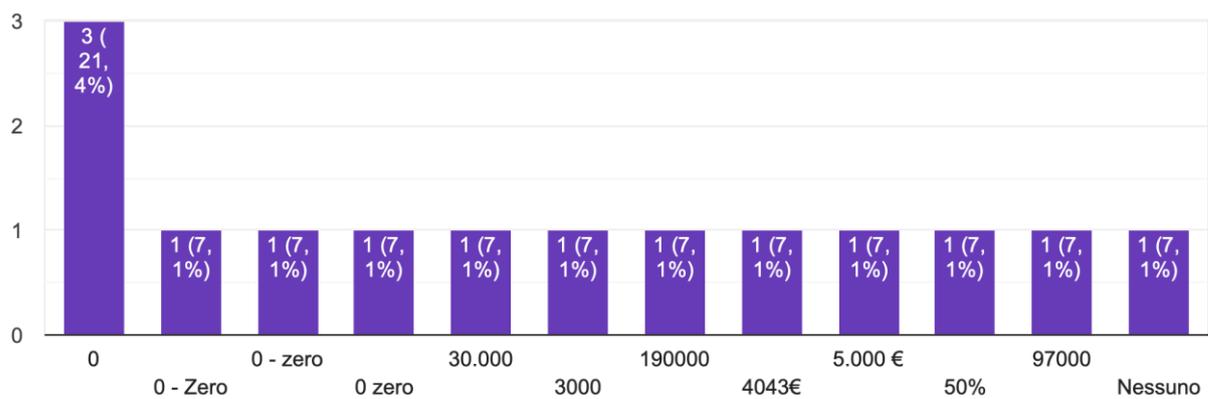
Di cui attive in altri ambiti

14 risposte



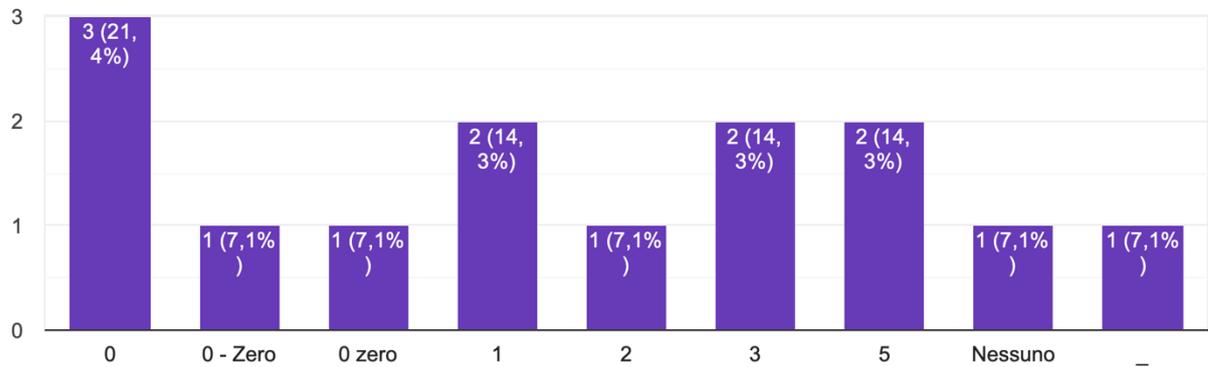
Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: GRAFICHE

14 risposte



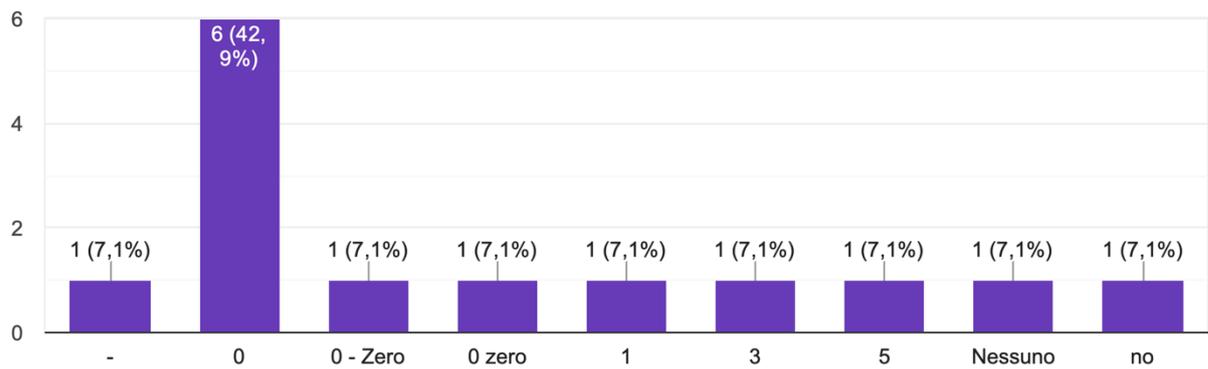
N. unità di personale

14 risposte



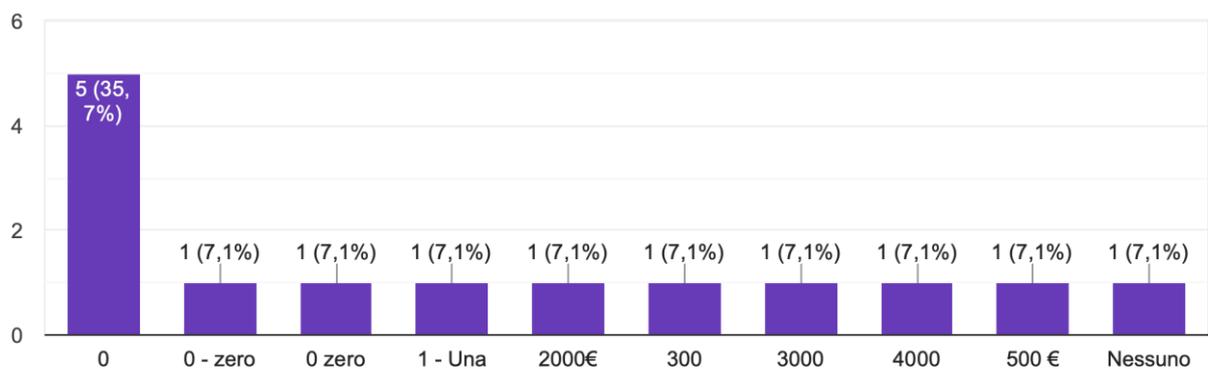
Di cui attive in altri ambiti

14 risposte



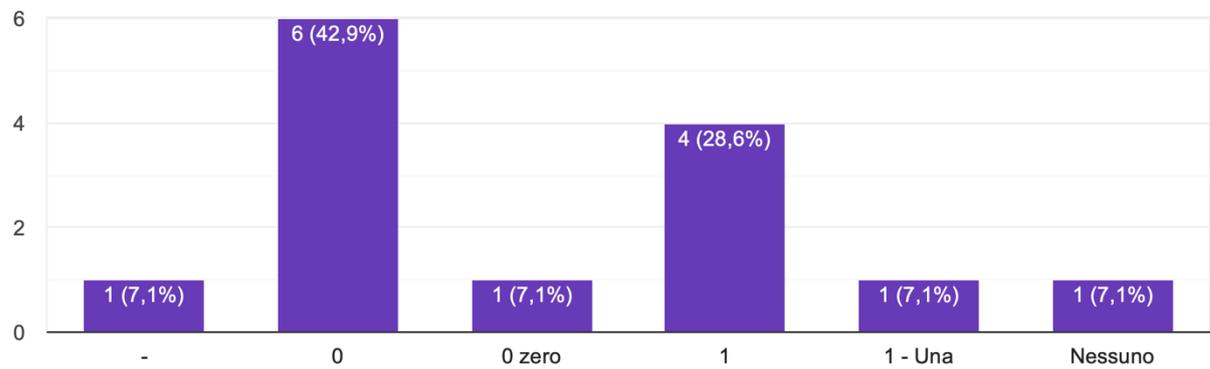
Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: MUSICHE

14 risposte



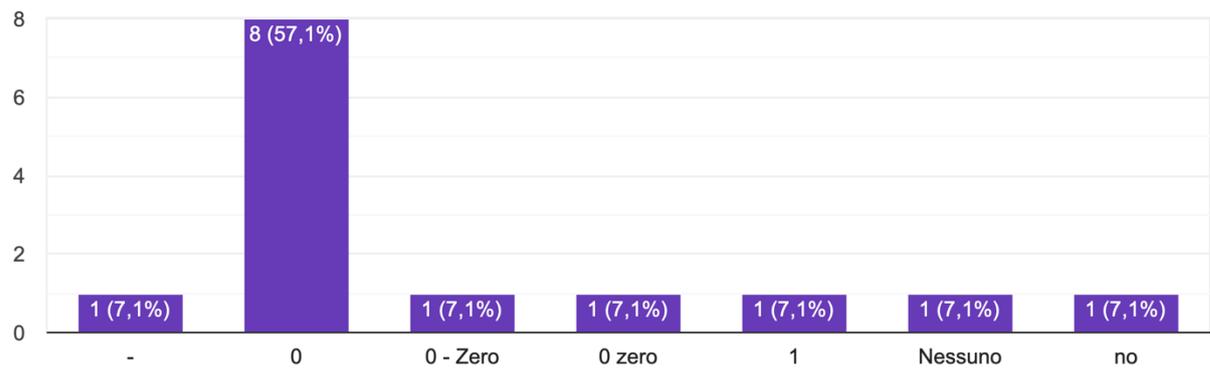
N. unità di personale

14 risposte



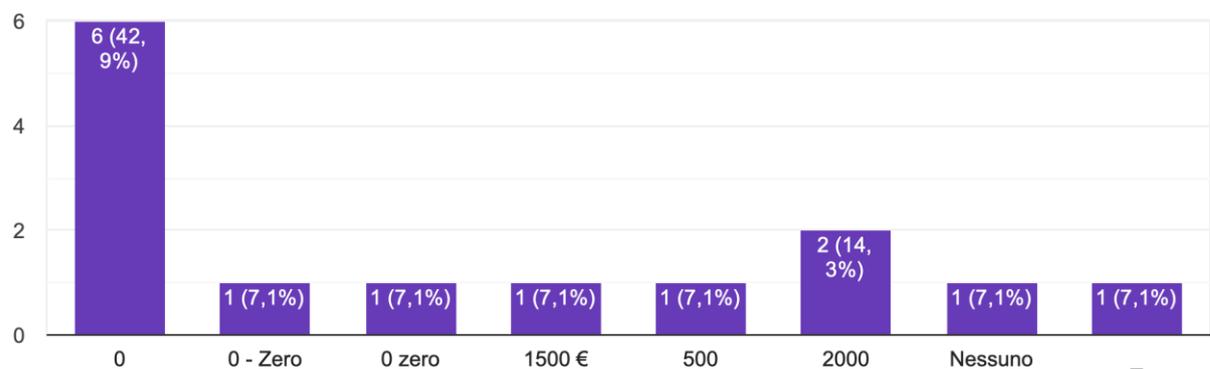
Di cui attive in altri ambiti

14 risposte



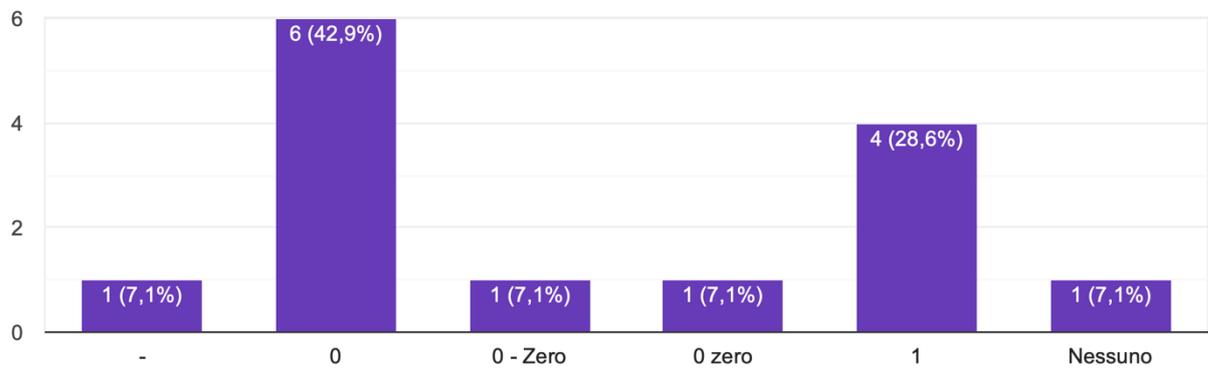
Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: LINGUAGGIO

14 risposte



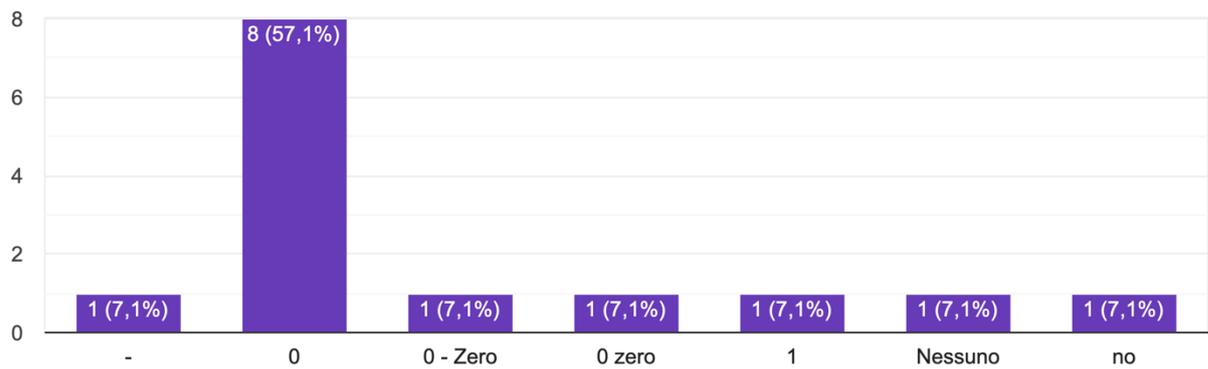
N. unità di personale

14 risposte



Di cui attive in altri ambiti

14 risposte



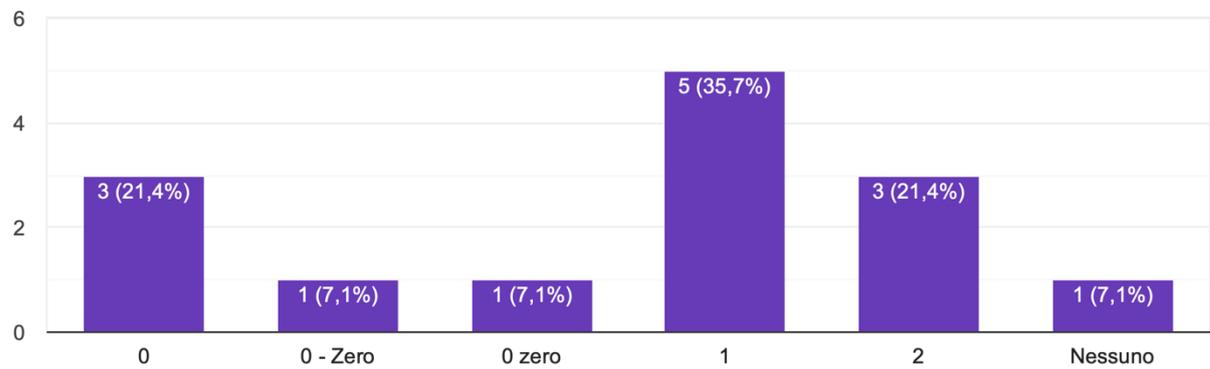
Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: AMMINISTRATIVI

14 risposte



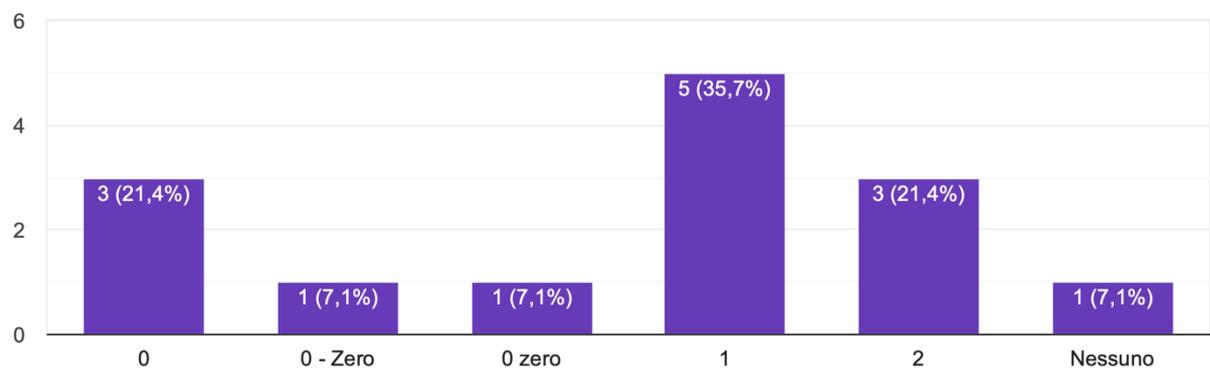
N. unità di personale

14 risposte



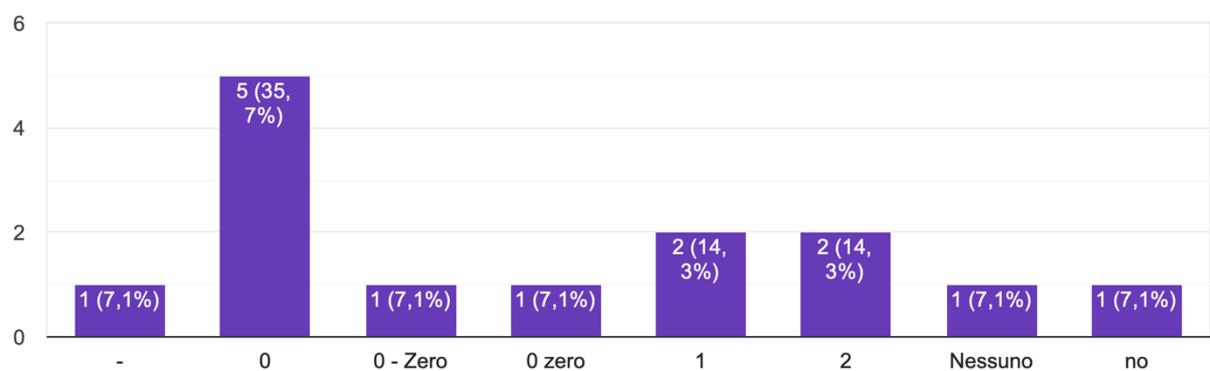
N. unità di personale

14 risposte



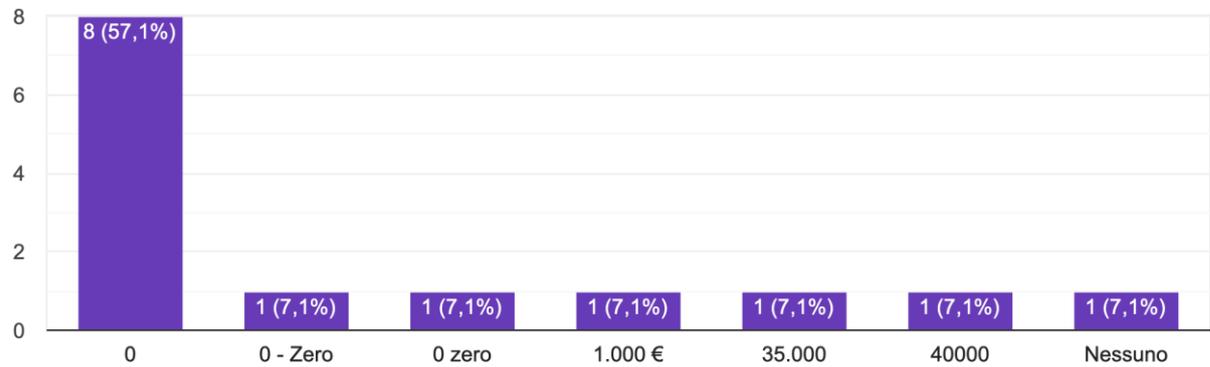
Di cui attive in altri ambiti

14 risposte



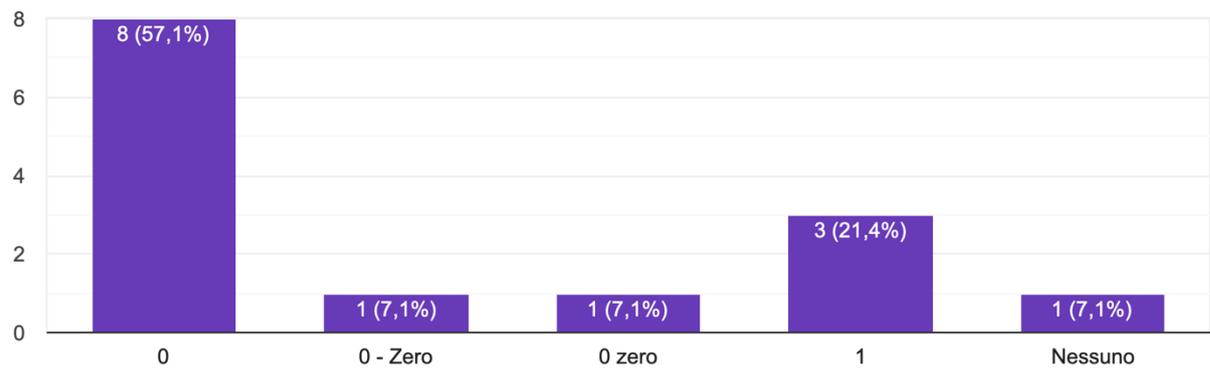
Ammontare costi sostenuti per personale con ruoli/competenze: MARKETING

14 risposte



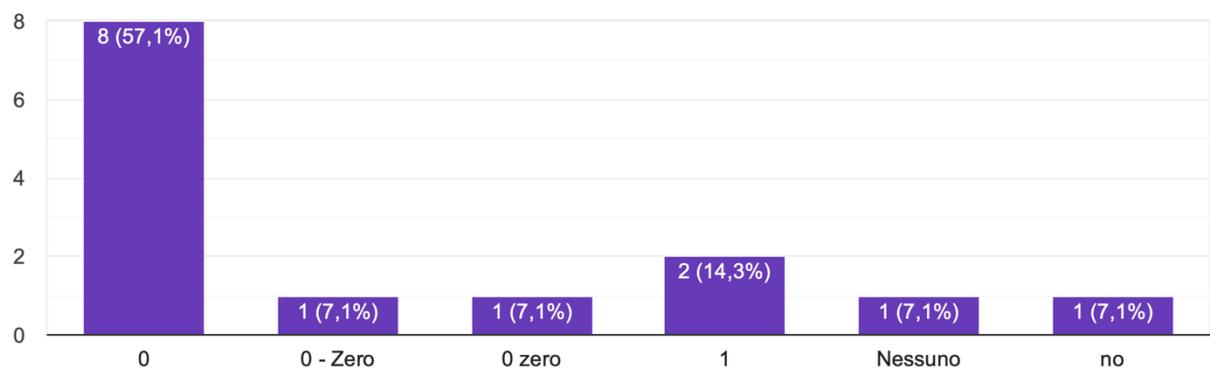
N. unità di personale

14 risposte



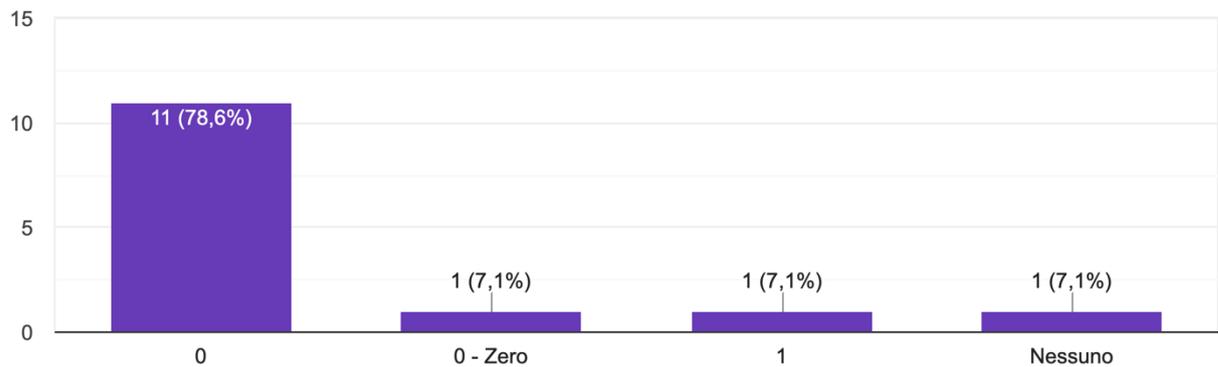
Di cui attive in altri ambiti

14 risposte



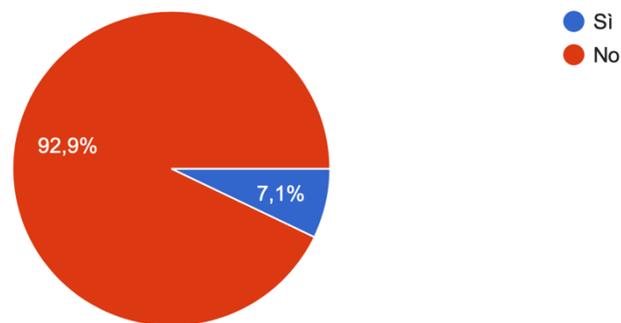
Numero di videogiochi (con deposito SIAE) prodotti negli ultimi 5 anni

14 risposte



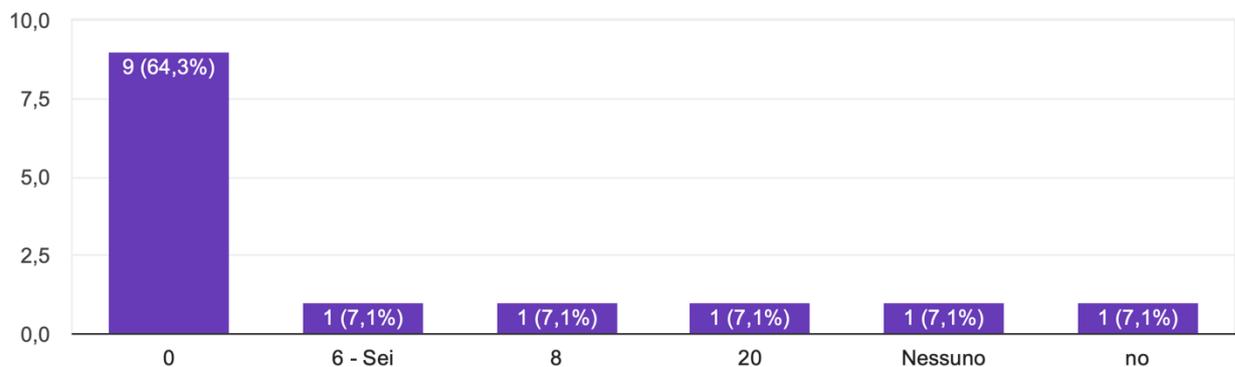
Ha collaborato alla realizzazione di videogiochi di altro produttore (soggetto che ha effettuato il deposito SIAE) negli ultimi 5 anni?

14 risposte



A quanti videogiochi ha collaborato negli ultimi 5 anni?

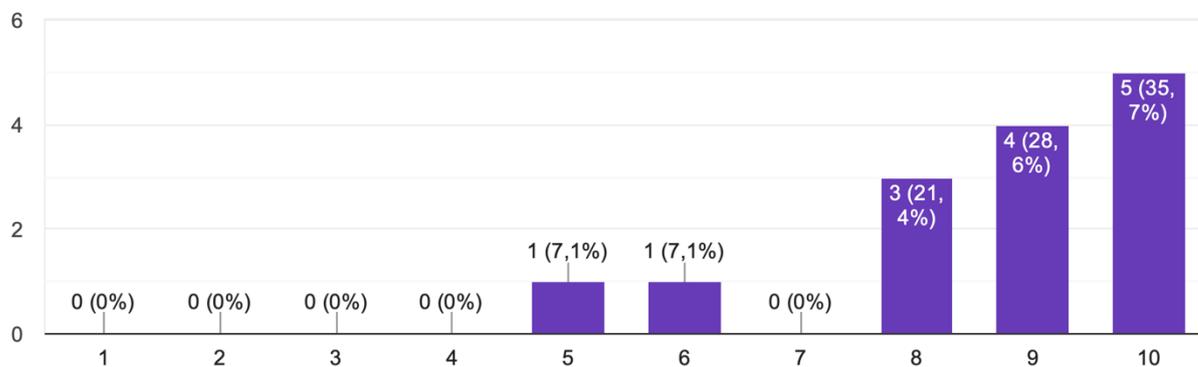
14 risposte



DURANTE IL PERCORSO DI IDEAZIONE E PRODUZIONE DI UN VIDEOGIOCO INDIVIDUI IL GRADO DI DIFFICOLTA' CHE INCIDE MAGGIORMENTE TRA LE SEGUENTI:

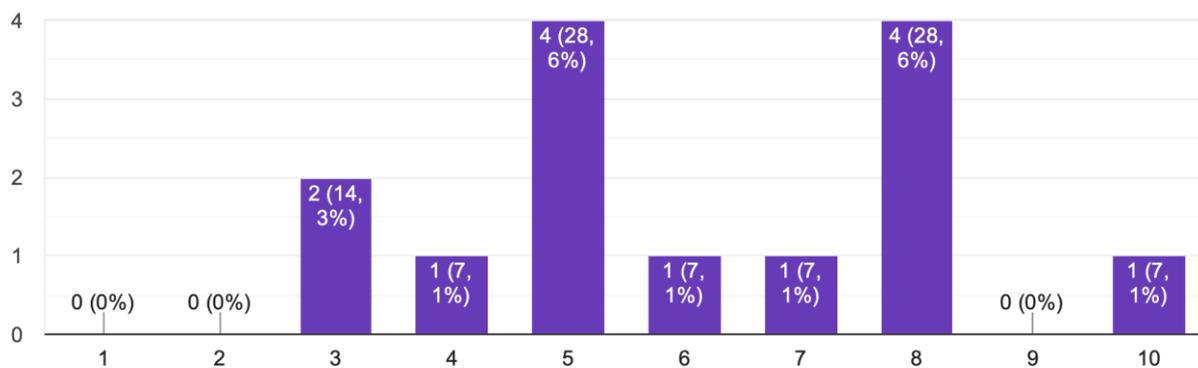
Accesso a finanziamenti e contributi

14 risposte



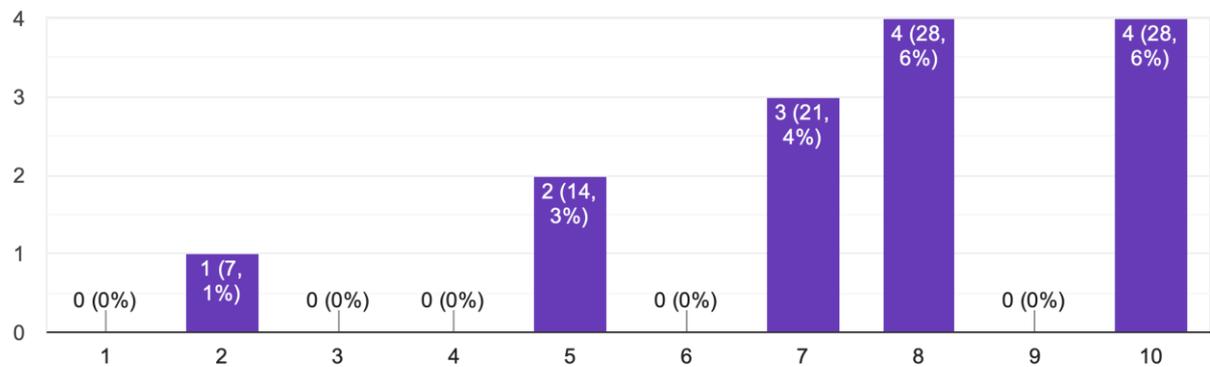
Reperimento risorse umane e competenze

14 risposte



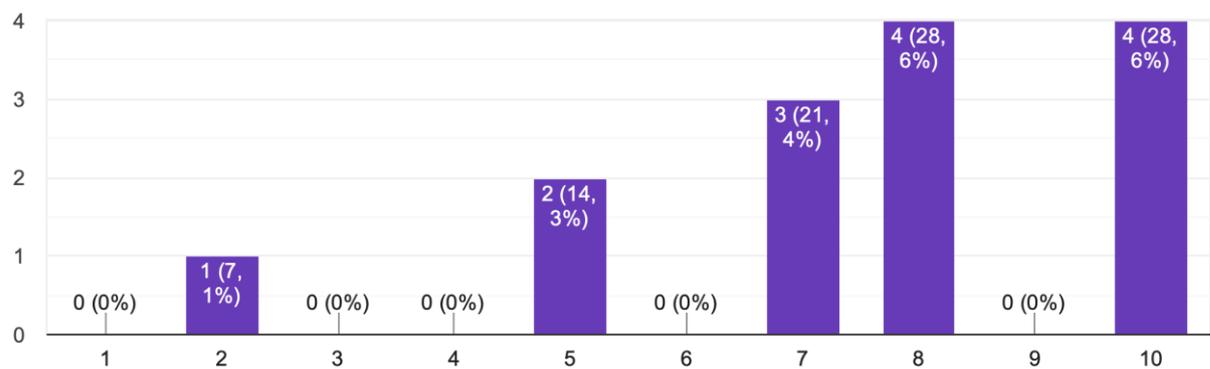
Post-produzione, promozione, distribuzione e commercializzazione

14 risposte



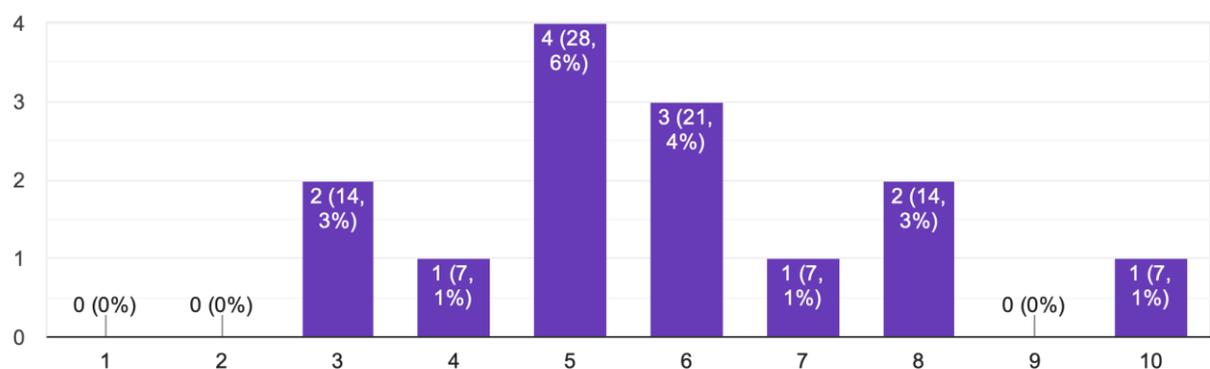
Post-produzione, promozione, distribuzione e commercializzazione

14 risposte



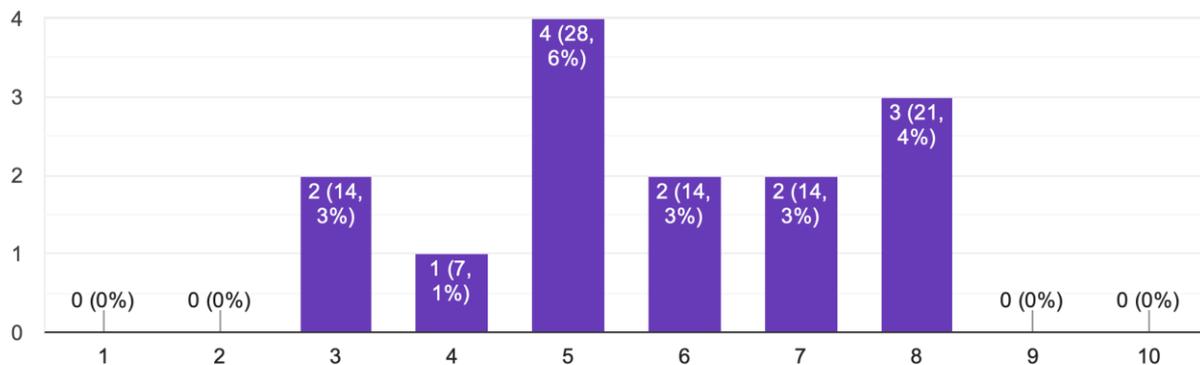
Conoscenza e applicazione delle regole in materia di trattamento dei dati

14 risposte



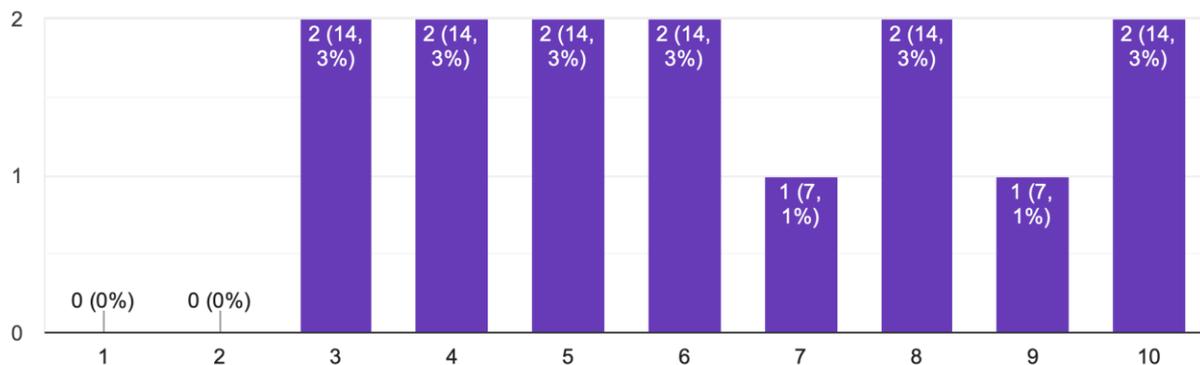
Conoscenza e applicazione delle regole in materia di diritto d'autore

14 risposte



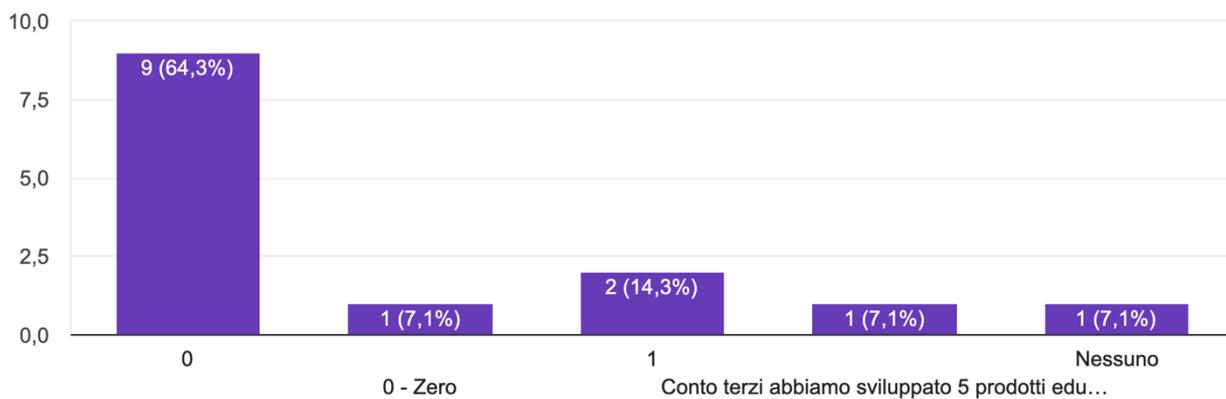
Tempi amministrativi e relazioni con soggetti pubblici

14 risposte



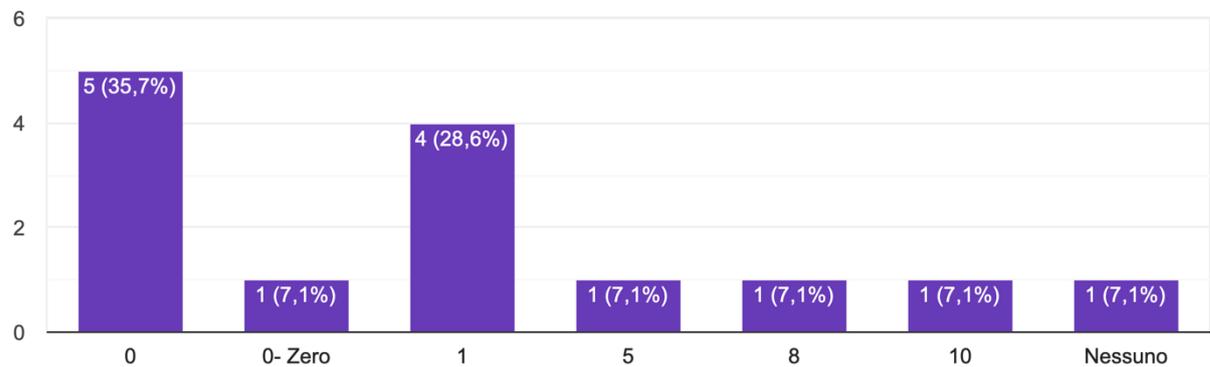
Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età INFERIORE A 6 ANNI

14 risposte



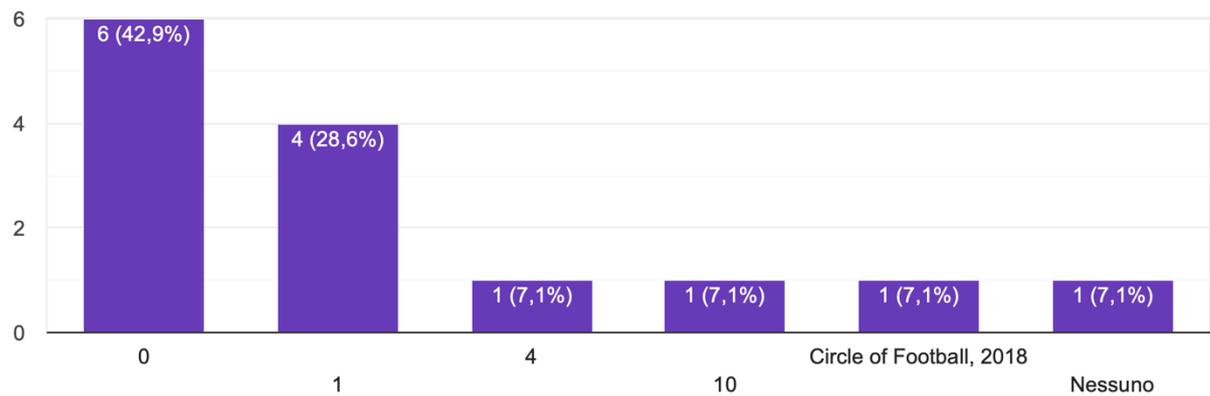
Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età 6-12 ANNI

14 risposte



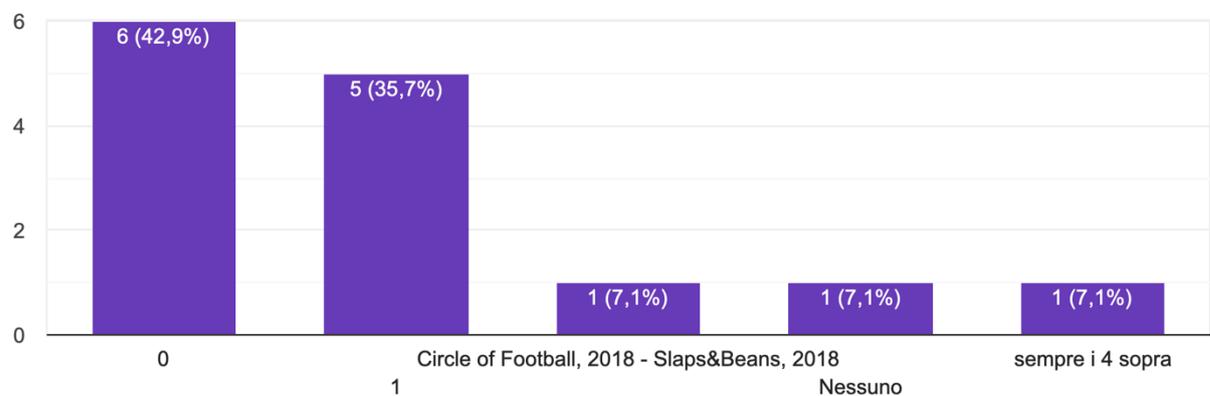
Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età 12-15 ANNI

14 risposte



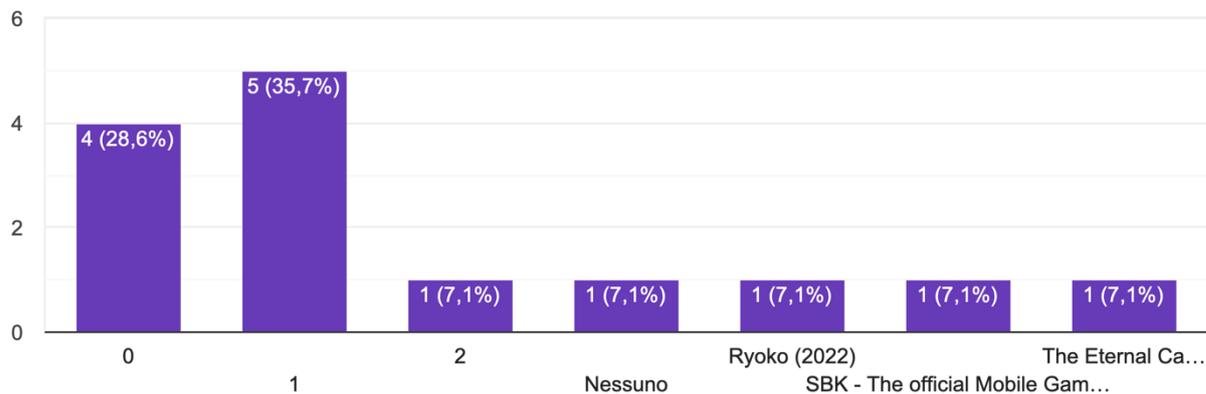
Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età 15-18 ANNI

14 risposte



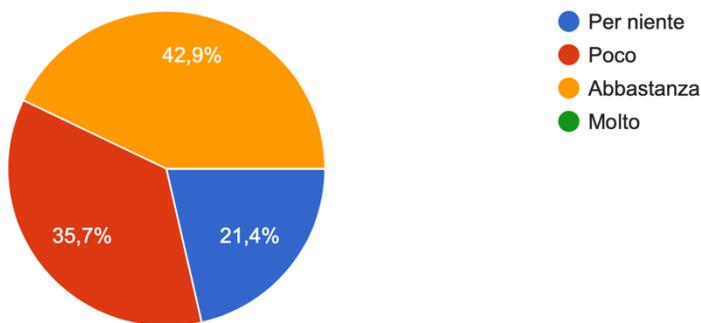
Negli ultimi 5 anni, quali sono stati i videogiochi prodotti per utenti di età SUPERIORE A 18 ANNI

14 risposte



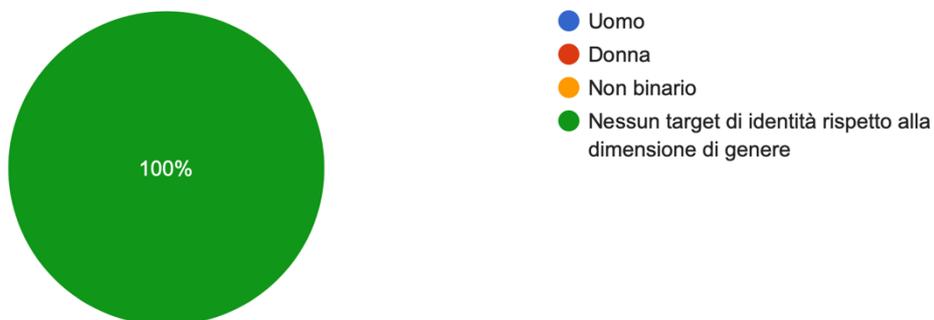
Durante il percorso di ideazione e produzione di un videogioco, quanto è considerato l'elemento della classificazione per i minori?

14 risposte



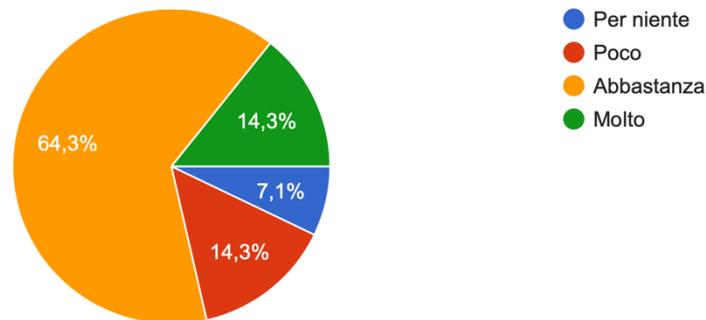
Qual è il vostro target di identità rispetto alla dimensione di genere?

14 risposte



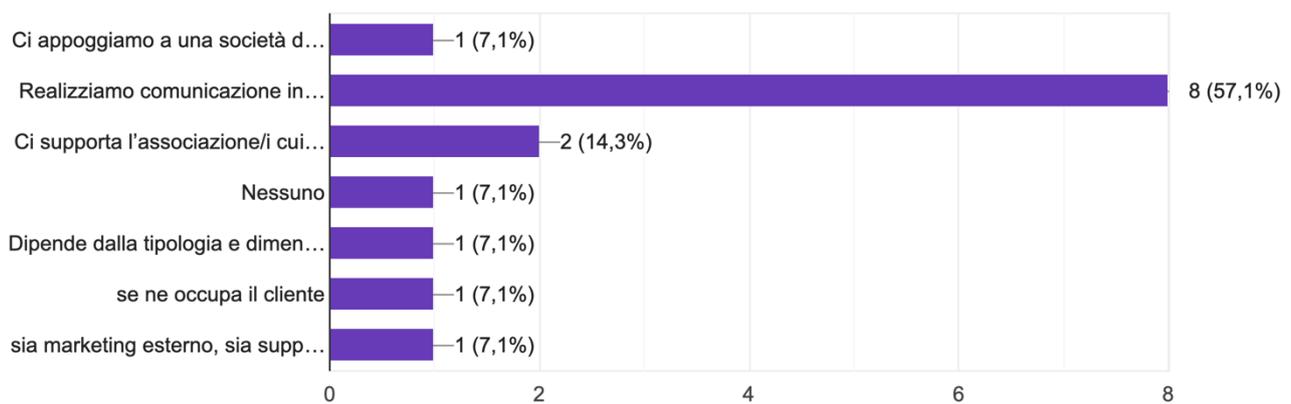
Durante il percorso di ideazione e produzione di un videogioco, quanto sono considerati elementi di inclusività e di contrasto alle discriminazioni?

14 risposte



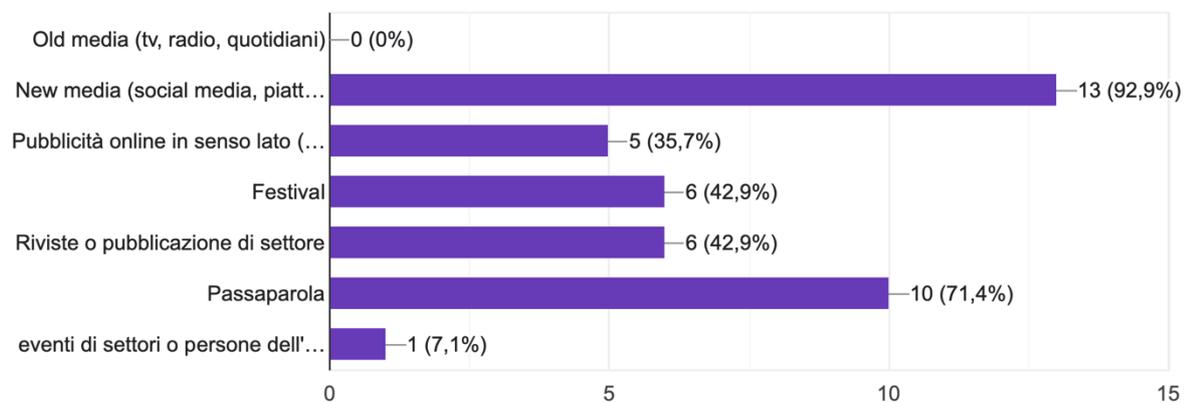
Come realizzate la promozione e il marketing del prodotto?

14 risposte



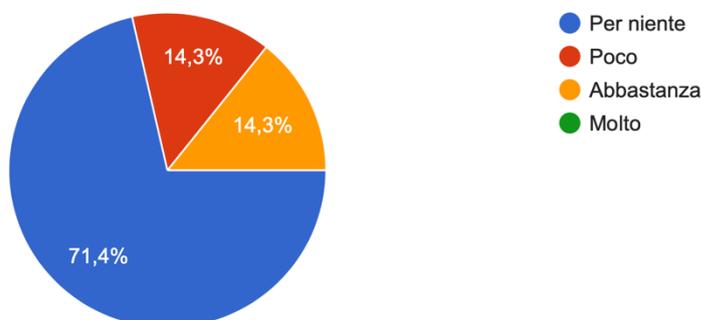
Quali mezzi di promozione e marketing ritenete più efficaci?

14 risposte



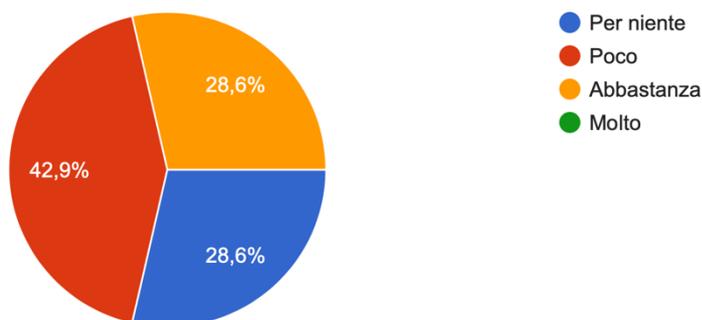
Nella fase di distribuzione e promozione, quanto considerate la realtà delle biblioteche emiliano-romagnole?

14 risposte



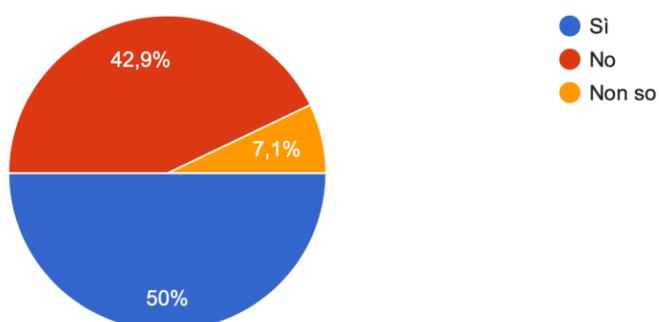
Quanto conoscete la biblioteca Salaborsa Lab R. Ruffilli del Comune di Bologna e il settore videoludico che ospita?

14 risposte



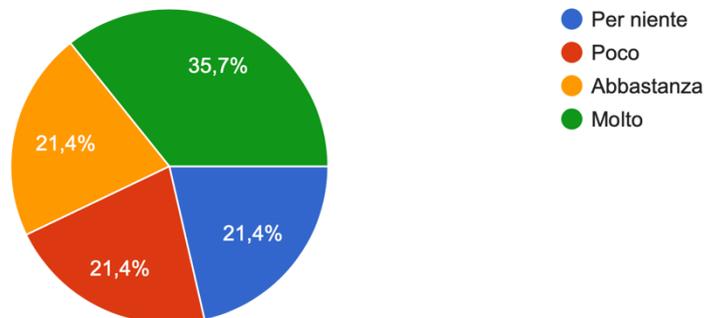
Siete a conoscenza dell'utilizzo di uno o più dei vostri prodotti in contesti educativi formali? (Ad es: scuola di qualsiasi ordine e grado, università, corsi di formazione, ...)

14 risposte



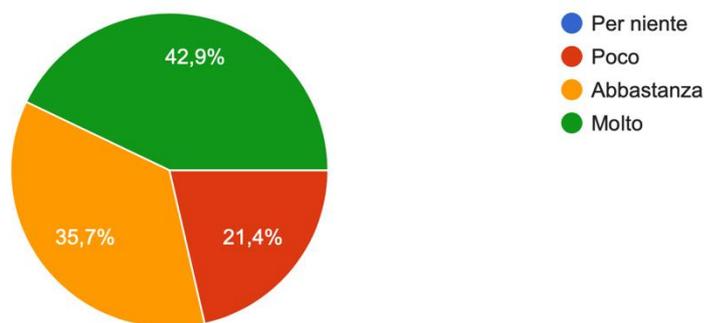
In fase di progettazione e realizzazione del videogioco, quanto tenete conto delle sue possibili applicazioni in contesti educativi formali?

14 risposte



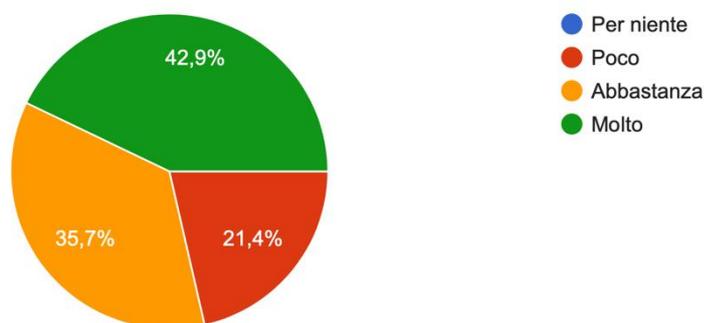
In fase di progettazione, quanto interessa la possibilità di VEICOLARE CONTENUTI CULTURALI?

14 risposte



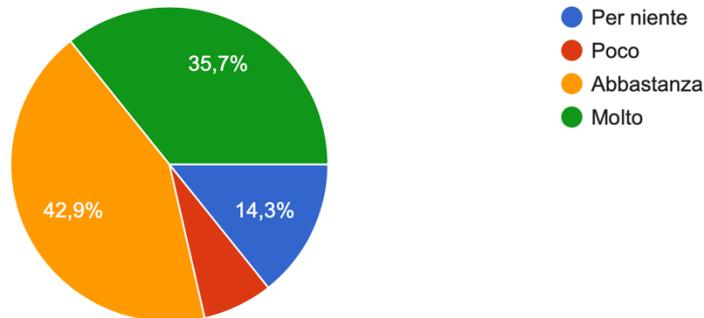
In fase di progettazione, quanto interessa la possibilità di VEICOLARE CONTENUTI CULTURALI?

14 risposte



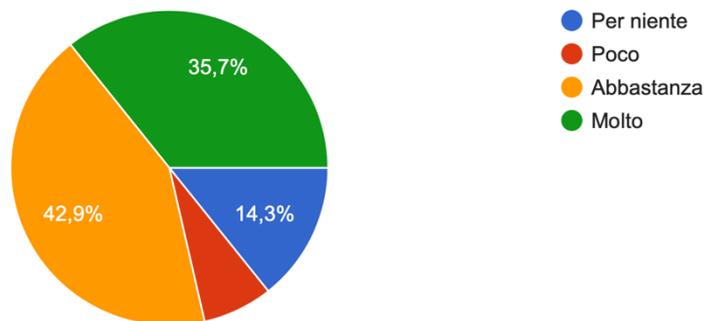
In fase di progettazione, quanto interessa la capacità dell'utente di SVILUPPARE UNA COMPETENZA CREATIVA?

14 risposte



In fase di progettazione, quanto interessa la capacità dell'utente di SVILUPPARE UNA COMPETENZA CREATIVA?

14 risposte



In fase di progettazione, quanto interessa la capacità dell'utente di SVILUPPARE UNA COMPETENZA DIGITALE?

14 risposte

