

Il giocatore online italiano ha oggi accesso a un circuito legale che offre tutele e garanzie e che è sempre più rivolto a un gioco sicuro e responsabile.

L'Online vale il 7,2% del mercato complessivo del Gioco in Italia

Aumenta l'attenzione al gioco sostenibile con strumenti e tutele per i consumatori

L'Agenzia Dogane e Monopoli e la filiera italiana del gioco hanno costruito il framework della Sostenibilità Sociale su tre principi: il contrasto al gioco irregolare, il Gioco Responsabile (la tutela del consumatore dalle frodi e dal gioco problematico) e la prevenzione del gioco minorile.

Tra le misure a supporto il contrasto agli operatori illegali, l'attrattività dell'offerta di gioco italiana, l'anagrafe centralizzata per la tracciabilità dei conti di gioco (ACG), gli strumenti di autotutela a disposizione dei giocatori e l'introduzione di un registro unico per l'autoesclusione da tutti i portali (RUA). Nel 2017 la Spesa dei giocatori online italiani in giochi regolamentati con vincita in denaro è stata pari a 1,38 miliardi di €. Sono 2,2 milioni i giocatori che nell'anno hanno effettuato almeno una giocata.

Milano, 12 aprile 2018 - Il valore del mercato dei giochi online regolamentati con vincita in denaro¹ nel 2017 è stato pari a 1,38 miliardi di €, in crescita del 34% rispetto al 2016, con un'incidenza del 7,2% rispetto al valore complessivo del settore Gioco (offline + online). Aumentano gli strumenti a tutela dei giocatori nel mercato dell'online: tra le principali evoluzioni normative del 2018, è in fase di realizzazione da parte di ADM il **Registro Unico delle Autoesclusioni (RUA)**, un'iniziativa che consentirà ai giocatori che richiederanno l'autoesclusione di venire automaticamente esclusi in contemporanea da tutti i siti di gioco. Di fatto non sarà più consentita ai giocatori l'apertura o l'utilizzo di conti di gioco presso altri operatori e sarà resa disponibile, in via preventiva, anche a chi. L'autoesclusione avverrà a seguito di una richiesta inoltrata ai concessionari o anche ufficialmente all'ADM.

È quanto emerge dalla fotografia scattata dall'**Osservatorio Gioco Online del Politecnico di Milano**, promosso congiuntamente con l'**Agenzia Dogane e 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.*

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).

La crescita del mercato è dovuta soprattutto al recupero di flussi di gioco irregolari, rientrati all'interno del circuito legale e passati nel tempo sotto il controllo dell'Agenzia Dogane e Monopoli sia tramite l'ingresso di player internazionali nel circuito “.it” che attraverso la migrazione di giocatori italiani che in precedenza praticavano in maniera preponderante su portali sprovvisti di licenza. Inoltre, a contribuire è anche il processo trasversale di digitalizzazione dei comportamenti d'acquisto degli italiani con un costante aumento di iniziative multicanale.

I principi su cui l'Italia e l'Agenzia Dogane e Monopoli hanno costruito il framework della Sostenibilità Sociale sono tre: il contrasto al gioco irregolare, il Gioco Responsabile (la tutela del consumatore dalle frodi e dal gioco problematico), la prevenzione del gioco minorile. Per ciascuno di questi principi sono state adottate misure volte a costruire un ecosistema di Gioco Responsabile, cui tutti gli operatori con concessione aderiscono senza deroghe.

Il contrasto al gioco irregolare

Il contrasto ai siti web privi di concessione avviene non solo attraverso l'attività repressiva coordinata dalle Forze dell'Ordine nei confronti degli operatori illegali per restringere l'accesso ai giocatori, bloccando l'accesso ai siti “.com” irregolari, ma anche attraverso un impianto normativo che rende per gli operatori internazionali attrattiva l'adesione al sistema concessorio e svantaggioso rimanere nell'irregolarità.

La tutela dalle frodi e dal gioco problematico

Tutte le iniziative per la tutela dei consumatori hanno come baricentro l'Anagrafe centralizzata dei Conti di Gioco (ACG), un complesso sistema di Big Data gestito da Sogei che registra tutte le transazioni sui siti di gioco italiani, una risorsa unica nel panorama mondiale del Gioco Online. Tutti i giocatori sono chiamati obbligatoriamente a impostare limiti di gioco sul valore mensile dei versamenti effettuabili sul conto di gioco (“autolimitazione”) e hanno la facoltà di bloccare il proprio conto sia per periodi di tempo definiti, sia a tempo indeterminato (“autoesclusione”).

La tutela dei minori

La procedura di apertura del conto di gioco prevede l'identificazione di tutti i giocatori attraverso l'invio del documento di identità e del codice fiscale, con l'obbligo per il concessionario di verificare la coerenza e la veridicità delle informazioni inserite dai giocatori, anche attraverso il controllo incrociato con l'Anagrafe dei conti di gioco di Sogei, che a sua volta si occupa della convalida. Tutte le richieste sospette di apertura di nuovi conti, incluse quelle da parte di minori, vengono tempestivamente bloccate e i relativi conti di gioco chiusi. La pubblicità dei servizi di Gioco Online non può inoltre essere veicolata in spazi e orari che non sono strettamente riservati agli adulti.

“Il Gioco Online ha vissuto una vera e propria ‘era della compliance’ in cui tutti gli operatori presenti nel mercato italiano hanno investito con crescente convinzione su vari fronti, da quello organizzativo, fino al marketing e alla customer experience, per ottemperare alle richieste del regolatore; la conseguenza degli investimenti ha però spinto alcuni operatori a sviluppare figure professionali con competenze specifiche focalizzate sull'ideazione e implementazione di misure di tutela dei giocatori.” Afferma Marco Planzi, Direttore dell'Osservatorio Gioco Online del Politecnico di Milano. *“Per*

alcuni operatori d'avanguardia, il passo successivo è stato quello di sviluppare strategie che incorporano in modo esplicito il Gioco Responsabile come tratto culturale dell'organizzazione: un'accelerazione nella diffusione di questo tipo di strategie potrà portare a ripensare progressivamente i programmi in chiave propositiva e innovativa, piuttosto che di 'sola' compliance. In questo modo tra tutti gli operatori si potrà innescare lo stesso circolo virtuoso di imitazione seguito dai Regolatori europei che, basato sulla cooperazione e sulla condivisione di buone pratiche, ha avuto un impatto decisivo nel determinare l'evoluzione del settore. Grazie al supporto quantitativo offerto dall'analisi dei big data e alla tracciabilità delle operazioni, oggi i concessionari possono tendere ad un'interazione tempestiva e personalizzata con ogni giocatore identificato come potenzialmente a rischio”.

Il mercato e i Giocatori

“Nel 2017, in linea con gli ultimi anni, le tre categorie più apprezzate dai giocatori italiani rappresentano il 91% del mercato.” Afferma **Samuele Fraternali**, Direttore dell'Osservatorio Gioco Online del Politecnico di Milano. *“Prosegue la crescita dei **Casinò Games** (+29% nel 2017) con una spesa che ha raggiunto i 569 milioni di euro (pari al 41% del mercato complessivo), così come quella legata alle **Scommesse Sportive** (+59%) che oggi vale 556 milioni di euro (pari al 40% del mercato complessivo). A differenza del 2016, cresce anche il **Poker**, che nell'insieme delle sue due componenti - torneo e cash game - è aumentato del 4%, arrivando a valere 144 milioni di euro (pari al 10% del mercato complessivo). Il restante 9%, pari in valore assoluto a 107 milioni di euro e in crescita del 12%, è generato dall'insieme di **'Altri Giochi'** che comprende Bingo, Lotto, Scommesse Virtuali, ecc.*

Nel 2017 gli italiani che hanno effettuato almeno una giocata online sono stati 2,2 milioni (+22% rispetto al 2016) e l'ampliamento della base utenti si è registrato anche a livello mensile: i giocatori attivi unici in media al mese sono 959.000 circa, in crescita del 25% rispetto ai 766.000 circa del 2016. Interessante notare come tra il 2016 e il 2017 il tasso di abbandono del Gioco Online da parte dei giocatori sia stato del 29%. Ciò significa che degli 1,8 milioni di giocatori attivi nel 2016, sono circa 1,3 milioni i giocatori che hanno giocato anche nel 2017. Il bacino di utenza del Gioco Online (2,2 milioni di giocatori annui nel 2017) rappresenta circa il 7% degli Internet User in Italia con più di 18 anni². Rispetto alla popolazione maggiorenne italiana³ la penetrazione è invece di circa il 4%.

Non cambia l'identikit del giocatore tipo: uomo (82% dei casi), residente al Centro-Sud (70%) e con età compresa tra i 25 e i 44 anni (53%). Più della metà degli utenti gioca saltuariamente e un terzo dei giocatori gioca per un solo mese all'anno.

Nel 2017 l'incidenza della Spesa del Gioco Online sulla Spesa complessiva dei giochi con vincita in denaro (offline + online) è stata pari al 7,2%, in crescita rispetto al 5,4% del 2016. La penetrazione complessiva della Spesa online sulla Spesa totale (online + offline) è cresciuta nel 2017 di quasi due punti percentuali. Il valore va rapportato a un contesto complessivamente stabile: la Spesa totale infatti risulta sostanzialmente invariata, come effetto anche delle politiche comunali, provinciali e regionale attuate sugli apparecchi di gioco.

² Internet User maggiorenni in Italia pari a 32,3 milioni, fonte: ISTAT.

³ Popolazione italiana maggiorenne pari a 50,4 milioni di persone, fonte: ISTAT

“Prosegue anche la crescita del gioco Mobile, sia in termini di iniziative (+13%) sia in termini di volumi di gioco. In particolare la Spesa generata su Smartphone e Tablet supera i 350 milioni di euro, in crescita di oltre il 50%, trainata da Scommesse Sportive e Casinò Games.” Aggiunge **Samuele Fraternali** *“Nel 2017 la Spesa generata su questi device è cresciuta di oltre il 50% e supera i 350 milioni di euro, trainata da Scommesse Sportive (+65%) e Casinò Games (+46%), e rappresenta oltre un quarto (27%) della spesa online complessiva”.*

Nel 2017 lo Stato italiano ha trattenuto, in forma di tassa diretta, quasi 320 milioni di euro - ossia circa un quarto della Spesa - in crescita del 29% rispetto al 2016. Rispetto all'intero gettito erariale diretto del settore Gioco (offline + online), il comparto online incide per il 3,2% circa, in aumento rispetto all'incidenza del 2,5% del 2016.

**L'edizione 2017-2018 dell'Osservatorio Gioco Online è realizzata con il contributo dell'Agenzia Dogane e Monopoli (ADM), Sogei; in collaborazione con Agipro, MAG - Consulenti Associati; con il supporto di Bet365, Betfair, Betsson (StarCasinò), bwin Italia, Eurobet, Logico, Lottomatica, Microgame, Sisal, The Stars Group, Unibet Italia; Intralot Italia, LeoVegas, NetEnt, PHS, SKS365, Snaitech.*

**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. Nel 2009 è entrata per la prima volta nel ranking del Financial Times delle migliori Business School europee. Nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA per i programmi MBA e Executive MBA. 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. La Scuola è membro PRME, Cladea e QTEM. 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. 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 ormai molteplici e

affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data Analytics & Business Intelligence, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, Digital Insurance, eCommerce B2c, eGovernment, Enterprise Application Governance, Export, Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b, Fintech & Digital Finance, Food Sustainability, Gestione Progettazione e PLM (GeCo), Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nell'Industria dello Sport, Internet Media, Internet of Things, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance.