

IANUS

Diritto e Finanza



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

Rivista di studi giuridici

<https://www.rivistaianus.it>

n. 19 - giugno 2019

L'UTILIZZO DELLE CRIPTOVALUTE NEL MONDO DEL CALCIO

Fabio Zambardino

L'UTILIZZO DELLE CRIPTOVALUTE NEL MONDO DEL CALCIO[°]

Fabio Zambardino

*Dottorando di ricerca in Diritto comparato e processi di integrazione,
Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli”*

L'universo delle criptovalute è in continua espansione e sta diventando sempre più collegato alle comunità locali. Un esempio, nella sua fase iniziale, sta riguardando alcune principali squadre di calcio. Il Paris Saint-Germain (PSG), la maggiore squadra di calcio in Francia e oggi anche la Juventus FC hanno dato vita ad un programma per lanciare la propria criptovaluta al fine di incentivare la partecipazione dei fan. Questo esperimento sarà effettuato ricorrendo alla tecnologia blockchain e alle partnership con startup blockchain per la cosiddetta offerta di fan token. Questa è la prima (o una delle prime) fasi di un percorso che determina il pieno sfruttamento del blockchain e delle criptovalute che interessa la sponsorizzazione (come sta accadendo nella Premier League inglese per diversi club importanti come Newcastle United, Crystal Palace e Leicester). Inoltre, nell'agosto 2018, l'Unione delle Federazioni Europee di Calcio (UEFA) ha completato, con grande successo, il test di un progetto di ticketing basato su blockchain per una partita di calcio tra due club spagnoli.

The cryptocurrency universe is evolving and getting more and more tightened with the local communities. One example, at its early stage, is taking place in a very sensitive sector: the main soccer teams. Paris Saint-Germain (PSG), the major French soccer team in France and nowadays also the Juventus FC have planned to issue their own cryptocurrency as a way to incentivize participation from its fans around the world. This experiment will be done recurring to the blockchain technology and partnerships with blockchain startups for the so-called Fan Token Offering. This is the first (or one of the) steps in a path that is determining the full exploitation of the blockchain and cryptocurrencies ranging from sponsorship (as it is happening in the UK's Premier League for several major clubs as Newcastle United, Crystal Palace, and Leicester). In August 2018, the Union of European Football Associations (UEFA) completed a “successful” test of a blockchain-based ticketing application for a match between two Spanish clubs.

Sommario:

1. Introduzione
2. I primi approcci tra il mondo del calcio e le cryptocurrencies
 - 2.1. Il caso del Real Madrid
 - 2.2. Le criptovalute dei club: il Fan Token Offering
 - 2.3. Le cryptocurrencies e le sponsorizzazioni
3. Altri utilizzi delle criptovalute e della blockchain
 - 3.1. I calciatori come criptovalute
 - 3.2. Blockchain ticketing
 - 3.3. Cryptocurrencies per acquistare un club
 - 3.4. Cryptocurrencies per pagare i calciatori
4. Conclusioni

[°] Saggio sottoposto a double-blind peer review.

1. Introduzione

Gli ambiti di applicazione in cui le criptovalute sono adoperate sono in continua espansione.¹ In particolare, vi sono stati anche dei tentativi di estenderne l'uso in campo sportivo con lo scopo di aumentare la popolarità di tale mezzo di pagamento, introducendolo in un nuovo contesto ed aprendo un mercato potenzialmente crescente di clienti. Nello specifico, si fa qui riferimento alle collaborazioni recentemente annunciate tra club di calcio e piattaforme crittografiche, che possono essere usate per illustrare la crescente interazione tra il mondo del calcio, le criptovalute e la tecnologia finanziaria (“*Fintech*”)².

Il mondo del calcio, in particolare, si sta avvicinando sempre di più a quello delle *cryptocurrencies*. Sono, infatti, sempre più frequenti le sponsorizzazioni o le partnership tra club di calcio e criptovalute³. Per le società di calcio che militano nei principali campionati europei, le *cryptocurrencies* possono rappresentare un'opportunità importante soprattutto per il settore dei ricavi commerciali⁴.

Considerate le premesse, l'obiettivo del presente scritto è quello di analizzare i punti in cui vi possa essere un forma di intersezione tra i due settori per verificare la possibilità che vi siano benefici tanto per i club, quanto per fan e marchi associati alle criptovalute e alla tecnologia ad esse sottesa, la *blockchain*⁵. I pagamenti attraverso *cryptocurrencies*, l'utilizzo

¹ BORRONI, *Bitcoins, A New Frontier of Money*, in *questa Rivista*, 2015, n. 12, 69-98. Si veda, sul punto, anche ELIAS, *Bitcoin: Tempering the Digital Ring of Gyges or Implausible Pecuniary Privacy*, University of Mississippi School of Law, 2011, 8. Le monete digitali o criptovalute permettono di effettuare pagamenti online in maniera diretta tra gli utenti, in alcuni casi in modo parzialmente anonimo. Le suddette monete sono gestite collettivamente all'interno di un database - la tecnologia *blockchain* - la quale enuclea lo storico delle transazioni effettuate e contrasta, allo stesso tempo, qualsiasi tentativo di manipolazione. Inoltre, dal punto di vista strutturale, le monete digitali sono frazionabili all'infinito, caratteristica che le rende utilizzabili per ogni tipo di pagamento. La quantità delle criptovalute, predeterminata da un algoritmo che ne riproduce la scarsità, non può essere inflazionata. GLASER - HAFERKORN - SIERING - WEBER - ZIMMERMANN, *Bitcoin - Asset or Currency? Revealing Users'Hidden Intentions*, ECIS 2014 (Tel Aviv), Goethe University Frankfurt Faculty of Economics and Business Administration, 2014, 1.

² Si veda, sul punto, KERR, *How can legislators protect sport from the integrity threat posed by cryptocurrencies?*, in *The International Sports Law Journal*, Vol. 18, Issue 1-2, 2018, 79-97.

³ SOLDAVINI, *Non Solo Bitcoin. Dalla Juventus al Psg, dalla Premier League alla Uefa: quando il calcio sceglie le criptovalute*, *Il Sole24Ore*, 2018. Disponibile al sito https://www.ilssole24ore.com/art/tecnologie/2018-09-25/dalla-juventus-psg-premier-league-uefa-quando-calcio-sceglie-criptovalute-143739.shtml?uuid=AEERow7F&refresh_ce=1. Consultato il 19 febbraio 2019.

⁴ BELLINAZZO, *Goal economy: Come la finanza globale ha trasformato il calcio*, Milano, 2015.

⁵ BORRONI, *Bitcoins, A New Frontier of Money*, cit., 85. La blockchain rappresenta il registro sul quale vengono inserite tutte le transazioni denominate in bitcoin; esso, nello

della blockchain per limitare i fenomeni di corruzione e la possibilità di finanziare la propria squadra preferita mediante criptovalute sono le principali novità recentemente introdotte nel mondo del calcio.

2. I primi approcci tra il mondo del calcio e le *cryptocurrencies*

2.1. Il caso del Real Madrid

Il club più titolato al mondo, ossia il Real Madrid. Il club spagnolo, infatti, è stato il primo club di calcio europeo ad aver aperto alle criptovalute⁶; nello specifico, il club madrileno ha lanciato un progetto grazie al quale è possibile pagare il tour dello stadio “Santiago Bernabeu” mediante bitcoin⁷.

Il servizio è disponibile a partire dal 1 febbraio 2018 ed è stato introdotto attraverso un accordo con l’agenzia *13Tickets*, una delle principali imprese operanti nel settore della promozione turistica⁸.

Il club campione d’Europa e del mondo è stato il primo ad adottare questa nuova modalità di pagamento; tuttavia, l’agenzia *13Tickets* sta studiando la possibilità di estendere l’ambito di applicazione all’altro grande club della capitale spagnola, l’Atletico de Madrid, per consentire pagamenti in bitcoin per le visite allo stadio “Wanda Metropolitano”.

Tuttavia, bisogna considerare un aspetto rilevante. Infatti, poiché le criptovalute sono soggette a volatilità più o meno elevata, è chiaro che le società di calcio dovranno rendere certe quali criptovalute saranno accettate e, in secondo luogo, le modalità con cui potranno essere effettuati i pagamenti⁹.

specifico *«permits to keep records without the involvement of the third party, and, furthermore, by allowing individuals to engage in transactions without any third party’s supervision»*.

⁶ VERA, *Real Madrid supporters will be able to tour Bernabéu with Bitcoin*, AS, 2018. Disponibile al sito https://en.as.com/en/2018/01/03/football/1515003120_793422.html. Consultato il 20 febbraio 2019.

⁷ Si veda, per informazioni generali sul Bitcoin, NAKAMOTO, *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*, bitcoin.org, 2009. Il testo completo è disponibile al sito <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>. Consultato il 20 febbraio 2019. L’iniziativa è stata presentata ufficialmente al salone del turismo *Fitru* di Madrid il 21 gennaio 2018. Come conseguenza, già dal mese successivo era possibile acquistare i biglietti per il tour dello stadio in bitcoin.

⁸ Lo stesso sito web della agenzia turistica afferma la propria attività pionieristica nell’accettare le criptovalute per le proprie attrazioni: *«[s]omos pioneros en aceptar Bitcoin, Ethereum, Monero, Dash, etc y más de 375 criptomonedas, en experiencias turísticas»*. Disponibile al sito <https://13tickets.com>. Consultato il 20 febbraio 2019.

⁹ Si vedano, in merito alle modalità di pagamento, DE PALMA, *Affare Bitcoin. Pagare col p2p e senza banche centrali*, in *Informant*, 2013; AMATO - FANTACCI, *Per un pugno di bitcoin: Rischi e opportunità delle monete virtuali*, Milano, 2016.

2.2. Le criptovalute dei club: il Fan Token Offering

Uno dei casi più interessanti riguardanti l'utilizzo delle criptovalute da parte dei club di calcio è rappresentato dalla propensione a creare il proprio *Initial Coin Offering* (ICO)¹⁰. In tale contesto, la combinazione tra le squadre di calcio e le piattaforme che utilizzano e promuovono le criptovalute danno vita a un nuovo concetto, quello di “*Fan Token Offerings*”¹¹.

Queste criptovalute proprie dei club di calcio offrono, nello specifico, ai fan la possibilità di partecipare ad alcune decisioni del club attraverso una piattaforma di votazione telematica, oltre a permettere di ottenere una serie di vantaggi in termini di acquisto di biglietti, *gadget* ecc. Maggiore è il numero di *coin* di cui si è in possesso, maggiore è il peso del voto dei tifosi che potranno anche aggregarsi in gruppi per meglio influenzare le decisioni. È, tuttavia, necessario tracciare una distinzione basilare tra il concetto di moneta e quello di *fan token*. In tal senso, i fan token non hanno un valore intrinseco; in tal senso, l'asset digitale potrà essere acquistato su piattaforme *exchange* e darà diritto non ad utili ma ad una serie di beni e servizi connessi, ad esempio, con iniziative di marketing della squadra - appunto, biglietti per entrare allo stadio, esperienze VIP, diritti di voto per i titolari di *token*¹².

¹⁰ Si veda, sul punto, BEAT SCHAUWECKER, *Initial coin offering: an overview of the legal structure in Liechtenstein and Switzerland*, Jusletter, 2018. Si vedano, inoltre, LI - MANN, *Initial Coin Offerings and Platform Building*, George Mason University - Department of Finance, University of California, Los Angeles (UCLA) - Anderson School of Management, 2018; CATALINI - GANS, *Initial Coin Offerings and the Value of Crypto Tokens*, National Bureau of Economic Research, 2018,1-23. In breve, le *Initial Coin Offerings* sono una forma di finanziamento, usata prevalentemente da startup o da soggetti che intendono realizzare un determinato progetto. Il *modus operandi*, con l'obiettivo di reperire dei finanziamenti, è la proposta al pubblico (normalmente tramite un *white paper*) di un progetto che sarà realizzato attraverso la *blockchain* mediante la creazione di *token* da cedere, a fronte di un corrispettivo, ai soggetti finanziatori. Secondo gli Autori, «[i]nitial coin offerings, or ICOs, have recently exploded in popularity in the startup world. In a typical ICO, an entrepreneur pre-sells digital tokens which will later serve as the medium of exchange on a peer-to-peer platform». *Id.*, p. 2.

¹¹ CHILIZ, *What is a Fan Token and How Do They Work*, Medium, 2018. Disponibile al sito <https://medium.com/chiliz/what-is-a-fan-token-and-how-do-they-work-15e7532600b8>.

Consultato il 22 febbraio 2019. In sintesi, i token sono generalmente risorse che possono rappresentare una prova di proprietà. Il valore di un token può essere determinato dal suo scopo e dalla sua “popolarità”, ma poiché la maggior parte dei token ha una fornitura fissa o limitata, il loro valore è spesso correlato all'offerta e alla domanda.

¹² *Ibid.* Tuttavia, è utile sottolineare come le caratteristiche specifiche di ciascun token devono essere prese in considerazione caso per caso poiché è probabile che i token azionari emessi dai club possano essere configurati come investimenti regolamentati rientrando all'interno della giurisdizione delle rispettive autorità di regolamentazione.

In particolare, due casi di utilizzo riguardano il Paris Saint-Germain (PSG), la principale squadra di calcio in Francia, e la Juventus FC, in Italia¹³. I due club hanno, nello specifico, pianificato il lancio della propria criptovaluta allo scopo di incentivare la partecipazione dei loro sostenitori in tutto il mondo. L'attuazione di tale esperimento è resa possibile grazie al ricorso alla tecnologia blockchain¹⁴. Le due criptovalute in questione dovrebbero soddisfare il duplice scopo di essere usate come strumento di fidelizzazione e come meccanismo per fornire ai propri fan una serie di vantaggi in termini di partecipazione¹⁵.

Per raggiungere tale obiettivo, le due società calcistiche hanno annunciato la partnership con *Socios.com* per la creazione di token ufficiali, dedicati ai fan di tutto il mondo, ai quali viene data la possibilità di interagire e partecipare alla vita del club¹⁶. Queste iniziative rappresentano un'opportunità unica per i fan di interfacciarsi in maniera diretta con la propria squadra di calcio (senza acquisire una partecipazione azionaria), attraverso un diritto di voto su determinate questioni relative al club.

In tale scenario, uno degli obiettivi principali che la società *Socios* intende raggiungere è rappresentato dallo sviluppo di un'economia Fan Token aperta e "gamified". Come affermato da Alexandre Dreyfus, CEO di *Socios*, tale progetto rappresenta il tentativo di creare «*the world's biggest global football*

¹³ SOL, *La Juventus avrà la sua criptovaluta: un token digitale per i propri tifosi a inizio 2019*, *Il Sole24Ore, Sport & Fintech*, 2018. Disponibile al sito <https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2018-09-24/la-juventus-avra-sua-criptovaluta-token-digitale-i-propri-tifosi-inizio-2019-132150.shtml?uuid=AEKxmg6F>. Consultato il 22 febbraio 2019.

¹⁴ Nello specifico, il lancio del Fan Token Offering di PSG e Juventus, attraverso la collaborazione con startup che utilizzano la tecnologia blockchain, dovrebbe avvenire ufficialmente entro la fine della primavera del 2019.

¹⁵ In tal senso, come accade per le normali ICOs, anche in questo caso i tifosi avranno la possibilità di acquistare i fan token attraverso un'offerta iniziale (appunto *initial offering*), denominata Fan Token Offering. Nello specifico, l'acquisto sarà possibile a partire dal primo trimestre del 2019 direttamente su sul sito *Socios.com*: per farlo, bisognerà prima comprare il token nativo *chiliz* (\$CHZ, un progetto creato specificamente per le votazioni) e poi scambiarlo successivamente con i token della Juventus, del PSG o delle altre squadre che in futuro potranno unirsi al progetto.

¹⁶ Si veda, per una visione più ampia del fenomeno, il sito ufficiale di *Socios*, <https://www.socios.com>. Consultato il 22 febbraio 2019. In altre parole, i sostenitori potrebbero essere chiamati ad esprimere la propria opinione, ad esempio, nei casi in cui il club si trovi a dover prendere una serie di decisioni. Basti pensare, per esempio, alla possibilità per i fan di esprimere la propria opinione circa quale giocatore comprare, se si è disposti a partecipare economicamente all'acquisto di un determinato giocatore, o, ancora, quale squadra si suggerisce di affrontare per una partita amichevole.

community and marketplace for football fans alongside demonstrating that blockchain and cryptocurrency is the trusted technology of the mainstream»¹⁷.

L'iniziativa di *Socios* è, dunque, tesa alla produzione di uno strumento di marketing innovativo, offerto alle società sportive con lo scopo specifico di mantenere alta la partecipazione dei fan. I club, dall'altra parte, intendono sfruttare tale progetto come parte della loro strategia di coinvolgimento degli appassionati per continuare ad ampliare il proprio numero di tifosi a livello globale¹⁸.

In linea generale, attraverso questo progetto le squadre di calcio si prefiggono di raggiungere lo stesso obiettivo che è possibile perseguire attraverso i social network, ossia l'incrementata partecipazione dei fan, con l'aggiunta, però, dell'elemento finanziario. Infatti, i *supporter* possono acquistare il proprio diritto a entrare in questo meccanismo utilizzando denaro tradizionale e si suppone che, così facendo, si inneschi un circolo virtuoso di fidelizzazione¹⁹.

Tuttavia, per favorire il successo di tale progetto sarà inevitabile trovare il giusto equilibrio tra la necessità di concedere alle squadre una fonte reale di profitto e il garantire ai tifosi la sensazione che la propria opinione abbia effettivamente un peso (seppur minimo) all'interno dei processi decisionali del club. Proprio per tale motivo, si è scelto di portare avanti questo progetto utilizzando la tecnologia blockchain, che garantisce al tifoso la certezza che il proprio voto sarà correttamente registrato, visionabile in qualsiasi momento e protetto con sistemi crittografici di alto livello.

In ottica strettamente giuridica, un aspetto rilevante riguarda il trattamento, *rectius*, la catalogazione, del fan token. In base a quelle che sono le caratteristiche principali di tale strumento, un fan token potrebbe essere annoverato tra i prodotti finanziari, intesi ex art. 1, comma 1 lettera u), T.U.F. come «*tutti gli strumenti finanziari e ogni altra forma di investimento di natura finanziaria*»²⁰, al ricorrere di due requisiti: «deve trattarsi di “una forma di investimento” e deve essere di “natura finanziaria”»²¹.

¹⁷ PORCU, *La Juventus entra nel mondo delle criptovalute*, Tom's Hardware, 2018, cit. Disponibile al sito <https://www.tomshw.it/hardware/la-juventus-entra-nel-mondo-delle-criptovalute/>. Consultato il 22 febbraio 2019.

¹⁸ PALMER, *Juventus Soccer Club Is Launching a Crypto Token to Give Fans a 'Voice'*, *CoinDesk*, 2018. Disponibile al sito <https://www.coindesk.com/juventus-soccer-club-is-launching-a-crypto-token-to-give-fans-a-voice>. Consultato il 22 febbraio 2019. E, quanto affermato, vale in particolar modo in relazione al continente asiatico, dove la comunità dei tifosi di calcio sta vivendo un processo di crescita eccezionale.

¹⁹ *Socios.com*, dunque, collega i club ai propri tifosi garantendo, inoltre, ulteriori flussi di entrate che sono digitali, sicuri, trasparenti e interamente collegati alla vera esperienza dei fan.

²⁰ Commissione Nazionale per le Società e la Borsa, *Testo Unico della Finanza*, d.lgs. n. 58 del 24 febbraio 1998, (aggiornato con le modifiche apportate dal d.lgs. n. 49 del 10 maggio 2019).

²¹ GABRIELLI - LENER, *Mercati, strumenti finanziari e contratti di investimento dopo la MIFID*, in GABRIELLI - LENER (a cura di), *I contratti del mercato finanziario*, I, Torino, 2010, 28 ss.

In effetti, tra il concetto di prodotto finanziario e il fan token offering, è ravvisabile una certa compatibilità. *In primis*, il requisito della forma di investimento viene ampiamente rispettato anche dal fan token offering. Infatti, tale requisito, riconducendo chiaramente ad un conferimento di denaro da cui possono derivare una serie di benefici, un guadagno quantificabile non esclusivamente sotto il profilo monetario in senso stretto, rappresenta comunque un meccanismo attraverso il quale vengono garantiti ai propri fan una serie di vantaggi in termini di partecipazione. In secondo luogo, per ciò che attiene alla seconda caratteristica, un investimento è “finanziario” quando «a fronte del conferimento di un bene presente, per lo più denaro, si riceve come corrispettivo [...] un bene non del tutto identificabile [...] che sarà possibile conoscere, nella sua pienezza, solo nel futuro»²².

Stante questa possibilità di inserzione all'interno della più ampia categoria di prodotto finanziario, è possibile ricavare una più adeguata regolamentazione sia per l'offerta al pubblico che per la negoziazione che non necessita di essere formulata *ex novo*.

2.3. Le *cryptocurrencies* e le sponsorizzazioni

Il pagamento delle sponsorizzazioni delle società di calcio in criptovalute è in continua crescita²³.

Attraverso tali accordi, entrambe le parti potrebbero trarre vantaggi significativi. Infatti, per lo sponsor, le società calcistiche offrono una piattaforma attraverso cui è possibile ampliare il proprio raggio di utenza²⁴. Le società di calcio, di contro, possono vendere spazi pubblicitari e guadagnare attraverso l'utilizzo di una categoria precedentemente non sfruttata²⁵.

²² GABRIELLI - LENER, *Mercati, strumenti finanziari e contratti di investimento dopo la MIFID*, cit., 28-29. In tale senso, una caratteristica fondamentale del prodotto finanziario è rappresentata dalla espressa previsione che «l'entità del corrispettivo futuro è in larga misura rimessa al comportamento di altri, alle capacità dell'intermediario, e comunque a fattori non influenzabili da parte dell'investitore».

²³ DEMARTINO, *A Brief History Of Cryptocurrency and Sports Partnerships*, Coin Journal, 2018. Disponibile al sito <https://coinjournal.net/a-brief-history-of-cryptocurrency-and-sports-partnerships/>. Consultato il 22 febbraio 2019.

²⁴ MURPHY - AHMED, *Football clubs dive into wild world of cryptocurrencies*, *Financial Times*, 2018. Disponibile al sito <https://www.ft.com/content/284b9832-c7ce-11e8-ba8f-ee390057b8c9>. Consultato il 22 febbraio 2019. Come affermato da Javier Paz, managing director della società Forex Datasource. «[t]he same 18 to 45-year-old affluent or emerging affluent individuals who attend sporting events are the same people with interest or curiosity ... for novel forms of investment».

²⁵ LINVER, *Back of the Net: Cryptocurrency Stands to Win Big in the Football Sector*, Coin Telegraph, 2018. Disponibile al sito <https://cointelegraph.com/news/back-of-the-net-cryptocurrency-stands-to-win-big-in-the-football-sector>. Consultato il 22 febbraio 2019.

Per esempio, nel gennaio 2018, l'Arsenal ha siglato un accordo per promuovere una criptovaluta con CashBet, che è diventato “*Official Cryptocurrency Partner*” del club²⁶.

Tuttavia, il caso di maggiore rilievo relativamente al binomio sponsorizzazione/*cryptocurrencies* è rappresentato dal sodalizio tra la piattaforma di trading *eToro* ed una serie di club di Premier League inglese²⁷. L'elemento innovativo risiede nel fatto che parte degli accordi di sponsorizzazione è stato pagato in bitcoin da *eToro*; inoltre, la piattaforma fornisce anche i mezzi necessari ai club per sperimentare metodi di pagamento degli stipendi dei giocatori in bitcoin. Come ha affermato Iqbal Gandham, Managing Director di *eToro* Uk, per la prima volta «una squadra di calcio professionista si ritrova a firmare un accordo di sponsorizzazione pagato tramite criptovalute» e l'obiettivo è quello di esplorare «le possibilità di applicazione della tecnologia blockchain, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza calcistica a tutto tondo. Blockchain porta trasparenza, il che significa che può migliorare l'esperienza per tutti coloro che amano il “bel gioco”. Che tu sia un tifoso vittima del bagarinaggio o un club che sta negoziando un trasferimento, siamo convinti che la tecnologia blockchain rivoluzionerà il mondo del calcio»²⁸.

Si tratta, in questo caso, di accordi multi-milionari le cui prime rate sono già state pagate ai club, tramite bitcoin.

È, tuttavia, necessario sottolineare come questa tipologia di operazione, interessando lo spostamento di grandi somme di denaro, dovrebbe essere

²⁶ SOLDAVINI, *Una criptovaluta come sponsor: l'Arsenal sostiene l'ICO di un sito di scommesse*, Il Sole24Ore, 2018. Disponibile al sito <https://www.ilsole24ore.com/art/tecnologie/2018-01-25/una-criptovaluta-come-sponsor-arsenal-sostiene-ico-un-sito-scommesse-093332.shtml?uuid=AEvs9koD>. Consultato il 23 febbraio 2019. Nello specifico, «il token virtuale potrà essere utilizzato dai giocatori per partecipare ai giochi, ma anche agli operatori per pagare fee e licenze». Inoltre, il token «nelle intenzioni della società, dovrebbe risolvere il problema dei pagamenti ritardati delle scommesse online funzionando come le fiches all'interno del casinò».

Parimenti, il Wolverhampton Wanderers ha come *main* sponsor sulla maglia di gara la piattaforma di scambio di criptovalute CoinDeal; allo stesso modo, Sportyco (la piattaforma di *crowdfunding* di criptovalute che gestisce la raccolta fondi di Avaf) è il principale sponsor della maglia del RCD Espanyol della Liga.

²⁷ *eToro* è una società finanziaria attiva nel trading online da un decennio (in possesso di tutte i requisiti richiesti dalle normative vigenti e le licenze previste dagli standard europei e, non ultimo, l'autorizzazione operare in Italia concessa dalla Consob). Si veda, sul punto, Calcio&Finanza, *Sponsorizzazioni, eToro pagherà in bitcoin sette club di Premier League*, 2018. Disponibile al sito <https://www.calcioefinanza.it/2018/08/21/accordi-sponsor-in-bitcoin-premier-league/>. Consultato il 23 febbraio 2019.

²⁸ *Ibid*, cit.

analizzata tenendo in considerazione anche quelli che sono gli aspetti legati ai fenomeni di riciclaggio di denaro.

In tal senso, infatti, un corretto e costante monitoraggio - più che una vera e propria regolamentazione - sarebbero efficaci al fine di scongiurare che operazioni di sponsorizzazione pagate tramite le criptovalute non “nascondano” fini illeciti come, appunto, riciclaggio di denaro²⁹.

In Italia, ad esempio, un’iniziale bozza di soluzione è rinvenibile nella risoluzione dell’Agenzia delle Entrate n. 72/2016 che inquadra le transazioni tra euro e criptovalute per i soggetti residenti in Italia alla stregua di transazioni in valuta straniera, con tanto di imposta sulle plusvalenze³⁰.

A livello europeo, la Commissione ha emanato la V Direttiva Europea Antiriciclaggio il cui obiettivo era quello di rafforzare i poteri delle Unità di Informazione Finanziaria (UIF): nello specifico, tale rafforzamento si è stato messo in atto attraverso l’ampliamento dei soggetti obbligati, la riduzione dei rischi connessi agli strumenti di pagamento anonimi - come la stragrande maggioranza delle criptovalute - l’aumento dei controlli nei paesi terzi a rischio e, infine, l’accesso e la il collegamento maggiormente efficace tra i registri dei titolari effettivi³¹.

²⁹ Le criptovalute, infatti, potendo essere utilizzate per realizzare operazioni speculative, immobiliari o societarie, rendono le transazioni piuttosto “opache”. In questi casi «occorre prestare particolare attenzione, valutando se l’utilizzo delle valute virtuali abbia il solo scopo di aumentare l’opacità dell’operazione e se la stessa appaia illogica o incoerente rispetto al profilo del cliente o alla natura e allo scopo del rapporto». Si veda, sul punto, CANDITA, *Valute virtuali e antiriciclaggio: la guida per individuare le operazioni sospette*, Milano, 2019.

³⁰ L’Agenzia delle Entrate tratta Bitcoin e simili come una valuta, quindi alle imprese che dovessero operare con Bitcoin si applicano le stesse regole fiscali che si applicherebbero qualora operassero in Euro. Si veda, sul punto, Risoluzione 72/2016, Agenzia delle Entrate, Interpello ai sensi dell’art. 11, legge 27 luglio 2000, n. 212. Trattamento fiscale applicabile alle società che svolgono attività di servizi relativi a monete virtuali. Disponibile al sito <https://www.agenziaentrate.gov.it/wps/file/nsilib/nsi/normativa+e+prassi/risoluzioni/archivio/risoluzioni/risoluzioni+2016/settembre+2016+risoluzioni/risoluzione+n.+72+del+02+settembre+2016/RISOLUZIONE+N.+72+DEL+02+SETTEMBRE+2016E.pdf>. Consultato il 21 giugno 2019.

³¹ Dir. 2018/843 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 30 maggio 2018 (cosiddetta V direttiva antiriciclaggio), recante modifica alla direttiva 2015/849 (IV direttiva antiriciclaggio). Per quanto riguarda il suo recepimento, all’articolo 4 della stessa si legge che «*gli Stati membri mettono in vigore le disposizioni legislative, regolamentari e amministrative necessarie per conformarsi alla presente direttiva entro il 10 gennaio 2020*». Testo completo della Direttiva disponibile al sito <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A32018L0843>. Consultato il 21 giugno 2019.

Una soluzione all'avanguardia è quella adottata dalla Svizzera, che ha emesso una Guida pratica per il trattamento delle ICOs³². Secondo le autorità elvetiche «alcune tipologie di token destinati a ICOs. (come quelli di investimento) devono essere classificate come valori mobiliari con tutte le conseguenze giuridiche che derivano sul piano dell'applicazione delle leggi che regolamentano i mercati finanziari. In primo luogo l'applicazione della Legge sulle Banche»³³.

In sintesi, permane ancora grande incertezza e la mancanza di un approccio uniforme per contrastare la possibilità che l'utilizzo delle criptovalute per sponsorizzazione possa nascondere fini di riciclaggio. Infatti, alcune principali caratteristiche come la assoluta carenza di tracciabilità e trasparenza, la ancora mancanza di corso legale nella stragrande maggioranza degli Stati, le imprevedibili fluttuazioni del mercato, non aiutano le attività di creazione di regole chiare e condivise.

Pertanto, per concludere, fintanto che non si riuscirà a proporre una soluzione efficace a tali latenze, sarà difficile rimuovere ogni dubbio circa la assoluta liceità dei pagamenti in criptovalute. Sembrano, quindi, non trovare ampia condivisione a livello globale «le previsioni tranquillizzanti basate su criteri di attesa o di assenza di reale pericolo né gli entusiasmi delle previsioni di futuri ed esaltanti traguardi per l'economia»³⁴.

3. Altri utilizzi delle criptovalute e della blockchain

La relazione tra il mondo dello sport e il *FinTech* si sta solidificando sempre di più, non limitandosi esclusivamente alle sponsorizzazioni o a progetti di implementazione di proprie criptovalute.

Infatti, alla stregua di quanto accade nel mondo dell'automobilismo, dove, ad esempio, in Formula 1, le società non solo sponsorizzano i team, ma sviluppano le loro tecnologie in un ambiente altamente competitivo per testarne affidabilità e prestazioni, così potrà accadere nel mondo del calcio, nelle cui strategie commerciali ben si potranno sperimentare nuove forme di ricorso alle criptovalute.

³² FINMA, *Guida pratica per il trattamento delle richieste inerenti all'assoggettamento in riferimento alle initial coin offering (ICO)*, 2018. Disponibile al sito <https://www.finma.ch/it/news/2018/02/20180216-mm-ico-wegleitung/>. Consultato il 22 giugno.

³³ PERNICIANO, *Criptovalute, trattamento fiscale e rischi di riciclaggio*, 2019, cit. Disponibile al sito http://www.cgil.it/admin_nv47t8g34/wp-content/uploads/2018/10/Criptovalute-trattamento-fiscale-e-rischi-di-riciclaggio-Perniciano-Testa.pdf. Consultato il 22 giugno 2019.

³⁴ *Ibid*, cit.

A tal riguardo, possono essere ravvisate diverse aree in cui le criptovalute e la tecnologia blockchain potrebbero garantire vantaggi come la compravendita dei biglietti, l'acquisto dei giocatori o, financo, la compravendita delle stesse squadre di calcio³⁵.

3.1. I calciatori come criptovalute

La *Jupiler Pro League* belga - di cui fanno parte i 24 *top club* in Belgio - ha annunciato il 23 ottobre 2018 una partnership con la piattaforma di *cryptocurrencies Sorare*³⁶. La lega calcistica belga ha affermato come si tratti di «*[u]ne plateforme unique permettant aux fans de football de collectionner, échanger et jouer avec des biens digitaux liés au football*»³⁷. La *Belgian Pro League* è la prima lega di calcio professionistico al mondo a suggellare una partnership con una società di blockchain per il rilascio di beni crittografici digitali legati al calcio³⁸.

Tale accordo fornisce agli utenti la possibilità di acquistare e scambiare delle carte crittografiche dei giocatori, dando loro le caratteristiche dei cripto-beni. Gli utenti non soltanto possono comprare le carte dei loro giocatori preferiti, ma possono, inoltre, verificare variazioni del valore delle stesse in base alle prestazioni dei calciatori che esse rappresentano. Nello specifico, tali carte possono essere scambiate tramite un sistema di aste e possono essere utilizzate esclusivamente all'interno della piattaforma di giochi di *Sorare* per guadagnare premi, e in futuro consentire il riscatto delle poste anche su piattaforme di terzi³⁹.

³⁵ GOZZI, *Calcio e criptovalute promessi sposi. Biglietti, gadget e scelta delle maglie: i tifosi investono sui token della squadra*, Quotidiano Nazionale, Economia & Lavoro, 2018.

³⁶ Sorare è una startup francese creata all'inizio del 2018. Il *chief executive* della *Jupiler Pro League*, Pierre François, ha affermato «*[t]he Pro League is proud to be the first of the European professional football leagues to sign such a licensing agreement based on the blockchain technology [...] Sorare is a young company but we have been convinced by its founders' determination and especially by their willingness to address the new interests of the fans who follow our competitions*».

³⁷ L'annuncio ufficiale della partnership è disponibile al sito della *Jupiler Pro League Belge* http://www.proleague.be/fr/nouvelles/article.html?Article_ID=841950. Consultato il 25 febbraio 2019. Dunque, una piattaforma unica per gli appassionati di calcio per raccogliere, scambiare e giocare con i beni digitali legati al calcio.

³⁸ Casi simili, fino ad ora, si erano verificati negli Stati Uniti; nello specifico, nella *Major League Baseball* (MLB) e nella *National Football League* (NFL). Un caso simile, tornando al calcio, ha anche riguardato recentemente la nazionale di calcio femminile degli USA.

³⁹ GEORGIU, *Jupiler Pro League claims global first with crypto trading cards*, Sportspromedia, 2018. Disponibile al sito <http://www.sportspromedia.com/news/jupiler-pro-league-belgium-sorare-crypto-trading-deal>. Consultato il 25 febbraio 2019. Tale progetto ha il potenziale di favorire

Sotto il profilo giuridico, chiaramente, analogamente a quanto affermato in precedenza con riferimento al fan token offering, anche questi fenomeni di *exchange* in cui vengono, di fatto, negoziate “cripto-attività” «non qualificabili come strumenti finanziari ma che abbiano le previste caratteristiche distintive»⁴⁰ richiedono adeguate forme di controllo e di regolamentazione. Inoltre, sarebbe auspicabile l'introduzione di una disciplina che «preveda parametri minimi di governance e operatività per le piattaforme in questione (in cui, cioè, si negoziano crypto-asset non qualificabili come strumenti finanziari)»⁴¹.

La CONSOB in merito ad una potenziale regolamentazione del fenomeno, suggerisce, ad esempio che una regolamentazione in tal senso potrebbe prevedere «da un lato, la previsione che solo le cripto-attività che abbiano costituito oggetto di offerta al pubblico attraverso una o più piattaforme per le offerte di cripto-attività [...] possono essere ammesse agli scambi e, dall'altro, l'iscrizione, su domanda dell'organizzatore, del sistema di scambi di cripto-attività in un apposito registro»⁴².

Pertanto, considerando l'esistenza di numerosi, e molto diversi tra loro, modelli di business, sarebbe opportuno prevedere che i sistemi *exchange*

l'evoluzione di un sistema di scambio in tempo reale in cui i fan possono lucrare sul valore della carta di un giocatore che oscillerà nel tempo in base alla forma dello stesso.

⁴⁰ CONSOB, *Le offerte iniziali e gli scambi di cripto-attività*, 2019, cit., 12. Testo completo disponibile al sito http://www.consob.it/documents/46180/46181/doc_disc_20190319.pdf/64251cef-d363-4442-9685-e9ff665323cf. Consultato il 21 giugno.

⁴¹ CONSOB, *Le offerte iniziali e gli scambi di cripto-attività*, op. cit.

⁴² CONSOB, *Le offerte iniziali e gli scambi di cripto-attività*, cit., 13. In base a quanto auspicato dal documento presentato dalla CONSOB, un efficace impianto normativo può essere predisposto solo «a condizione che il sistema presenti:

- a) regole e procedure trasparenti e non discriminatorie con riguardo allo svolgimento degli scambi, così come all'iniziale selezione delle cripto-attività, all'accesso al sistema e all'identificazione dei partecipanti al sistema stesso;
- b) procedure efficaci a garantire che al momento dell'avvio della negoziazione di una cripto-attività sul sistema siano state pubblicate informazioni aggiornate sulle cripto-attività, necessarie per i potenziali acquirenti/venditori;
- c) procedure per identificare e gestire i rischi ai quali è esposto il sistema;
- d) misure necessarie per favorire il regolamento efficiente delle operazioni di negoziazione condotte nel sistema (tenendo conto che il predetto regolamento nonché l'attribuzione della titolarità delle cripto-attività avverrebbe mediante tecnologia blockchain);
- e) idonei presidi di organizzazione e funzionamento (ad es. in materia di continuità operativa e sicurezza informatica);
- f) adeguate procedure per la gestione dei conflitti di interesse;
- g) regole e procedure idonee con riguardo all'investimento delle risorse finanziarie, alla detenzione delle cripto-valute e delle cripto-attività da parte del gestore del sistema».

come quello analizzato in tale paragrafo siano dotati di regole e procedure idonee per l'accesso e l'identificazione dei partecipanti. Il fine di tale requisito sarebbe da ritrovare nella necessità di rendere inutilizzabili tecnologie basate su registri distribuiti che permettano accesso libero anche anonimo - nella forma c.d. *permissionless* - per gli aspetti relativi alla gestione dei processi di scambio e di trasferimento delle cripto-attività sul registro medesimo.

3.2. Blockchain ticketing

Nell'agosto 2018, la *Union of European Football Associations* (UEFA) ha implementato un sistema di *ticketing* basato sulla tecnologia blockchain. In occasione della finale di Supercoppa Europa tra Atlético de Madrid e Real Madrid⁴³, l'UEFA ha testato con successo un meccanismo di distribuzione dei biglietti, con l'intento specifico di semplificarne e renderne più sicuro il processo di vendita. In particolare, grazie alla blockchain, è possibile impedire la falsificazione e la duplicazione degli stessi⁴⁴.

In aggiunta, il blockchain ticketing potrebbe consentire ai club di sapere come impostare le proprie politiche di marketing per raggiungere in maniera più efficace i propri fan⁴⁵.

Il sistema concepito dalla UEFA utilizza la tecnologia blockchain per garantire la validità dei "biglietti mobili", che possono essere scaricati direttamente su qualsiasi dispositivo mobile tramite un'applicazione iOS o Android, servendosi di sistemi bluetooth sparsi per lo stadio⁴⁶.

Il mobile ticketing potrebbe, comunque, incontrare la resistenza dei tradizionalisti del calcio che preferiscono i biglietti cartacei alla luce del loro

⁴³ Si veda, l'annuncio ufficiale della UEFA al sito <https://www.uefa.com/insideuefa/about-uefa/news/newsid=2566998.html>. Consultato il 26 febbraio 2019.

⁴⁴ YAKUBOWSKI, *La UEFA implementa un sistema di ticketing basato su tecnologia blockchain*, CoinTelegraph, 2018. Disponibile al sito <https://it.cointelegraph.com/news/union-of-european-football-associations-implements-blockchain-based-ticketing-system>. Consultato il 26 febbraio 2019. Il test completo ha seguito quello che la UEFA ha definito "messa a punto e miglioramenti" in seguito a precedenti prove parziali, inclusa una che ha distribuito il 50% dei biglietti ad una partita a Lione, in Francia.

⁴⁵ PALMER, *Soccer Body UEFA Scores 'Successful' Blockchain Ticketing Trial*, Coindesk, 2018. Disponibile al sito <https://www.coindesk.com/soccer-body-uefa-scores-successful-blockchain-ticketing-trial>. Consultato il 26 febbraio 2019.

⁴⁶ McCASKILL, *UEFA Super Cup Tickets Are Successfully Distributed Via Blockchain Mobile Ticketing*, Forbes, 2018. Disponibile al sito <https://www.forbes.com/sites/stevemccaskill/2018/08/16/uefa-super-cup-tickets-are-successfully-distributed-via-blockchain-mobile-ticketing/#492ea1ad9bf7>. Consultato il 26 febbraio 2019.

valore sentimentale; tuttavia, molte organizzazioni sportive ritengono che il mobile ticketing sia un modo più efficiente e sicuro per la distribuzione dei biglietti. E la blockchain rappresenta il modo più efficace per garantirla⁴⁷.

3.3. Cryptocurrencies per acquistare un club

Nell'estate del 2018, il club italiano di calcio, il Rimini FC 1912, club che milita in Lega Pro, è diventato la prima squadra nella storia ad essere acquistata, in parte, mediante criptovalute⁴⁸.

Nello specifico, le quote del club sono state pagate utilizzando la criptovaluta Quantcoin. Il gruppo *Heritage Sports Holding*, società degli Emirati Arabi Uniti che si occupa di investimenti nel mondo dello sport e nel calcio attraverso scouting ed assistenza ai calciatori, ha acquisito il 25% del club romagnolo pagando in Quantcoin⁴⁹.

In particolare, il pagamento di un club (o una quota di esso) in criptovaluta consentirà al club di beneficiare della maggiore trasparenza e tracciabilità dei pagamenti garantiti dall'utilizzo della criptovaluta. Ad esempio, i club possono utilizzare la conservazione dei registri di criptovaluta per rispettare più facilmente i loro obblighi di registrare l'importo speso per i salari dei giocatori e le commissioni degli agenti⁵⁰.

⁴⁷ D'ALVIA, *Mobile Payments and Merger Regulation: A Case Law Analysis*, in GIMIGLIANO (a cura di), *Bitcoin and Mobile Payments. Constructing a European Union Framework*, Londra, 2016, 251-268.

⁴⁸ BOCCELLATO, *Criptovalute e blockchain entrano nel mondo del calcio, il Rimini FC acquistato Quantocoin*, Key4Biz, 2018. Disponibile al sito <https://www.key4biz.it/criptovalute-e-blockchain-entrano-nel-mondo-del-calcio-il-rimini-fc-acquistato-in-quantocoin/230135/>. Consultato il 26 febbraio 2019. Ciò è avvenuto attraverso la partecipazione all'Initial Coin Offering di Quantocoin, in cambio del 25% delle azioni del club alla società *Heritage Sports Holding* (che stava lanciando la criptovaluta).

⁴⁹ CAVICCHIOLI, *Rimini calcio comprata in criptovalute*, *Cryptonomist*, 2018. Disponibile al sito <https://cryptonomist.ch/it/2018/08/28/quantocoin-2/>. Consultato il 26 febbraio 2019. L'*Heritage Sports Holding* non è nuova a questo tipo di pagamenti. Il gruppo, infatti, possiede il *Gibraltar United*, primo club al mondo a pagare gli stipendi dei giocatori utilizzando le criptovalute. A tal proposito, infatti, la società degli Emirati si è servita di Quantocoin, società con sede a Gibilterra, che utilizza la tecnologia blockchain per fornire un metodo di crittografia alternativo per gli investitori. Inoltre, la società che opera sia come facilitatrice nelle acquisizioni di squadre di calcio sia come investitore diretto in iniziative legate al calcio in paesi sia asiatici che europei, possiede altri club, tra cui la *Union Deportiva Los Barrios*, una squadra spagnola della sesta divisione, e il Calcio Mantova in Italia.

⁵⁰ MARINOFF, *Shares in Italian Football Club Rimini Purchased With Cryptocurrency*, *Bitcoin Magazine*, 2018. Disponibile al sito <https://bitcoinmagazine.com/articles/shares-italian-football-club-rimini-purchased-cryptocurrency/>. Consultato il 26 febbraio 2019. Il sistema di pagamento Quantocoin gestito da blockchain registra in maniera efficace ogni

Secondo Pablo Dana, un socio di Quantcoin, l'utilizzo delle *cryptocurrencies* possa offrire un'opportunità unica per combattere la corruzione, in uno sport che è stato scosso da numerosi scandali⁵¹.

È d'uopo sottolineare che, quanto affermato in merito ai potenziali rischi di riciclaggio di denaro legati all'utilizzo delle criptovalute per le sponsorizzazioni, è altresì valido per l'acquisto dei club e, più in generale, per tutte le attività che hanno ad oggetto l'utilizzo di criptovalute per effettuare qualsivoglia tipologia di pagamento. Ciò è ancor più valido soprattutto in relazione ad alcune tipologie di *cryptocurrencies* come bitcoin, per esempio, la cui caratteristica dell'anonimato ne complica ulteriormente l'inquadramento.

3.4. Cryptocurrencies per pagare i calciatori

Il primo caso al mondo in cui un club professionistico ha utilizzato le *cryptocurrencies* per pagare gli stipendi ai propri calciatori è stato quello del *Gibraltar United*, società fondata nel 1943 e di proprietà di Paul Dana, promotore di Quantcoin, che è anche il principale sponsor del Gibraltar United⁵².

Nel 2018, il Gibraltar United inaugura, quindi, questo nuovo corso in materia di salari e retribuzioni⁵³.

qualvolta un pagamento viene effettuato attraverso un sistema di nodi autonomi, potenzialmente incorruttibili e in costante aggiornamento.

⁵¹ Basti pensare, per esempio, allo scandalo che è scoppiato in relazione alla presunta compravendita di voti da parte del Qatar per vincere il diritto di ospitare la Coppa del Mondo nel 2022. WALLEEN, *Italian Football Club Makes History After Becoming First To Be Purchased In Cryptocurrency*, Forbes, 2018. Disponibile al sito <https://www.forbes.com/sites/joewalleneurope/2018/08/29/italian-football-club-makes-history-after-becoming-first-to-be-purchased-in-cryptocurrency/#1527f5fc50f9>. Consultato il 26 febbraio 2019. Come spiegato da Pablo Dana «Stiamo lavorando esattamente sulle idee che la UEFA vuole mettere in campo [...]. Questa è trasparenza nel calcio e stiamo cercando di ridurre la corruzione attraverso la nostra piattaforma Quantocoin». *Ibid.*

⁵² SMITH, *Gibraltar United prepares to pay footballers in cryptocurrency through new Quantocoin partnership*, Coin Insider, 2018. Disponibile al sito <https://www.coininsider.com/gibraltar-united-pay-footballers-in-cryptocurrency/>. Consultato il 27 febbraio 2019. Nello specifico, si tratta di «[a] project developed atop Waves, Quantocoin publicly hopes to 'accelerate the growth of unbanked people by offering tools and services that save both time and resources.' The platform, which recently concluded its ICO, will offer wallet, instant cash, lending, social payments, portfolio, and geofencing services». *Ibid.*

⁵³ MISTRELLE, *Gibraltar United Football Players Will Receive Salaries in Crypto*, Crypto Info Base, 2018. Disponibile al sito <https://cryptoinfobase.com/gibraltar-united-football-players-will-receive-salaries-in-crypto/>. Consultato il 27 febbraio 2019. Questa innovazione, secondo l'opinione dei rappresentanti del club e dell'associazione calcistica locale, dovrebbe rendere più trasparenti i movimenti finanziari nel mondo del calcio. Ciò potrebbe permettere di combattere la corruzione. Inoltre, l'utilizzo delle criptovalute potrebbe contribuire a ostacolare il problema dell'elusione fiscale.

Ciò è stato favorito dal fatto che a Gibilterra nel 2017 è stata promulgata una legge che regolamentava le criptovalute⁵⁴.

L'obiettivo, in tal senso, è quello di fornire una protezione efficace per gli investitori e i consumatori, attraverso la promozione di un quadro normativo per l'emissione, la vendita e la distribuzione delle *cryptocurrencies*⁵⁵.

Nel 2018, un club dilettantistico turco ha concluso il primo acquisto di un giocatore effettuato in criptovaluta. Nello specifico, si tratta del calciatore Omer Faruk Kiroglu, acquistato dall'Harunustaspor per la cifra di 4.500 lire turche (circa 950 euro), metà delle quali pagate, appunto, in bitcoin⁵⁶. Un'operazione, questa, che lo stesso presidente della piccola squadra, Haldun Sehit, ha spiegato come un modo per pubblicizzare il team in Turchia e nel mondo⁵⁷.

I casi sopra citati, potrebbero aprire la strada ad un futuro in cui la blockchain è adoperata in modo più sofisticato per redigere degli *smart contract* per l'acquisto di calciatori, oltretutto per creare un registro di tutti i dettagli riguardanti l'acquisto o la cessione di un giocatore da parte dei club⁵⁸.

In tal senso, un trasferimento effettuato servendosi della tecnologia blockchain, renderebbe trasparente la cronologia dei trasferimenti dei giocatori⁵⁹, nonché i

⁵⁴ Gibraltar Gazette, *Financial Services (Distributed Ledger Technology Providers) Regulation 2017*, Legal Notice no. 4401, 2017. Testo completo della normativa disponibile al sito [http://www.gfsc.gi/uploads/DLT%20regulations%20121017%20\(2\).pdf](http://www.gfsc.gi/uploads/DLT%20regulations%20121017%20(2).pdf). Consultato il 27 Marzo 2019. La nuova legge è entrata in vigore il 1 gennaio 2018 e sono state introdotte come emendamenti ai regolamenti nell'ambito della legge sui servizi finanziari (servizi di investimento) del 1989 (legge del 1989).

⁵⁵ LUGANO, *Gibilterra pro regolamentazione delle crypto*, *The Cryptonomist*, 2018. Disponibile al sito <https://cryptonomist.ch/it/2018/10/15/gibilterra-regolamentazione-crypto/>. Consultato il 27 febbraio 2019.

⁵⁶ Nello specifico, il club della *Sakarya First Division*, ha utilizzato 0,0524 BTC (pari a circa 2.000 lire turche - circa 420 €), più ulteriori 2.500 lire turche (circa 530 €).

⁵⁷ ASTLEY, *Turkish club make history by being first to pay for player using Bitcoin*, *The Sun*, 2018. Disponibile al sito <https://www.thesun.co.uk/sport/football/5466190/turkish-club-make-history-by-being-first-to-pay-for-player-using-bitcoin/>. Consultato il 28 febbraio 2019. Il presidente del club ha, infatti, affermato: «*[w]e did this to make a name for ourselves in the country and the world. [...] This is a first for Turkey and the world in the transfer market. [...] Our name is being mentioned on television as if we are a professional club. We are proud of this*». *Ibid.*

⁵⁸ Si vedano, per una panoramica sui concetti di *smart contract*, TRÜEB, *Smart Contracts*, in *Festschrift für Anton K. Schnyder*, zum 65. Geburtstag, 723, 2018; EBRD, *Smart Contracts: Legal Framework and Proposed Guidelines for Lawmakers*, Londra, European Bank for Reconstruction and Development, 2018. In breve, il termine *smart contract* «is used for a broad range of concepts based on two constituent elements: a “contract” and the property of being “smart”. We consider what these elements mean and what the different conceptions of a “smart contract” are, in order to test how certain aspects of legal “contracting” might work in the context of smart contracts».

⁵⁹ Si veda, in merito alle modalità di pagamento, D'ALVIA, *Mobile Payments and Merger Regulation: A Case Law Analysis*, cit., 251-268. Inoltre, tale aspetto potrebbe rendere anche più trasparente il risultato dei test atletici dei calciatori, ad esempio.

dettagli legati alle comproprietà e i diritti economici a far data dal giorno in cui il calciatore ha firmato il primo contratto professionistico⁶⁰.

4. Conclusioni

Malgrado le considerazioni svolte nelle pagine precedenti, non si possono sottovalutare alcune potenziali conseguenze negative che potrebbero derivare dall'uso delle criptovalute da parte dei club. Più specificamente, infatti, questi dovrebbero sempre considerare, oltre agli aspetti positivi, anche quelli che sono i rischi che possono derivare dalla collaborazione, più o meno solida, con le aziende che utilizzano le criptovalute⁶¹.

In particolare, a tal proposito, uno degli elementi di rischio principali riguarda la mancanza di una regolamentazione chiara, a livello globale, nel settore⁶². Alcuni elementi peculiari delle criptovalute - tra cui, l'anonimato, la decentralizzazione, l'incertezza del valore futuro, giusto per citarne alcuni - rendono l'adozione delle stesse un vero e proprio punto interrogativo, soprattutto in relazione ai club calcistici, in relazione ai quali vigono delle regole piuttosto stringenti per quel che concerne sia la trasparenza dei pagamenti, ma soprattutto la provenienza degli stessi⁶³.

Inoltre, come è noto, il valore delle criptovalute tende a fluttuare, in alcuni casi in maniera significativa⁶⁴, il che comporta, da un lato, il vantaggio di ottenere importanti guadagni, ma, dall'altro, anche il rischio di incorrere in grosse perdite.

⁶⁰ SALT, *Turkish amateur makes football history as Harunustaspor become first ever club to use digital currency Bitcoin to fund £1,226 transfer*, *Daily Mail*, 2018. Disponibile al sito <https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-5331233/Turkish-club-make-history-using-Bitcoin-fund-transfer.html>. Consultato il 28 febbraio 2018.

⁶¹ Basti pensare, per esempio, al rischio che i club subiscano un grave danno alla propria immagine nei casi in cui uno dei propri partner possa fallire all'interno di un settore che è tanto in rapida crescita quanto incerto, per quel che concerne il proprio futuro.

⁶² BORRONI - SEGHEISIO, *Hayek and Bitcoins: Which Governance for an International Currency*, in GIMIGLIANO (a cura di), *Money, Payment Systems and the European Union: The Regulatory Challenges of Governance*, Londra, 2016, 102-129.

⁶³ Per una panoramica globale sulla regolamentazione delle criptovalute, si veda, ARAYA, *The Challenges of Cryptocurrency Regulation*, *The Regulatory Review*, 2018. Disponibile al sito <https://www.theregreview.org/2018/10/09/araya-challenges-cryptocurrency-regulation/>. Consultato il 1 Marzo 2019. Si vedano, inoltre, BORRONI, *Bitcoins: Regulatory Patterns*, in *Banking and Finance Law Review*, 2016, 47-68. DE FILIPPI, *Bitcoin: A Regulatory Nightmare to a Libertarian Dream*, in *Internet Policy Review*, 2014, 3(2), 1 ss.

⁶⁴ Si pensi, ad esempio, al caso dei bitcoins, il cui valore è stato oggetto di drastiche fluttuazioni, anche "intraday", aspetto che esporrebbe i club a grossi rischi di perdite. Si veda, sul punto, AMATO - FANTACCI, *Per un pugno di bitcoin*, cit.

Tuttavia, una possibile soluzione a questo potrebbe risiedere nella previsione di una fornitura *top up* accuratamente preparata e prestabilita all'interno del contratto stipulato tra il club e le aziende operanti in criptovalute⁶⁵.

Considerato, dunque, che numerosi aspetti del mercato delle criptovalute non sono ancora del tutto chiari, né tantomeno efficacemente regolamentati, permane scetticismo circa l'utilizzo delle criptovalute nel mondo del calcio. Per questo motivo, stando all'attuale sviluppo della tecnologia, il rapporto tra i club di calcio e le aziende operanti nel settore delle criptovalute può essere probabilmente considerato ancora una scommessa.

Dunque, per permettere un ingresso delle criptovalute nel mondo del calcio in maniera efficace e privo di rischi, sarebbe utile fare maggiore chiarezza (i) per gli investitori, circa i vantaggi ed i rischi, (ii) per i *supporter*, per quel che riguarda le caratteristiche delle criptovalute e, infine, (iii) per le autorità di regolamentazione, al fine di fornire gli strumenti più adatti per permettere la piena adozione di tale tecnologia nel settore del calcio.

Tuttavia, la strada sembra tracciata; è difficile pensare di vedere drastici cambiamenti di rotta. Efficaci previsioni regolamentari, sia da parte delle aziende operanti in criptovalute, sia da parte dei principali organi calcistici, combinate a contratti ben dettagliati tra aziende e club, potrebbero favorire il migliore sviluppo ed utilizzo delle criptovalute nel mondo del calcio e depotenziare i rischi più evidenti e immediati legati agli abusi economico/finanziari che dalle criptovalute derivano. Per concludere, *«[a]ctually, it is still too early to predict bitcoin's future and we may even witness an unexpected - though not so unusual - development: The bitcoin system may eventually implode (due to market forces) or be replaced by either more advanced cryptocurrencies or new and still unknown means of payments, and this would make any attempt to regulate the system basically useless»*⁶⁶.

⁶⁵ McELWEE, *Cryptocurrency and football: the future or too volatile to be trusted?*, *The Guardian*, 2018. Disponibile al sito <https://www.theguardian.com/football/2018/jul/29/cryptocurrency-football-future-gibraltar-arsenal-fans>. Consultato il 28 febbraio 2019. In breve, i club potrebbero essere in grado di garantire, attraverso tale clausola, che nei casi in cui il valore della criptovaluta dovesse crescere, essi potranno trarre grandi benefici; se, al contrario, il valore della criptovaluta dovesse crollare, i club non sarebbero soggetti a sproporzionate perdite in quanto il crollo sarebbe considerato come un "ricarico" al valore originale dell'accordo.

⁶⁶ BORRONI, *Bitcoins: Regulatory Patterns*, cit., 66.