

NFT 101: BLOCKCHAIN, TOKEN E SMART CONTRACT

Il fenomeno degli NFT, e la tecnologia ad essi sottostante, appare ancora attuale e rilevante per molte *industries*, tuttavia non sempre i progetti che ne fanno uso sanno raccontarsi con chiarezza o esprimere un'utilità effettiva. Partiamo pertanto dalle basi.

Un NFT ("*Non-Fungible Token*") è un insieme di dati memorizzati su una blockchain rappresentanti un elemento del mondo fisico o un *asset* digitale, con pochissime restrizioni sul tipo di contenuto che può essere, nello *jargon* di settore, "*tokenizzato*" (rappresentato dal token) e quindi "*mintato*" (coniato, generato su blockchain).

A differenza delle criptovalute, non è fungibile, ovvero indifferentemente intercambiabile con altri token del medesimo genere e specie; ogni NFT è infatti unico, una stringa di codice unicamente identificata che rappresenta un elemento specifico, un "*DNA digitale*", particolarmente adatto a certificare la proprietà degli elementi che identifica

Per far meglio comprendere cosa renda "unico" un NFT, può essere utile elencare gli elementi che ne compongono uno che incorpori, ad esempio, un'immagine digitale in formato .jpg di un famoso quadro, ovvero:

1) nome dell'autore del token; 2) titolo dell'opera artistica; 3) codice identificativo del token; 4) indirizzo (un codice alfanumerico) del *wallet* sotto il quale è registrato il token; 5) informazioni varie sull'immagine; 6) dicitura del file contenuto nell'NFT (es. estensione .jpg); 7) indirizzo (un codice alfanumerico) dello *smart contract* che governa l'NFT.

Occorre quindi tenere sempre presente che l'NFT è distinto dall'asset sottostante, persino quando si tratta di un elemento nativamente digitale.

È infatti possibile creare più di un NFT rappresentante lo stesso asset, tuttavia ciascuna copia avrà un identificativo unico. Questa *feature* può, ad esempio, essere utile per rappresentare la proprietà di beni che per loro natura sarebbero indivisibili, come, per assurdo, una serie di 1.000 token "validati" dal *Louvre* ciascuno rappresentanti 1/1000 della proprietà della Gioconda.

Tra gli altri benefici di questa tecnologia vengono generalmente riconosciuti la rappresentazione immediata del diritto di proprietà; la possibilità di fornire una prova di proprietà trasparente e pubblica mediante blockchain; immodificabilità e durezza del token.

Oltre alla certificazione della proprietà, è possibile aggiungere delle ulteriori funzionalità utili al singolo progetto, per esempio patrimoniali (quali il pagamento di *royalties* a

seguito di una compravendita), o funzionali (quali l'accesso a eventi o elementi customizzabili di un gioco digitale) come accade nel *gaming*.

Queste funzionalità aggiuntive sono possibili grazie ai c.d. “*smart contract*”, ovvero un insieme di dati e protocolli informatici che facilitano, verificano e fanno rispettare la negoziazione o l'esecuzione di un contratto.

NFT USE CASES: DA TIGER WOODS A RIHANNA, DA DOLCE E GABBANA A BOTTICELLI

In questi ultimi due anni il mercato ha già evidenziato numerosi *use cases* in *industries* molto diverse.

Nel **mondo sportivo**, molti enti hanno trovato nel mondo NFT una via di finanziamento alternativa alle tradizioni sponsorship e donazioni. Con il programma *NBA's Top Shots*, Dapper Labs e NBA hanno venduto a collezionisti e fan NFT dei “*moments*”, cioè highlights delle migliori giocate dei protagonisti della lega, superando i 500 milioni di dollari in transazioni nei primi 3 mesi del 2021. Tiger Woods e Tony Hawk hanno venduto NFT simili, come anche, in Italia, l'AS Roma, creando, oltre a moments della propria storia calcistica, memorabilia di vario genere tokenizzata, come maglie di giocatori importanti.

Nel **mondo gaming**, alcuni giochi hanno legato alla proprietà dell'NFT l'accesso ad alcune *feature in-game*, come l'utilizzo di determinati personaggi o skins (es. Axie Infinity), altri all'acquisto di oggetti *in-game*, altri (insieme ad *utility tokens*) sono utilizzati come moneta transazionale nelle economie *in-game*; nel metaverso Decentraland, sono stati venduti NFT che rappresentano la proprietà di pezzi di terra digitale, con diritto di decidere cosa possa essere fatto con e sulla stessa. Quando il giocatore non è più interessato, può così rivendere l'NFT, che, in alcuni casi, potrà godere di un prezzo di vendita superiore al prezzo di acquisto, e gli sviluppatori del gioco e dell'NFT potranno ricevere una *royalty* su ciascuna rivendita dell'NFT, godendo della crescita del mercato secondario.

Nel **mondo dell'arte** (tradizionale, non digitale), alcuni musei e collezionisti hanno creato una serie numerata di NFT autentici di opere d'arte di valore indiscusso, con l'intento, ad es. di finanziarne la conservazione o il restauro, anche per combattere il fenomeno del “*de-accessioning*”, la vendita delle collezioni museali per ottenere liquidità immediata. Ad esempio, in Italia, gli Uffizi di Firenze hanno creato, in partnership con una società specializzata (Cinello, tecnologia DAW) una serie di serigrafie digitali unica, del tutto identiche all'originale, certificate da Museo e società e tokenizzate, del Tondo Doni (Michelangelo); e altri sono in programma, come la Madonna del Cardellino (Raffaello) e La Nascita di Venere (Botticelli).

Nel **mondo della musica**, si è soprattutto cercato di cambiare il modello di revenue a favore degli artisti e dei players del settore, coinvolgendo anche i fan; *Rihanna* ha venduto 300 NFT che concedono al titolare una *royalty* ciascuno pari allo 0,0033% degli incassi legati alla canzone “*Bitch better have my money*”; i *Chainsmokers*, l’anno prima, hanno portato avanti la stessa iniziativa commerciale, ma su un intero album, *So Far So Good*, aggiungendo diverse funzionalità per lo sviluppo della community di fan (accesso esclusivo al canale Discord degli artisti o a eventi, etc.).

Nel **mondo del fashion**, molte iniziative hanno cercato di legare elementi del digitale a elementi del reale, facendo leva sulla forza del brand; D&G nel 2021 hanno lanciato una collezione NFT di 9 pezzi, ciascuno legato ad un articolo di moda unico (venduto congiuntamente), e dando accesso ad una serie di esperienze facenti capo all’articolo, come gli sketch originali, sfilate e installazioni ad-hoc; Paco Rabanne ha venduto 56 NFT di pezzi fra i più astratti delle sue collezioni passati, utilizzando i profitti per rinforzare il proprio archivio storico fisico; altri, hanno utilizzato la tecnologia per funzioni di supporto, ad esempio durante la Paris Fashion Week tutti i pass per l’accreditamento della stampa sono stati emessi direttamente in forma di NFT. In questa industry, però, anche più che in altre, sono sorte parallelamente numerose iniziative operanti in aree grigie della legalità, come nel caso degli NFT “*MetaBirkin*”, conati da un artista privato secondo un’interpretazione artistica delle celebri borse Hermès, recentemente dichiarate da una sentenza del Tribunale di New York come violazione della proprietà intellettuale della casa francese. E su questa decisione, e il riconoscimento limitato di danni, sarà importante monitorare la reazione del mercato NFT che talvolta sfrutta marchi noti.

LE SFIDE LEGAL DEL WEB3 E DEI CRYPTOASSETS

L’entrata sul mercato degli NFT ha posto società, creatori professionali e attori di ogni settore davanti a sfide legali nuove e complesse, che spesso richiedono l’ingaggio di consulenti con conoscenza specifica del settore.

Un problema è legato alla gestione della **contrattualistica**, dei TOS, di ciascuna piattaforma che gestisce o vende NFT, i quali possono spesso variare significativamente, e contenere clausole onerose o esclusioni di responsabilità molto ampie, e talvolta nulle. Il risultato è che due piattaforme che gestiscono lo stesso NFT (ovvero la stessa serie di NFT) possono applicare condizioni molto diverse, e questo è particolarmente delicato nei confronti dei consumatori.

Ad esempio, ci si è posti il problema della disciplina del recesso ai sensi del codice del consumatore quando questo non venga esplicitamente escluso dai TOS della piattaforma; considerando che il valore di un NFT è molto volatile, un recesso esercitato dal consumatore “strategicamente” consentirebbe allo stesso un guadagno privo di rischi a danno della piattaforma, un caso occorso effettivamente a Yuga Labs, i gestori della

commercializzazione del Bored Ape Yacht Club (per un valore stimato di 1,67 miliardi di dollari).

Altro macrotema è legato alla **proprietà intellettuale** dell'elemento incorporato digitalmente nell'NFT, in quanto spesso mancano ancora casi concreti dai quali estrapolare le applicazioni dei principi generali al mondo del Web3. Sono stati, ad esempio, venduti, illegalmente, ovvero senza autorizzazione del proprietario del marchio, NFT sul marchio NIKE (su StockX) e altri brand di immediata riconoscibilità, dimostrando un potenziale sviluppo di mercato ancora inespresso; ancora, molti artisti ingaggiati della casa editrice DC Comics hanno venduto per milioni le opere che avevano realizzato su committenza della DC, la quale però rimane il titolare dei diritti di sfruttamento economico dei personaggi incorporati nei token, e che non aveva prestato il consenso all'emissione degli stessi.

C'è inoltre un problema non secondario legato alla **compliance antiriciclaggio** e all'anonimato che è spesso intrinseco al mondo della criptografia; ad esempio, spesso gli NFT vengono compravenduti tramite criptovaluta.

Un altro tema è legato alla **portabilità**, con tutti i problemi di disciplina del caso, e sorge in conseguenza all'assenza di standard per NFT (come UNI o ISO o EN), e anche il protocollo più diffuso (lo standard ERC-721) vale solo sulla blockchain Ethereum, ma già per gli smart contract su QTUM o NEO o Cardano, gli standard cambiano.

I problemi sopra accennati si collocano all'interno di un nascente framework normativo in sviluppo con tempi e modi differenti in tutto il mondo; in Europa, in particolare, il settore sarà principalmente governato dalla **Market in Crypto Assets** (MiCA) Regulation, tuttavia, le ultime bozze approvate contengono un'esenzione (art. 4) che escluderebbe gli NFT dall'ambito di applicazione del Regolamento, pur non escludendo un'applicazione indiretta di alcuni obblighi, e obbligando gli operatori del mercato a ricostruire una disciplina frammentata di volta in volta.

NFT: POTENZIALITÀ DA COGLIERE O PITFALL DA EVITARE ?

Il mercato degli NFT, tra le espressioni con maggior potenziale del Web3, rimane un mondo attraente e ancora da esplorare; allo stesso tempo, molti progetti stanno evidenziando una scarsa pianificazione a monte degli stessi e una mancanza di preparazione di fronte ai nuovi problemi, legali e tecnici, della tecnologia.

Per questo è importante la pianificazione *ex ante* dei progetti e l'ottenimento, anche tramite consulenti, di *know-how* tecnico e legale specifico in ambito legale e tecnologico, che consenta una valutazione degli scopi del progetto nell'ambito di un quadro normativo frastagliato, complesso, e, spesso, multi giurisdizionale.

About Curtis

Curtis, Mallet-Prevost, Colt & Mosle LLP is a leading international law firm. Headquartered in New York, Curtis has 19 offices in the United States, Latin America, Europe, the Middle East and Asia. Curtis represents a wide range of clients, including multinational corporations and financial institutions, governments and state-owned companies, money managers, sovereign wealth funds, family-owned businesses, individuals and entrepreneurs. The firm is particularly active on behalf of clients operating in the energy and renewable energy, commodities, telecommunications, manufacturing, transportation and technology industries.

For more information about Curtis, please visit www.curtis.com.

Attorney advertising. The material contained in this Client Alert is only a general review of the subjects covered and does not constitute legal advice. No legal or business decision should be based on its contents.

Please feel free to contact any of the persons listed below if you have any questions on this important development:



Daniela Della Rosa

Partner
Cryptocurrency, Digital Assets
and Blockchain
ddellarosa@curtis.com
Milano: +39 02 7623 2057



Federico Criscuoli

Associate
Cryptocurrency, Digital Assets
and Blockchain
fcricuoli@curtis.com
Milano: +39 02 7623 2032