

Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano
www.osservatori.net

COMUNICATO STAMPA
Osservatorio Gioco Online

La Spesa dei giocatori online italiani è stabile nel 2014: 728 milioni di euro, +0,4% sul 2013.

Gli italiani spendono maggiormente in altre forme di entertainment:

Videogiochi e Consolle (+7%), Teatro (+4,5%) e Cinema (+2%).

Il numero di giocatori attivo ogni mese diminuisce del 4%, passando da 700 mila a 640 mila, pari a poco più del 2% degli utenti internet maggiorenni abituali.

Gioco online: il mercato è stabile ma cresce il ruolo di Smartphone e Tablet

L'esperienza del gioco come entertainment cresce soprattutto in mobilità: la Spesa generata dal canale Mobile (Smartphone+Tablet) raggiunge i 99 milioni di €, con un tasso di penetrazione del mercato di quasi il 14%.

Diminuisce il Poker online (-20%) mentre crescono soprattutto le Scommesse Sportive: +11% grazie sia alla possibilità offerta dai device mobili di seguire le gare live, sia all'introduzione Palinsesto Complementare (scommesse su eventi di attualità e altri eventi sportivi), che ha contribuito nel 2014 al 13% della Spesa.

Nel 2014 gli introiti per lo Stato crescono dell'1%, per un valore pari a 167 milioni di euro.

Milano, 09 aprile 2015 - La spesa generale dei giocatori online italiani nel 2014 rimane stabile, arrivando a toccare quota 728 milioni di euro a seguito della crescita dello 0,4% sul 2013 e attestandosi a una penetrazione del 4,2% sulla spesa totale (online + offline) del gioco.

La leggera crescita è l'esito di dinamiche contrapposte: da un lato aumenta la Spesa relativa alle Scommesse Sportive, ai Casinò Games e Altri Giochi, dall'altro prosegue anche nel 2014 il trend negativo di Poker e Bingo. I giocatori abituali, attivi mensilmente, diminuiscono del 4%; due su tre mantengono una spesa inferiore ai 50€ al mese e guardano sempre più ai canali mobile.

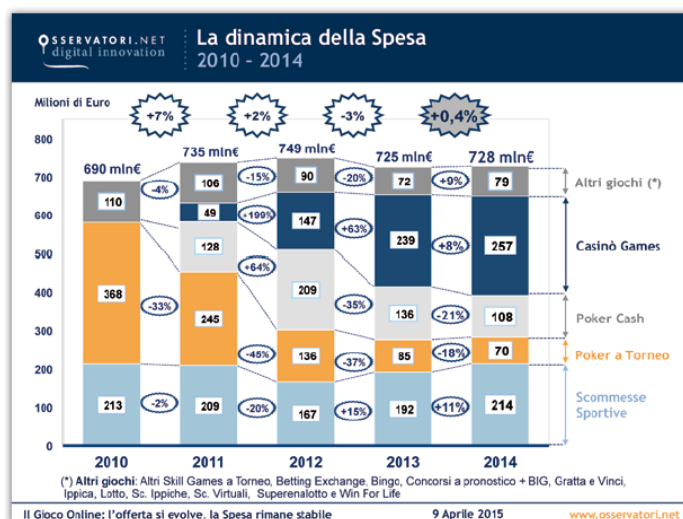
“Il Mobile (Smartphone + Tablet) continua a confermarsi come uno dei principali driver di innovazione del settore” afferma Marco Planzi, Responsabile della ricerca dell'Osservatorio Gioco Online del Politecnico di Milano. ***“La Spesa generata attraverso Smartphone e Tablet raddoppia e raggiunge i 99 milioni, con un tasso di penetrazione del mercato di quasi il 14%, che raggiunge il 25% nel caso delle Scommesse Sportive. L'immediatezza offerta dal mobile nel seguire live gli eventi sportivi contribuirà ulteriormente allo sviluppo di questo canale”***

È quanto emerge dalla fotografia scattata dall'Osservatorio Gioco Online del Politecnico di Milano, promosso congiuntamente con l'Agenzia delle dogane e dei Monopoli - Area Monopoli e Sogei, la società in house di ICT del Ministero dell'Economia e delle Finanze, partner tecnologico dell'Agenzia nel comparto del gioco.

Entrando nel dettaglio dei diversi giochi, la spesa per le Scommesse Sportive è cresciuta dell'11% circa fino a quota 214 milioni, toccando i valori massimi dal 2010, grazie alla presenza nei mesi estivi del 2014 dei mondiali di Calcio e alla presenza del *Palinsesto complementare*, che consente di piazzare scommesse su eventi proposti dai concessionari all'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e da essa autorizzati.

La Spesa per il Poker nelle sue due componenti "a torneo" e "cash" è diminuita del 20%, fermandosi a 178 milioni di euro, mentre quella per i Casinò Games è cresciuta del 7,5% nel 2014 e ha raggiunto 257 milioni di euro

La Spesa per tutti gli Altri Giochi (Bingo, Scommesse Virtuali, Scommesse Ippiche, Altri Skill Games a Torneo, Lotto, Lotterie, ecc.) è in crescita del 9% e vale 79 milioni di euro. La crescita è legata perlopiù alle Scommesse Virtuali (introdotte a dicembre 2013), la cui Spesa ha superato i 10 milioni, e al Lotto (introdotto ad aprile 2013) che ha superato gli 8 milioni di Spesa, in crescita del 71%.



"All'interno del panorama dell'entertainment in Italia, la lieve crescita del Gioco Online si dimostra inferiore a quella degli altri mercati", afferma **Andrea Rangone**, Coordinatore degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. "I Videogiochi e Consolle e il botteghino Calcio sono aumentati del 7%, il botteghino Teatro del 4,5% e il botteghino Cinema di quasi il 2%".

Aggiunge **Andrea Rangone**: "Il Gioco Online risulta vivere una dinamica completamente differente rispetto a quella mostrata dagli altri mercati digitali transazionali, i quali proseguono il percorso di crescita con tassi importanti: nel 2014 l'eCommerce B2c è cresciuto del 17%, l'Online&Mobile Gaming del 11% e il Digital Content del 7%."

Anche il numero di giocatori indica una maturità raggiunta da parte del mercato: i giocatori attivi in media ogni mese passano dai 670 mila del 2013 a circa 640 mila nel 2014, confermando il trend misurato negli ultimi anni. Nel 2012 in giocatori attivi erano 732 mila al mese. I due terzi dei giocatori sono residenti al Centro-Sud e quasi il 60% ha un'età compresa tra i 25 ed i 44 anni. Come negli anni precedenti, i due terzi dei giocatori online attivi mediamente in un mese spendono meno di 50 euro e più della metà gioca saltuariamente.

"Per lo sviluppo del settore, ci aspettiamo che l'esercizio da parte del Governo della "Delega fiscale" ristrutturati il settore del Gioco in Italia. La Delega Fiscale introdurrà un'unica aliquota tra i diversi tipi di giochi favorendo la competitività del sistema del Gioco legale italiano rispetto alle giurisdizioni dot com favorendo una maggiore tutela dei minori e dei giocatori in generale" afferma **Luca Turchi**, Dirigente dell'Agenzia delle dogane e dei Monopoli - Area Monopoli.

"Nella stessa direzione va anche la maggiore standardizzazione tecnologica dei diversi mercati europei incominciata nel 2014. Standard tecnologici comuni permettono di estendere la tutela dei consumatori europei, incentivano gli operatori ad acquisire licenze anziché operare offshore e agevolano l'innovazione tecnologica nel settore nello sviluppo di piattaforme e interfacce di gioco coinvolgenti e rispettose delle normative".

*La Ricerca dell'Osservatorio Gioco Online è stata realizzata in collaborazione con MAG Consulenti Associati e Agipro, e con il supporto di: Betfair, Betsson (Starcasinò), bwin Italia, Eurobet, Gioco Digitale, Lottomatica, Paddy Power, PokerStars, Sisal; bet365, Cogetech (iZiplay) e Winga.

**Ufficio stampa School of Management del
Politecnico di Milano**
Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9578
email barbara.balabio@polimi.it
Skype barbara.balabio
www.osservatori.net

**Ufficio stampa Osservatori Digital Innovation del
Politecnico di Milano**
Mirandola Comunicazione
Marisandra Lizzi - Marco Ferrario
marisandra@mirandola.net -
marco.ferrario@mirandola.net
Tel.: 0524/574708 - 348/3615042 - 320/7910162
Skype: marisandralizzi - marco.ferrario3

La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti, e circa 80 fra dottorandi e collaboratori alla ricerca, dal 2003 accoglie le attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nei campi management, economia e industrial engineering. 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. Nel 2007 ha ricevuto l'accreditamento EQUIS e dal 2009 è nella classifica del Financial Times delle migliori Business School d'Europa; nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA (Association of MBAs). Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati ecc.

Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati ecc.

Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Big Data Analytics & Business Intelligence, Canale ICT, Cloud & ICT as a Service, Cloud & ICT nella Pubblica Amministrazione, Collaborative Business Application, Digital Business - Innovation Academy, eCommerce B2c, eGovernment, eProcurement nella PA, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione dei Processi Collaborativi di Progettazione, Gioco Online, HR Innovation Practice, ICT & PMI, ICT & Professionisti, ICT Accessibile e Disabilità, ICT nel Real Estate, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione digitale nelle Utility, Innovazione Digitale nel Turismo, Internet of Things, Intranet Banche, Mobile & App Economy, Mobile Banking, Mobile Enterprise, Mobile Marketing & Service, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, New Media & New Internet, Smart Manufacturing, Smart Working, Startup Digitali, Supply Chain Finance.