

## COMUNICATO STAMPA

### School of Management - Politecnico di Milano [www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

Gli italiani nel 2011 hanno speso - per i giochi online con vincita in denaro - 735 milioni di euro, il 7 per cento circa in più rispetto al 2010: una cifra comparabile a quella di altri mercati dell'entertainment (cinema, teatro, calcio, etc.). Il canale online rappresenta solo il 4% della Spesa complessiva degli italiani per il Gioco.

## GIOCHI ONLINE: CRESCE MODERATAMENTE LA SPESA DEGLI ITALIANI

In prevalenza uomini (86%), residenti al Centro-Sud, con un'età compresa tra i 25 e i 44 anni, i giocatori online attivi mensilmente sono poco meno di 800.000 e i due terzi di essi spendono meno di 50 euro al mese.

Milano, 6 marzo 2012 - Presentati oggi, nel corso del convegno "Il Gioco Online in Italia: aumenta l'offerta, si trasforma la domanda" tenutosi al Campus Bovisa, i risultati della ricerca dell'Osservatorio Gioco Online, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano, dall'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato e da Sogei.

#### **Giochi online: il mercato 2011**

La Raccolta online raddoppia nel 2011 passando da 4,8 a 9,85 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 dei giochi di sorte a quota fissa, a distanza (Poker cash e Casinò games), attraverso la quale si è mirato a recuperare alla legalità un settore di gioco particolarmente interessato dalla presenza di operatori illegali.

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, ovvero della spesa lorda dei giocatori online, la Spesa [netta] cresce nel 2011 del 7%, passando da 690 a 735 milioni di euro. La Raccolta, poi, moltiplica semplicemente questa cifra per circa 12 perché include tutti i rigiochi che vengono effettuati a seguito delle vincite. 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 (che non hanno beneficiato nel 2011 di grandi eventi come successo nel 2010) e altri giochi tradizionali come

ad esempio le Scommesse ippiche e 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.

Questa penetrazione 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.

### **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) ma meno dei due terzi (circa 800.000) quelli che mediamente hanno giocato in un mese nella seconda metà del 2011. Ciascuno di questi movimenti 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

Il giocatore online italiano è mediamente uomo (86%), residente al Centro-Sud, con un'età compresa tra i 25 e i 44 anni. 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. I giocatori online italiani nella fascia d'età tra i 25 ed i 44 anni rappresentano il 60% dei giocatori online totali (si tenga conto che la medesima fascia d'età pesa solo per il 34% della popolazione italiana maggiorenne).

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 (la percentuale sale al 25% nel sud Italia). I due terzi dei giocatori online attivi in un dato mese spendono meno di 50 euro. Più nel dettaglio: il 39% spende molto poco, meno di 25 euro, il 14% spende tra i 25 e i 50 euro e il 13% chiude il mese facendo registrare una vincita.

### **L'utilizzo dei nuovi canali**

Dei 69 operatori censiti a febbraio 2012, 57 sono presenti sui principali **Social Network** (Facebook, Twitter, LinkedIn e Google+), in crescita del 128% rispetto a un anno fa, in cui erano solamente 25. 30 sono attivi sia su Facebook che su Twitter.

Sono inoltre diversi gli operatori del Gioco online che stanno sperimentando anche il canale **Smartphone**, un mercato ancora limitato ma con potenzialità significative. 18 tra i 69 operatori censiti hanno attivato almeno un'iniziativa per Smartphone (Mobile site o Application). 8 hanno approcciato il canale attraverso un Mobile site, 6 esclusivamente attraverso un'Applicazione e 4 implementando sia un Mobile site che almeno un'Applicazione. 19 le App 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%.

Sebbene ancora embrionale, anche le Connected Tv mostrano di poter offrire in futuro opportunità interessanti per gli operatori del Gioco Online.

**Per ulteriori informazioni:**

**School of Management Politecnico di Milano**

Barbara Balabio | Tel. 02 2399 9545  
email [barbara.balabio@polimi.it](mailto:barbara.balabio@polimi.it)

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

**Mirandola Comunicazione**  
Marisandra Lizzi - Serena Orizi  
Tel.: 0524/574708 - 348/3615042 - 320/4205558  
email:  
[marisandra@mirandolacomunicazione.it](mailto:marisandra@mirandolacomunicazione.it)  
[serena@mirandolacomunicazione.it](mailto:serena@mirandolacomunicazione.it)  
Skype: marisandralizzi - soloori

**Agipro**

Chiara Vicario | Tel. 06 68308712  
email [chiara.vicario@agipro.it](mailto:chiara.vicario@agipro.it)

*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. Gli Osservatori ICT & Management della School of Management del Politecnico di Milano ([www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)), che si avvalgono della collaborazione dell'Ict Institute del Politecnico di Milano, 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 e mercati.*

*Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: 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 Strategica dell'ICT, Gioco Online, HR Innovation Practice, ICT & PMI, ICT Accessibile e Disabilità, ICT in Sanità, ICT & Business Innovation nel Fashion-Retail, ICT nel Real Estate, ICT nelle Utility, ICT Strategic Sourcing, Information, ICT & Commercialisti, ICT & 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 Tablet & Business Application, NFC & Mobile Payment, RFID, Unified Communication & Collaboration.*