

# Osservatorio Gioco Online

## Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

School of Management

POLITECNICO DI MILANO



DIPARTIMENTO  
DI INGEGNERIA  
GESTIONALE



Marzo 2012



Agenda del Convegno

**9.30 Registrazione**

**10.00 Introduce e presiede**

Umberto Bertelè  
*School of Management Politecnico di Milano*

**10.15 I risultati della Ricerca**

Andrea Rangone  
*Responsabile Scientifico Osservatorio Gioco Online*

Riccardo Mangiaracina  
*Responsabile della Ricerca Osservatorio Gioco Online*

**11.00 Commentano i risultati della Ricerca**

Daniela Pompei  
*Responsabile Sogei del cliente AAMS*

Francesco Rodano  
*Dirigente responsabile del gioco a distanza AAMS*

**11.30 Tavola Rotonda**

Paolo Di Feo  
*Southern Region Director del gruppo bwin.party digital entertainment*

Enrico Rusi  
*Responsabile Web Operations Cogetech*

Gianluca Ballocci  
*Internet Vice President Lottomatica*

Guido Marino  
*Amministratore Unico MAG Consulenti Associati*

Valeria Sivvery  
*Gaming Senior Marketing Manager di Neomobile*

Barbara Beltrami  
*Country Manager Italy PokerStars*

Maurizio Santacroce  
*Direttore Business Unit Digital Games and Services di Sisal*

Giovanni Emilio Maggi  
*Vice Presidente della Federazione "Sistema Gioco Italia"*

Lorenzo Stoppini  
*Responsabile Giochi a Distanza di SNAI*

Lorenzo Caci  
*Director Sales di Sportradar*

Assen Diakovski  
*Head of Global Online Gaming WINGA, a Buongiorno company*

**13.00 Chiusura dei lavori della mattinata**

## Workshop di Approfondimento Premium: Incontro con i Ricercatori dell'Osservatorio Gioco Online

Nel pomeriggio, dalle 14.30 alle 17.30, si terrà un Workshop di approfondimento con i Ricercatori dell'Osservatorio, che permetterà di: approfondire i temi affrontati nella Ricerca 2011 dall'Osservatorio Gioco Online; interagire direttamente con i Ricercatori degli Osservatori ICT & Management e gli esperti di MAG Consulenti Associati; approfondire il ruolo dei nuovi canali attraverso le testimonianze di Winga e Pokeritalia24.

*Il Workshop Pomeridiano è a pagamento.*

*Per maggiori informazioni e per iscriversi: [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)*

 **SSERVATORI.NET**  
ICT & Management

### WEB TV



Nella Web Tv degli Osservatori è possibile rivedere le riprese integrali del convegno **“Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda”**.

I video sono facilmente consultabili *on demand* tramite rapide ricerche di contenuti suddivisi per argomento e indicizzati per parola chiave.

### 14.30 Apertura del Workshop

Qual è l'identikit dei giocatori online in termini di sesso, età, provenienza, ecc.?

Come si comporta il giocatore online in termini di tipologie di gioco, spesa, giocato, numero di conti aperti, modalità di pagamento, ecc.?

Come sta cambiando la fruizione del Gioco Online?

Quali sono le differenze di comportamento dei giocatori sui diversi giochi?

Quali sono le difficoltà per attrarre nuovi giocatori online?

### 17.30 Chiusura del Workshop

Indice dei contenuti del Rapporto completo scaricabile su [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## **Prefazione**

*di Raffaele Ferrara – AAMS*

## **Prefazione**

*di Cristiano Cannarsa – Sogei*

## **Executive Summary**

*di Andrea Rangone e Riccardo Mangiaracina*

## **1. Il mercato**

- *La dinamica di raccolta, spesa e prelievo erariale*
- *L'incidenza dei nuovi giochi*
- *La previsione per il 2012*
- *Il confronto con gli altri mercati dell'Entertainment*
- *Il confronto con gli altri mercati digitali transazionali*

## **2. I giocatori online**

- *L'identikit del giocatore online*
- *I giocatori di Poker*
- *I giocatori di Casinò Games*
- *Gli scommettitori online*
- *I giocatori di Bingo*

## **3. L'offerta**

- *La concentrazione del settore*
- *I cluster strategici dell'offerta*

## **4. I trend in atto**

- *Le evoluzioni dell'offerta*
- *Le evoluzioni normative*
- *Il ruolo dei nuovi canali: Social Network, Smartphone, Tablet e Connected Tv*

## **Nota metodologica**

## **Il Gruppo di Lavoro**

## **La School of Management**

- *La School of Management del Politecnico di Milano*
- *Gli Osservatori ICT & Management*
- *Il MIP*

## **AAMS**

## **Sogei**

## **I sostenitori della Ricerca**





Osservatorio Gioco Online

**Il Gioco Online in Italia:  
aumenta l'offerta, si trasforma la domanda**

**Prefazione a cura di AAMS  
Prefazione a cura di Sogei  
Executive Summary**



---

## Prefazione a cura di AAMS

Oggi il gioco online non è più un fenomeno in via di affermazione, ma una pratica ormai consolidata con margini di sviluppo ancora interessanti. La crescita delle occasioni di gioco via Internet, avvenuta anche grazie alla diffusione di nuovi mezzi di fruizione (notebook, tablet e smartphone), impone una riflessione attenta sulle questioni connesse agli effetti della crescita dell'attività di gioco, con il duplice obiettivo di tracciare un quadro completo della situazione attuale, e di individuare le possibili risposte di politica pubblica che possano guidare l'innovazione del settore tutelando, al contempo, i consumatori.

Fra le finalità istituzionali di AAMS, Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato, dunque, non può che esserci quella di valutare e “governare”, possibilmente con debito anticipo, un fenomeno che sempre più caratterizza e caratterizzerà il futuro del comparto del gioco pubblico.

Questo ruolo viene ben esemplificato nel modello di funzionamento del mercato dei giochi pubblici, che AAMS ha concepito e continua ad innovare, il quale riserva allo Stato le infrastrutture di rete ed il controllo e affida la commercializzazione dei giochi a una pluralità di soggetti, in competizione tra loro per la qualità dei servizi, rendendo così il mercato garantito e pienamente concorrenziale.

In questo comparto AAMS assolve al proprio ruolo disegnando le linee guida per un dinamico e razionale sviluppo del mercato, con l'obiettivo primario di assicurare un ambiente di gioco legale e responsabile, in un contesto ampiamente monitorato – tra l'altro con soluzioni

all'avanguardia nel mondo – e tecnologicamente avanzato. Tutto questo senza mai perdere di vista la realizzazione di interessi pubblici di primaria importanza: la tutela dei consumatori, in particolare dei minori, delle fasce deboli e sensibili a fenomeni quali il gioco problematico, e, non ultimo, il contrasto all'illegalità.

AAMS segue da molto tempo con particolare attenzione l'evoluzione del gioco telematico. Già dal 2006, al fine di contrastare la potenziale irregolarità connessa alla distribuzione online non autorizzata dei giochi con vincite in denaro, l'Amministrazione ha esercitato il proprio ruolo di regolazione e controllo tramite l'inibizione dei siti di gioco privi di autorizzazione che, quindi, non offrivano alcuna possibilità di tutela dei consumatori. Un impegno fondamentale, anche in termini di comunicazione, che rappresenta una best practice europea.

L'Italia ed AAMS, infatti, hanno fatto da “apripista” nella definizione degli standard per il gioco online, e sono coinvolte nella discussione a livello comunitario, con un ruolo centrale nella stesura e condivisione del Libro verde della Commissione europea sul gioco d'azzardo online nel mercato interno. Attraverso questo strumento si intende analizzare il ruolo reale degli organismi di regolamentazione degli Stati membri dell'Unione Europea allo scopo di tutelare i consumatori dai rischi legati alla dipendenza e alle frodi, di prevenire il riciclaggio di denaro e di individuare i metodi di tutela dell'etica sportiva.

La repressione e il proibizionismo, di per sé, non sono sufficienti a contrastare efficacemente i fenomeni illegali, soprattutto nel mondo on-line e soprattutto in presenza di una forte domanda di intrattenimento che è impossibile, e forse inopportuno, cercare di sopprimere. Inoltre, non può essere sottovalutata la rilevanza del ruolo dello Stato

nel creare le condizioni per un sano sviluppo delle attività economiche, di produzione e distribuzione, che sono ormai significative in questo comparto, anche in termini di indotto e di occupazione. Proprio in tale prospettiva, in questi ultimi anni è stata avviata una profonda revisione di tutto il comparto del gioco a distanza, tanto in termini di prodotto quanto di regole generali.

Il 2011, peraltro, verrà ricordato come un anno di novità nel settore del gioco online. A marzo 2011 è stato pubblicato il bando di gara relativo sia all'integrazione delle concessioni già in vigore precedentemente sia a 200 nuove concessioni per l'esercizio del gioco a distanza, un'opportunità aperta a tutta Europa. Le nuove concessioni incrementano ulteriormente la concorrenza nel settore, con la garanzia che i nuovi operatori hanno i requisiti per rispettare la regolamentazione italiana e per tutelare i consumatori e gli interessi pubblici.

Dal punto di vista del prodotto, nel 2011 sono stati introdotti, con grande successo, il poker cash e i giochi da casinò. In tal modo, si prosegue nell'ottica di un progressivo ampliamento dell'offerta, volto a ridurre ulteriormente la distribuzione online non autorizzata dei giochi con vincite in denaro ed a introdurre strumenti di autolimitazione e autoesclusione che promuovano nei consumatori comportamenti di gioco responsabile, nonché a impedire l'accesso al gioco ai minori.

Proprio in questo contesto, la seconda edizione dell'Osservatorio Gioco Online, promosso dal Politecnico di Milano, da AAMS e da Sogei, assume un ruolo di grande rilievo. L'Amministrazione, come detto, si pone l'obiettivo di guidare l'innovazione del settore tutelando, al contempo, i consumatori e i minori. Le analisi, gli strumenti e il valore aggiunto

che l'Osservatorio può apportare consentono di conseguire proprio l'obiettivo di governare e anticipare i cambiamenti di un settore in continua evoluzione

È anche e soprattutto grazie a relazioni qualificate come questa che AAMS, perseguendo la propria mission istituzionale, potrà continuare ad assicurare trasparenza, sicurezza e legalità.



*Raffaele Ferrara*  
Direttore generale AAMS

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Raffaele Ferrara' in a cursive script.

---

## Prefazione a cura di Sogei

Il precedente Rapporto evidenziava sinteticamente, anche nel titolo, la dimensione del fenomeno del gioco online, parlando di vero e proprio boom. Da allora la crescita è aumentata su tutti i fronti, dal numero dei giocatori coinvolti, al valore della raccolta, alla rilevanza degli operatori interessati. Contestualmente, vi è stato un ampliamento dell'offerta con nuove tipologie di gioco, che hanno suscitato grande interesse nel pubblico di riferimento. Fattore determinante in questo processo evolutivo, nell'era digitale in cui viviamo, è l'ubiquità del web, quale strumento in grado di rendere fruibili a tutti e in tempo reale le risorse e i servizi disponibili in rete.

Sogei supporta AAMS nel proprio ruolo istituzionale di regolatore del comparto del gioco pubblico nel Paese. Infatti, nella veste di partner tecnologico dell'Amministrazione, oltre a fornire un contributo di alto profilo specialistico necessario alla predisposizione della normativa del settore, realizza soluzioni informatiche sempre più evolute, che hanno la finalità di consentire la gestione e il controllo dell'intero portafoglio dei giochi.

La capacità di Sogei nel corso di questi anni è stata quella di seguire l'evoluzione del mercato del gioco pubblico, mettendo a disposizione di AAMS il proprio know-how nello sviluppo di soluzioni tecnologiche atte a garantire la massima trasparenza e sicurezza del settore. L'information technology, infatti, applicata al comparto dei giochi, è uno strumento fondamentale per il contrasto all'illegalità, in quanto consente un controllo molto più capillare e tempestivo di tutti gli attori che "entrano in gioco".

Tra le principali componenti del comparto ci sono senz'altro le piattaforme di gioco gestite dagli operatori italiani ed esteri che operano sul mercato nazionale solo se connesse al sistema centrale AAMS gestito da Sogei tramite reti dedicate.

Proprio questo aspetto rende il modello italiano unico al mondo in termini architetture e tecnologici, consentendo ad AAMS di effettuare, in modo puntuale e con immediatezza, controlli sul gioco e sull'operato dei concessionari. La connessione con le piattaforme di gioco consente ai sistemi centrali di controllo realizzati da Sogei di elaborare in tempo reale le singole giocate; decine di milioni di transazioni sono controllate e validate quotidianamente.

Le informazioni viaggiano in rete in modo sicuro e sono trattate nel rispetto delle regole di sicurezza e privacy consentendo ad AAMS e agli altri Organi di vigilanza di avere pieno controllo sul mercato del gioco online.

Sogei ha inoltre realizzato nel 2011 l' "Anagrafe dei Conti di Gioco", un sistema di gestione centralizzata di tutti i conti di gioco aperti presso i concessionari autorizzati in Italia alla vendita a distanza (via internet, telefono fisso e/o mobile, tv interattiva e ogni altro canale di gioco a distanza individuato dall'Amministrazione) di giochi e scommesse. Questo servizio, attivo 24 ore su 24, 7 giorni su 7, ha l'obiettivo di gestire l'acquisizione, il controllo, la storicizzazione, il monitoraggio e le interrogazioni di tutti i conti di gioco stipulati. Ciò consente di garantire velocità e sicurezza nelle transazioni, la registrazione e la conservazione in formato elettronico dei dati anagrafici dei titolari di conto di gioco e di tutte le movimentazioni effettuate su questi ultimi. Il servizio prevede il controllo, tramite il collegamento con l'Anagrafe Tributaria, dell'identità dei titolari dei conti di gioco, bloccando i conti che risultino irregolari perché intestati a soggetti inesistenti, minorenni o deceduti.

Parallelamente, è stato messo a punto il "Cruscotto dei Conti di Gioco", sofisticato strumento di data warehousing e di business intelligence, utilizzato per il monitoraggio e l'analisi dei comportamenti legati alla diffusione e all'utilizzo dei conti di gioco, alle abitudini dei giocatori, alla gestione dei conti da parte dei concessionari, alla ripartizione geografica dei

movimenti. Il Cruscotto, servizio a disposizione delle strutture sia di vertice che operative di AAMS, costituisce, inoltre, la base informativa di riferimento per le elaborazioni statistiche che l'Osservatorio del gioco online utilizza per realizzare questo Rapporto.

La crescente domanda di mercato impone la ricerca di nuove ed efficaci soluzioni tecnologiche. Infatti, sul modello dei sistemi informativi già diffusi in campo bancario e assicurativo, Sogei è oggi impegnata nella sperimentazione e nel successivo sviluppo di soluzioni di "fraud management", mirate al contrasto del gioco illegale, del riciclaggio e delle frodi finanziarie, a tutela di tutti i soggetti che operano nel settore e a garanzia dell'Erario.

L'eccellenza raggiunta in ambito normativo e tecnologico, nel comparto del gioco pubblico, testimonia la capacità congiunta di AAMS e di Sogei di assicurare il progresso di un settore in espansione e rappresenta un'esperienza di successo della Pubblica Amministrazione italiana da riproporre a livello europeo.



*Cristiano Cannarsa*  
*Amministratore delegato Sogei*

A handwritten signature in black ink, which appears to read "Cristiano Cannarsa". The signature is fluid and cursive, written over a white background.



---

## Executive Summary

### Il mercato

La Raccolta dei giochi online con vincita in denaro in Italia<sup>1</sup> nel 2011 è stata pari a circa 10 miliardi di euro, in crescita del 104% rispetto al 2010. La Spesa dei giocatori online italiani<sup>2</sup> è stata nel 2011 pari a 735 milioni di euro ed è aumentata solo del 7% circa rispetto al 2010.

La Raccolta online raddoppia nel 2011 passando da 4,8 a 9,85 miliardi di euro. L'aumento è generato quasi esclusivamente dall'introduzione nel luglio del 2011 dei nuovi giochi (Poker cash e Casinò games), che da soli fanno registrare una Raccolta pari ad oltre 6 miliardi di euro. I giochi tradizionali (Scommesse sportive, Poker a torneo, Bingo, Scommesse ippiche e Concorsi a pronostico, ecc.), invece, segnano una diminuzione pari al 24%, passando da 4,8 a 3,6 miliardi di euro.

A fronte di questa dinamica della Raccolta, la Spesa dei giocatori online cresce nel 2011 del 7%, passando da 690 a 735 milioni di euro. La Spesa, misurando l'effettivo esborso di soldi degli italiani per il Gioco online, è il reale parametro che caratterizza il mercato. La Raccolta infatti moltiplica semplicemente questa cifra per circa 12 perché include tutti i rigiochi che vengono effettuati a seguito delle vincite<sup>3</sup>. Poker in modalità cash e Casinò games, generando nel 2011 una Spesa di 177 milioni di euro (pari al 24% del totale), ne trainano la crescita. Rispetto al 2010, la Spesa per i giochi tradizionali ha invece fatto registrare un calo del 19% riconducibile al ridimensionamento del Poker a torneo, in diminuzione del 32%, in parte cannibalizzato dal Poker in modalità cash. In calo del 2% anche le Scommesse sportive

<sup>1</sup> Somma complessiva di denaro giocata sui siti con concessione AAMS.

<sup>2</sup> Somma complessiva del fatturato degli operatori e del prelievo erariale. Corrisponde a quanto i giocatori online, nella loro totalità, spendono sui siti con concessione AAMS.

<sup>3</sup> L'impatto dei nuovi giochi, rispetto a quello dei giochi tradizionali, sulla Spesa, a parità di Raccolta, è pertanto molto più limitato. I due nuovi giochi, infatti, movimentano una quantità di denaro estremamente ingente, a fronte di un Payout (la quota parte di Raccolta restituita ai giocatori come vincita) del 97% contro 75% medio per giochi "tradizionali".

(che non hanno beneficiato nel 2011 di grandi eventi come successo nel 2010) e altri giochi tradizionali come ad esempio le Scommesse ippiche ed i Concorsi a pronostico.

L'incidenza della Raccolta dei giochi online sulla Raccolta complessiva dei giochi con vincita in denaro (online + offline), è stata pari a oltre il 12% nel 2011. Se guardiamo però alla Spesa, il canale online rappresenta solo il 4% della Spesa complessiva degli italiani per il Gioco.

La penetrazione complessiva della Raccolta online sul totale Raccolta (online + offline), pari al 12% nel 2011, è l'esito di pesi molto diversi per area geografica: al Centro e al Sud il tasso di penetrazione è superiore al 20% mentre al Nord è pari al 13%. Il tasso di penetrazione della Spesa dei giocatori online sulla Spesa complessiva dei giocatori italiani è ancora marginale (4%), soprattutto se paragonato a quello della Raccolta, che è tre volte tanto.

Nel 2011 gli introiti per lo Stato derivanti dai Giochi online sono sostanzialmente rimasti invariati rispetto al 2010 e valgono poco meno di 200 milioni di euro.

Come la Spesa, il Prelievo erariale non ha beneficiato dei tassi di crescita registrati dalla Raccolta. Il prelievo erariale addizionale generato dai nuovi giochi, pari al 20% del totale, ha poco più che compensato il calo delle entrate fiscali derivanti dai giochi tradizionali. A differenza dei giochi tradizionali, dove l'aliquota fiscale viene applicata alla Raccolta nel suo complesso, per i nuovi giochi, il sistema di tassazione prevede come base imponibile la Raccolta al netto delle Vincite, che a fronte di un Payout medio del 97% risulta marginale rispetto alla Raccolta.

Tra i mercati dell'entertainment, il Gioco online legale è, insieme ai videogames, quello

con il tasso di crescita maggiore. Tra i mercati digitali transazionali è invece l'unico che riduce la crescita rispetto all'anno precedente.

Nel tentativo di meglio comprendere le dinamiche del mercato del Gioco online abbiamo introdotto un confronto sia con i mercati dell'entertainment sia con quelli digitali transazionali. Il primo confronto conferma a pieno titolo il Gioco online come uno dei mercati dell'entertainment più interessanti nel nostro paese, con una Spesa annua di oltre 735 milioni di euro: all'incirca uguale a quella del botteghino del cinema, pari a 3 volte quella del botteghino del calcio, a quasi a 2 quella del teatro, inferiore solo a quella dei videogames, pari a poco più di un miliardo di euro. Positivo anche il raffronto sulla crescita annua, che nel 2011 è stata allineata a quella dei videogiochi ed è stata decisamente superiore a quella degli altri mercati, molti dei quali perdono terreno rispetto all'anno precedente.

Il confronto con gli altri mercati transazionali online colloca il Gioco online molto vicino al mercato dei Digital Content (acquisto online di news a pagamento, musica, video, applicazioni mobile, ecc.), che vale poco meno di 800 milioni di euro. Ancora molto lontano è invece l'eCommerce B2c, che nel 2011 ha fatto registrare un valore di oltre 8 miliardi di euro. Tra i mercati transazionali, il Gioco è l'unico ad avere ridotto la sua crescita dal 2010 al 2011, passando dal +14 al +7%. Sia l'eCommerce B2c sia il Digital Content hanno invece accelerato la propria crescita facendo registrare un +20% il primo ed un più 4% il secondo (partendo da un +15% ed un +2% rispettivamente).

Dalla sua introduzione a luglio, Il Poker cash ha generato un raccolta complessiva nel 2011 di 4,6 miliardi di euro, pari ad una spesa di circa 128 milioni di euro, cannibalizzando in parte il Poker a torneo.

Il Poker cash, dopo il boom dell'avvio – 894 milioni di euro di Raccolta nel solo mese di agosto, pari ad una Spesa di 24,1 milioni – ha fatto registrare una Raccolta ed una Spesa mensili in leggero, ma progressivo calo, arrivando ad una Raccolta di 800 milioni di euro nel mese di dicembre ed una Spesa di 22,7 milioni. Parallelamente, il Poker a torneo, che prima dell'introduzione dei giochi in modalità cash generava una Raccolta media pari a 256 milioni di euro al mese e una Spesa di 29 milioni, ha, a partire da agosto, praticamente dimezzato questi valori (Raccolta pari a 119 milioni di euro al mese e Spesa di 13 milioni), subendo un evidente effetto di cannibalizzazione da parte dei nuovi giochi. Tutto questo si è tradotto in una Spesa annua sul Poker (sia cash che a torneo) pari a 384 milioni di euro, solo 8 milioni di euro più alta di quella del 2010.

Nel 2011 i Casinò games hanno generato in poco più di 5 mesi una Raccolta pari ad oltre 1,5 miliardi di euro e hanno fatto registrare una Spesa di circa 50 milioni di euro. Interessante il trend di crescita registrato, pari mediamente al 13% mensile.

Diversamente dal Poker cash, i Casinò games crescono mese dopo mese e, partendo da una Raccolta di 223 milioni di euro nel mese di agosto, hanno superato quota 350 milioni di euro nel mese di dicembre. Questi risultati sono stati raggiunti nonostante l'assenza, tra i giochi recentemente legalizzati nel Decreto Direttoriale del 10 gennaio 2011, delle slot online, la cui introduzione darà un ulteriore forte impulso alla crescita dei Casinò games.

**Cosa succederà nel 2012? A parità di offerta di giochi rispetto al 2011, ci attendiamo una Raccolta quasi doppia ed una Spesa in aumento del 30% circa.**

Assumendo che non cambi normativamente il perimetro dei giochi erogabili (si veda a

questo riguardo il paragrafo “L’evoluzione dell’offerta”), nel 2012 ci aspettiamo una Raccolta complessiva di poco inferiore a 20 miliardi di euro e una Spesa non lontana dal miliardo. Diverse le dinamiche delle singole tipologie di gioco che porteranno a questi valori. Le Scommesse sportive, grazie ad eventi importanti come le Olimpiadi e i campionati europei di calcio, ritroveranno nel 2012 nuova linfa. I Casinò games, che hanno evidenziato un trend molto interessante negli ultimi 5 mesi dell’anno (+13% circa mese su mese), continueranno ad aumentare il loro peso – anche se il tasso di crescita andrà probabilmente smorzandosi nel corso del 2012. Proseguirà, anche se si è già attenuato, il processo di cannibalizzazione del Poker cash sul Poker a torneo. Ci attendiamo quindi un’ulteriore riduzione per il Poker a torneo e un aumento per il Poker cash. Non dovrebbe, invece, cambiare molto la Raccolta e la Spesa degli altri giochi (Bingo, Superenalotto, Win for life, Concorsi a pronostico, ecc.), anche se con dinamiche molto differenti a secondo dello specifico gioco. L’effetto complessivo di tutte queste dinamiche dovrebbe essere un aumento importante sia della Raccolta che della Spesa nel corso del 2012.

Nel report con i risultati completi della Ricerca, scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net), saranno disponibili tutti i dati di Raccolta, Spesa, Fatturato, Prelievo erariale per ciascuna tipologia di gioco e con dettaglio mensile.

## I giocatori online

In Italia sono 2,6 milioni gli utenti Internet che hanno partecipato almeno una volta online a giochi con vincita in denaro (di seguito giocatori online). Sono però molto meno i giocatori che mediamente giocano in un mese: circa 800.000.

Un utente Internet maggiorenne su 10 ha giocato online almeno una volta dall'autunno 2008, anno del debutto online dei giochi online regolamentati da AAMS, per un totale di 2,6 milioni di giocatori. Gli utenti unici che mediamente giocano in un mese sono, nella seconda metà del 2011, poco meno di 800.000. Ciascuno di questi movimentati all'interno del mese sostanzialmente 1 conto, sfatando così in parte il mito dell'esistenza di un numero significativo di giocatori attivi contemporaneamente su più conti gioco. Se invece si considera il numero totale di conti di gioco attivati da tutti coloro che abbiano mai giocato online – pari a 4,6 milioni – si evince che mediamente ciascun giocatore si è rivolto a due operatori.

**Uomo, residente al Centro-Sud, con un'età compresa tra i 25 e i 44 anni. Ecco l'identikit del giocatore online italiano.**

Come forse era lecito attendersi, l'86% dei giocatori online sono uomini. La quota ridotta di donne identifica un potenziale di crescita significativo di quei giochi più adatti ad un pubblico femminile (come ad esempio il Bingo) attualmente poco sviluppati. I giocatori online italiani si concentrano maggiormente nelle fasce d'età tra i 25 ed i 34 anni (32%) e tra i 35 ed i 44 anni (27%), che insieme rappresentano quasi il 60% dei giocatori online nel nostro Paese. Quasi il 50% dei giocatori online è residente al Sud Italia (Isole comprese) e, se a questi aggiungiamo quelli residenti al Centro, arriviamo al 70%. Nonostante la rilevanza del Nord Italia in termini di popolazione assoluta (46%), i giocatori online residenti in quest'area geografica sono solo il 30% del totale.

Dal confronto tra giocatori online e utenti Internet emerge che il 16% degli utenti Internet italiani uomini e maggiorenni ha giocato almeno una volta online e se consideriamo solo quelli residenti nel sud Italia la percentuale sale al 25%.

**I due terzi dei giocatori online attivi in un dato mese spendono meno di 50 euro, pari al costo di una serata a teatro o di una pizza per due persone.**

La larga parte dei giocatori online attivi in uno specifico mese fa registrare una Spesa contenuta. Più nel dettaglio: il 39% spende molto poco, meno di 25 euro; il 14% spende tra i 25 ed i 50 euro; il 35% spende più di 50 euro. Si noti che il 13% chiude il mese facendo registrare una vincita. Il 65% dei giocatori online spende quindi al massimo 50 euro al mese. Se si considerano invece i giocatori online attivi almeno una volta negli ultimi sei mesi, ciascuno di questi ha mediamente speso 46 euro al mese. Non tutti i giocatori, infatti, sono attivi con continuità. La discontinuità, unitamente con i livelli di Spesa contenuti, testimoniano come il gioco online sia vissuto dalla maggior parte degli utenti come un fenomeno di puro intrattenimento.

**I due terzi dei quasi 800.000 giocatori online unici mensili si dedicano ad un'unica tipologia di gioco, scegliendo tra Skill&Casinò Games, Scommesse sportive, Bingo, ecc. Il 25% preferisce variare tra due tipologie di gioco e solo l'8% tra tre.**

Il 67% dei giocatori online mensili è focalizzato su un'unica tipologia di gioco. Di questi, oltre la metà si dedica agli Skill&Casinò Games (Poker a torneo e/o Poker cash e/o Casinò games) e un terzo alle Scommesse sportive. Al 25% dei giocatori a cui piace variare tra due tipologie di gioco, poco più del 60% circa si dedica a Skill Games e Scommesse sportive ed il 22% a Skill Games e Bingo. Solo una quota ampiamente inferiore all'1% copre tutte e quattro le tipologie di gioco.

Nel report con i risultati completi della Ricerca, scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net), saranno disponibili tutti i dati sui giocatori (identikit del giocatore per tipologia di gioco, ripartizione

di Raccolta, Spesa e Bilancio per ciascuna tipologia di gioco e, contemporaneamente, per variabili socio demografiche).

## **L'offerta**

**Il mercato del gioco online è piuttosto concentrato con i primi 10 degli oltre 270 operatori attivi in Italia che generano i tre quarti del fatturato complessivo.**

Tra i primi 10 operatori, che generano il 75% del Fatturato complessivo del settore, 7 sono italiani e 3 stranieri. 9 operatori su 10 propongono un'offerta di giochi completa, composta almeno dalle prime 5 tipologie di gioco (Scommesse sportive, Poker a torneo, Poker cash, Casinò games e Bingo). 7 sono multi-canale, cioè detengono anche punti di vendita sul territorio mentre 3 sono pure player, cioè basati solo sui canali digitali.

**L'analisi degli operatori di gioco ha messo in evidenza due cluster strategici: quello degli operatori maggiormente focalizzati su una tipologia di gioco e quello degli operatori più diversificati.**

Con l'obiettivo di analizzare i diversi approcci strategici degli operatori del gioco online, abbiamo provato a raggruppare gli operatori sulla base del peso che i diversi giochi hanno sul proprio fatturato. Emergono sostanzialmente due cluster:

- il cluster degli operatori che puntano principalmente su una specifica tipologia di gioco e che generano oltre il 50% del proprio fatturato esclusivamente su tale gioco, indipendentemente dal numero di giochi offerti. Questo cluster include quasi il 90% degli operatori

- 242 per la precisione – e genera il 37% della spesa complessiva;
- il cluster degli operatori – 32 in tutto – che hanno un’offerta più diversificata, con un fatturato più distribuito tra diverse tipologie di gioco (a cui fa capo il 63% della spesa complessiva).

Nel report con i risultati completi della Ricerca, scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net), saranno disponibili più nel dettaglio tutti i principali cluster strategici in cui è possibile dividere l’offerta.

## L’evoluzione dell’offerta

**L’integrazione delle vecchie concessioni ha consentito agli operatori già presenti in Italia di estendere la propria offerta ai nuovi giochi. Delle 200 nuove concessioni emesse a marzo 2011, solo 36 sono state assegnate. Di queste solo 4 sono già attive.**

A marzo 2011 è stato pubblicato il bando di gara relativo sia all’integrazione delle concessioni già in vigore precedentemente sia a 200 nuove concessioni per l’esercizio del gioco a distanza. Alla “Procedura di integrazione della convenzione di concessione per l’esercizio a distanza dei giochi pubblici” hanno partecipato i soggetti già titolari di concessione che hanno potuto presentare domanda per l’acquisizione di licenze anche per l’esercizio di nuovi giochi a distanza, a integrazione delle concessioni già possedute. Il 30 dicembre 2011 è scaduto il termine per la presentazione delle domande per 200 ulteriori concessioni destinate a nuovi operatori di gioco italiani e stranieri. La concessione ha per oggetto l’esercizio della raccolta dei giochi già attivi oltre ai giochi in via di regolamentazione ed attivazione (Scommesse virtuali e

Betting exchange). Delle 200 concessioni solo 36 sono state assegnate ad altrettanti operatori. Di questi, 17 sono concessionari internazionali, tra cui si distinguono i più noti operatori del settore del gioco come, ad esempio, Bet at Home, Betsson, Interwetten, Leisure Spin, Paddy Power e William Hill. La rinnovata attenzione internazionale nei confronti del nostro paese è legata principalmente al lancio di Poker cash e Casinò games, che ha significativamente aumentato l'attrattività del mercato italiano ed è stata interpretata dagli operatori esteri come segnale di stabilità normativa nei prossimi anni in relazione al gioco a distanza. Tra i nuovi 19 concessionari italiani, invece, è interessante notare l'ingresso di player provenienti da settori molto eterogenei, come l'editoria, il mobile, le new slot/casinò. Tra i nuovi operatori con concessione, solamente 4 sono ad oggi attivi online con un'offerta di gioco (Mondadori, Neomobile, Tombola International e William Hill).

**Betting exchange, Scommesse virtuali e slot dovrebbero ampliare l'offerta dei giochi online in Italia. C'è però incertezza sui tempi di introduzione.**

A gennaio 2012, l'Italia ha notificato alla Commissione Europea i decreti direttoriali e le bozze di regolamentazione relative sia al Betting exchange, ovvero lo scambio di puntate tra utenti, sia alle Scommesse virtuali, basate su eventi sportivi generati da calcolatori elettronici. Al momento, però, non ci sono indicazioni precise sulle tempistiche di introduzione. Dalle nuove modalità per scommettere online ci si aspetta un impatto non certo dirompente come stato nel caso del Poker in modalità cash e dei Casinò games, ma è opportuno fare una distinzione. Più nello specifico, le Scommesse virtuali avranno probabilmente un impatto marginale, mentre per il Betting exchange è lecito attendersi dei risultati più significativi come mostrato dall'esperienza di alcuni paesi in cui questa tipologia di betting arriva a pesare fino al 20% delle scommesse online. Il leader a livello

internazionale, Betfair, grazie all'esperienza, agli asset tecnologici, e soprattutto alla massa critica di utenti (in grado di aumentare significativamente le probabilità di incontro tra domanda ed offerta) già conseguita, potrà giocare la propria partita anche in Italia, dove possiede la concessione da tempo.

Dalle slot online ci si aspetta un contributo significativo per la crescita dei Casinò games, vista l'esperienza di alcuni mercati internazionali dove questa tipologie di gioco ha un peso significativo.

## **Le evoluzioni normative**

**Il 2011 ha visto l'introduzione di nuove norme tecniche volte ad aumentare ulteriormente la sicurezza per i giocatori e ad incrementare il controllo del settore da parte dello Stato.**

Con l'attuazione della Legge Comunitaria 2008 e la pubblicazione del decreto per la disciplina dei giochi di abilità e di sorte, il concessionario è obbligato a mettere a disposizione del giocatore strumenti di autolimitazione (impostazione obbligatoria e autonoma dei limiti di gioco entro i quali il giocatore vuole restare) e autoesclusione (impostazione di un determinato periodo di tempo nel quale l'utente decide di non giocare) dal gioco. L'attivazione degli strumenti di autolimitazione e di autoesclusione da parte del giocatore è obbligatoria, pena l'impossibilità di accedere all'area di gioco. Tutti questi strumenti, esclusivi dell'online, sono rappresentativi di una volontà ferma da parte di AAMS di rendere il gioco una forma di intrattenimento puro, cercando di limitare al massimo tutti gli aspetti negativi che dal gioco potrebbero conseguire.

A livello europeo è stato finalmente avviato il dibattito politico attorno al settore del Gioco online con la pubblicazione del “Libro Verde della Commissione Europea sul gioco d’azzardo online nel mercato interno” di marzo 2011.

La regolamentazione del Gioco Online in Europa è diversa da paese a paese e comprende mercati nazionali molto liberali (ad esempio il Regno Unito), mercati regolati (ad esempio Francia e Italia), ma anche stati in cui il Gioco Online è del tutto proibito (ad esempio Grecia e Ungheria). L’assenza di regole europee specifiche sul gioco online ha generato un elevato numero di procedimenti giudiziari presso la Corte di Giustizia Europea per verificare la compatibilità tra i quadri normativi nazionali sul gioco e l’articolo 49 del Trattato Europeo sulla libera circolazione di merci e servizi. Nel giugno 2010, la Corte di Giustizia Europea ha stabilito che i paesi membri possono limitare o vietare il Gioco Online se il loro obiettivo è combattere i pericoli ad esso connesso (dipendenza, frodi ecc.). In questo quadro, si è concretizzata a novembre 2011 la pubblicazione del “Libro Verde della Commissione Europea sul gioco d’azzardo online” che ha finalmente avviato il dibattito politico per porre le basi di un mercato europeo del Gioco Online sicuro. La Commissione ha individuato tre obiettivi di interesse pubblico per gli Stati membri in termini di politica nazionale in materia di gioco d’azzardo:

- la tutela dei consumatori dalla ludopatia da perseguire attraverso strumenti quali i limiti di età, il divieto del ricorso al credito e le restrizioni di specifiche forme di gioco d’azzardo.
- la lotta alle frodi, alla corruzione sportiva e al riciclaggio di denaro da perseguire attraverso la diligenza nei confronti dei consumatori, la verifica dei trasferimenti di denaro e i controlli operativi;
- il finanziamento di attività d’interesse pubblico attraverso la distribuzione dei proventi del gioco d’azzardo.

In relazione a questi aspetti alla base del Libro Verde, la Commissione europea nei prossimi mesi metterà a punto un piano di azione secondo cui che nei prossimi due anni verranno definiti i primi standard comunitari riguardanti molto probabilmente gli ambiti della pubblicità e del marketing, della tutela dei consumatori e della collaborazione formale tra gli enti regolatori nazionali.

## **Le evoluzioni nell'uso dei nuovi canali: Social Network, Smartphone, Tablet e Connected Tv**

In questa edizione dell'Osservatorio abbiamo censito la presenza dei primi 69 operatori (che insieme rappresentano oltre il 95% del mercato) sui nuovi canali, ovvero Social Network, Smartphone, Tablet e Connected Tv. Vediamo nel dettaglio i principali risultati.

**L'approccio degli operatori di gioco al Social Network è diffuso, ma ad oggi ancora poco convinto.**

Dei 69 operatori censiti a febbraio 2012, 57 sono presenti sui principali Social Network (Facebook, Twitter, LinkedIn e Google+), in crescita del 128% rispetto ad un anno fa, in cui erano solamente 25. 30 operatori sono attivi sia su Facebook che su Twitter. Su Facebook sono state identificate e censite quasi 200 pagine, di cui il 56% circa sono però inattive (ovvero non aggiornate da oltre 1 mese) e solo il 12% hanno un numero di fan maggiore di 2.000, a testimonianza di come la presenza di alcuni operatori sia piuttosto velleitaria e più per emulazione che per reale convinzione nelle potenzialità del canale social. 37 i profili identificati su Twitter, molti dei quali (40%) sono però anche in questo caso inattivi e solo

il 5% con più di 500 follower. La grande maggioranza delle pagine o dei profili sono di tipo aziendale, mentre solo una pagina/profilo su 10 ha come filo conduttore uno specifico gioco. Attraverso i Social Network gli operatori puntano a promuovere il brand, ad ingaggiare nuovi clienti (ad esempio proponendo dei bonus extra se si apre un conto a partire dalla pagina Facebook oppure facendo provare dei giochi nella cosiddetta modalità “for fun” senza vincita), a sviluppare la community offrendo contenuti esclusivi (video, interviste, ecc.) e stimolando l’interazione tra gli utenti (ad esempio dando l’opportunità di commentare alcune giocate nell’ambito del Poker). In alcuni casi, come ad esempio per Poker club – Sicuro è Lottomatica!, Sisal Casino, la presenza sui social è volta a dare maggiore sicurezza ai giocatori che a fronte di un problema o di un’incomprensione ricevono immediatamente una risposta da un operatore.

Ad oggi la presenza sul canale social, al di là di alcune eccezioni, non sembrerebbe essere un elemento particolarmente significativo per gli operatori del gioco online in Italia. Come cambierà questa attitudine nel futuro? Se da un lato i Social Network difficilmente potranno essere sfruttati direttamente come canali di gioco, per via delle norme restrittive che regolano il settore, dall’altro il valore del canale social nell’innescare e mantenere la relazione con il cliente è ormai provato. Per raggiungere l’obiettivo, però non serve una presenza velleitaria sul canale, ma dei progetti studiati ad hoc atti a sfruttarne appieno le potenzialità. Quei pochi operatori che già oggi hanno interpretato nel modo giusto e con iniziative ad hoc il canale, stanno lentamente “facendo scuola” e riteniamo che nel prossimo futuro quello social sarà un canale imprescindibile.

**Sono diversi gli operatori del Gioco online che stanno sperimentando il canale Smartphone. Il mercato è ancora limitato, ma dimostra potenzialità significative.**

18 tra i 69 operatori censiti hanno attivato almeno un'iniziativa per Smartphone (Mobile site o Application). Più nel dettaglio in 8 hanno approcciato il canale attraverso un Mobile site, in 6 esclusivamente attraverso il paradigma dell'Applicazione e in 4 con un approccio più completo implementando sia un Mobile site che almeno un'Applicazione.

19 le Applicazioni complessivamente censite (in media quasi due per operatore), tutte scaricabili gratuitamente, di cui 17 prodotte nella versione iOS per iPhone, 7 per Android e 5 nella versione iOS per iPad. Un terzo delle Applicazioni consente la registrazione al servizio di gioco direttamente dalla piattaforma mobile e circa la metà sono Applicazioni Real Money (ovvero consentono di giocare con denaro). Dei 10 Mobile site censiti, 6 consentono la registrazione del giocatore e 9 permettono di giocare a soldi online.

La quota di mercato dello Smartphone, misurata come percentuale della Spesa dei giocatori italiani generata su questo canale, è oggi ancora marginale e valutabile nell'intorno dell'1%. Due le considerazioni rispetto a questo valore:

- la prima è che lo Smartphone ha indubbiamente delle potenzialità molto significative ancora inesprese. La fruizione dell'offerta di gioco attraverso questo canale può rappresentare un'estensione dell'esperienza sul Web. Tra i giochi con le potenzialità più elevate ci sono sia le scommesse, soprattutto quelle "live", per cui lo Smartphone può rappresentare addirittura un canale preferenziale e più adatto rispetto al Web via pc (nella scommessa live, l'istante in cui la giocata viene effettuata conta significativamente), sia tutti quei giochi con una fruizione semplice (come ad esempio molti dei Casinò games) per cui le caratteristiche del dispositivo mobile garantiscono un'elevata user experience;
- la seconda è che lo Smartphone non deve essere considerato puramente come un canale di generazione di fatturato, ma anche come un canale di supporto all'engagement del

giocatore sia prima della sua registrazione (ad esempio mediante la promozione di brand e offerta) che durante le sue esperienze di gioco (ad esempio attraverso funzionalità di assistenza al cliente), in una logica integrata di CRM.

**Le Connected Tv stanno cambiando il concetto di televisore, aprendo delle opportunità anche agli operatori del Gioco online.**

Il fenomeno delle Connected Tv – cioè delle televisioni che consentono di accedere a contenuti e servizi presenti su Internet – si sta sviluppando lungo tre direzioni differenti. La prima è la diffusione dei televisori che hanno intrinsecamente la capacità di connettersi ad Internet e di fruire di contenuti tramite widget. La seconda consiste nell'introduzione sul mercato di diversi decoder in grado di collegare la Tv ad Internet (ad esempio, Cubovision di Telecom Italia e Apple Tv). La terza è l'utilizzo di altri device, quali console di gioco, lettori blue ray, ecc., per collegare il televisore al mondo Internet. Anche se le Connected Tv si stanno diffondendo bene in Italia, il loro reale utilizzo è ancora estremamente limitato a causa anche di problematiche legate alla loro usabilità (ad esempio, la facilità di connessione, la banda disponibile, la navigazione tramite telecomando, ecc.).

Anche se, quindi, per ora questo mercato è ancora embrionale, riteniamo che le Connected Tv possano in futuro offrire opportunità interessanti per gli operatori del Gioco Online. Ad oggi sono veramente poche le sperimentazioni in questa direzione. Segnaliamo la strategia di Intralot, che a maggio dello scorso anno ha lanciato sulla piattaforma Cubovision un'applicazione che permette agli utenti che già posseggono un conto di gioco di accedere al catalogo delle Scommesse sportive, effettuare le giocate e convalidarle attraverso l'inserimento del proprio codice PIN personale. Inoltre, Cogetech – Iziplay ha presentato a fine 2011 una nuova Applicazione dedicata alle Scommesse sportive per Connected Tv, per la quale si attende nei prossimi mesi il lancio sul mercato.

Anche se non strettamente relativa al mondo delle Connected Tv ma a quello più in generale delle televisioni, segnaliamo l'esperienza di Winga TV il canale televisivo tematico dedicato al gioco della roulette, in onda sul canale 63 del digitale terrestre. Gli utenti che già possiedono un conto di gioco Winga possono effettuare giocate attraverso PC, tablet e smartphone puntando sui risultati del Roulette Show in onda in quel momento in Tv, ricreando nel salotto di casa l'esperienza delle sale da gioco. Il palinsesto è composto da programmi in diretta che sfruttano sia le estrazioni di roulette automatiche sia reali croupier che si alternano dagli studi di Winga TV, mentre da casa i telespettatori effettuano le loro puntate. Si tratta quindi di un'iniziativa volta sia a promuovere il brand sia a migliorare l'esperienza online di gioco degli utenti.

Nel report con i risultati completi della Ricerca, scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net), saranno disponibili tutti i risultati dei censimenti condotti sui canali Social Network, Smartphone, Tablet e Connected Tv.



*Andrea Rangone*

A handwritten signature in black ink that reads "Andrea Rangone".



*Riccardo Mangiaracina*

A handwritten signature in black ink that reads "Riccardo Mangiaracina".





Osservatorio Gioco Online

**Il Gioco Online in Italia:  
aumenta l'offerta, si trasforma la domanda**

**Presentazione dei risultati  
della Ricerca – Alcuni lucidi**

**Andrea Rangone  
Riccardo Mangiaracina**  
*School of Management*

**School of Management**  
POLITECNICO DI MILANO  
DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE  
MIP  
ams  
sogei

**OSSERVATORI.NET**  
ICT & Management  
www.osservatori.net

# Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

## Osservatorio Gioco Online 2012

6 marzo 2012

**IN COLLABORAZIONE CON**  
agipro  
MAG  
CONSIGLIERI ASSOCIATI

**PARTNER**  
bwin  
sia  
The network of excellence  
Sisal.it

CO  
GE  
TECH  
IZI  
play  
LOTTOMATICA  
SNAI

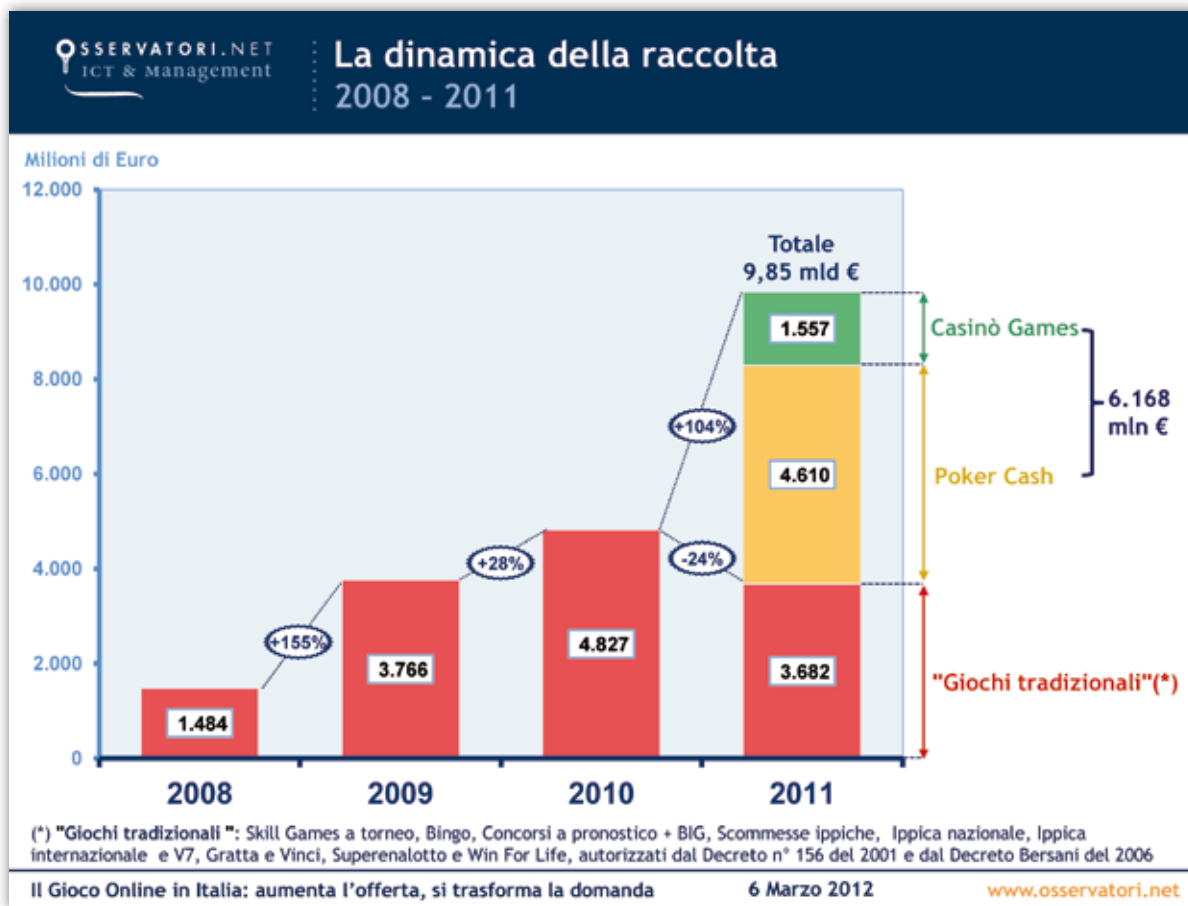
gamenet  
CASINO  
PLANET  
sportradar  
Driven by facts!

gioco digitale  
PokerStars.it  
WINGA

**SPONSOR**  
GAMING.it  
play  
100

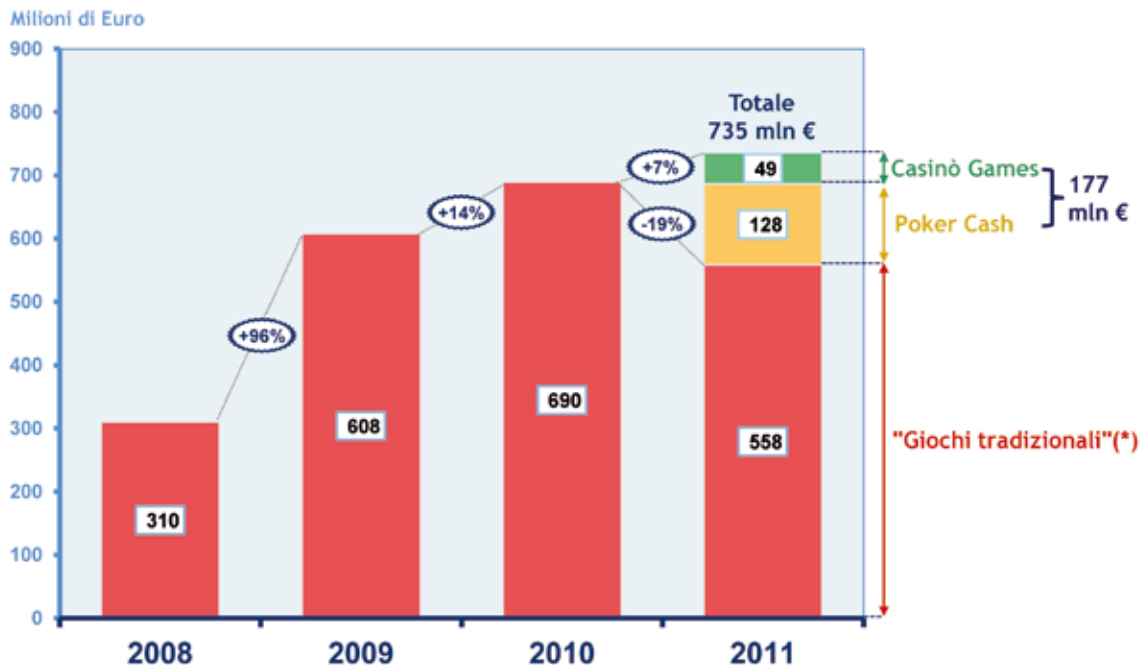
Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

- Il mercato del Gioco Online**
- I Giocatori Online**
- L'offerta**



Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## La dinamica della spesa 2008 - 2011

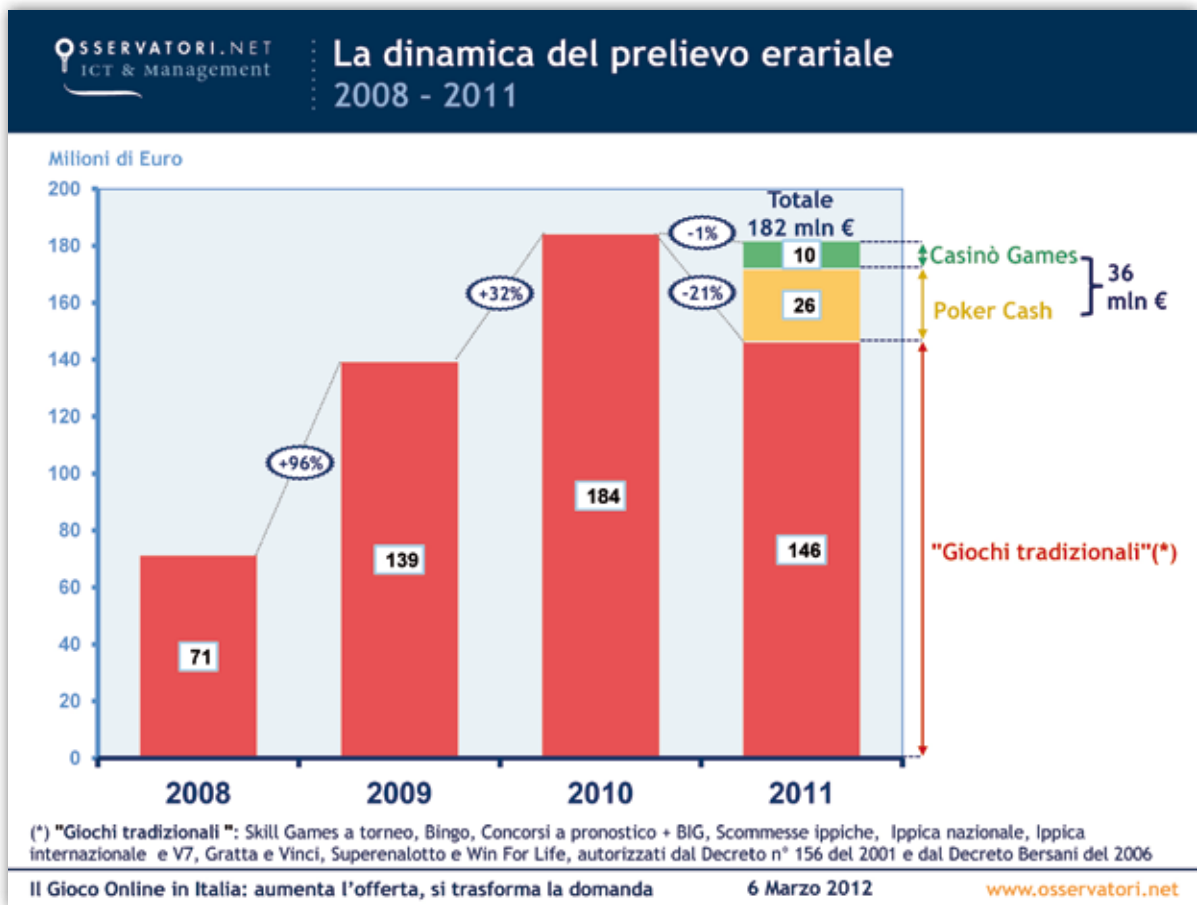


(\*) "Giochi tradizionali": Skill Games a torneo, Bingo, Concorsi a pronostico + BIG, Scommesse ippiche, Ippica nazionale, Ippica internazionale e V7, Gratta e Vinci, Superenalotto e Win For Life, autorizzati dal Decreto n° 156 del 2001 e dal Decreto Bersani del 2006

Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

6 Marzo 2012

[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)



Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## Il Gioco Online vs altri mercati dell'entertainment nel 2011



\* Spesa totale dei giocatori = fatturato degli operatori + prelievo erariale

Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

6 Marzo 2012

[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)



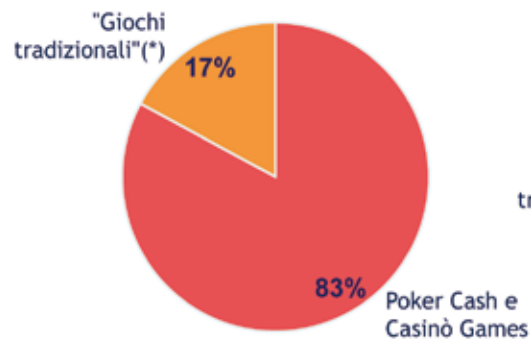
Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## L'incidenza dei Nuovi Giochi sul Gioco Online

### Dicembre 2011

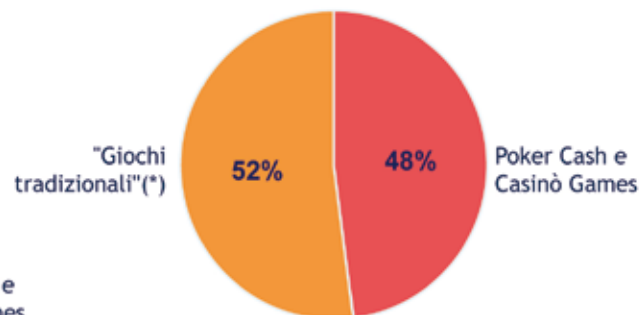
### Raccolta

1,4 mld €



### Spesa

70 mln €

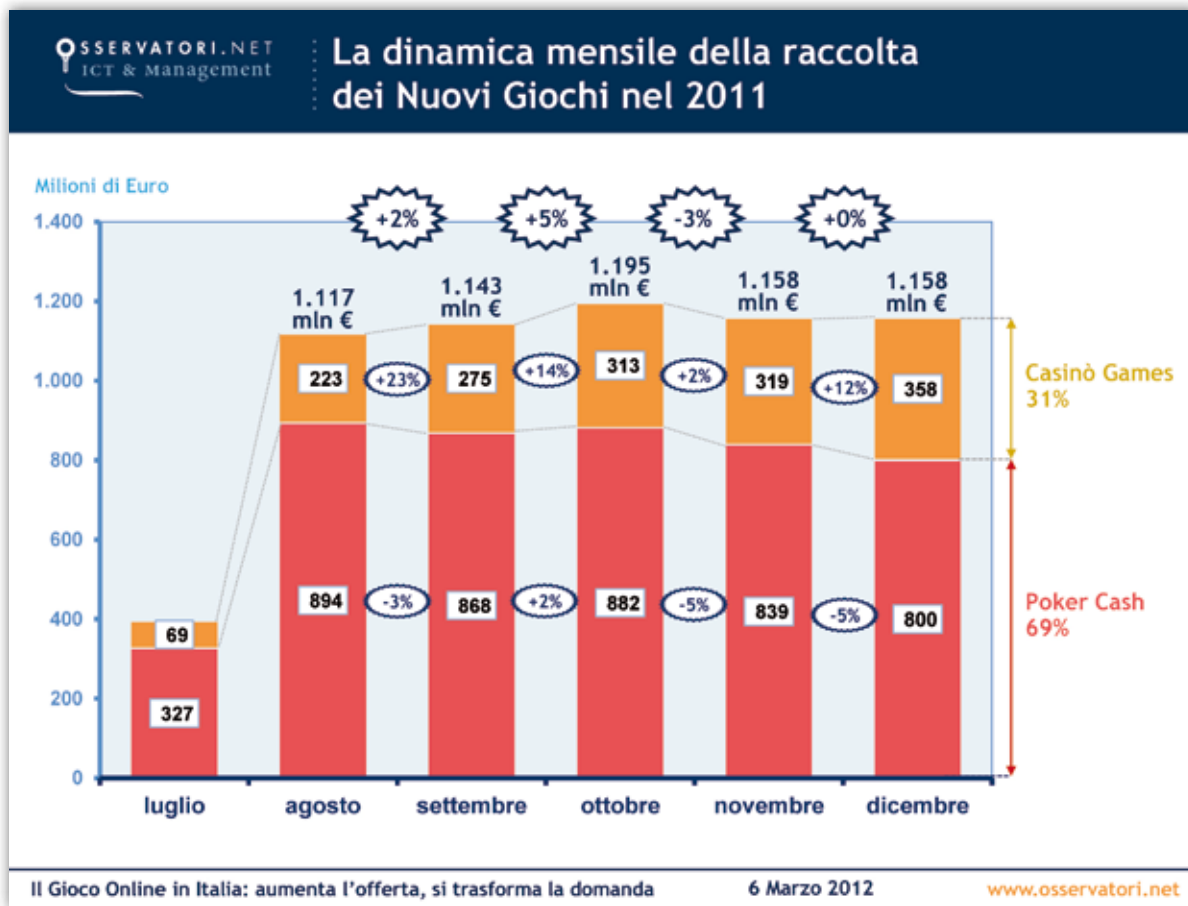


(\*) "Giochi tradizionali": Skill Games a torneo, Bingo, Concorsi a pronostico + BIG, Scommesse ippiche, Ippica nazionale, Ippica internazionale e V7, Gratta e Vinci, Superenalotto e Win For Life, autorizzati dal Decreto n° 156 del 2001 e dal Decreto Bersani del 2006

Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

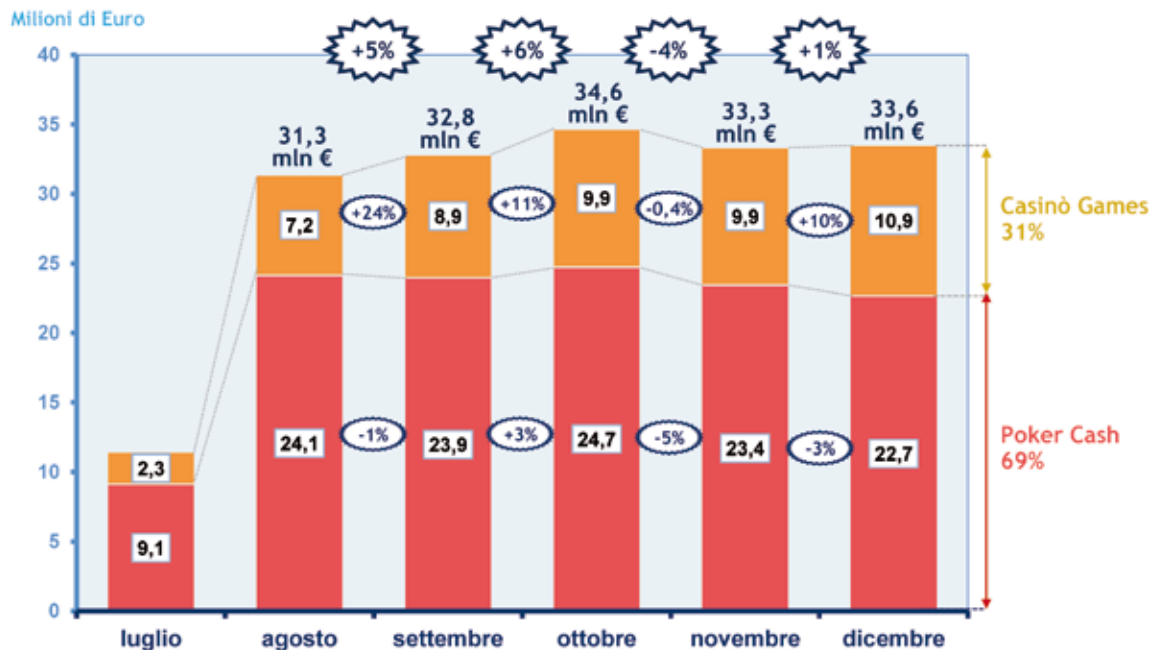
6 Marzo 2012

[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)



Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## La dinamica mensile della spesa dei Nuovi Giochi nel 2011



Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

6 Marzo 2012

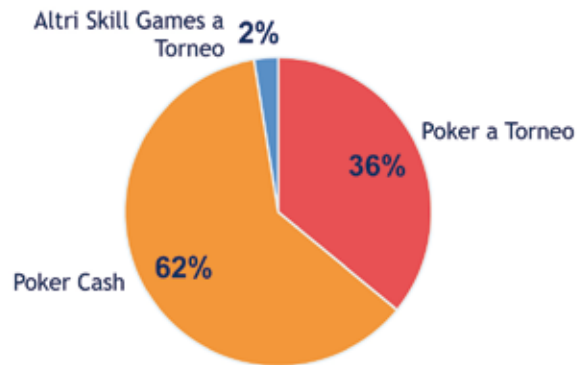
[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## L'incidenza del Poker sugli Skill Games Dicembre 2011

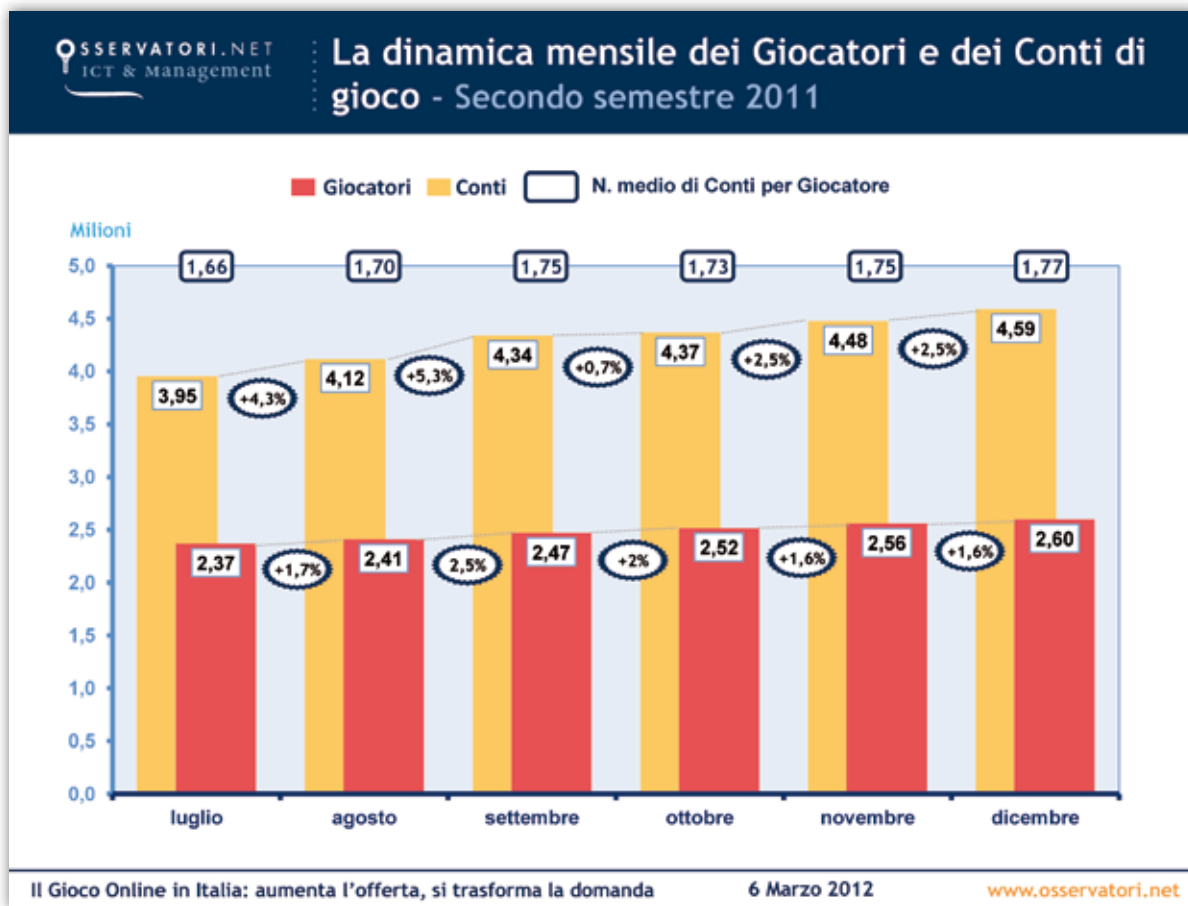
### Raccolta 923 mln €



### Spesa 37 mln €



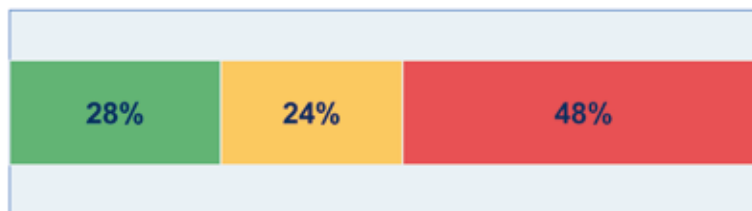
- ❑ Il mercato del Gioco Online
- ❑ I Giocatori Online
- ❑ L'offerta



Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## La classificazione dei Giocatori

■ Giocanti ■ Silenti ■ Dormienti



Base: 2,5 milioni di giocatori  
valore medio mensile nel secondo semestre 2011

### Giocanti

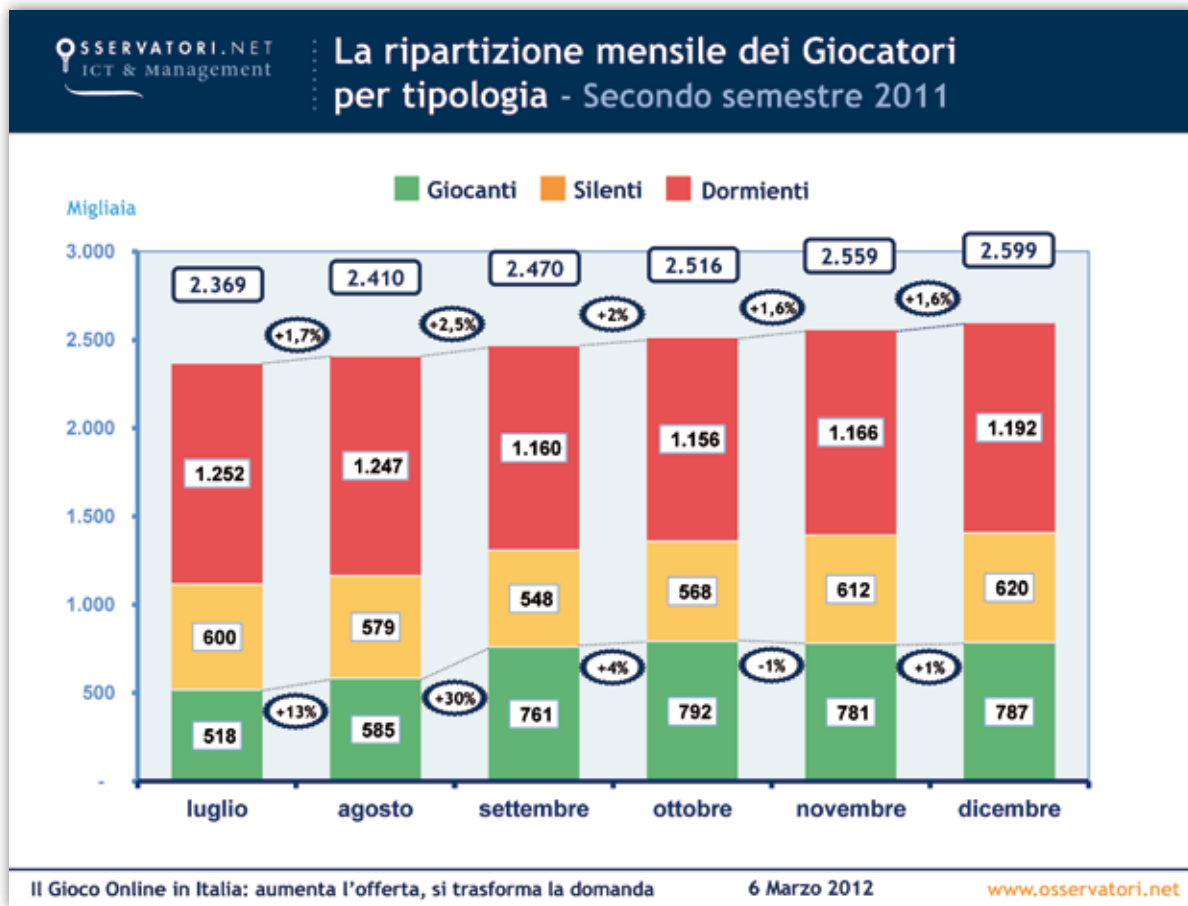
Giocatori che hanno movimentato almeno un conto di gioco nel mese di riferimento

### Silenti

Giocatori che non hanno movimentato conti di gioco nel mese di riferimento, ma che hanno movimentato almeno un conto di gioco durante **gli ultimi 5 mesi**

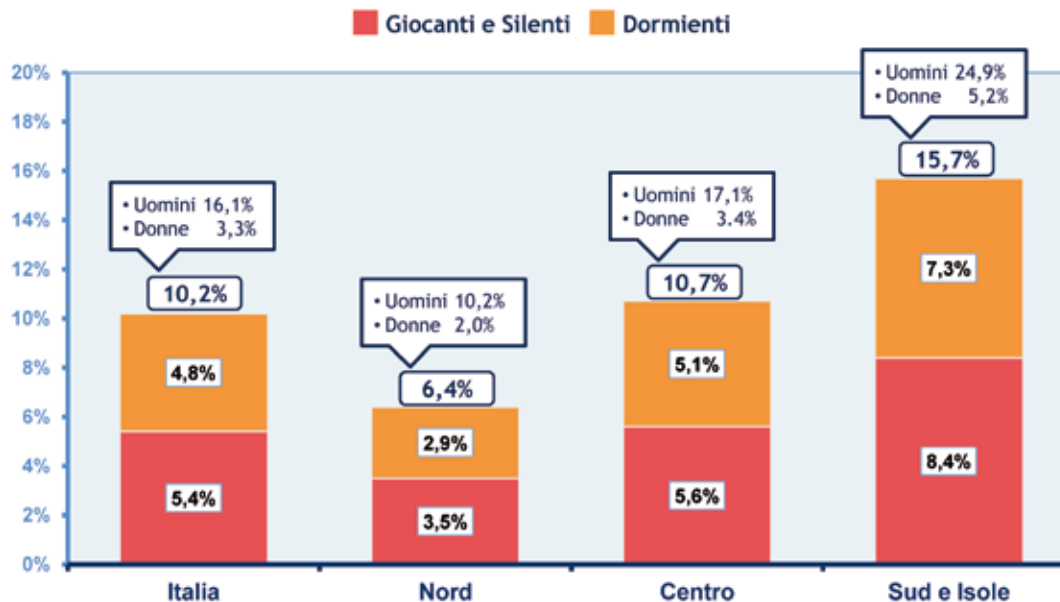
### Dormienti

Giocatori che non movimentano conti di gioco **da 6 mesi o più**



Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## Il tasso di penetrazione dei Giocatori rispetto agli utenti internet maggiorenni - Dicembre 2011



Utenti internet maggiorenni pari a 24.5 milioni di persone - Istat 2010

Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

6 Marzo 2012

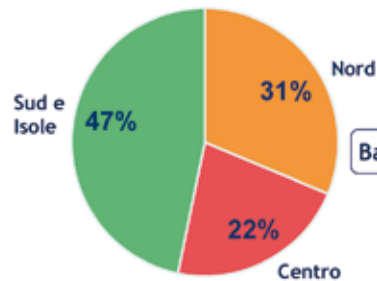
[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

Le riprese dell'evento sono disponibili in video on demand su [www.osservatori.tv](http://www.osservatori.tv)

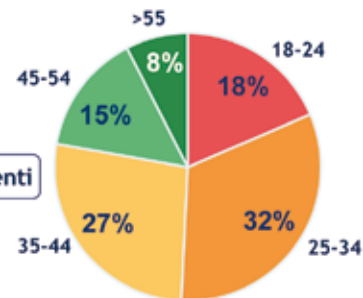
Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda  
Copyright © Politecnico di Milano | Dipartimento di Ingegneria Gestionale

## La ripartizione dei Giocatori per variabili socio-demografiche - Dicembre 2011

### Area geografica

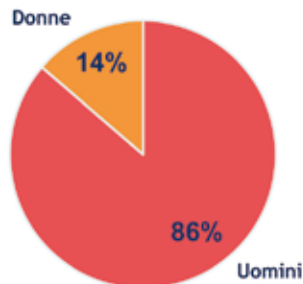


### Fasce d'età



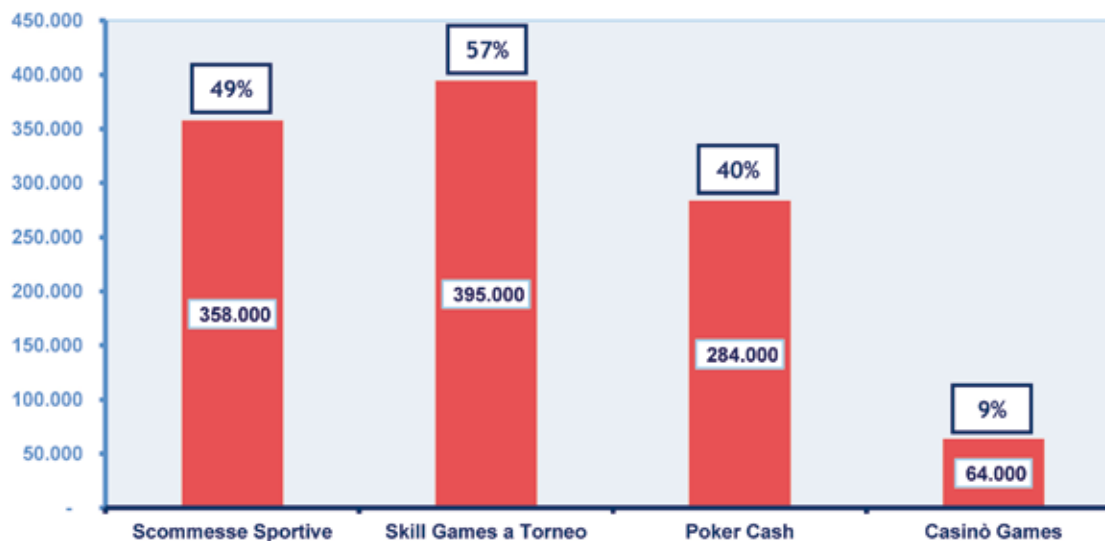
Base: 1,4 milioni di giocatori attivi + silenti

### Sesso

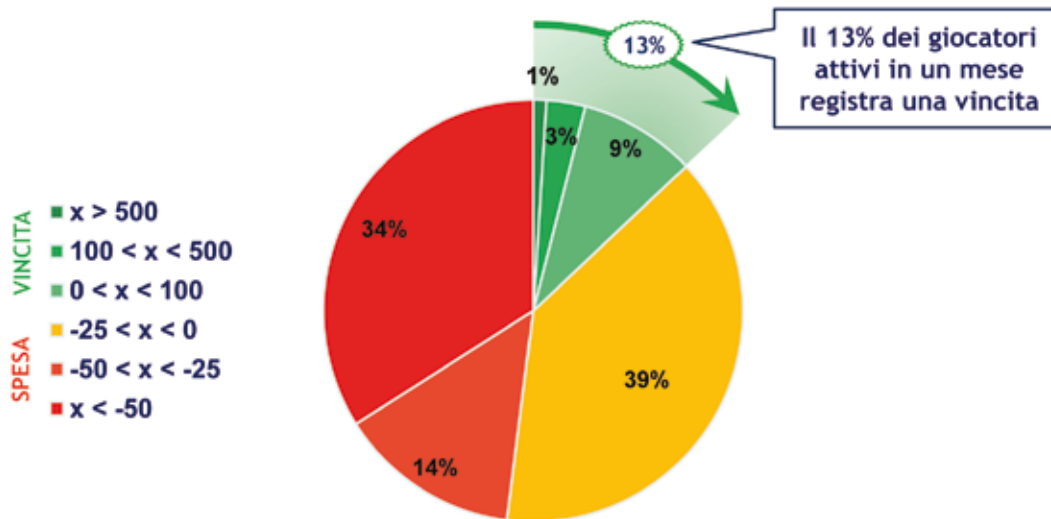


## La ripartizione dei Giocatori attivi per tipologia di gioco

Base: 704 mila Giocatori attivi  
Valore medio mensile nel secondo semestre 2011

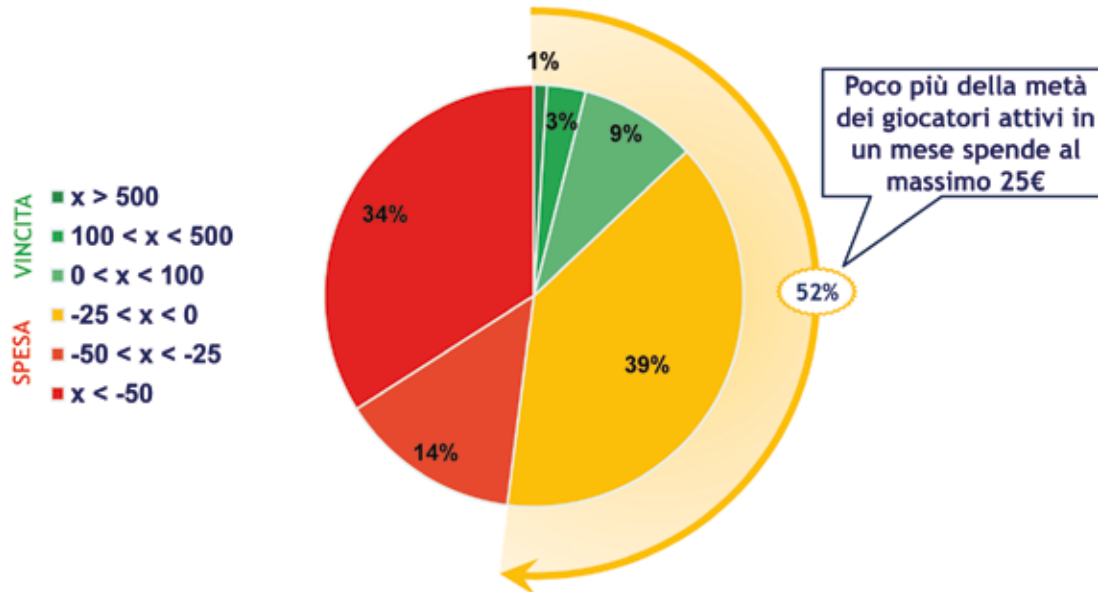


## La ripartizione dei Giocatori attivi per fasce di vincita e di spesa (1/3)



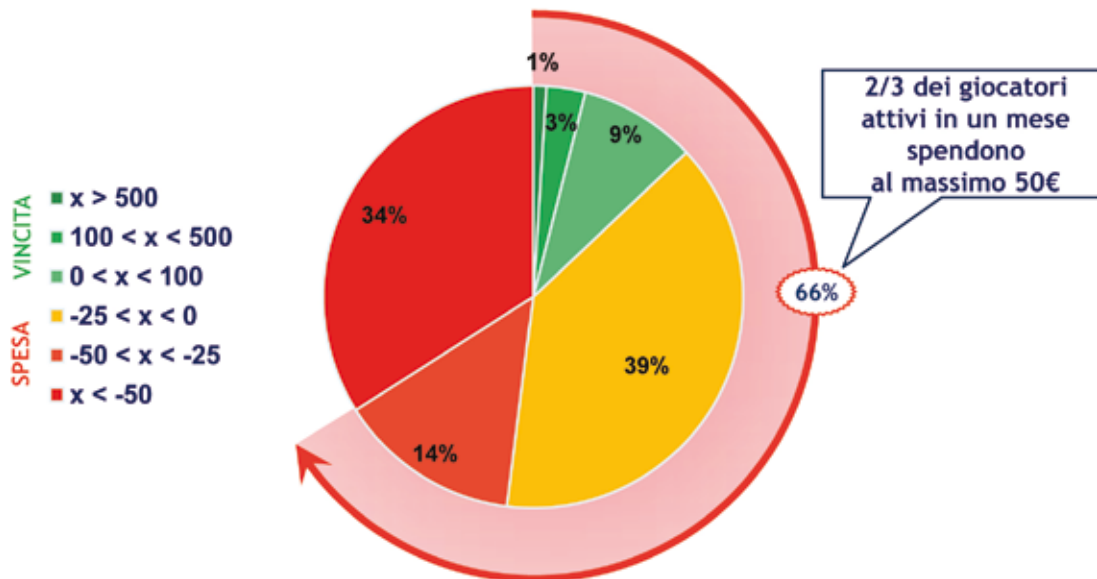
Base: 704.000 Giocatori attivi  
Valore medio mensile nel secondo semestre 2011

## La ripartizione dei Giocatori attivi per fasce di vincita e di spesa (2/3)



Base: 704.000 Giocatori attivi  
Valore medio mensile nel secondo semestre 2011

## La ripartizione dei Giocatori attivi per fasce di vincita e di spesa (3/3)

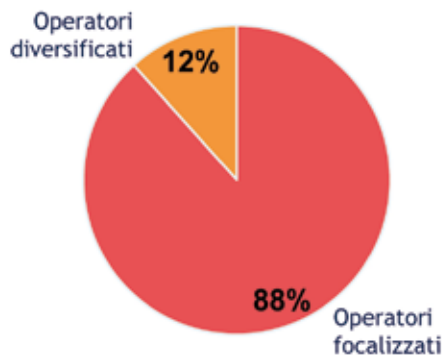


Base: 704.000 Giocatori attivi  
Valore medio mensile nel secondo semestre 2011

- Il mercato del Gioco Online
- I Giocatori Online
- L'offerta

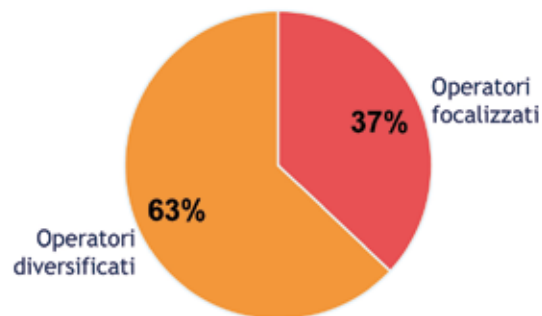
### Numerosità

274 operatori



### Spesa

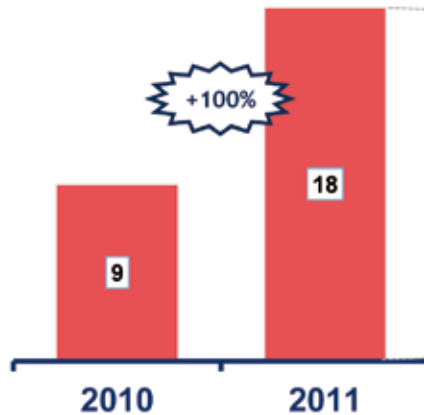
735 milioni



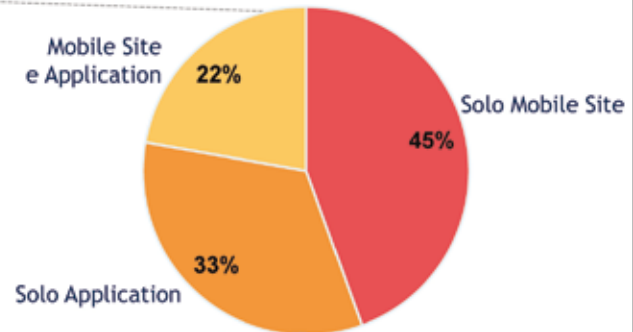
**Operatori focalizzati:** operatori per cui più del 50% del fatturato proviene da un'unica tipologia di gioco  
**Operatori diversificati:** operatori con un fatturato distribuito su più tipologie di gioco

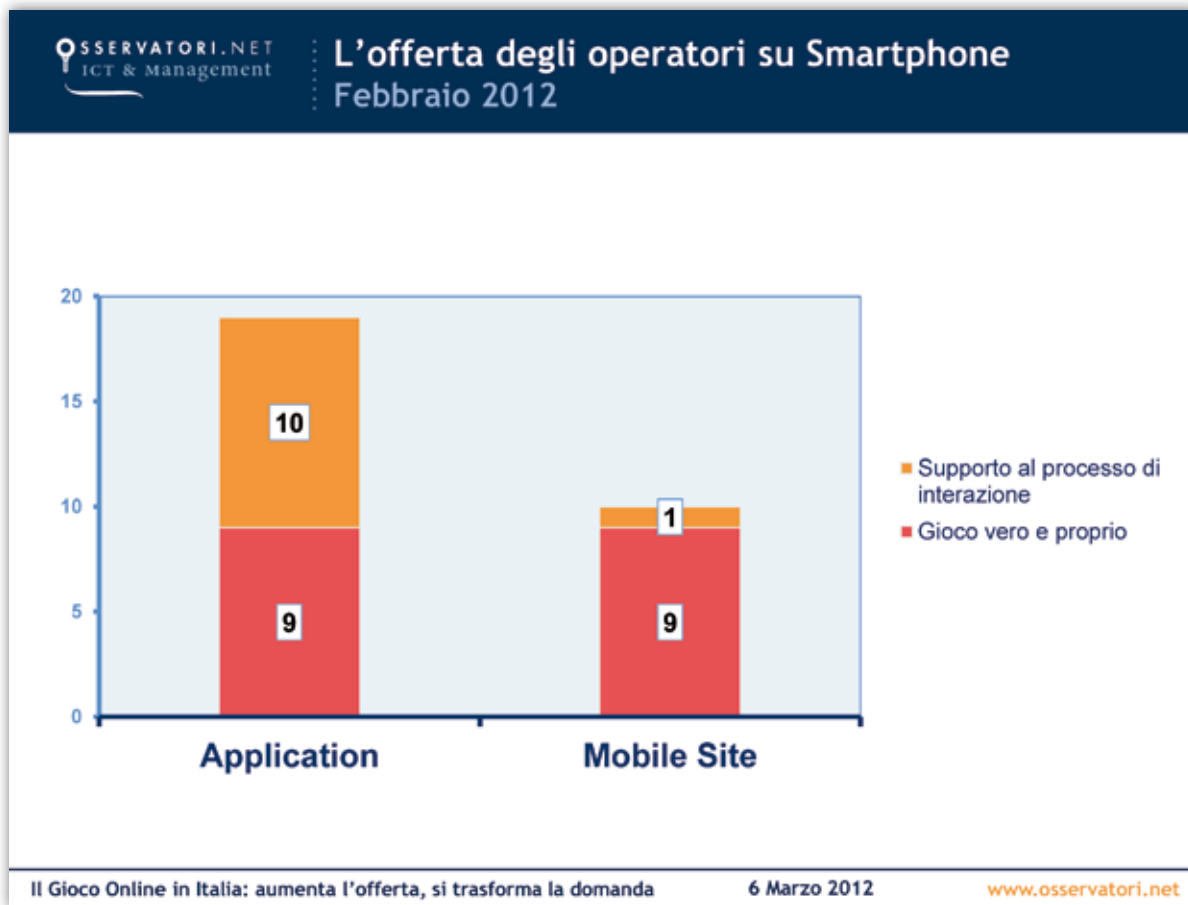
## La presenza degli operatori su Smartphone Febbraio 2012

Numero di operatori  
con iniziative per Smartphone



Distribuzione degli operatori  
per tipologia di iniziativa

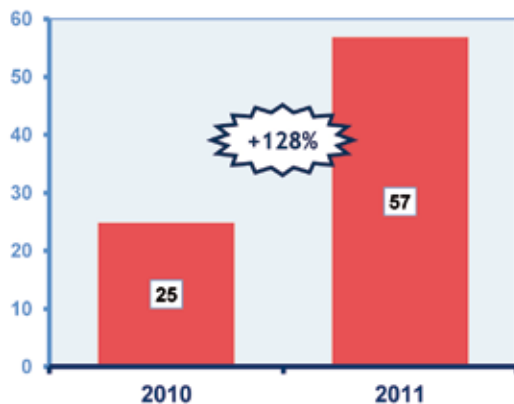




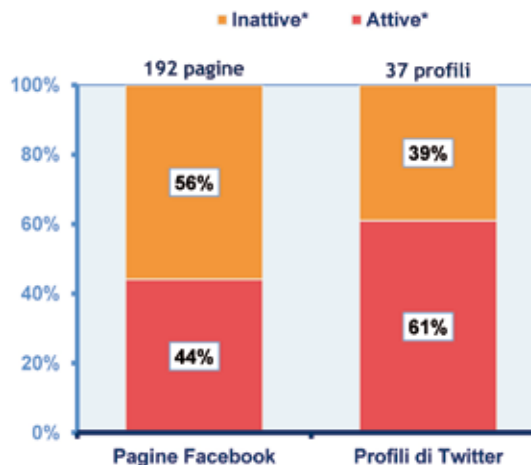
Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## La presenza e l'offerta degli operatori sui principali Social Network - Febbraio 2012

### Operatori con iniziative Social



### Livello di attività delle iniziative Social



\* Si reputano inattive le pagine/profili non aggiornate da almeno 1 mese

POLITECNICO DI MILANO

School of Management

DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE

MIP

aams  
associazione italiana  
dei manager di stato

sogei

OSSERVATORI.NET  
ICT & Management

www.osservatori.net

# Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

## Osservatorio Gioco Online 2012

6 marzo 2012

IN COLLABORAZIONE CON

PARTNER

SPONSOR

agipro

MAG  
CONSULENTI ASSOCIATI

bwin

COGE  
tech

IZI  
play

gamenet

gioco digitale

GAMING.it

sia  
The network of excellence

LOTTOMATICA

CASINO  
PLANET

PokerStars.it

play 900

Sisa.it

SNAI

sportradar  
Driven by facts!

WINGA

Il Rapporto con i risultati completi della Ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)



Osservatorio Gioco Online

Il Gioco Online in Italia:  
aumenta l'offerta, si trasforma la domanda

Nota metodologica  
Il Gruppo di Lavoro



---

## Nota metodologica

### L'ambito di analisi

La Ricerca si è focalizzata sui Giochi a pagamento, fruibili attraverso Internet, Smartphone, Tablet e Connected TV, che prevedono la possibilità di una vincita in denaro. Tutta l'analisi fa riferimento all'offerta predisposta dagli operatori di gioco autorizzati a operare legalmente online dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS), l'ente preposto alla regolamentazione e al controllo del comparto del gioco pubblico in Italia. Sono stati pertanto considerati i Concessionari, che offrono soltanto i giochi di cui hanno la concessione, i Titolari di sistema, che offrono anche i giochi per i quali non sono concessionari appoggiandosi a concessioni di altri operatori e le Skin, che non avendo alcuna concessione sfruttano quelle di altri player facendo però leva sul proprio brand per la predisposizione dell'offerta. Non rientrano, invece, nell'ambito di analisi i siti "dot com" privi di concessione italiana.

L'analisi sui Giochi Online si è focalizzata sulle seguenti tipologie di gioco: Skill games, ovvero giochi di abilità che prevedono l'interazione con un altro giocatore (ad esempio, Poker nelle sue diverse varianti, Backgammon, Scopa, Burraco, Briscola ecc.); Casino Games (Roulette, Blackjack, Baccarat, ecc.) Scommesse sportive; Scommesse ippiche; Giochi a totalizzatore basati sull'Ippica (Ippica Nazionale, Ippica Internazionale e V7); Giochi a totalizzatore a base sportiva (Totocalcio, Totogol, Il9 e BIG); Bingo; Gratta e Vinci; Superenalotto e Win For Life.

## Le metodologie di Ricerca

<sup>1</sup> In attuazione della Legge Comunitaria 2008, dal mese di luglio 2011 è stata avviata l'Anagrafe dei Conti di Gioco, ovvero il sistema di gestione centralizzata di tutti i conti di gioco aperti presso i concessionari autorizzati in Italia alla vendita a distanza di giochi e scommesse. Con il nuovo sistema, attivo 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, è previsto il controllo, tramite il collegamento con l'Anagrafe Tributaria, dell'identità dei titolari dei conti di gioco. I concessionari sono ora tenuti a inviare al sistema centrale di AAMS i dati sulle ricariche e i prelievi effettuati dai giocatori, il che permette, unendo tali informazioni a quelle relative alle giocate e alle vincite, di conoscere la sequenza di tutte le operazioni di ogni singolo conto, a maggior tutela e garanzia dei giocatori.

I Risultati presentati in questo Rapporto sul Gioco Online si basano su differenti metodologie di ricerca:

- analisi della letteratura italiana e internazionale sul tema del Gioco Online;
- quantificazione del mercato in termini di raccolta, spesa, prelievo erariale e fatturato, basata sui dati forniti da AAMS e Sogei;
- analisi dei giocatori online, basata sui dati forniti da AAMS e Sogei, grazie alla nuova Anagrafe dei Conti di Gioco<sup>1</sup> operativa da luglio 2011;
- censimento di tutti gli operatori di Gioco Online ed di tutti i servizi da loro offerti attraverso i diversi canali digitali – Pc, Tablet, Smartphone, Connected Tv;
- case study dei principali operatori operanti nella filiera del Gioco online.

## Il mercato

La quantificazione del mercato del Gioco Online è stata effettuata sulla base dei dati forniti da AAMS e da Sogei e si è articolata su quattro voci principali: la Raccolta, ovvero il totale dei soldi movimentati dagli utenti attraverso il proprio conto di gioco (il conto nel quale i giocatori depositano il denaro destinato al gioco e dal quale possono prelevare le eventuali vincite); la Spesa, ovvero la differenza tra la Raccolta e il Payout (cioè l'ammontare delle vincite restituite ai giocatori); il Prelievo erariale, ovvero la parte di Raccolta trattenuta dal fisco; il Fatturato, ovvero l'effettivo ricavo degli operatori di gioco che in base alle attuali normative consiste in una quota della Raccolta al netto del Prelievo erariale e del Payout. Ciascuna di queste voci è stata dettagliata per le seguenti tipologie di gioco: Poker in modalità cash, Casinò Games, Skill Games a torneo, Scommesse sportive, Bingo e Altri giochi (aggregato che comprende:

Scommesse ippiche, Ippica Nazionale, Ippica Internazionale, V7, Concorsi a pronostici, BIG, Gratta e Vinci, Superenalotto e Win For Life).

Il Rapporto con i risultati completi della ricerca è scaricabile da [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net).

## I giocatori

L'analisi dei giocatori online in Italia è stata effettuata a partire dai dati forniti da AAMS e da Sogei e, attraverso le letture dei dati abilitate dalla nuova Anagrafe dei Conti di Gioco, si è articolata su tre voci principali: i giocatori attivi, ovvero coloro che hanno movimentato uno dei propri conti di gioco nel corso di un mese di riferimento, i giocatori silenti, coloro che non hanno movimentato conti di gioco in un mese di riferimento ma che hanno movimentato almeno un conto di gioco nei precedenti 5 mesi, ed i giocatori dormienti che non movimentano conti di gioco da almeno 6 mesi. Ciascuna di queste voci è stata dettagliata sia in base a caratteristiche socio-demografiche dei giocatori - età, sesso, area geografica di residenza - sia in base alle tipologie di gioco a cui partecipano - Poker Cash, Casinò Games, Skill Games a torneo, Scommesse sportive, Bingo, Altri giochi (Scommesse ippiche, Ippica Nazionale, Ippica Internazionale, V7, Concorsi a pronostici, BIG, Gratta e Vinci, Superenalotto e Win For Life).

## Il censimento

Il censimento, finalizzato a identificare tutti gli operatori di Gioco Online e i servizi da loro offerti attraverso i canali digitali, è stato portato a termine a febbraio 2011. L'analisi è stata effettuata censendo i siti Internet degli operatori di gioco attraverso i quali l'utente ha accesso

all'offerta erogata legalmente grazie ad una concessione dei Monopoli di Stato. Gli operatori di gioco sono stati classificati in tre diverse categorie: Concessionari, Titolari di sistema e Skin.

Per ciascun operatore sono state analizzate le seguenti variabili: la provenienza geografica (italiana o internazionale), il settore di provenienza (Gioco, Media o Mobile&Web), il principale mercato di sbocco (locale, nazionale o internazionale) e la tipologia di operatore, (Concessionario, Titolare di sistema o Skin).

Sono stati inoltre censite le seguenti variabili:

- i giochi offerti,
- i canali di offerta (Smartphone, Tablet, Tv e Punti vendita fisici),
- gli strumenti di interazione 2.0 (Social Network e Blog/Forum).

## **Gli studi di caso**

Gli studi di caso, condotti attraverso interviste dirette al top management, sono stati 20 ed hanno coinvolto attori presenti nei diversi stadi della filiera.

---

## Il Gruppo di Lavoro

Umberto Bertelè  
Andrea Rangone

Riccardo Mangiaracina  
Marco Planzi  
Laura D'Angeli

Luca Galetti  
Samuele Fraternali

Gian Franco Vasta

## Il Gruppo di Lavoro AAMS – Sogei

Daniela Pompei  
Francesco Rodano

Giovanni Cortegiani  
Claudio Fele  
Costanzo Mattia  
Carlo Tardani

Rosa De Bonis  
Patrizia Piatti  
Andrea Pugini  
Emanuela Tiraterra

*Per qualsiasi commento e richiesta di informazioni:*

[riccardo.mangiaracina@polimi.it](mailto:riccardo.mangiaracina@polimi.it)

[marco.planzi@polimi.it](mailto:marco.planzi@polimi.it)





Osservatorio Gioco Online

**Il Gioco Online in Italia:  
aumenta l'offerta, si trasforma la domanda**

**La School of Management**

**Amministrazione Autonoma  
dei Monopoli di Stato (AAMS)**

**Sogei**



---

# La School of Management

## La School of Management del Politecnico di Milano

La School of Management del Politecnico di Milano è stata costituita nel 2003.

Essa accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo del management, dell'economia e dell'industrial engineering, che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili.

Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale, le Lauree e il PhD Program di Ingegneria Gestionale e il MIP, la business school del Politecnico di Milano, focalizzata in particolare sulla formazione executive e sui programmi Master.

Essa si avvale attualmente – per le sue molteplici attività di formazione, ricerca e consulenza – di oltre 240 docenti (di ruolo o a contratto, italiani o di provenienza estera) e di circa 80 dottorandi e collaboratori alla ricerca.

La School of Management ha ricevuto l'accreditamento EQUIS, creato nel 1997 come primo standard globale per l'auditing e l'accreditamento di istituti al di fuori dei confini nazionali, tenendo conto e valorizzando le differenze culturali e normative dei vari Paesi.

Le attività della School of Management legate ad ICT & Strategia si articolano in:

- Osservatori ICT & Management, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale;
- Formazione executive e programmi Master, erogati dal MIP.



## Gli Osservatori ICT & Management

Le Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (ICT) svolgono un ruolo sempre più pervasivo e strategico in qualsiasi organizzazione, diventando una potente leva di innovazione e di miglioramento delle performance.

Una corretta *conoscenza* di queste tecnologie e, soprattutto, del loro impatto sul business può portare una qualsiasi azienda a sfruttarle efficacemente per ottenere benefici significativi e migliorare la sua competitività. Gli Osservatori *ICT & Management* della School of Management del Politecnico di Milano, che si avvalgono della collaborazione dell'ICT Institute del Politecnico di Milano, nascono proprio con l'obiettivo di contribuire a questa *conoscenza*.

Gli Osservatori si rivolgono in particolare ai *manager e ai decision maker delle aziende utilizzatrici di ICT* per fornire loro informazioni sulle opportunità offerte dalle soluzioni più innovative attraverso ricerche puntuali, studi di caso, benchmark, video degli eventi, atti dei convegni, ecc.

Gli Osservatori si rivolgono *anche a tutte le aziende che offrono soluzioni e servizi ICT* (software vendor, hardware vendor, service provider, consulenti, operatori del canale), fornendo fotografie approfondite sugli scenari di mercato in Italia, con l'intento di supportarle nella messa a punto di offerte più efficaci.

Gli Osservatori attualmente attivi sono:

- B2b – eProcurement e eSupply Chain
- Business Intelligence
- Canale ICT
- Cloud & ICT as a Service

- eCommerce B2c
- eGovernment
- Enterprise 2.0
- eProcurement nella PA
- Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione
- Gestione Progettazione e PLM
- Gestione Strategica dell'ICT
- Gioco Online
- HR Innovation Practice
- ICT & Business Innovation nel Fashion-Retail
- ICT & Commercialisti
- ICT & PMI
- ICT Accessibile e Disabilità
- ICT in Sanità
- ICT nel Real Estate
- ICT nelle Utility
- ICT Strategic Sourcing
- Information Security Management
- Intelligent Transportation Systems
- Internet of Things
- Intranet Banche
- Mobile & Wireless Business
- Mobile Banking
- Mobile Internet, Content & Apps
- Mobile Marketing & Service
- Multicanalità
- New Media & New Internet
- New Slot & VLT
- New Tablet & Business Application
- NFC & Mobile Payment
- RFID
- Social Network
- Unified Communication & Collaboration

Riportiamo di seguito alcuni Osservatori in parte correlati all'Osservatorio Gioco Online:

- **eCommerce B2c**
- **Mobile Internet, Content & Apps**
- **Multicanalità**
- **New Media & New Internet**
- **New Slot & VLT**
- **NFC & Mobile Payment**

Per maggiori informazioni si veda il sito [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

### *Start-up Boosting*

Gli Osservatori, con il progetto *Start-up Boosting*, intendono giocare un ruolo sempre più attivo nello *stimolare la nascita e lo sviluppo di nuove avventure imprenditoriali* basate sull'innovazione nella convinzione che ciò rappresenti un ingrediente fondamentale per il *rilancio della nostra economia*.

*Start-up Boosting* si pone l'obiettivo, attraverso il succedersi di una serie di *Call 4 Ideas* collegate ai diversi Osservatori, di identificare *le idee di business e i progetti imprenditoriali più innovativi*, che saranno supportati e seguiti nel loro sviluppo dalla School of Management del Politecnico di Milano.

Ogni mese vengono valutate le proposte pervenute. In occasione del Convegno verrà attivata la *Call 4 Ideas* in ambito Gioco Online.

Per maggiori informazioni: [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

## **II MIP**

Gli *Osservatori ICT & Management* sono fortemente integrati con le attività formative della Scuola: nel senso che rappresentano una importante sorgente per la produzione di materiale di insegnamento e di discussione per i corsi e traggono anche spesso linfa vitale dalle esperienze di coloro che partecipano ai corsi (in particolare a quelli post-universitari erogati dal MIP) o vi hanno partecipato nel passato.

In sinergia con gli Osservatori, il MIP Politecnico di Milano ha lanciato diverse iniziative nell'ambito ICT & Management:

- EMBA ICT – Executive Master of Business Administration ICT
- Corso Executive in Gestione Strategica dell'ICT
- Corsi brevi ICT&Management
- Master Media & Telco

Per maggiori informazioni si veda il sito **[www.mip.polimi.it](http://www.mip.polimi.it)**



---

## Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS)

per il gioco legale e responsabile

L'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato esercita dal 2002 le funzioni statali in materia di regolazione e controllo dell'intero comparto dei giochi e continua a svolgere le tradizionali competenze in materia di accise e di distribuzione dei prodotti da fumo.

La gestione dello Stato nel comparto dei giochi e dei tabacchi trova la sua ragion d'essere nella tutela di interessi pubblici rilevanti: il contrasto all'illegalità, l'ordine pubblico, la tutela dei consumatori, in particolare dei minori, delle fasce deboli sensibili a fenomeni ludopatici, e gli interessi connessi alle entrate erariali dello Stato. In Italia la regolamentazione del gioco distingue in maniera univoca i giochi non consentiti da quelli consentiti; per i primi viene fatto divieto assoluto di offerta da parte di chiunque ed in qualsiasi forma, per i secondi l'offerta è subordinata ad apposita concessione, autorizzazione, licenza od altro titolo autorizzatorio.

Nel comparto dei giochi AAMS assolve al proprio ruolo disegnando le linee guida per una dinamica e razionale evoluzione del settore, verificando costantemente la regolarità dell'attività degli operatori. Obiettivo primario è assicurare un ambiente di gioco equilibrato e responsabile in un contesto ampiamente monitorato e tecnologicamente avanzato. Inoltre, i Monopoli di Stato intervengono con determinazione nel contrasto a ogni fenomeno illegale legato al gioco ed agiscono al fine di garantire la sicurezza e la trasparenza delle regole del settore. Non meno rilevante è il compito volto a favorire lo sviluppo di attività economiche, di produzione e distribuzione, che sono ormai significative in termini di indotto e di occupazione.



AAMS ha registrato nel 2011 una raccolta netta, ossia la raccolta dei giochi al netto delle vincite pagate, di 18,4 miliardi di euro. Le entrate erariali ed extraerariali sono state di circa 9 miliardi con un'incidenza percentuale del 47% sulla raccolta netta, evidenziando una raggiunta stabilità del gettito negli ultimi tre anni. Più in dettaglio la raccolta lorda dei giochi è stata di 79,9 miliardi di euro e le vincite pagate sono ammontate a 61,5 miliardi di euro. A tale risultato ha contribuito, tra l'altro, l'introduzione, dal mese di luglio 2011, dei giochi di carte organizzati in forma diversa dal torneo e dai giochi di sorte a quota fissa, a distanza, attraverso la quale si è mirato a riportare alla legalità un settore di gioco particolarmente interessato dalla presenza di operatori illegali.

Particolare attenzione è stata posta al settore telematico. Infatti, al fine di contrastare le truffe e i crescenti fenomeni di illegalità connessi alla distribuzione on-line dei giochi con vincite in denaro, l'azione di AAMS si è, soprattutto, rivolta all'individuazione ed all'inibizione di quei siti web privi delle autorizzazioni previste. Un'attività che ha posto l'Amministrazione stessa all'avanguardia in Europa, tanto da essere considerata un modello per gli altri Paesi europei. Inoltre si è proceduto a una puntuale regolamentazione del settore al fine di favorire sia l'offerta di nuove tipologie di intrattenimento che un'efficace contrasto al gioco illegale.

L'introduzione, a luglio, dei nuovi giochi on-line molto popolari all'estero (poker cash e casinò), ha consentito di riportare nell'alveo legale e controllato molti giocatori italiani che precedentemente giocavano sui siti illegali. Conseguentemente, nel 2011, l'aumento di spesa per i giochi on line è stato del 6,6% rispetto all'anno precedente.

L'avvio di questi giochi in modo "legale" ha consentito e consentirà di perseguire il duplice obiettivo di far riemergere il gioco dal "nero" e di ricondurre grandi volumi di gioco all'egida

statale, in condizioni di più stringente tutela dei giocatori, anche dal punto di vista del gioco compulsivo e della prevenzione delle frodi. Il progetto è stato pensato e costruito nell'ottica della difesa e della tutela di interessi pubblici primari ed essenziali: quelli della difesa del giocatore, della sanità pubblica (prevenzione del fenomeno della ludopatia), dell'ordine pubblico, della prevenzione e del contrasto del gioco illecito e delle attività criminose che vi ruotano intorno.

Per ulteriori informazioni visitare il sito: **[www.aams.gov.it](http://www.aams.gov.it)**



---

## Sogei

Sogei SpA è la società del Ministero dell'Economia e delle Finanze che fornisce soluzioni e servizi di Information & Communication Technology all'Amministrazione Finanziaria italiana, operando sulla base del modello organizzativo dell'*in house providing*.



Nata nel 1976 per realizzare una moderna Anagrafe Tributaria, Sogei è oggi una parte integrante del "sistema fisco" e collabora con l'Amministrazione nel governo del sistema informativo della fiscalità.

Nell'ottica della semplificazione degli adempimenti fiscali e di una maggiore trasparenza nel rapporto tra fisco e contribuenti, Sogei ha progettato e realizzato servizi telematici che vengono utilizzati quotidianamente da cittadini, professionisti, imprese ed Enti pubblici. Solo per citarne alcuni: Entratel, Sister, FiscoOnline, Siatel e Falstaff.

Su incarico dall'Agenzia delle Entrate gestisce il Sistema Tessera Sanitaria per il controllo della spesa pubblica sanitaria, di cui la Ragioneria Generale dello Stato è il titolare. Nell'ottica dell'attuazione del federalismo fiscale è impegnata a assicurare la piena integrazione, qualità e sicurezza delle banche dati fiscali e tributarie a supporto degli enti territoriali.

Nelle attività di ricerca e sviluppo Sogei collabora con il mondo accademico e partecipa a gruppi di lavoro internazionali per la definizione di nuovi standard sulla qualità dei dati.

Nell'ambito della Geomatica e in relazione al progetto del GPS Europeo denominato Galileo,

Sogei ha sviluppato il framework cartografico Geopoi e la rete sperimentale GRDnet per la misura satellitare di precisione.

### *Sogei per l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato*

Nel settore del gioco pubblico, Sogei realizza soluzioni tecnologiche all'avanguardia che permettono all'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato di svolgere in modo incisivo le attività di controllo e di gestione del comparto, garantendo a tutti i soggetti coinvolti nel sistema la massima integrazione e sicurezza dei dati trattati, la continuità del servizio, la certezza delle informazioni gestite. In tal modo Sogei contribuisce, da un lato, a contrastare il gioco illecito e illegale e a garantire allo Stato il controllo delle imposte dovute, dall'altro ad assicurare ai giocatori un contesto regolamentato e monitorato costantemente ed agli operatori economici un servizio sicuro ed affidabile. Sogei realizza, inoltre, soluzioni tecnologiche per il settore dei Tabacchi che permettono all'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato di svolgere con incisività le attività di controllo sulla distribuzione e commercializzazione dei tabacchi e di contrastare efficacemente il contrabbando e la contraffazione dei prodotti da fumo, garantendo allo Stato il controllo delle imposte dovute.

### **Dati del settore giochi per l'anno 2011:**

- 127mila apparecchi da intrattenimento senza vincita in denaro, 407mila apparecchi con vincita in denaro e 35mila VLT
- 615 milioni di biglietti venduti per scommesse ippiche, sportive e concorsi pronostici
- 56 milioni di tornei per un totale di 405 milioni di diritti di partecipazione per i giochi di

abilità a distanza (skill games)

- 34 milioni di diritti di partecipazione per il poker cash
- 8 milioni di diritti di partecipazione per i giochi da casino
- 4,5 milioni di partite di Bingo
- 88mila avvenimenti ippici e sportivi

Presidente: *Maurizio Federico d'Andrea*

Amministratore Delegato: *Cristiano Cannarsa*

**SOGEI** – SpA

via Mario Carucci, 99 – 00143 Roma

tel. 0650251 Fax 0650252711

**[www.sogei.it](http://www.sogei.it)**





Osservatorio Gioco Online

**Il Gioco Online in Italia:  
aumenta l'offerta, si trasforma la domanda**

**I sostenitori della Ricerca**



---

## I sostenitori della Ricerca

### In collaborazione con

- Agipro
- MAG – Consulenti Associati

### Sponsor

- Glaming
- Playyoo

### Partner

- bwin Italia
- Cogetech
- Gamenet
- Gruppo SIA
- Lottomatica
- Neomobile Gaming
- PokerStars
- Sisal
- Snai
- Sportradar
- Winga



Agipro  
[www.agiprnews.it](http://www.agiprnews.it)

“Che c’entrano i giochi? Sto seguendo le pensioni, non ho tempo per giochini e giochetti... . Scusa risentiamoci in un altro momento”. Erano i primi mesi del 2004. Noi di Agiprnews non dimenticheremo facilmente quella risposta. E mai – nobless oblige – rileveremo il nome del collega di un notissimo quotidiano, al quale volevamo dare in esclusiva un discreto “scoop” sul mondo dei giochi e delle scommesse. Otto anni dopo quel distinto collega, come decine di altri, chiama regolarmente la redazione di Agiprnews per immergersi nel nostro mondo, chiedendo spiegazioni, notizie, dati, elaborazioni, la verifica di semplici rumors. In questa lunga forbice temporale ci sono la storia e l’essenza di Agiprnews. Un’agenzia di stampa nata nel 2002 che si è messa sulle spalle un compito gravoso e al contempo esaltante: portare l’acqua fuori dal bicchiere. Quell’acqua, nel tempo, si è trasformata in un mare che ha vissuto e vive la naturale trasformazione in notizia, man mano che le onde divengono più poderose.

Alla crescita esponenziale dell’industria del gioco ha corrisposto il fisiologico interesse del mondo dei media, che ha iniziato a considerarlo, in positivo e negativo, da una prospettiva diversa.

Gli spazi si sono dunque moltiplicati e di pari passo Agiprnews è cresciuta fino a diventare un vero e proprio ponte tra il mondo dei giochi e quello dell’informazione. Si è arrivati a produrre circa 50 notizie al giorno, molte delle quali quotidianamente ribattute dalle agenzie di stampa nazionali, si lavora a stretto contatto con le redazioni dei maggiori quotidiani, reti televisive e radiofoniche nonché settimanali e mensili di ogni genere, traducendo il flusso di informazioni di un settore complesso e sfaccettato, in notizie tagliate su misura per i vari palcoscenici a cui ci rivolgiamo. Nel frattempo, abbiamo raccolto un’altra sfida in questa piccola e meravigliosa avventura: Agipro Communication, la “figlia” di Agiprnews dedicata al lavoro di media relation e ufficio stampa. In tanti, anni tutto è mutato: il mondo del gioco, dell’informazione e con essi Agiprnews, il cui compito è dare risposte sul complesso scacchiere del gaming, che nel frattempo ha assunto i connotati di vera e propria industria.

A una sola domanda continuiamo però a replicare in modo immutabile. Quando ci chiedono. “Qual è la notizia più bella degli ultimi tempi?”, rispondiamo lesti: “Quella che sta per arrivare”.

Per maggiori informazioni:  
[www.agiprnews.it](http://www.agiprnews.it)  
[www.agiprocommunication.it](http://www.agiprocommunication.it)



MAG – Consulenti Associati  
www.mag-ca.it

MAG è leader nel mercato della consulenza dei giochi in Italia ed ha seguito sin dalle origini tutte le fasi di sviluppo sia normativo che di business del settore riuscendo ad evidenziare sempre e tempestivamente ai propri clienti le possibili opportunità offerte dal mercato. L'obiettivo di MAG è quello di trasformare il proprio patrimonio di conoscenze, di relazioni e di competenze, con uno sguardo attivo ed efficace sul futuro del settore, in valore per i clienti.

Attraverso un team di consulenti altamente qualificato e con un elevato livello di seniority, MAG offre servizi di consulenza strategica, legale ed operativa idonei a garantire ai propri clienti un miglioramento delle performance complessive e il raggiungimento di risultati concreti e duraturi. MAG supporta i propri clienti nell'individuazione e nell'implementazione di nuovi modelli di business in grado di creare reale valore di mercato.

MAG possiede specifiche competenze nel gaming e nell'e-commerce e supporta le aziende all'avvicinamento del mercato digitale nelle seguenti aree:

*Start-up in Italia e mercati regolati* : Trend legali e regolatori – Business assessment – Policy Make or Buy – Relationship Building – Organizzazione – Customer strategy acquisition –

Marketing operation – Brand equity – Architettura IT e modelli di implementazione

*Assistenza allo sviluppo*: Regulatory compliance – Legal framework – Studi di settore – Strategia & marketing per l'espansione – Business planning

*M&A*: Scouting partner – Business data analysis – Valutazione degli investimenti – Due diligence e supporto al processo di negoziazione – Implementazione e follow-up nel “post M&A”

La profonda esperienza maturata nel settore del gaming in Italia e l'opportunità di assistere i propri clienti nello sviluppo internazionale del business, hanno spinto MAG ad ampliare il proprio ambito geografico d'azione, espandendo le proprie attività all'estero, in particolare in Spagna e in Francia.

Dal 2008 MAG è attiva in Spagna e a marzo 2011 MAG si è aggiudicata la procedura di selezione pubblica per assistere l'ente regolatore, la *Dirección General de Ordenación del Juego*, dipendente dal *Ministerio de Economía de Hacienda*, nella progettazione ed attuazione del modello regolatorio del gioco online a livello nazionale e della definizione della procedura di selezione degli operatori. MAG ha istituito la *business practice* “Mercati Regolati” con l'obiettivo di supportare gli organismi regolatori nel processo di regolamentazione del gioco e di assistere le imprese nell'avvio e nell'adattamento dei modelli di business nei contesti regolati.

MAG ha sede a Roma e Madrid ed opera su tutto il territorio nazionale ed all'estero in base alle necessità ed alle esigenze espresse dai propri clienti.



bwin Italia  
[www.bwin.it](http://www.bwin.it)

**bwin Italia** fa parte del gruppo *bwin.party digital entertainment plc*.

*bwin.party*, a livello mondiale è la più grande azienda di gaming online quotata in borsa. Il gruppo è nato il 31 marzo 2011 dalla fusione tra bwin Interactive Entertainment AG e PartyGaming Plc. Ha sede a Gibilterra, ed occupa oltre 3.100 addetti nelle sue diverse sedi dislocate in Europa, India, Israele e Stati Uniti e ha generato nel 2010 ricavi pro-forma di 814,0 mln di euro e un clean EBITDA pro forma di 193,2 mln di euro. Oltre a detenere una concessione rilasciata a Gibilterra, bwin.party è concessionaria in Francia, Italia, Danimarca e Aldemey ed è tra i leader di mercato in ciascuno dei quattro prodotti chiave: scommesse sportive, poker, casinò e bingo online. Il gruppo detiene alcuni dei principali brand di gioco online a livello mondiale: bwin, PartyPoker, PartyCasinò, Foxy Bingo e opera in Italia anche con i marchi Gioco Digitale, GDpoker e GDcasinò. I software proprietari, le piattaforme di gioco online ed uno dei più ampi portfolio di giochi rappresentano il cuore delle competenze del gruppo e differenziano la sua offerta rispetto a quella degli altri concorrenti.

bwin opera in Italia attraverso i due brand *bwin* e *Gioco Digitale*.

*bwin Italia* è tra le aziende leader del gioco online. È titolare di regolari concessioni nazionali per il gioco a distanza da parte

del Ministero dell'Economia e delle Finanze che garantiscono alla clientela l'assoluta legalità e correttezza di tutte le attività di gaming giocate sulle piattaforme bwin e Gioco Digitale. L'offerta include tutti i prodotti consentiti dalla normativa che regola il gaming online: dal poker alle scommesse, dagli skill games ai giochi di sorte e lotterie come Gratta e Vinci, Win for Life e Superenalotto, fino al Bingo online lanciato in Italia da *Gioco Digitale* a cui si sono aggiunti di recente i giochi da casinò e il poker in modalità cash game.

*bwin* è brand leader nell'ambito delle scommesse sportive grazie anche ad importanti partnership internazionali come la sponsorizzazione del Real Madrid nel calcio, il circuito di MotoGP e l'Eurolega nel basket. In Italia è Sponsor del Campionato organizzato dalla Lega Calcio Serie B che dalla stagione 2010-2011 ha assunto la denominazione di *Serie bwin*.

Attraverso i siti [www.bwin.it](http://www.bwin.it) e [www.giocodigitale.it](http://www.giocodigitale.it), *bwin Italia* propone un'ampia offerta di scommesse sportive, sezione caratterizzata da un'avanzata piattaforma per il *betting live* arricchita da contributi video di alcuni avvenimenti sportivi.

Il poker online, lanciato in Italia da *Gioco Digitale*, è proposto in liquidità condivisa su [bwin.it](http://bwin.it) e sul sito dedicato [gdpoker.it](http://gdpoker.it) e rappresenta una delle offerte più ampie del mercato proposta su una piattaforma estremamente sicura, tecnologicamente avanzata e con elevate performance di gioco.

[www.bwin.it](http://www.bwin.it)  
[www.giocodigitale.it](http://www.giocodigitale.it)



Cogetech  
www.cogetech.it

**Cogetech** S.p.A. è una Società nata nel luglio del 2004 il cui capitale sociale, da settembre 2006, è interamente controllato da Cogemat S.p.A., holding controllata al 71% da OI GAMES 2 (costituita pariteticamente dai Fondi di Private Equity Orlando Italy e Investindustrial) ed al 29% dai Soci Fondatori.

La società impiega circa 500 dipendenti tra le sedi di Milano e Roma.

Cogetech, quale Concessionario dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato, è presente in maniera capillare sul territorio mediante una rete commerciale costituita da oltre 16.000 pubblici esercizi in tutta Italia, con più di 38.000 apparecchi da intrattenimento (New Slot) collegati, e attraverso una rete di 200 punti vendita diretti (con il marchio *IZI Play*<sup>™</sup>).

Cogetech gestisce, inoltre, una rete diretta di oltre 5.200 videolotterie su tutto il territorio nazionale con il brand *IZI Play*<sup>™</sup>. Cogetech è attiva anche nell'offerta di gioco online, con la sua piattaforma [www.iziplay.it](http://www.iziplay.it) attraverso la quale raccoglie scommesse sportive ed ippiche, gratta e vinci, poker, casinò games e bingo online.

Relativamente alle attività B2B Cogetech collega al suo network BetSolutions<sup>™</sup> (offerta B2B di service providing per bookmakers indipendenti) più di 350 betting shop e circa 5.000 punti vendita alla piattaforma Paymat<sup>™</sup> (vendita di ricariche telefoniche e altri servizi a valore aggiunto).

## LE ATTIVITÀ DEL GRUPPO COGETECH:

**NEW SLOT (IZI Slot)** – Il servizio per le Gaming Machines è il core business per il gruppo Cogetech che, grazie a un sistema informatico avanzato e un dedicato servizio di assistenza a tempo pieno, collega alla sua rete circa il 10% di tutte le macchine da gioco, posizionando l'azienda come uno dei principali leader di mercato.

**VLT (IZI VLT)** – L'ultima frontiera degli apparecchi da divertimento. Cogetech acquisisce 5226 diritti di installazione. Il sistema VLT, ad altissimo livello tecnologico, consente di vincere fino a 500.000 euro con il BIG MYSTERY JACKPOT!

**GIOCO ON LINE (IZI PLAY<sup>™</sup>)** – Il portafoglio completo dei prodotti Cogetech è su [www.iziplay.it](http://www.iziplay.it). È la piattaforma Cogetech dedicata al gioco: Scommesse sportive, Poker, Casinò, Bingo e Skill games. Pochi clic per giocare, divertirsi e vincere in tutta sicurezza!

**PROVIDING SCOMMESSE (BET SOLUTION<sup>™</sup>)** – Attraverso la piattaforma "Bet Solution" Cogetech opera in qualità di service providing nel mercato delle scommesse ippiche e sportive, tra cui bookmaking e negoziazioni.

**SERVIZI AI PUBBLICI ESERCIZI (PAYMAT<sup>™</sup>)** – I servizi a valore aggiunto di Cogetech. Una piattaforma proprietaria che consente ai propri clienti di distribuire e vedere ricariche telefoniche per cellulari e carte servizi (TIM, VODAFONE, WIND, 3, POSTE MOBILE), ricariche digitale terrestre, ricariche dei conti gioco scommesse e ricariche delle carte di credito prepagate Paymat<sup>™</sup> e Poste Pay, nonché rivendita di gift cards, e pagamento di tutti i bollettini postali.



Gamenet  
www.gamenet.it

### *Un'offerta di gioco sicura, moderna e qualificata*

**Gamenet S.p.A.** è uno dei maggiori concessionari AAMS per il Gioco Pubblico e rappresenta una realtà tra le più complete del settore. Il portafoglio di giochi offerti da Gamenet comprende slot machine, videolotterie, scommesse sportive e ippiche, skill games e poker on line.

### *Struttura Societaria*

Gamenet è una società per azioni i cui soci sono Trilantic Capital Partners e il Consorzio CRIGA.

Trilantic Capital Partners, socio di riferimento di Gamenet, è un operatore di private equity con partecipazioni in società basate in Europa e Nord America, operanti prevalentemente nei comparti consumer, industriale, energetico, finanziario e nei servizi alle imprese. Trilantic attualmente gestisce due fondi istituzionali di private equity che possono contare su assets complessivi per circa 3,8 miliardi di dollari.

Il Consorzio Rete Italia Gestori Automatico (CRIGA), fondatore di Gamenet, nasce con l'obiettivo di inserire i gestori

nella filiera del gioco pubblico e costituisce da sempre un punto di riferimento nel settore dell'automatico italiano per la sua forte capacità di rappresentanza. CRIGA raggruppa oggi oltre 700 imprese specializzate nel settore dell'intrattenimento e, grazie all'operazione Gamenet, ha realizzato un concreto e innovativo accorciamento della filiera del gioco.

### *New Slot e VLT: il core business di Gamenet*

Gli apparecchi da intrattenimento New Slot e Videolottery costituiscono il *core business* di Gamenet che, grazie alla propria rete telematica, collega oggi oltre 60 mila apparecchi in più di 20 mila esercizi pubblici e sale da gioco di tutta Italia. Numeri che rendono Gamenet uno dei più importanti concessionari italiani per numero di macchine collegate, per volume e raccolta del prelievo erariale.

### *Scommesse e Online Games*

Grazie all'acquisizione delle concessioni sportive e ippiche, sia terrestri, sia a distanza, Gamenet è attiva anche nel settore delle scommesse sportive e dei giochi on line.

Tra i prodotti offerti negli oltre 100 negozi e corner Gamenet presenti in tutta Italia rientrano le scommesse a quota fissa sul calcio, l'automobilismo e su tutti i gli eventi sportivi nazionali e internazionali previsti dal palinsesto AAMS. Sul sito web Gamenet.it, inoltre, sono presenti non solo le scommesse ma anche gli skill games, il Gratta e Vinci on line e il poker, segmento in cui Gamenet è presente con il marchio All in Poker.



The network of excellence

Gruppo SIA  
www.sia.eu

SIA è leader europeo nella progettazione, realizzazione e gestione di infrastrutture e servizi tecnologici, dedicati alle Istituzioni Finanziarie e Centrali, alle Imprese e alle Pubbliche Amministrazioni, nelle aree dei pagamenti, della monetica, dei servizi di rete e dei mercati dei capitali. Il Gruppo SIA è attualmente presente in circa 40 paesi ed opera anche attraverso società controllate in Belgio, Ungheria e Sud Africa. Con 7,5 miliardi di transazioni annue relative a carte, incassi e pagamenti, 62,4 milioni di carte gestite e 9,2 miliardi di transazioni sui mercati finanziari, SIA trasporta in rete 11,1 mila miliardi di byte di dati. Il Gruppo si compone di sette società: la capogruppo SIA, le italiane *Pi4Pay* (servizi di incasso e pagamento), *RA Computer* (soluzioni e applicazioni per banche, imprese e P.A.) e *TSP* (sistemi e servizi per aziende e P.A.), *SiNSYS* (card processing) in Belgio, *Perago* (infrastrutture per banche centrali) in Sudafrica e *SIA Central Europe* in Ungheria.

**Financial Institutions:** SIA propone soluzioni e servizi tecnologici a copertura dell'intera catena del valore dei *pagamenti elettronici*: card issuing e acquiring, prevenzione e gestione delle frodi e delle dispute, accesso a infrastrutture di clearing, gestione incassi e pagamenti interbancari, servizi di *tramitazione e colloquio banca-*

*impresa*, sistemi avanzati per i capital markets. SIA offre inoltre soluzioni nei settori del *mobile banking*, dei pagamenti *contactless* e dei *mobile payments*.

**Central Institutions:** SIA eroga servizi di *clearing e settlement* dei pagamenti, *piattaforme di trading e post trading*, sistemi di *sorveglianza del mercato* e per il *monitoraggio delle negoziazioni* nonché *servizi di gestione di grandi basi dati*.

**Corporate:** SIA sviluppa progetti complessi basati sull'utilizzo di carte di *credito, debito e private*, sulla gestione di *terminali evoluti*, anche *contactless*, sull'uso dei nuovi *strumenti di pagamento SEPA* e sui servizi di *procurement*. La *multicanalità* è un fattore distintivo nell'offerta di SIA per il pagamento di utenze e bollettini e per effettuare ricariche di prodotti prepagati e titoli di viaggio.

**Pubblica Amministrazione:** SIA fornisce soluzioni avanzate per la *gestione documentale*, per la *fiscaltà locale* e ulteriori servizi in modalità multicanale che consentono al cittadino di *pagare oneri, tributi e diritti* attraverso le reti bancarie e commerciali più diffuse.

**Servizi di rete:** SIA mette a disposizione un'*infrastruttura tecnologica multiprotocollo e multi servizio* ("SIAnet"), che collega oltre mille istituzioni finanziarie in Italia e all'estero ed è connessa all'SPC. Tramite SIA, è inoltre possibile accedere a *STEP2*, ai *diversi centri applicativi italiani* operativi sulla RNI, ai *capital market*, ai *processor di carte di credito e di debito* e collegare *filiali e punti vendita* di imprese.



Lottomatica  
[www.lottomatica.it](http://www.lottomatica.it)

Lottomatica è il più grande operatore mondiale nel settore delle lotterie e leader nel mercato dei giochi in Italia.

Lottomatica è un soggetto interamente privato che in Italia opera sia in qualità di concessionario esclusivo – per determinati giochi come lotterie istantanee e tradizionali – sia in quanto concessionario non esclusivo per giochi come le scommesse sportive e gli apparecchi da intrattenimento.

In qualità di operatore, l'Azienda si rivolge direttamente ai clienti finali costituiti dai giocatori e dai cittadini clienti offrendo un ampio portafoglio di giochi e servizi, prevalentemente dedicati ai pagamenti e alle ricariche.

In Italia, Lottomatica opera inoltre nel settore dei servizi alle imprese e ai cittadini tramite la controllata Lottomatica Italia Servizi. Il Gruppo, inoltre, opera, tramite Gtech, sempre nel settore del gioco in altri paesi esteri.

Per quanto riguarda le operazioni in Italia, il Gruppo è leader nella gestione del Gioco del Lotto, delle lotterie istantanee (c.d. giochi "Gratta e vinci") e tradizionali. Inoltre L'Azienda – con la società controllata Lottomatica Videolot Rete S.p.A. (Videolot), è uno dei 10 concessionari dello Stato italiano per la gestione degli AWP, apparecchi da divertimento ed intrattenimento con vincite in denaro.

Lottomatica ha altresì un ruolo di leader nel mercato del gioco online legale attraverso le controllate Lottomatica Scommesse S.r.l. e Toto Carovigno S.p.A.

Nell'ambito dell'INTERACTIVE GAMING, in particolare, l'offerta di Lottomatica è fruibile sia attraverso il canale internet sui siti [www.lottomatica.it](http://www.lottomatica.it) e [www.totosi.it](http://www.totosi.it), sia sul canale mobile.

**BETTER:** il marchio delle scommesse sportive, sport ed eventi Lottomatica su cui scommettere in modo sicuro ed in maniera capillare sul territorio nazionale con più di 1.300 punti vendita. Il servizio è fruibile attraverso [www.lottomatica.it](http://www.lottomatica.it), i punti vendita Better, il *Telebetting* per scommettere al telefono, la tecnologia *mobile* tramite cellulare e la nuova Better App per scommettere e vedere tutte le statistiche e gli aggiornamenti in tempo reale degli eventi sportivi quotati su Better.

**BINGO CLUB:** la piattaforma di Bingo online di Lottomatica offre ai giocatori quattro sale in cui tentare la fortuna, ognuna delle quali presenta peculiarità nel pricing e nei premi assegnati. *Bingo Club* è presente anche su *App Store* con un'applicazione che consente di giocare a bingo dal proprio i-Phone. Da fine agosto 2011 è disponibile anche il *Bingo Show Live*, la TV interattiva che permette ai giocatori di interagire con dei presentatori in diretta tramite chat.

**VEGAS CLUB:** è la sezione di [Lottomatica.it](http://Lottomatica.it) dedicata ai Casinò Games. La sezione prevede oltre 20 giochi raggruppati in 4 categorie: Roulette, VideoPoker, Table Games (tra cui il BlackJack) e More Games.

**SKILL CLUB:** la sezione dei giochi di abilità con oltre 60 tra *Brain Games* e *Table Games* dove è possibile sfidare le proprie abilità e partecipare ad appassionanti tornei e vincere ricchi montepremi.

L'offerta si completa con Lotterie, Giochi Numerici, Totocalcio e Tris.



Neomobile Gaming  
[www.casinoplanet.it](http://www.casinoplanet.it)

Casino Planet ([www.casinoplanet.it](http://www.casinoplanet.it)) è il brand del Gruppo Neomobile, completamente dedicato al gioco mobile.

Sfruttando la profonda esperienza tecnologica e di marketing nell'ambito del mobile entertainment del Gruppo, leader globale nel mobile commerce, l'offerta di Casino Planet è stata sviluppata per permettere ai propri utenti l'accesso, direttamente dal proprio cellulare, ad un portfolio di giochi completo, garantendo così una customer experience ancora più divertente e unica, in grado di catturare l'attenzione del pubblico e garantire i massimi standard di sicurezza. Tra i vari giochi disponibili video poker, roulette, bingo e blackjack: Casino Planet ha lanciato contemporaneamente, e per la prima volta in Italia, la prima App di blackjack e il suo m-site con giochi da casinò in HTML5 tutti for money, fruibile dalle maggiori piattaforme operative adottate dagli smartphone (Android, iOS, Rim).

L'azienda è titolare di concessione AAMS n. 15077 per il gioco a distanza.

Per maggiori informazioni [www.casinoplanet.it](http://www.casinoplanet.it)



PokerStars  
www.pokerstars.it

Su PokerStars.it, la prima poker-room per market share in Italia con regolare licenza dei Monopoli di Stato, è possibile giocare con soldi veri e nel pieno rispetto delle leggi italiane, ovvero sotto forma di torneo con quote di iscrizione che partono da un minimo di 0,50 euro fino ad un massimo di 250,00 euro. Inoltre, dal 18 Luglio 2011 PokerStars.it ha ampliato la sua offerta lanciando la modalità cash game.

PokerStars.it è dimora del Sunday Special, il torneo online settimanale con il montepremi garantito più ricco in Italia, dell'Italian Championship of Online Poker e della Spring Championship of Online Poker. PokerStars.it è inoltre lo sponsor ufficiale dell' Italian Poker Tour ([www.pokerstarsipt.it](http://www.pokerstarsipt.it)) il più grande torneo itinerante di poker sportivo texas hold'em tutto italiano e sponsorizza il TEAM PokerStars.it PRO, un gruppo di giocatori professionisti italiani, tra cui Luca Pagano e Dario Minieri, che giocano on-line su PokerStars.it e difendono i colori dalla poker room partecipando ai più prestigiosi tornei internazionali organizzati in tutto il mondo.

Su PokerStars.it si ha a disposizione un *team di servizio*, competente e dedicato, che lavora a supporto ed è pronto a

rispondere alle esigenze degli utenti 24 ore al giorno, 7 giorni a settimana. Grazie all'ampia gamma di tornei live e online Pokerstars.it garantisce ai propri players di giocare e vivere appassionanti sfide a tutti i livelli.

PokerStars.it è oggi pronta a festeggiare il suo terzo anniversario da leader del mercato. Il 2012 sarà un anno speciale e PokerStars.it ha voluto segnare il suo ingresso nell'anno nuovo lanciando la prima applicazione mobile Real Money. Infatti, dal 6 Gennaio 2012 PokerStars.it è anche un'App, disponibile su cellulari e tablets, Apple (IOS) ed Android. In meno di due mesi migliaia di utenti hanno usufruito di questo servizio che permette di giocare a poker anche se in movimento. Il 2012 sarà un anno speciale e PokerStars.it è si appresta a festeggiare il suo terzo anniversario da leader del mercato con un a serie di promozioni ed innovazioni importanti. PokerStars.it ha infatti voluto segnare il suo ingresso nell'anno nuovo lanciando la prima applicazione mobile Real Money. Infatti, dal 6 gennaio PokerStars.it è anche un'App, disponibile su cellulari e tablets, Apple (IOS) ed Android. In meno di due mesi migliaia di utenti hanno usufruito di questo servizio che permette di giocare a poker anche se in movimento. Il 2012 sarà anche l'anno dei records. PokerStars.it ha appena annunciato il primo e unico Sunday Million italiano. Il 1° aprile infatti si terrà il torneo di poker online con il montepremi garantito più alto mai giocato in Italia: un milione di euro.

La *mission* di PokerStars.it è di offrire la migliore esperienza di gioco possibile ai tavoli ed è per questo che il suo team di esperti è alla continua ricerca di nuove tecnologie e servizi che possano al meglio soddisfare le esigenze dei giocatori Italiani.



Sisal  
www.sisal.it

### L'origine

**Sisal** è l'azienda italiana che, per *prima* nel nostro Paese, ha *dato vita al mercato moderno dei giochi a pronostico*. Dal 1946 Sisal gestisce i giochi pubblici affidati in concessione dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS).

### Sisal oggi

Sisal è presente sul territorio nazionale con una rete di circa 45.000 punti vendita capillarmente distribuiti sul territorio e rappresenta una risorsa per lo sviluppo sociale, culturale ed economico del Paese.

Il Gruppo Sisal, *grazie ad un processo continuo di innovazione sui prodotti e i servizi e a intuizioni vincenti che sono ancora oggi alla base di molti successi*, è una realtà composta da *diverse società* con un totale di oltre 1400 dipendenti.

### Il Gruppo Sisal

Sisal Holding Istituto di Pagamento SpA. Svolge attività di direzione e coordinamento del Gruppo. La Holding è autorizzata da Banca d'Italia ad operare come Istituto di Pagamento. A Sisal Holding Istituto di Pagamento fanno capo le società operative Sisal, Sisal Matchpoint, Sisal Slot e Sisal Bingo.

Sisal SpA, controllata da Sisal Holding Finanziaria è attiva nel comparto dei giochi in particolare con *SuperEnalotto, SiVinceTutto SuperEnalotto e Vinci per la Vita-Win for Life* e offre al cittadino un'ampia gamma di servizi di pagamento rappresentati da prodotti terzi (come ricariche cellulari, carte telefoniche, bollettazione, esazione, distribuzione fisica e altro). Oggi sono oltre 360 *i servizi che Sisal offre al cittadino*, disponibili nei 45.000 punti vendita collegati on-line. Ne usufruiscono annualmente oltre 20 milioni di clienti.

### L'area Digital Games di Sisal

Tutta la gamma dei prodotti Sisal è disponibile sul portale [www.sisal.it](http://www.sisal.it): i giochi numerici SuperEnalotto, Vinci per la Vita – Win for Life, SiVinceTutto, Vinci per la Vita – Win for Life Gold, le scommesse Sisal Matchpoint, il Poker, il Casinò, il Bingo, il Gratta e Vinci, gli Skill Games e i Quick Games.

Nell'ambito dei social network in pochi mesi la fan page del SuperEnalotto è la diventata la più grande community di gioco al mondo con oltre 600.000 fans.

L'on line è uno dei settori del Gruppo a più alto tasso di crescita e su cui Sisal sta investendo in modo importante nell'innovazione tecnologica e di prodotto con un'offerta sempre più competitiva, che l'ha portata a diventare first mover in Italia per il lancio di giochi come Casinò Games, Poker Cash fino al recente lancio dei Quick Games.

L'offerta di gioco on line è accompagnata dall'innalzamento degli standard di sicurezza e di protezione dei giocatori previsti dalla nuova normativa in linea con il programma sul Gioco Responsabile promosso da Aams e con la strategia di Corporate Social Responsibility del Gruppo Sisal.



Snai  
www.snai.it

SNAI S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano con il titolo SNAI, è uno dei principali operatori nel mercato italiano dei giochi e delle scommesse.

La rete di accettazione SNAI conta oltre 3.800 punti vendita distribuiti sul territorio nazionale, è la più capillare sul territorio italiano, e offre modalità di accettazione tecnologicamente avanzate e informazioni in tempo reale su quote ed eventi.

Nel corso del 2011, la raccolta di gioco riferibile a SNAI ha superato i cinque miliardi di euro grazie a un'offerta sempre più completa che comprende: scommesse sportive e ippiche, apparecchi da intrattenimento, poker online in modalità torneo e cash game, skill e casinò games, a cui si sono affiancate le videolotteries che, grazie alla formula del jackpot, consentono vincite sino a 500.000 euro.

L'offerta Snai relativa all'online è molto ampia: si possono giocare le stesse scommesse sportive e ippiche offerti dai Punti Snai, oltre a una vasta gamma di giochi, dal poker Texas Hold'em e Omaha al Bingo, a burraco, scopa, briscola, tresette, sette e mezzo,

a giochi della tradizione tipo bestia e cirulla e giochi da casinò, con varie modalità di roulette, blackjack, chemin de fer e videopoker.

Ogni fase del gioco è accuratamente monitorata per garantire piena regolarità e trasparenza, anche dal punto di vista della partecipazione, rigorosamente riservata ai soli maggiorenni. Sul sito [www.snai.it](http://www.snai.it) sono disponibili informazioni e consigli per un gioco consapevole e misurato, e per la prevenzione dei disturbi da compulsività.

Per fornire al pubblico informazioni complete e aggiornate, SNAI ha realizzato diversi canali di comunicazione: Teleippica trasmette ogni giorno su canali satellitari un ampio pacchetto di programmi dedicati a sport, ippica e giochi, compresi tornei di poker "live". Ai canali tv si affianca Radio Snai Web, emittente che può essere ascoltata via Internet oppure nei punti di accettazione scommesse, mentre il sito [www.snai.it](http://www.snai.it) permette di seguire in streaming video le corse ippiche oggetto di scommessa.

La società inoltre è proprietaria degli ippodromi del galoppo e del trotto di San Siro e dell'ippodromo del trotto a Montecatini, ha partecipazioni negli ippodromi del galoppo di Roma e Pisa e detiene i diritti di immagine di Varenne, il più grande cavallo trotatore della storia.



Sportradar  
[www.sportradar.ag](http://www.sportradar.ag)

**Sportradar** is today the leading sports data service provider in the sports media and betting industry as well as partner of sport federations, state authorities and law enforcement agencies. The company serves over 300 customers in over 50 countries. Driven by a senior management that brings in the expertise of over 20 years experience in the sports industry, Sportradar has been able to respond to changing market demands since its foundation in 2001. Thanks to the combination of a highly qualified team of IT experts, a world class technology infrastructure and market expertise, Sportradar has developed several trend setting solutions throughout the last decade. Today Sportradar has a staff of over 300 employees and worldwide network with over 1.000 freelancer and scouts.

Sportradar follows the ambitious goal to provide its customers highest quality available in the market. Thanks to this challenging strategy and its consequent realization, the company has achieved a continuous growth of its customer base and revenue since the foundation. Sportradar has developed its business in several segments and is today and has today become a full service provider for sports data services to the sports media and sports betting

industry. It is the vision of the company to be the worldwide technology leader for the capturing and visualization of sports data.

Sportradar is today the partner of market leaders in sports media and betting as well as the leading sports federations. Among our customer references are the market leaders in sports betting like bwin, Bet365, William Hill or Ladbrokes, but also all major state lotteries like Oddset, Sporttipp, Hong Kong Jockey Club or the China Sports Lottery. Besides our sports betting customers, we are also providing many leading media houses with our services. Ringier (Switzerland), Aftonbladet (Sweden), Extrabladet (Denmark) or ESPN STAR SPORTS (Singapore) are just a few examples.

Based on its unique Fraud Detection System Sportradar supports sport associations as well as state authorities and law enforcement agencies with their expertise to detect betting related manipulation since 2005. Thanks to the Fraud Detection System which Sportradar provides today to FIFA (Early Warning System GmbH), UEFA, DFB, DFL, LFP, Czech Football Federation, French Tennis Federation and German Handball League in order to prevent or at least detect possible match fixings, the company has established very good relationships with many sport associations. In addition to this Sportradar act as the official data provider for the Italian betting regulatory authority AAMS and cooperates with the French betting authority ARJEL.



Winga  
[www.winga.it](http://www.winga.it)

**Winga** è il portale di eGaming e il canale63 della TVdigitale, del gruppo Buongiorno che si è affermato in questi mesi come la grande novità del mercato italiano grazie alla innovativa offerta multi-gioco – Poker, Casinò e Bingo – e mutipiattaforma: non solo PC, ma anche TV canale 63, smartphones e tablets.

Nel Marzo del 2010, a Buongiorno viene assegnata da AAMS la licenza per operare in Italia e il portale di egaming Winga inizia ad operare nel Luglio del 2010 con l'offerta Poker e Bingo. Nel corso del 2010 a Buongiorno viene inoltre assegnata da ARJEL la licenza per operare in Francia e Buongiorno lancia WINGA.fr con offerta Poker .

Al bouquet iniziale di giochi per PC – Poker Tournament e Bingo – Winga ha aggiunto nell'ottobre del 2011 la prima Bingo Mobile app per iPhone, nonché l'offerta di Casinò Games per PC e nell'agosto del 2011 il primo e unico canale televisivo in Italia dedicato al gioco della Roulette WingaTV :il canale 63 del Digitale Terrestre.

Nel novembre 2011 Winga ha presentato al mercato Winga Mobile il primo sito in Italia per giocare al casinò in mobilità

direttamente dal proprio smartphone [www.winga.it](http://www.winga.it) confermando l'obiettivo di diventare l'operatore di riferimento per il gioco su mobile nei principali mercati regolamentati. Winga Mobile offre i giochi da casinò Roulette, Blackjack e videopoker e dall'inizio del 2012 Winga Mobile consente di giocare al roulette show televisivo anche da su iPhone, Android e tutti gli smartphone digitando [www.winga.it](http://www.winga.it) e quindi selezionando Roulette Show Mobile durante gli orari di trasmissione dalle 19 alle 3 del mattino. Il software utilizzato da Winga Mobile per il Casinò Mobile Winga è certificato e risponde in pieno ai più elevati requisiti di sicurezza: lo scambio di informazioni tra lo smartphone del giocatore e i sistemi di Winga avviene attraverso una connessione criptata. Inoltre, così come tutta l'offerta di eGaming e TV, i server Winga comunicano con il sistema informatico di AAMS/Sogei che autorizza e valida tutte le operazioni di gioco , oltre a fornire le informazioni relative allo stato del gioco e al saldo del conto gioco.

Winga opera solo in mercati regolamentati e ha come priorità sicurezza e senso di responsabilità, per far sì che il gioco resti sempre un'esperienza di intrattenimento piacevole e positiva; grande attenzione viene riservata all'interno di tutti i servizi Winga a regolamenti, condizioni e raccomandazioni per vivere il Gioco a Distanza in modo responsabile e consapevole (per maggiori informazioni: <https://www.winga.it/gioco-responsabile>).

Per ulteriori informazioni:

[www.winga.it](http://www.winga.it) ;[winga.it/tv](http://winga.it/tv) e [www.buongiorno.com](http://www.buongiorno.com)



Glaming  
www.glaming.it



Playyoo  
www.playyoo.com

**Glaming S.r.l** è la società del Gruppo Mondadori, concessionaria per l'esercizio a distanza di giochi pubblici con vincite in denaro, che attraverso il portale Glaming.it propone un'offerta di gioco completa e di alta qualità rivolta ad un pubblico capace di divertirsi grazie alle emozioni che il gioco, nella sua veste più glamour e spensierata, può offrire. Glaming.it si propone di essere un sito per tutti, con una grafica innovativa ed accattivante e una user experience curata e piacevole.

Nato nel novembre 2011, Glaming.it si rivolge a una community di utenti che ama divertirsi giocando online in totale sicurezza, grazie all'affidabilità di un sistema di gioco sicuro e responsabile. Il bouquet di Glaming.it, in progressiva crescita, include Poker, Bingo, Burraco e Scopa, oltre a un Live Casinò con stanze virtuali dove interagire con gli altri utenti della community giocando a Blackjack, Baccarat e Roulette. L'offerta di Glaming si contraddistingue nel mercato per un innovativo mix di gioco e intrattenimento, pensato per un pubblico ampio, con particolare attenzione al segmento femminile. L'esperienza di gioco è infatti corredata da rubriche e news di spettacolo, costume e società sempre aggiornate e connesse con il mondo attraverso link, immagini e video. Glaming.it ha inoltre una squadra di professionisti del poker, tra i quali giovani talenti e affermati campioni, che rappresentano il sito in tutte le competizioni nazionali e internazionali.

**Playyoo** è una azienda con headquarters a Lugano (CH) che opera nel mondo dell'entertainment e del gambling con focalizzazione su:

- Smartphone, iPhone/iPad ed Android
- Facebook, con advergames e giochi di carte For Fun, come ad esempio l'applicazione di successo IZIplay La Scopa
- Smart TV, con applicazioni di betting sportivo, di gambling e skill games

Playyoo opera su tutti i mercati regolamentati con attenzione particolare al mercato italiano.

La Gambling Solution di Playyoo è One Stop Shop, e va dalla ideazione allo sviluppo, dalla certificazione alla pubblicazione sugli Store delle applicazioni di Betting, dei Casino Games e Instant Win per Apple iPhone e iPad e smartphone Android. Playyoo si interfaccia alle piattaforme dei conti gioco dei Concessionari e con l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS). Le versioni real money possono essere affiancate da strumenti di Multichannel Viral Marketing per le campagne di promozione attraverso Mobile, Web, Social Network e Connected TV.

I giochi e le applicazioni mobile di Playyoo si possono trovare sia sull'Apple Store, sia sull'Android Market e sono stati realizzati con i principali Concessionari italiani.

Playyoo ha il primato di essere stata la prima azienda che ha pubblicato un mobile game Casinò (Blackjack) per soldi veri in Italia.

Copyright 2012 © Politecnico di Milano – Dipartimento di Ingegneria Gestionale  
Grafica: Osservatori ICT & Management  
Copertina: Stefano Mandato  
Realizzazione: Emanuela Micello e Stefano Erba  
Stampa: Grafiche Ponzio



www.osservatori.net

IN COLLABORAZIONE CON

**agipro**

**MAG**  
CONSULENTI ASSOCIATI

PARTNER

**bwin**<sup>it</sup>

**sia**

**Sisal**

**CO  
GE  
TECH**  
OUR JOB. YOUR GAME.  
**izi  
play**

**LOTTOMATICA**

**ENAI**

**gamenet**

**CASINO  
PLANET**

**sportradar**  
Driven by facts!

gioco **digitale**

**PokerStars.it**

**WINGA**

SPONSOR

**GAMING.it**

**play  
ioc**