

I VIDEOGIOCHI IN ITALIA ^{nel} 2018

*Dati sul mercato
e sui consumatori*



AESVI

ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

INDICE

1. IL MERCATO ITALIANO DEI VIDEOGIOCHI

2. IL PROFILO DEI VIDEOGIOCATORI ITALIANI

3. UN'INDUSTRIA RESPONSABILE

4. AESVI

INTRODUZIONE



Carissimi/e,

AESVI presenta anche quest'anno la nuova edizione del Rapporto Annuale, un bilancio sul mercato dei videogiochi e sul pubblico dei videogiocatori in Italia nel 2018, realizzato sulla base di diverse fonti di ricerca Games Sales Data (GSD), GameTrack e App Annie nell'ambito dell'osservatorio permanente sul settore promosso dalla federazione europea ISFE.

La straordinaria ricchezza dell'industria dei videogiochi si traduce, anche nel 2018, in una crescita importante per il settore che raggiunge un giro d'affari pari a 1,7 miliardi di euro, registrando un trend positivo del 18,9% rispetto al 2017. Grazie al dialogo permanente tra creazione artistica e innovazione tecnologica, il mercato dei videogiochi risulta trainato dalle vendite di hardware e software, che realizzano rispettivamente un fatturato di 426 milioni di euro e 1,3 miliardi di euro nel 2018. Il mercato digitale, comprensivo di digital download su console e PC e di app, è il segmento in più forte espansione con una crescita anno su anno dell'86,6% e un fatturato di 548 milioni di euro, che conferma l'importante trend di sviluppo registrato negli ultimi anni.

Sempre nel 2018 sono 16,3 milioni gli italiani che hanno avuto un'esperienza di gioco negli ultimi 12 mesi, di cui 54% uomini e 46% donne. Il videogioco è diffuso soprattutto nelle fasce d'età più giovani con una concentrazione maggiore tra i 15 e i 24 anni. Per quanto

riguarda le piattaforme di gioco, i dispositivi mobile come smartphone e tablet in Italia sono utilizzati da 10,1 milioni di videogiocatori. Seguono i PC con 7,6 milioni di videogiocatori e le console home con 6,1 milioni di videogiocatori. Si passa però più tempo davanti alla console (in media 5 ore a settimana), meno sui dispositivi mobile (in media 4,3 ore a settimana) e su PC (4,2 ore a settimana).

Il mercato dei videogiochi è in continuo cambiamento. La sua energia, la sua capacità di confrontarsi con sfide tecnologiche sempre nuove e di valicare i confini della creatività sono i fondamenti che permettono al settore di non rimanere mai fermo e di continuare a reinventarsi. Che sia un passatempo, una passione o un lavoro, negli ultimi anni il videogioco è diventato sempre più accessibile, coinvolgendo un numero di giocatori crescente e diversificato nel mondo. È una forma di intrattenimento che costruisce connessioni tra le persone, che offre una varietà di esperienze senza rivali per videogiocatori esperti e occasionali e che si nutre della passione e dell'impegno del suo pubblico. Le community di videogiocatori sono infatti le prime ambasciatrici del settore.

Il mercato si sviluppa molto velocemente e ogni anno vede l'arrivo di nuovi operatori e l'affermarsi di nuovi modelli di business. Da questo punto di vista il 2019 si preannuncia un anno pieno di sorprese e di novità per l'intero settore, che vi invitiamo a seguire insieme a noi nei prossimi mesi.

Buona lettura!

Marco Saletta
Presidente AESVI

AESVI
ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

METODOLOGIA: UNA COMBINAZIONE DI VARIE FONTI



GAMETRACK

App Annie

La dimensione del mercato italiano del videogioco è calcolata attraverso varie fonti di dati:

• PRODOTTI PACCHETTIZZATI

(Hardware, Software, Accessori, Hybrid Toys):

- Games Sales Data (GSD)

• PRODOTTI DIGITALI:

- Console e PC (giochi completi e acquisti in game): GSD e GameTrack
- Mobile (giochi completi e acquisti in game): App Annie e GameTrack

• CONSUMATORI

- GameTrack

PRODOTTI PACCHETTIZZATI

GSD elabora ogni settimana i dati di vendita a partire da un panel di retailer ed estrapola i dati per coprire il 100% del mercato.

GSD è un servizio dedicato all'industria del videogioco. Gestisce un modello di estrapolazione dei dati sofisticato e personalizzato per far fronte alla specificità del mercato.

Gli elementi chiave della metodologia di estrapolazione utilizzata da GSD sono:

- Utilizzo di campioni di dati di vendita provenienti da editori e produttori di console;
- Utilizzo di modelli differenti per tipo di prodotto.

PRODOTTI DIGITALI (CONSOLE E PC)

GSD raccoglie i dati di vendita FGD ('full-game download' ossia scaricamento giochi completi) dalla maggior parte degli editori principali sulle reti di vendita PSN (PlayStation), Xbox Live (Xbox) e PC.

I dati GSD vengono successivamente estrapolati da GameTrack per stimare il mercato totale (tutti gli editori, tutte le piattaforme e gli acquisti in game).

La metodologia di estrapolazione di GameTrack si basa su due elementi principali:

- Collaborazione con le piattaforme di download;
- Sondaggi periodici online con panel di consumatori europei calibrati per garantire campioni nazionali rappresentativi con indagini annuali offline.

PRODOTTI DIGITALI (MOBILE)

App Annie è il punto di riferimento internazionale per i dati di mercato delle applicazioni per dispositivi mobile. La sua metodologia si basa su:

- Classifiche periodiche complete ricevute da Android e iOS;
- Per la stessa periodicità, unità esatte e valori di più giochi mobile forniti dagli sviluppatori delle applicazioni.

I dati raccolti da App Annie attraverso questa metodologia permettono di stimare il valore generato dalle unità vendute e dagli sviluppatori. Per stimare la spesa dei consumatori vengono applicati i tassi di estrapolazione di GameTrack.

CONSUMATORI

La rilevazione di GameTrack Italy è iniziata e si è sviluppata nel quarto trimestre del 2018. Si basa su un sondaggio offline che viene somministrato una volta all'anno ad un campione di circa 1.000 adulti per paese e che comprende domande relative ai videogiochi giocati dai ragazzi dai 6 ai 17 anni.

L'insieme dei dati ottenuti attraverso il sondaggio viene poi utilizzato per pesare le risposte ricavate da un sondaggio online molto più dettagliato. Il sondaggio online viene effettuato su un campione di almeno 3.000 utenti internet di età compresa tra i 6 e i 64 anni per paese (3.061 persone nel caso specifico dell'Italia). Il sondaggio online viene condotto mensilmente per tutto il trimestre. La fascia d'età considerata, dai 6 ai 64 anni, include la stragrande maggioranza dei videogiocatori.

GameTrack è un progetto commissionato a Ipsos dalla federazione europea ISFE, di cui AESVI è membro. Tra i sottoscrittori del servizio ci sono alcuni dei più importanti operatori dell'industria dei videogiochi. Il servizio è attualmente attivo anche negli USA, in Gran Bretagna, Francia, Germania, Spagna e Russia.

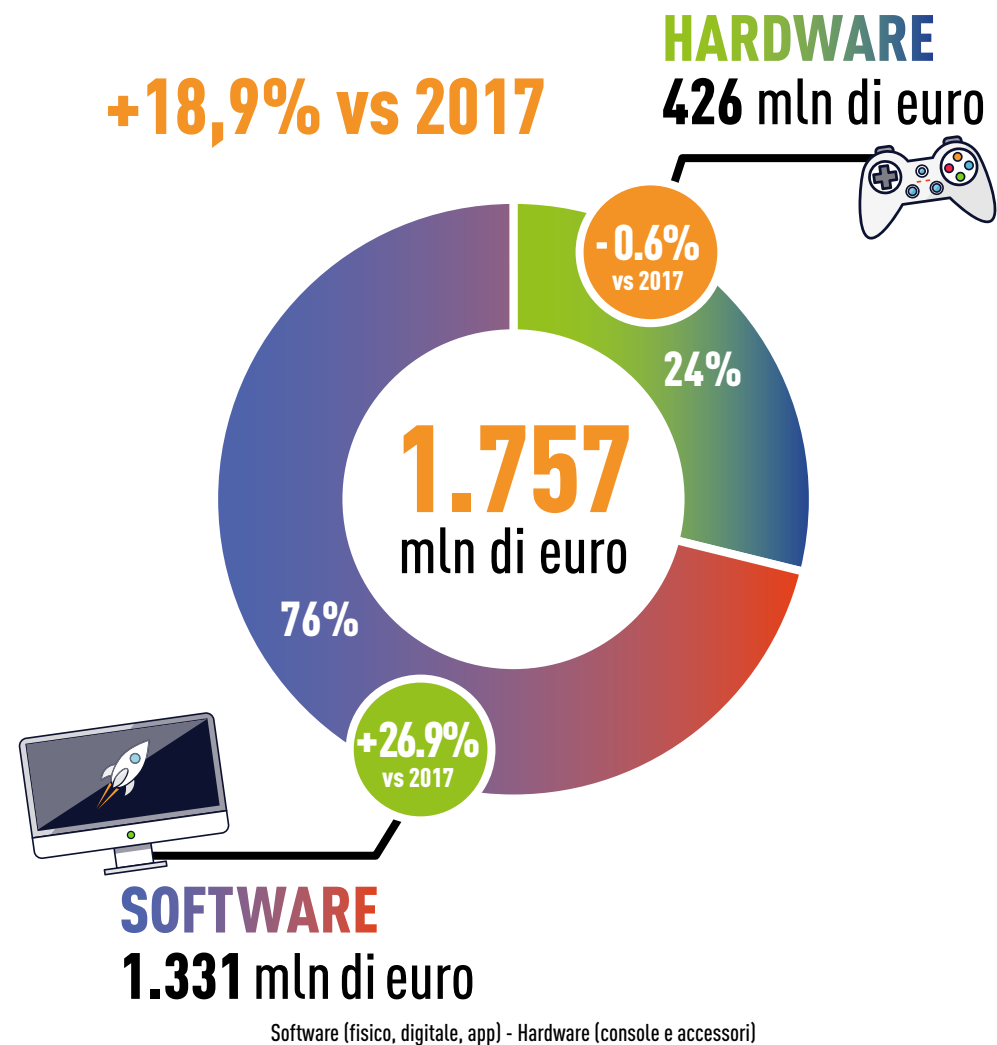


IL MERCATO ITALIANO DEI VIDEOGIOCHI

1

TOTALE MERCATO 2018

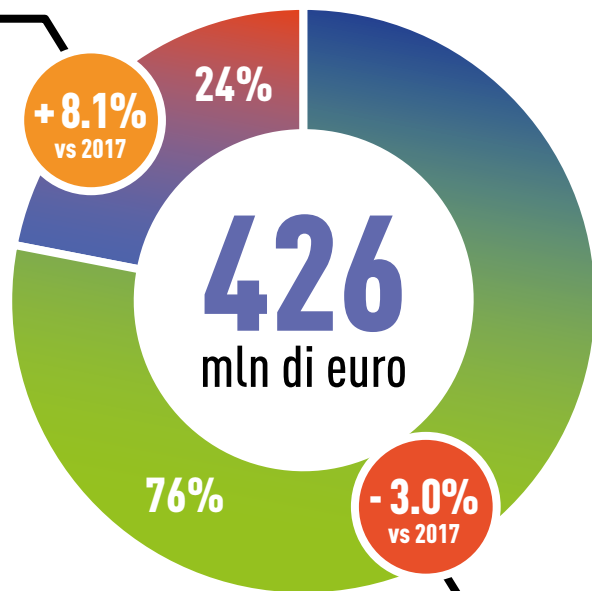
Il giro d'affari del settore, comprensivo di hardware e software fisico e digitale, nel 2018 è di 1 miliardo e 700 milioni di euro, con una crescita del 18,9% rispetto al 2017.



SEGMENTI DI MERCATO: HARDWARE

Totale mercato hardware: console + accessori (a valore)

ACCESSORI
102 mln di euro

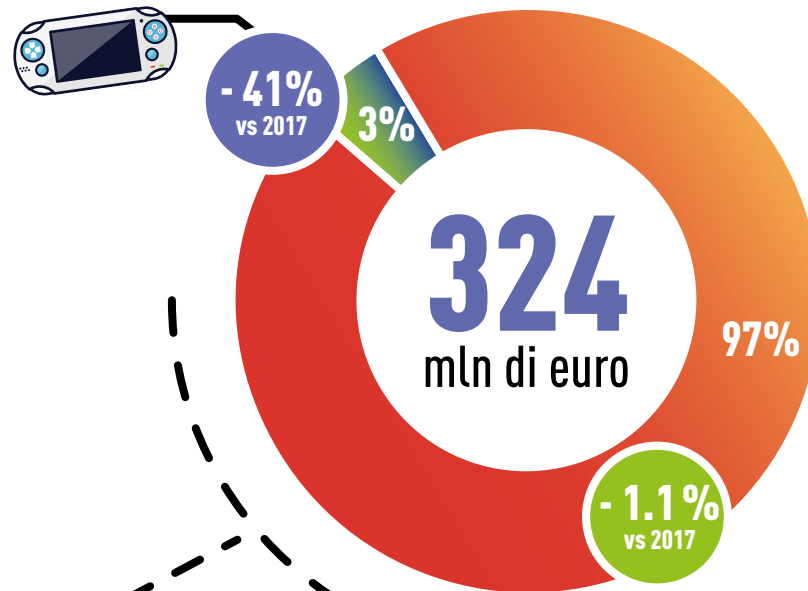


CONSOLE
324 mln di euro

HARDWARE: CONSOLE

Totale mercato console (a valore)

CONSOLE PORTABLE
10 mln di euro

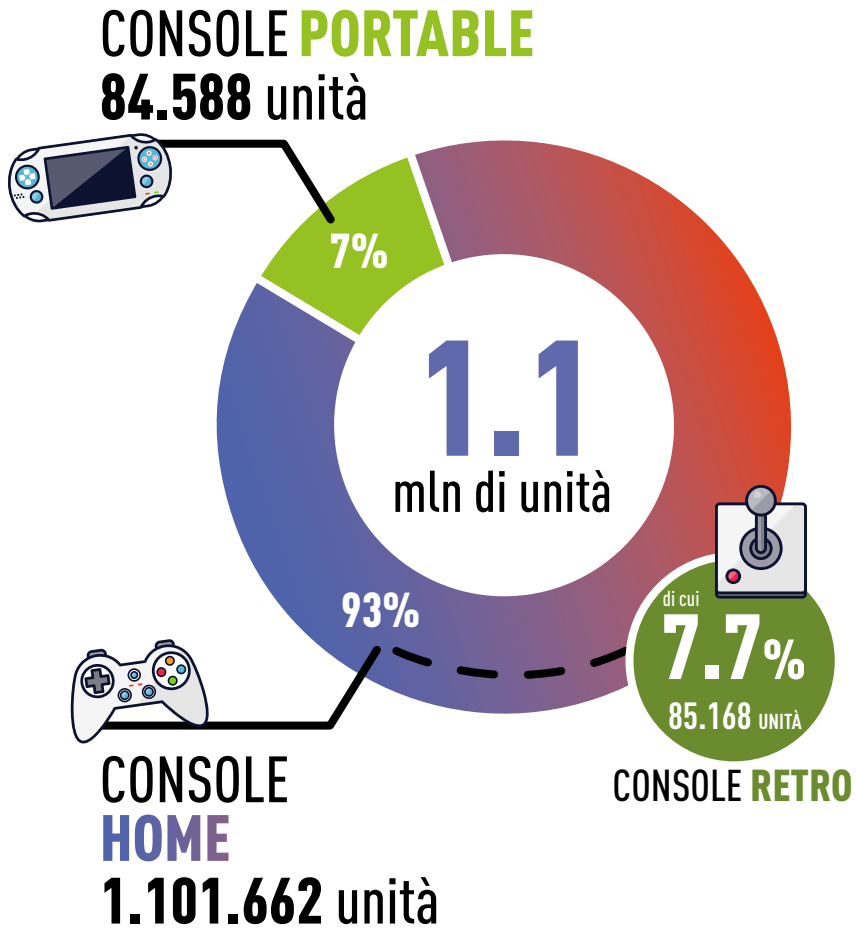


CONSOLE HOME
314 mln di euro



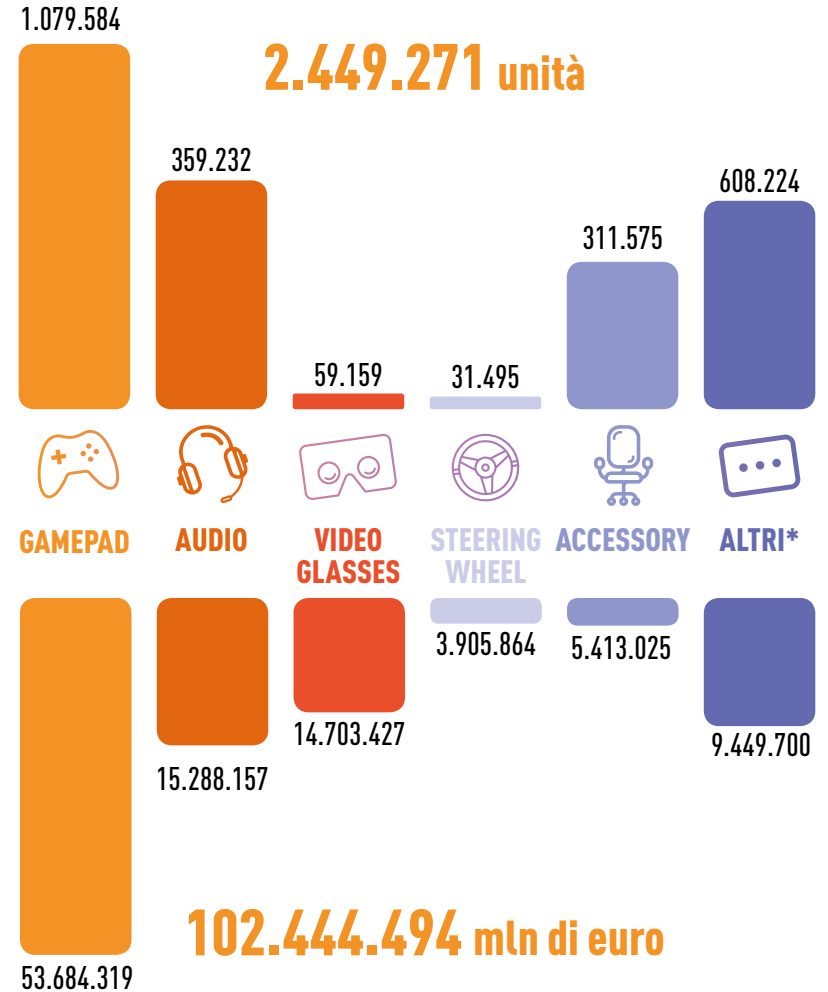
HARDWARE: CONSOLE

Totale mercato console (a volume)



HARDWARE: ACCESSORI

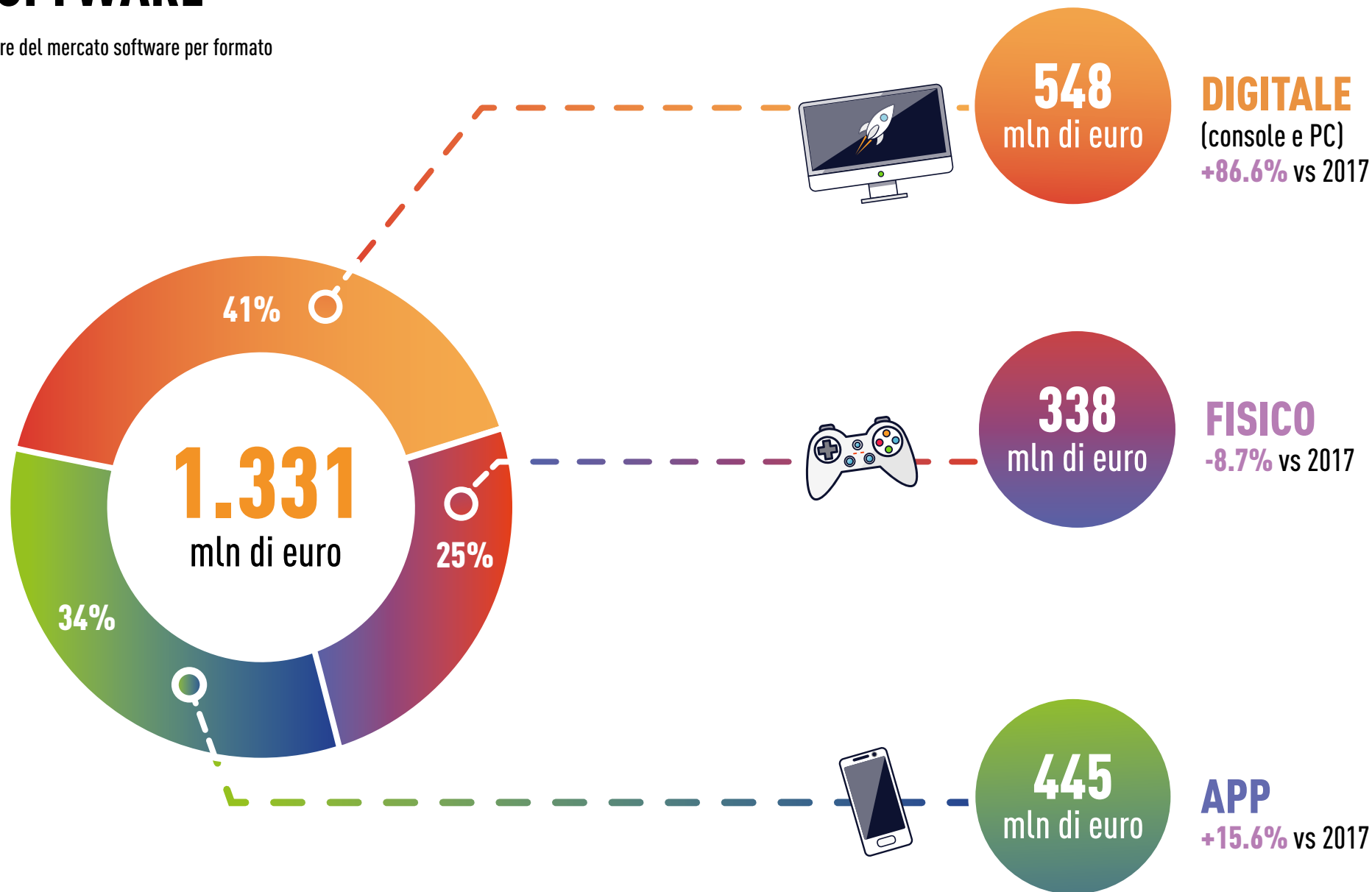
Totale mercato accessori (a volume e a valore)



*ALTRI: Memory (memory cards, hard drive, usb keys), Chargers (Batteries, charging docks & cables), Hybrid Toys, Storage (Storage: Gaming related storage devices, cases etc.), Cables.

SEGMENTI DI MERCATO: SOFTWARE


Valore del mercato software per formato



TOP 10 VIDEOGIOCHI

CONSOLE

1
FIFA 19
Electronic Arts



2
RED DEAD REDEMPTION 2
Rockstar Games



3
MARVEL'S SPIDER-MAN
Sony Interactive Entertainment



4 CALL OF DUTY: BLACK OPS 4
Activision Blizzard

5 GOD OF WAR
Sony Interactive Entertainment

6 ASSASSIN'S CREED ODYSSEY
Ubisoft

7 FAR CRY 5
Ubisoft

8 MONSTER HUNTER: WORLD
Capcom

9 DETROIT: BECOME HUMAN
Sony Interactive Entertainment


10 BATTLEFIELD V
Electronic Arts

PC

1
TOM CLANCY'S RAINBOW SIX SIEGE
Ubisoft



2
OVERWATCH
Blizzard Entertainment



3
GRAND THEFT AUTO V
Rockstar Games



4 THE SIMS 4
Electronic Arts

5 FOOTBALL MANAGER 2019
SEGA

6 CALL OF DUTY: WWII
Activision Blizzard

7 FARMING SIMULATOR 19
Focus Home Interactive

8 FOOTBALL MANAGER 2018
SEGA


9 MONSTER HUNTER: WORLD
Capcom

10 TOMB RAIDER
Square Enix

PIÙ VENDUTI NEL 2018

DOWNLOAD


1
FIFA 19
Electronic Arts



2
GRAND THEFT AUTO V
Rockstar Games



3
CALL OF DUTY: BLACK OPS 4
Activision Blizzard



4 FIFA 18
Electronic Arts

5 RED DEAD REDEMPTION 2
Rockstar Games

6 TOM CLANCY'S RAINBOW SIX SIEGE
Ubisoft

7 MONSTER HUNTER: WORLD
Capcom


8 GOD OF WAR
Sony Interactive Entertainment

9 BATTLEFIELD 1
Electronic Arts


10 HORIZON ZERO DAWN
Sony Interactive Entertainment

APP


1
CANDY CRUSH SAGA
King.com



2
CLASH ROYALE
Supercell



3
CLASH OF CLANS
Supercell



4 GARDENSCAPES - NEW ACRES
Playrix Entertainment

5 LORDS MOBILE
Internet Gaming Gate

6 SLOTOMANIA
Playtika Ltd.

7 HOMESCAPES
Playrix Entertainment

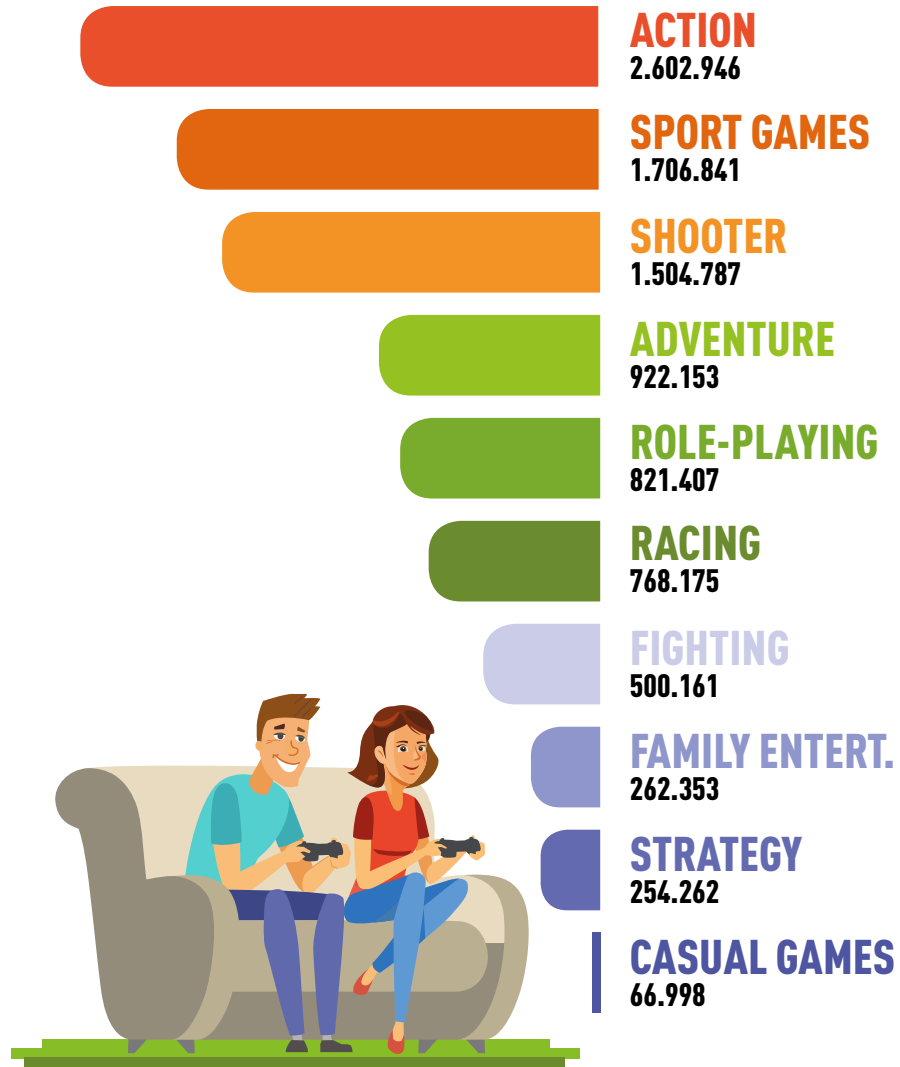
8 EMPIRES & PUZZLES
Small Giant Games

9 CANDY CRUSH SODA SAGA
King.com

10 MARVEL CONTEST OF CHAMPIONS
Kabam

CONSOLE GAMES:

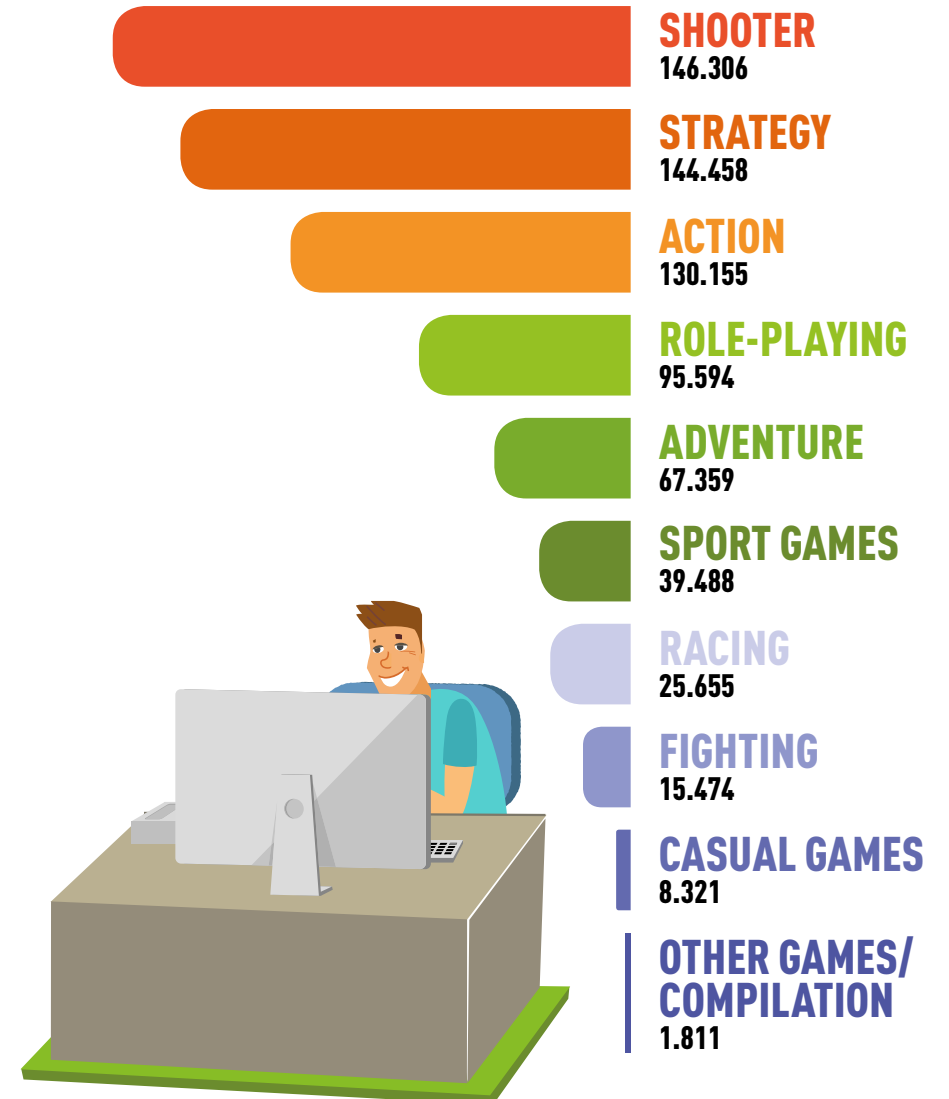
**TOP 10 GENERI DI VIDEOGIOCHI
PIÙ VENDUTI NEL 2018**
IN VOLUME



22

PC GAMES:

**TOP 10 GENERI DI VIDEOGIOCHI
PIÙ VENDUTI NEL 2018**
IN VOLUME



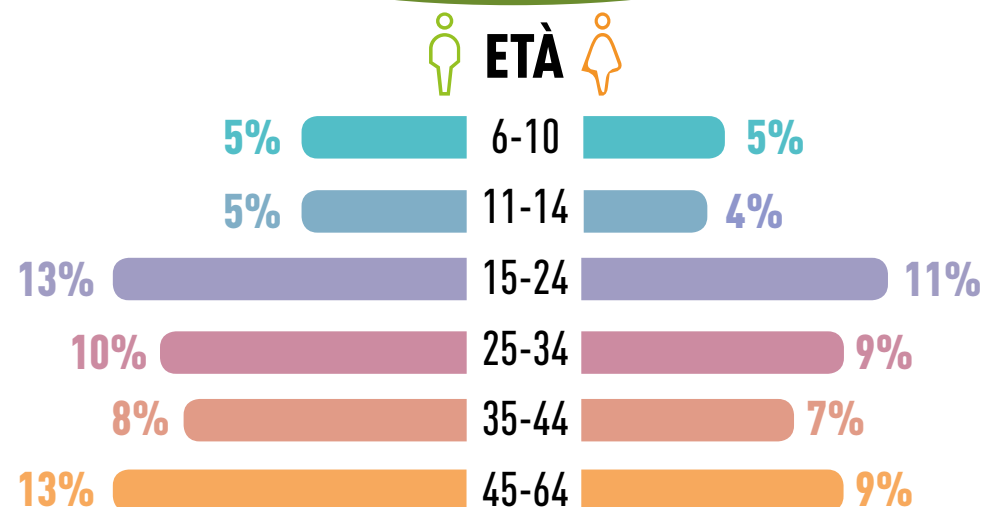
23

IL PROFILO DEI VIDEOGIOCATORI ITALIANI



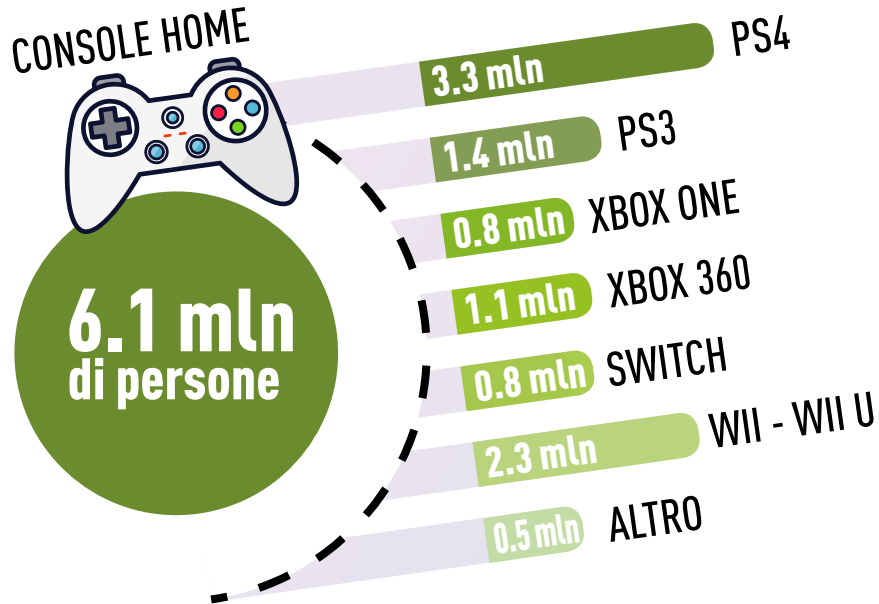
**16,3 MILIONI DI PERSONE HANNO
GIOCATO AI VIDEOGIOCHI NEGLI ULTIMI 12
MESI, OVVERO IL 37% DELLA
POPOLAZIONE ITALIANA TRA I 6 E I 64 ANNI**

Tutti gli intervistati

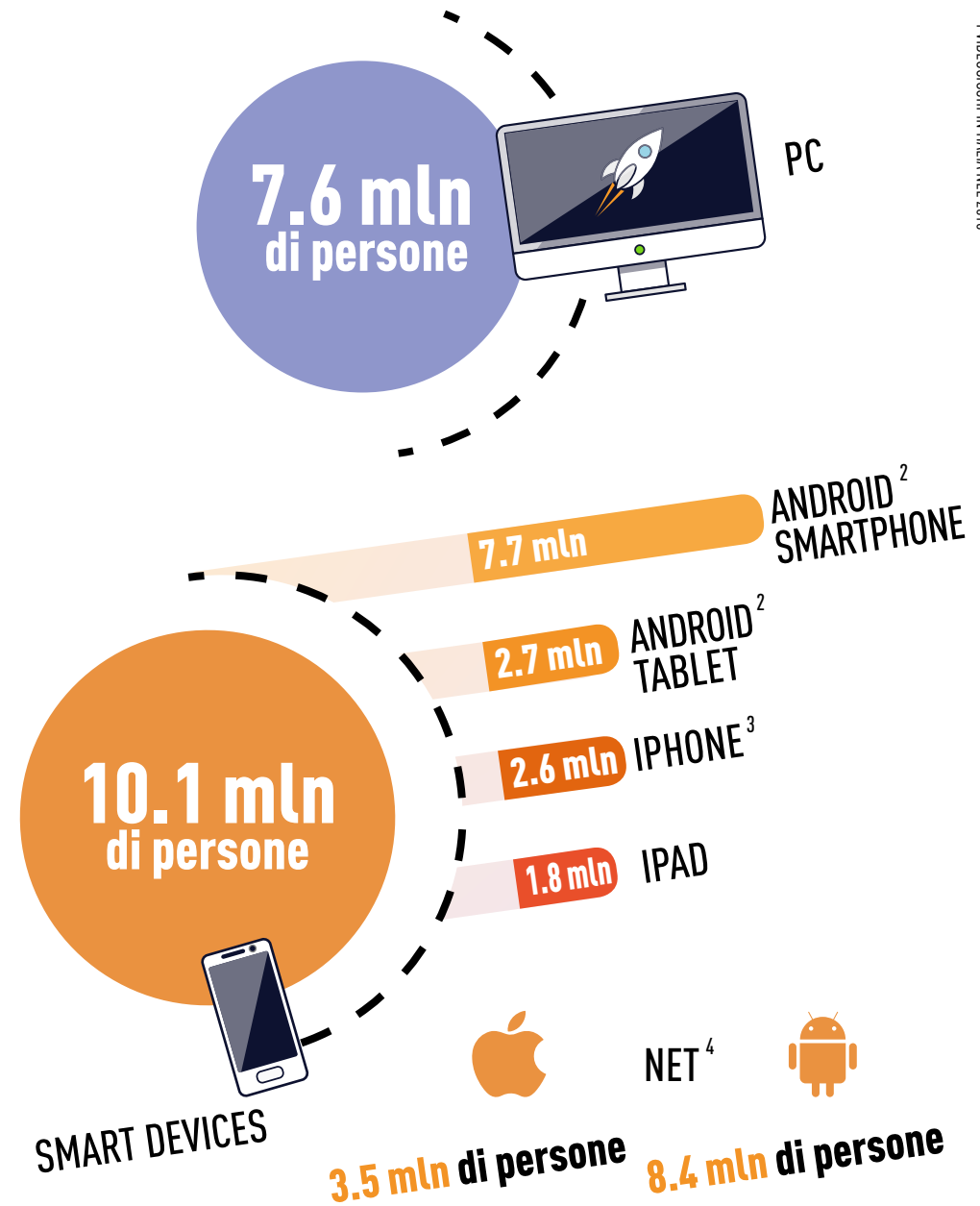


DISPOSITIVI UTILIZZATI PER VIDEOGIOCARRE

I grafici rappresentano il numero di persone tra i 6 e i 64 anni che hanno videogiocato negli ultimi 12 mesi in Italia suddivise per tipologia di dispositivo utilizzato: Console Home, Console Portable, PC e Smart Devices.



1. Il termine NET fa riferimento al numero totale di giocatori su PlayStation 4 o Xbox One o Switch in via esclusiva



2. Dispositivi Android o con altri sistemi operativi

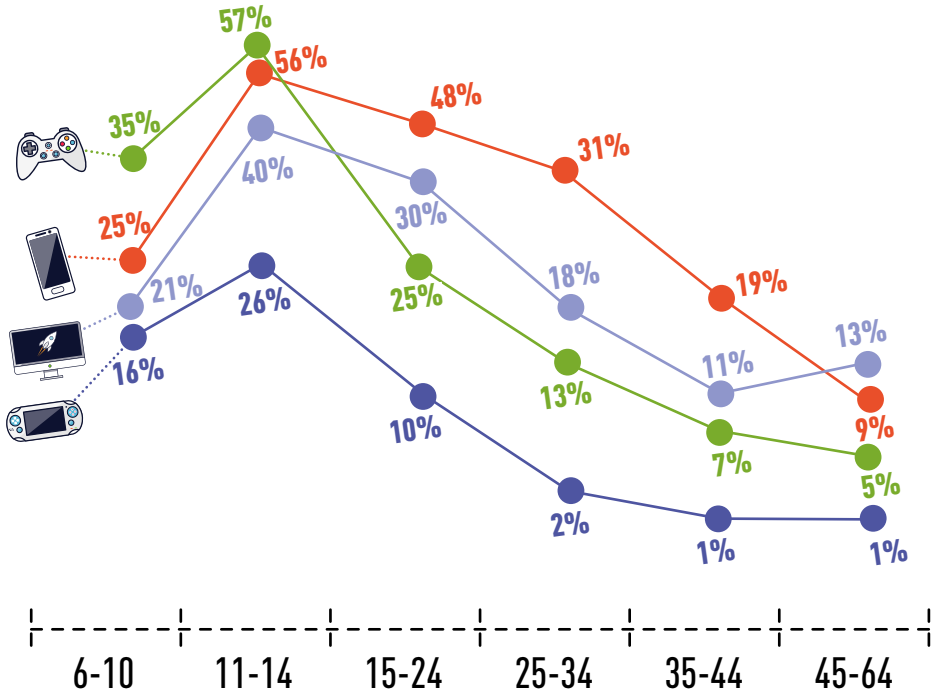
3. Compreso iPod Touch

4. NET Android fa riferimento al numero di giocatori su smartphone Android o tablet Android in via esclusiva.

NET iOS fa riferimento al numero di giocatori su iPhone o iPad in via esclusiva

DISPOSITIVI UTILIZZATI PER VIDEOGIOCARE IN BASE ALL'ETÀ

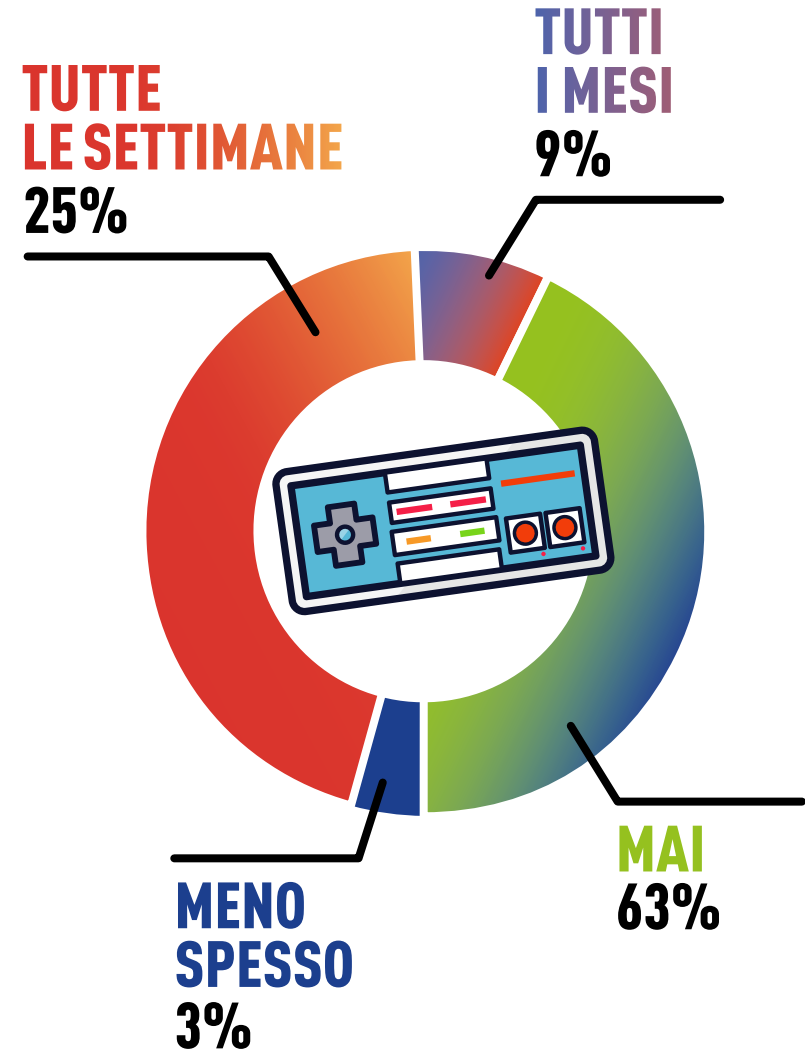
Tutti gli intervistati



ETÀ

FREQUENZA DI GIOCO

Tutti gli intervistati

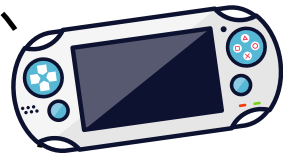


FREQUENZA DI GIOCO SU CIASCUNA PIATTAFORMA

Tutti i videogiocatori



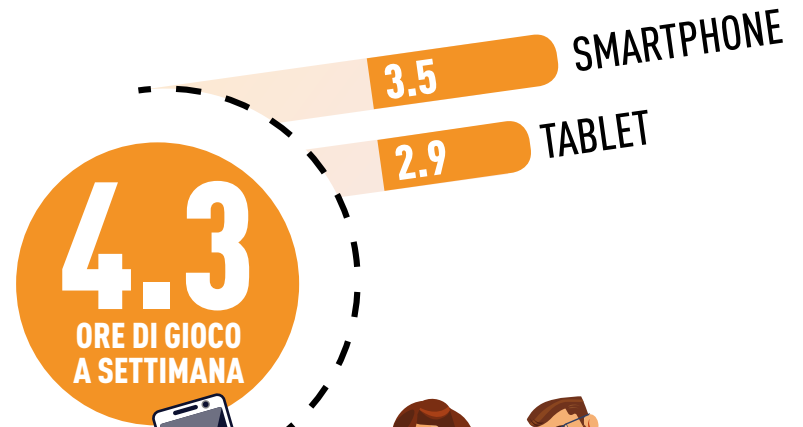
1.9
ORE DI GIOCO A SETTIMANA



PORTABLE



PC



4.3
ORE DI GIOCO A SETTIMANA



SOTTOSCRIZIONI A SERVIZI A PAGAMENTO CONSOLE

Tutti i videogiocatori di una specifica console



37%



24%



22%



32

PC

Tutti i videogiocatori PC



20%



16%



13%



12%

ALTRI

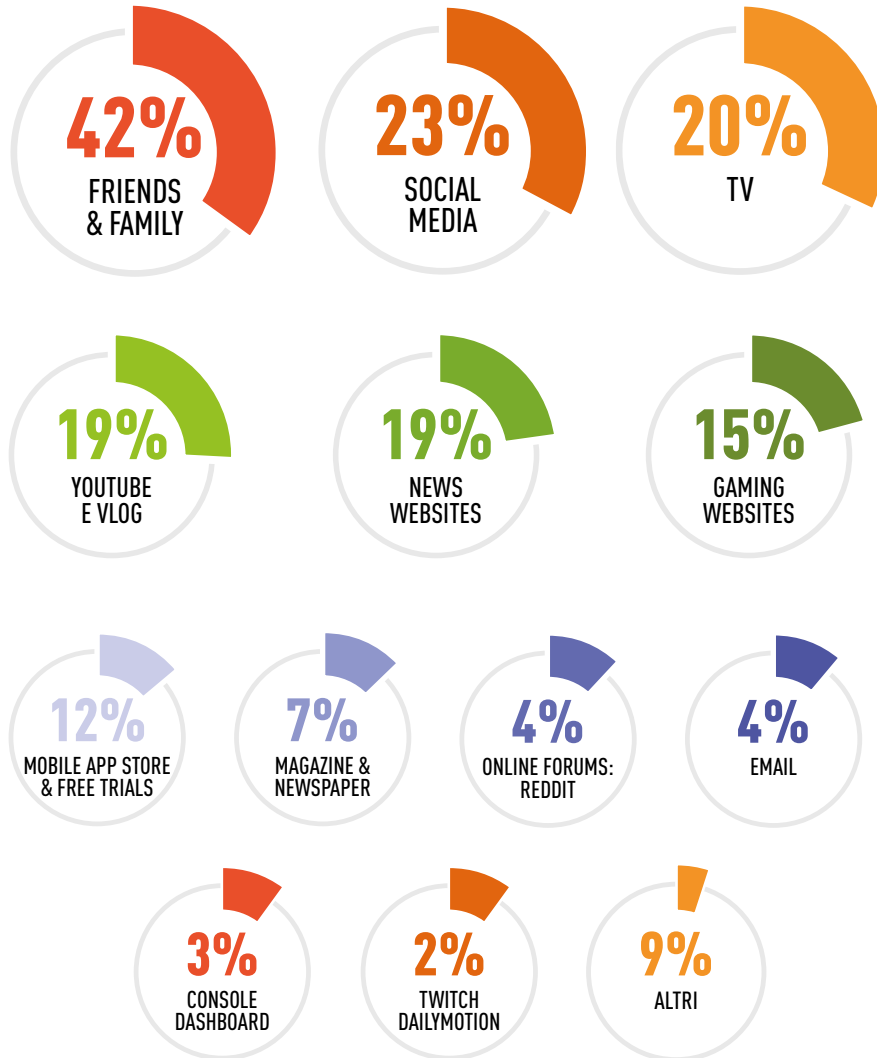
12%



33

FONTI DI INFORMAZIONE SUI VIDEOGIOCHI

Tutti i videogiocatori

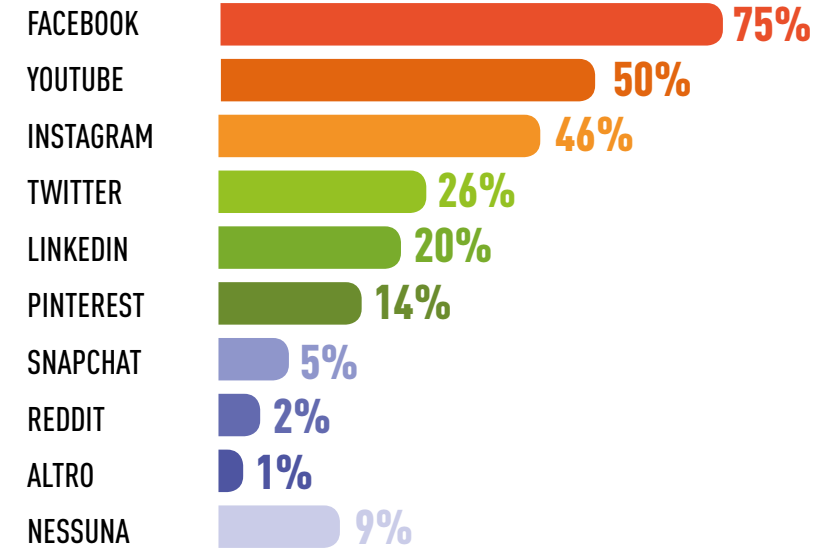


34

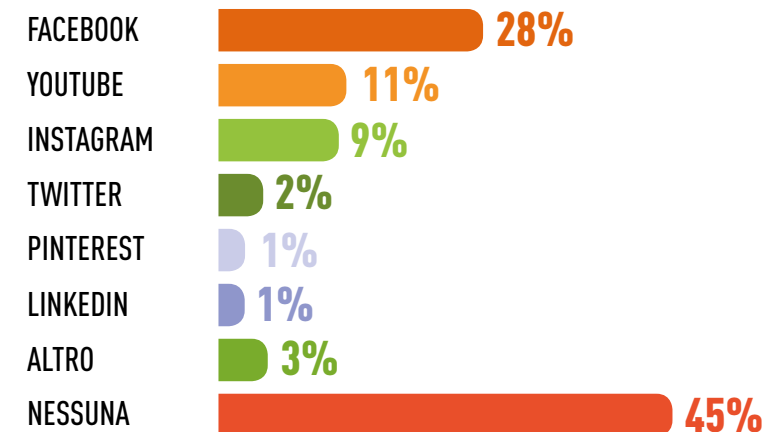
SOCIAL MEDIA E VIDEOGIOCATORI

Tutti i videogiocatori

VIDEOGIOCATORI ISCRITTI ALLE MAGGIORI PIATTAFORME SOCIAL



LE PIATTAFORME SOCIAL PREFERITE PER PARLARE DI VIDEOGIOCHI



35

UN'INDUSTRIA RESPONSABILE

3



Il PEGI è il sistema pan-europeo di classificazione dei videogiochi, progettato per educare i consumatori ad un corretto acquisto dei videogiochi e per proteggere i minori dall'accesso a videogiochi dai contenuti potenzialmente inappropriati per la loro età.

Fornisce informazioni sull'età raccomandata per l'utilizzo dei videogiochi e sui contenuti specifici presenti al loro interno, in modo che i genitori possano fare scelte consapevoli di acquisto. Il PEGI inoltre garantisce che ogni videogioco venga pubblicizzato in modo responsabile.

La classificazione PEGI fornisce indicazioni sull'adeguatezza del contenuto del videogioco in base all'età, non invece sul livello di difficoltà. Questo significa che un videogioco PEGI 3 può risultare complesso e difficile da padroneggiare, mentre un videogioco PEGI 18 può rivelarsi semplice da utilizzare. Sono quindi le tipologie di contenuti presenti all'interno del videogioco a determinarne la sua classificazione. Le icone di classificazione dell'età vengono usate congiuntamente con dei descrittori che indicano i contenuti in presenza dei quali un videogioco è stato classificato in un determinato modo.

Il PEGI è stato lanciato nel 2003 e da allora ha classificato più di 30.000 videogiochi. Oggi è utilizzato in 35 paesi europei e adottato da tutti i principali editori e sviluppatori di videogiochi che operano sul mercato europeo. Il PEGI si applica a tutti i videogiochi, a prescindere dal formato o dalla piattaforma, venduti e distribuiti in Europa da qualsiasi operatore del mercato che abbia sottoscritto il codice di condotta su cui si basa lo stesso PEGI. Il sistema è inoltre supportato dalle istituzioni dell'Unione Europea e dalla maggioranza dei governi europei.

Per maggiori informazioni, è possibile visitare il sito Internet www.pegi.info.

CLASSIFICAZIONI PER ETÀ

Ci sono cinque possibili classificazioni per età che indicano l'età minima raccomandata per il videogioco. Le fasce d'età sono: 3, 7, 12, 16 e 18. I simboli sono posizionati sul fronte e sul retro della confezione del videogioco.

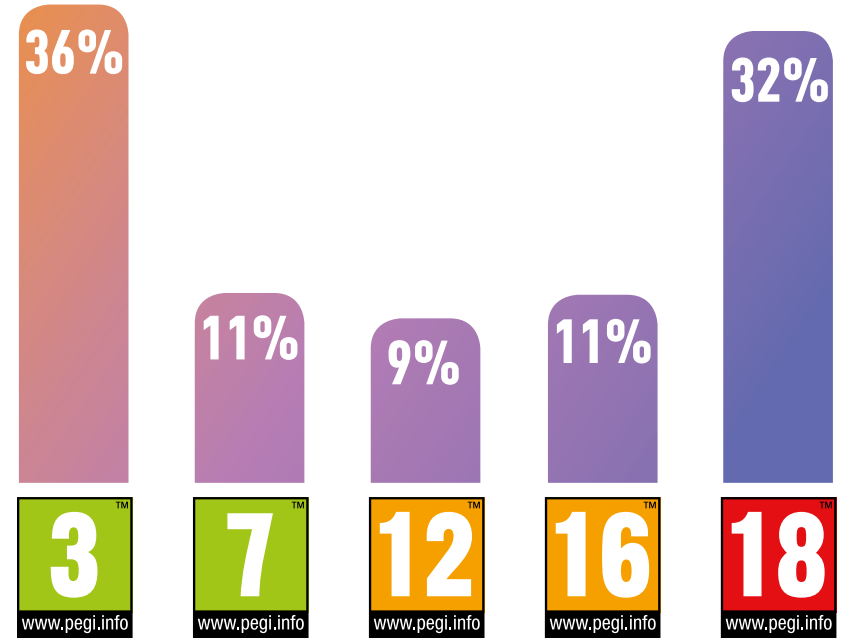


CLASSIFICAZIONI PER CONTENUTO

Ci sono otto possibili classificazioni per contenuto che indicano diverse tipologie di contenuti potenzialmente non adatti ad un determinato pubblico. I simboli indicano, quando necessario, la natura del contenuto e sono posizionati sul retro della confezione del videogioco.



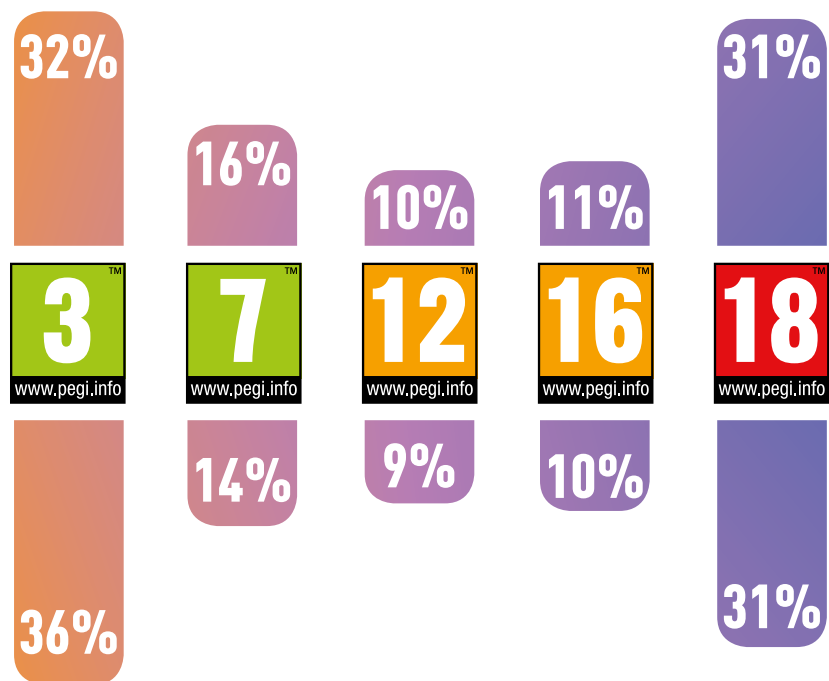
OFFERTA VIDEOGIOCHI PER CLASSIFICAZIONE PEGI NEL 2018 (MERCATO FISICO)



Il 56% dei videogiochi rilasciati sul mercato italiano nel 2018 sono adatti ad un pubblico tra i 3 e i 12 anni (PEGI 3, PEGI 7, PEGI 12).

VENDITA VIDEOGIOCHI PER CLASSIFICAZIONE PEGI NEL 2018 (MERCATO FISICO)

A VOLUME



Il 58% dei giochi venduti in Italia nel 2018 sono adatti ad un pubblico tra i 3 e i 12 anni (PEGI 3, PEGI 7, PEGI 12)

AESVI

AESVI
ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

CHI SIAMO

Siamo l'Associazione di categoria dell'industria dei videogiochi in Italia. Diamo identità e voce comune al settore e indirizziamo con un approccio unitario i temi di interesse condiviso.

LA NOSTRA MISSIONE

Lavoriamo per creare un contesto favorevole allo sviluppo del settore in Italia e per valorizzare il ruolo del videogioco nel sistema economico, sociale e culturale del nostro paese.

LA NOSTRA STORIA

L'Associazione è stata fondata agli inizi degli anni 2000. In origine i nostri soci erano principalmente multinazionali del settore con sede in Italia. Dal 2011, con la nascita di numerosi studi di sviluppo di videogiochi anche nel nostro paese, abbiamo allargato la nostra base associativa alle imprese italiane che producono videogiochi, che oggi rappresentano la larga maggioranza dei nostri soci.

CHI RAPPRESENTIAMO

Attualmente riuniamo più di 60 soci che comprendono i produttori di console per videogiochi, gli editori e gli sviluppatori di videogiochi che operano sul territorio italiano.

COME LAVORIAMO

Siamo un'Associazione agile, snella e orientata al risultato. Il nostro modo di lavorare è molto pragmatico e si basa sul costante coinvolgimento dei nostri soci, in modo da assicurare che la nostra azione sia sempre al passo con la costante evoluzione del settore. I nostri soci sono al centro di qualsiasi scelta e azione dell'Associazione.

IL NOSTRO NETWORK

Siamo membri della Federazione di categoria europea del settore ISFE (Interactive Software Federation of Europe).

COSA FACCIAMO

MERCATO

Rilasciamo periodicamente rapporti sull'andamento del mercato dei videogiochi e sul profilo dei videogiocatori in Italia.

A partire dal 2018 abbiamo avviato l'osservatorio sull'ecosistema esports italiano.

MAPPATURA DEL SETTORE

Realizziamo rilevazioni periodiche sugli operatori del settore in Italia, con particolare riferimento al segmento dello sviluppo e della produzione.

ISTITUZIONI

Siamo in costante contatto con le istituzioni pubbliche a tutti i livelli per rappresentare, promuovere e tutelare gli interessi del settore nelle sedi opportune.

BUSINESS

Lavoriamo per creare un ecosistema sostenibile per lo sviluppo del business delle start-up, delle piccole e medie imprese e delle multinazionali che operano in Italia, con una particolare attenzione all'internazionalizzazione.

CULTURA

Promuoviamo la divulgazione della cultura del videogioco attraverso l'organizzazione di diversi eventi e iniziative sul territorio, tra cui il consumer show Milan Games Week (www.milangamesweek.it), il premio di settore Italian Video Game Awards (www.italianvideogameawards.com) e il Games Industry Day, l'annuale momento di confronto con le istituzioni.

FAMIGLIA

Siamo impegnati da anni nel promuovere la conoscenza del sistema di classificazione europeo dei videogiochi PEGI (www.pegi.eu), per fornire alle famiglie le informazioni più opportune per acquistare e utilizzare i videogiochi in modo consapevole.



MILAN GAMES WEEK

www.milangamesweek.it



Milan Games Week è un punto di riferimento imprescindibile per gli appassionati di videogiochi in Italia e registra anno su anno nuovi record. L'ultima edizione dell'evento ha registrato la presenza di oltre 162.000 visitatori (+10% vs 2017), 160 espositori (+10% vs 2017) e più di 650 giornalisti e blogger accreditati. L'appuntamento con la nona edizione del consumer show è per il 27, 28 e 29 settembre 2019 a Fiera Milano Rho.



ITALIAN VIDEO GAME AWARDS

www.italianvideogameawards.com



Italian Video Game Awards è il premio che celebra i migliori videogiochi pubblicati nel corso dell'anno e promuove il valore culturale e artistico del medium. La cerimonia di premiazione è un evento di gala aperto a ospiti della game industry italiana e internazionale, istituzioni e giornalisti. La settima edizione del premio avrà luogo l'11 aprile 2019 presso l'Acquario Romano, location di prestigio nel cuore di Roma.



GAMES INDUSTRY DAY



Games Industry Day è un'occasione di incontro tra industria e istituzioni per discutere sul presente e sul futuro del settore dei videogiochi in Italia ed esplorare il ruolo del medium nell'economia, nella società, nella cultura e nell'educazione. Organizzato con cadenza annuale, ha all'attivo tre edizioni e si rivolge a operatori del settore, rappresentanti del Governo e del Parlamento e giornalisti.

SOCI AESVI

101%	DP STUDIOS	OFFICINE TELEMATICHE	TRINITY TEAM
34BIGTHINGS	ELECTRONIC ARTS	OVOSONICO	UBISOFT ITALIA
3D CLOUDS	FORGE REPLY	POLYGON MOON	UBISOFT MILAN
505 GAMES	GAMELOFT	REAL GAME MACHINE	UNAMEDIA
A_LAB	INVADER STUDIOS	RED KOI BOX	UNTOLD GAMES
ACTIVART	ITALIAN GAMES FACTORY	RELUDO	WARNER BROS. ENTERTAINMENT ITALIA
ACTIVISION BLIZZARD ITALIA	JUST FUNNY GAMES	REMOTHERED	WE WERE UV
AFFINITY PROJECT	KOCH MEDIA	SANDBOX	WHITE MANAGER
ALITTLEB.IT	LEAF GAMES & SOFTWARE	SINGULAR PERCEPTION	XPLORED
ANOTHEREALITY	LKA	SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT ITALIA	YUMEGEARS
BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT ITALIA	MELAZETA	STORM IN A TEACUP	
BIG BEN INTERACTIVE ITALIA	MICROSOFT ITALIA	STORMIND GAMES	
CARACAL GAMES	MILESTONE	STUDIO CLANGORE	
CENTRIC A	MIXEDBAG	STUDIO EVIL	
CUBE COMUNICAZIONE	NETMINDS	TAKE TWO INTERACTIVE ITALIA	
DIGITAL TALES	NINTENDO ITALIA	TINY BULL STUDIOS	

AESVI

ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

SEGRETERIA GENERALE

VIA COPERNICO, 38

20125 MILANO

TEL: +39 348 557 4564

EMAIL: INFO@AESVI.IT

WWW.AESVI.IT