

La spesa in giochi online regolamentati con vincita in denaro nel 2016 in Italia è stata pari a 1,03 miliardi di euro, e raggiunge un'incidenza del 5,4% sul valore complessivo del gioco (offline + online)

Gioco Online: il mercato cresce del 25% grazie alle misure di contrasto al gioco irregolare

Estensione dell'offerta, contrasto al gioco irregolare, tassazione basata sulla Spesa e regole che tutelano i giocatori hanno portato a un recupero del sommerso con conseguente aumento dei flussi di gioco nel circuito legale italiano. Prosegue la crescita dei Casinò Games (+35%) con una spesa che raggiunge i 441 milioni di euro e delle Scommesse Sportive (+31%) che valgono 350 milioni di €; continua il trend calante del Poker (- 5%) e sceso a 138 milioni di € Il gioco si fa sempre più Mobile: nel 2016 crescono sia l'offerta di gioco, in termini di iniziative e di giochi, sia la Spesa generata su Smartphone e Tablet che raggiunge i 233 milioni di € (+50%) Nel 2016 lo Stato italiano ha trattenuto, in forma di tassa diretta, quasi 250 milioni di euro (+21%)

Milano, 11 aprile 2017 - Il valore del mercato dei giochi online regolamentati con vincita in denaro[1] nel 2016 è stato pari a 1,03 miliardi di euro, con una crescita del 25% rispetto al 2015 e un'incidenza del 5,4% sul valore complessivo (offline + online) del gioco.

Una crescita dovuta soprattutto al contrasto al gioco irregolare: il modello portato avanti dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli è stato costruito attraverso una regolamentazione dinamica che di anno in anno ha gettato e rafforzato le basi per lo sviluppo del settore, attraverso la creazione di una lista nera di 6.000 siti web “.com” inibiti, un'azione di moral suasion che ha portato i principali fornitori internazionali di software di gioco online a negare i propri servizi agli operatori che agiscono sul mercato italiano senza una regolare concessione e a un adeguamento della tassazione ai principali mercati europei regolati, con l'obiettivo di rendere il circuito legale italiano più concorrenziale rispetto agli operatori non soggetti a imposizione fiscale.

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

“Negli ultimi anni l'introduzione e il riconoscimento normativo di nuove tipologie di gioco hanno permesso di ampliare in modo graduale il perimetro del mercato legale fino a raggiungere un'offerta di gioco attrattiva e in linea con quanto disponibile all'estero e il passaggio per i principali giochi da uno schema impositivo basato sulla Raccolta a uno basato sulla Spesa ha permesso di migliorare la competitività del circuito legale italiano rispetto agli operatori illegali” afferma **Marco Planzi, Direttore dell'Osservatorio Gioco**

Online del Politecnico di Milano. *“In un quadro complessivo di dinamismo sia dal punto di vista della regolamentazione e del controllo sia dal punto di vista dell’offerta, il mercato del Gioco Online in Italia ha conosciuto un’espansione di quasi tutte le sue componenti. L’incremento della Spesa è il frutto di dinamiche contrapposte all’interno delle singole categorie di gioco: si consolidano i trend di crescita dei Casinò Games (+35%) e delle Scommesse Sportive (+31%) e di calo del Poker (-5%). Inoltre è importante evidenziare la costante attenzione verso meccanismi di tutela dei giocatori, uno dei principali aspetti che ha permesso di orientare il circuito legale del Gioco Online fin dalla nascita verso la prevenzione dei rischi legati al gioco d’azzardo patologico”.*

Il mercato

Entrando nel dettaglio dei diversi giochi, sono tre le categorie che si confermano essere le principali e le più apprezzate dai giocatori italiani: nel 2016 infatti, in linea con il passato, rappresentano il 90% del mercato.

Prosegue la crescita dei **Casinò Games** (+35% nel 2016) con una spesa che ha raggiunto i 441 milioni di euro (pari al 43% del mercato complessivo) così come quella legata alle **Scommesse Sportive** (+31%) che oggi vale 350 milioni di euro (pari al 34% del mercato complessivo).

Parallelamente continua il trend calante del **Poker**, che nell’insieme delle sue due componenti - “torneo” e “cash game” - è diminuito del 5%, scendendo a 138 milioni di euro (pari al 13% del mercato complessivo).

Il restante 10%, pari in valore assoluto a 97 milioni di euro, è generato dall’insieme “Altri Giochi” che comprende Bingo, Lotto, Scommesse Virtuali, ecc. Nel complesso anche questo cluster risulta in crescita (+20%, rispetto agli 81 milioni del 2015), grazie al contributo positivo di quasi tutti i giochi, inclusi quelli più tradizionali (Bingo, Ippica, Lotterie) che negli ultimi anni avevano mostrato un trend negativo.

L’attrattività del settore è cresciuta e negli ultimi anni si è assistito all’ingresso sul mercato di diversi nuovi concessionari di gioco come ad esempio Bet365, Betaland, GoldBet, StanleyBet e Sky Bet. Da un lato i giocatori italiani hanno sempre meno possibilità e interesse a rivolgersi ad operatori senza concessione perché l’offerta del circuito legale è completa e competitiva. Dall’altro i nuovi concessionari hanno portato in dote la propria base clienti italiana che prima giocava su siti fuori dai confini nazionali.

“L’ampliamento e il miglioramento dell’offerta dei concessionari italiani, insieme all’evoluzione tecnologica, delle infrastrutture e della cultura digitale dei consumatori, hanno agevolato anche nel 2016 la crescita del mercato per smartphone e tablet” afferma **Samuele Fraternali, Ricercatore Senior dell’Osservatorio Gioco Online del Politecnico di Milano** *“In termini di Spesa, il gioco su Mobile raggiunge nel 2016 i 233 milioni di euro, in crescita del 50%. Il tasso di penetrazione sul mercato sale al 23%, rispetto al 19% del 2015. L’84% della Spesa è generata su Smartphone, divenuto ormai il principale canale di gioco mobile: nel 2013 l’incidenza di tale device era pari al 57%.”*

Per la prima volta il Gioco Online ha registrato tassi in linea, seppur di poco superiori, con i mercati digitali transazionali: l’eCommerce infatti è cresciuto del 18% e i Media Digitali del 20% circa.

Il Gioco Online cresce di più anche dei comparti Entertainment[2] e Spettacolo[3]: emerge infatti che il segmento Videogames è cresciuto del 6%, il botteghino Calcio del 19%, quello del Cinema del 22% e quello del Teatro dell'8%.

Introiti per lo Stato e sviluppo normativo

Nel 2016 lo Stato italiano ha trattenuto, in forma di tassa diretta, quasi 250 milioni di euro, ossia circa un quarto della Spesa. A contribuire maggiormente sugli Introiti sono Casinò Games e Scommesse Sportive, che assieme generano oltre i due terzi dei volumi. In calo invece il contributo del Poker mentre cresce quello degli Altri Giochi. Rispetto all'intero gettito erariale del settore Gioco (offline + online), il comparto online incide per il 2,5% circa.

“Rispetto al 2015 il gettito erariale è cresciuto del 21%, con un tasso inferiore rispetto alla crescita della Spesa su cui però influisce il passaggio alla tassazione sul margine per Scommesse Sportive e Skill Games a Torneo” afferma **Daria Petralia, Dirigente responsabile del gioco a distanza dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli - Area Monopoli.** *“Per il 2017 l'azione sarà orientata alla tracciatura dell'intera filiera di gioco e all'aggiornamento del protocollo di comunicazione, al fine di tracciare i flussi di gioco su Smartphone e Tablet. Sarà inoltre predisposto un bando per l'affidamento di 120 nuove concessioni per il gioco a distanza, che dovrebbe suscitare l'interesse di altri operatori internazionali ancora non presenti sul mercato italiano.”*

I giocatori italiani

Nel 2016 gli italiani che hanno effettuato almeno una giocata sono stati 1,79 milioni, in crescita del 15% rispetto agli 1,56 milioni dell'anno precedente.

L'incremento della base utenti si è registrato anche a livello mensile: i giocatori unici in media al mese sono 766.000 circa, +15% rispetto ai 664.000 del 2015. Anche in questo caso la crescita dei giocatori non è stato un fenomeno spontaneo, ma in larga parte riconducibile agli effetti delle azioni di contrasto al gioco irregolare che hanno condotto a una migrazione dei giocatori su domini “.it”.

Anche nel 2016 non subisce significative variazioni l'identikit del giocatore italiano.

In media un giocatore spende 48€ al mese in Gioco Online e gioca saltuariamente: la maggior parte (83%) è uomo - le donne, in leggero aumento, si concentrano in particolari giochi (ad esempio il Bingo) -, risiede al Centro-Sud (69%) e ha un'età compresa tra i 25 e i 44 anni (53%).

* La Ricerca 2016-2017 dell'Osservatorio Gioco Online è realizzata con il contributo dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (AAMS), Sogei; in collaborazione con Agipro, MAG - Consulenti Associati; con il supporto di Bet365, Betsson Group (StarCasinò), Eurobet, Lottomatica, Microgame, Paddy Power Betfair, PokerStars, Sisal; bwin Italia, Gioco Digitale, LeoVegas-Winga, Sky Bet, Snaitech.

[1] Somma complessiva del fatturato degli operatori e del prelievo erariale. Corrisponde a quanto i giocatori online spendono sui siti con concessione dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM).

[2] Fonte: PWC, Entertainment & Media Outlook in Italy 2016-2020

[3] Fonte: SIAE, L'Osservatorio dello Spettacolo

**Ufficio stampa School of Management del
Politecnico di Milano**

Barbara Balabio

Tel.: 02 2399 9578

email barbara.balabio@osservatori.net

Skype barbara.balabio

www.osservatori.net

**Ufficio stampa Osservatori Digital Innovation
del Politecnico di Milano**

Mirandola Comunicazione

Marco Ferrario - Daniele Gatti

marco.ferrario@mirandola.net

daniele@mirandola.net

Tel.: 0524/574708 - 320/7910162 - 393/8108869

Skype: marco.ferrario3 - daniele.gatti_1

Ufficio Stampa AgiPro s.r.l.

Chiara Vicario

Tel: 06 68308712

Mob: 348 4963434

email chiara.vicario@agipro.it

La School of Management del Politecnico di Milano, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo dell'economia, del management e dell'industrial engineering, che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili. La Scuola ha ricevuto nel 2007 il prestigioso accreditamento EQUIS. 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 per i programmi MBA e Executive MBA. Dal 2014, la Scuola è membro di UniCON, PRME e Cladea. La Scuola può contare su un corpo docente di più di duecento tra professori, ricercatori, tutor e staff e ogni anno vede oltre seicento matricole entrare nel programma undergraduate. Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e MIP Graduate School of Business che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master.

Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale per favorire lo sviluppo del Paese. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La Mission degli Osservatori è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di innovazione digitale in Italia. Gli Osservatori sono oggi un punto di riferimento qualificato sull'innovazione digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione, Formazione e una Community sempre più ampia di professionisti. Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Big Data Analytics & Business Intelligence, Cloud & ICT as a Service, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital Finance, Digital Transformation Academy, Digital Insurance, eCommerce B2c, eGovernment, Enterprise Application Governance, Export, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione Progettazione e PLM (GeCo), Gioco Online, HR Innovation Practice, Hubility/Multicanalità, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Turismo, Internet Media, Internet of Things, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Payment & Commerce, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance.