



Videogiochi, licenze e server: l'UE discute i diritti sui beni digitali

Descrizione

(Adnkronos) - La battaglia contro i videogiochi che "spariscono" è arrivata nella plenaria del Parlamento europeo a Strasburgo. Gli eurodeputati hanno discusso l'iniziativa dei cittadini europei "Stop Destroying Videogames", versione istituzionale della campagna nota online come "Stop Killing Games".

Il tema sembra da gamer, ma la domanda è molto più ampia: che cosa compra davvero un consumatore quando acquista un prodotto digitale? Un bene, una licenza, un accesso che può essere revocato da remoto?

L'obiettivo dell'iniziativa è impedire che videogiochi venduti o concessi in licenza ai consumatori europei vengano resi ingiocabili da remoto quando l'editore decide di interrompere il supporto, per esempio spegnendo i server. Non è una richiesta di mantenere online i giochi per sempre. Il punto è diverso: prevedere, quando il supporto ufficiale finisce, un modo perché il gioco resti funzionante o accessibile senza dipendere direttamente dall'editore. Può voler dire una modalità offline, strumenti per server privati, patch finali o altre soluzioni tecniche. Il punto è che, se un bene digitale è stato venduto, non dovrebbe poter sparire per qualcuno, a distanza, spegne l'interruttore.

Il caso è interessante proprio perché parte dai videogiochi, ma parla di molto altro. Tocca i diritti dei consumatori, le licenze d'uso, la proprietà digitale, l'obsolescenza programmata e persino la conservazione del patrimonio videoludico.

Il nodo, per il Parlamento europeo, è doppio: tutela dei consumatori e proprietà intellettuale. I videogiochi non sono solo prodotti acquistati una volta per tutte, ma esperienze digitali regolate da licenze, aggiornamenti, server e infrastrutture che restano nelle mani degli editori. È questa dipendenza tecnica e legale a rendere possibile, in alcuni casi, che un titolo comprato dai consumatori diventi inutilizzabile quando il supporto viene interrotto.

È qui che una battaglia apparentemente di nicchia diventa molto europea. Il problema non riguarda solo chi ha comprato un gioco online o chi vuole rigiocare a un titolo di qualche anno fa. Riguarda il rapporto tra consumatori e beni digitali in un'economia in cui sempre più prodotti funzionano grazie

a servizi remoti: software, app, dispositivi connessi, auto, elettrodomestici, contenuti digitali.

Oggi il caso sono i videogiochi. Domani potrebbe essere qualsiasi prodotto acquistato, ma reso inutilizzabile da una scelta tecnica o commerciale del produttore.

L'iniziativa è stata formalmente presentata alla Commissione europea il 26 gennaio 2026, dopo aver raccolto 1.294.188 firme verificate, superando la soglia del milione richiesta per le iniziative dei cittadini europei e raggiungendo i minimi necessari in 24 Stati membri. Il 16 aprile gli organizzatori sono stati ascoltati in audizione pubblica al Parlamento europeo dalle commissioni competenti, tra cui mercato interno, affari giuridici e petizioni.

Il passaggio in plenaria non produce automaticamente una legge. Il tema è entrato nell'agenda istituzionale europea, ma il prossimo passo spetta alla Commissione. Bruxelles dovrà rispondere entro il 27 luglio 2026, spiegando se intende proporre nuove misure, intervenire in altro modo o non procedere. Da quella risposta si capirà se la protesta nata nelle community dei gamer potrà trasformarsi in un confronto più ampio sulle regole dei beni digitali.

In Italia il tema non riguarda una nicchia. Secondo i dati IIDEA-Ipsos del report 2025, i videogiocatori sono 14,2 milioni, circa un quarto della popolazione. Un pubblico vasto, adulto più di quanto raccontino gli stereotipi, che spende soprattutto in software, servizi e contenuti digitali.

La campagna non chiede di congelare l'industria né di imporre agli editori costi infiniti. Chiede una garanzia minima di continuità d'uso. E mette il dito su un punto sempre più fragile del mercato digitale: la differenza tra possedere qualcosa e avere solo il permesso di usarlo finché il fornitore decide che conviene.

??

casa-europa

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 22, 2026

Autore

redazione