

# I Videogiochi in Italia<sup>nel</sup> 2019

Dati sul mercato e sui consumatori



Italian Interactive Digital Entertainment Association

# Indice

1.

**Il mercato dei  
videogiochi in Italia**

---

2.

**Il profilo dei  
videogiocatori italiani**

---

3.

**Un'industria  
responsabile**

---

4.

**IIDEA**

# Introduzione



Carissimi/e,

IIDEA presenta anche quest'anno la nuova edizione del Rapporto Annuale, un bilancio sul mercato dei videogiochi e sul pubblico dei videogiocatori in Italia nel 2019,

realizzato sulla base di diverse fonti di ricerca come Game Sales Data (GSD), GameTrack e AppAnnie nell'ambito dell'osservatorio permanente sul settore promosso dalla federazione europea ISFE.

In un anno di transizione che precede l'avvento delle console di nuova generazione, il mercato dei videogiochi registra una crescita complessiva del +1,7% rispetto al 2018, generando un giro d'affari pari a 1 miliardo e 787 milioni di euro. Il settore continua a essere trainato dalle vendite di hardware e software, che realizzano rispettivamente un fatturato di 358 milioni di euro e 1.4 miliardi di euro. Il mercato dell'hardware risulta in normale calo fisiologico in vista dei nuovi lanci annunciati. Il mercato del software, invece, registra complessivamente un trend positivo. In particolare il software digitale, comprensivo di digital download su console e PC e di app, è il segmento che continua a registrare la più forte espansione, con una crescita anno su anno del 13,5% e un fatturato che raggiunge 1 miliardo e 127 milioni, confermando così il positivo trend di sviluppo degli ultimi anni.

Il segmento degli accessori rimane stabile (-0,1% rispetto al 2018), con un fatturato totale di 101 milioni di euro.

I nostri connazionali che hanno avuto un'esperienza di gioco nel corso del 2019 sono stati 17 milioni, ovvero il 39% della popolazione italiana compresa tra i 6 e i 64 anni. Di questi, gli uomini rappresentano il 53%, mentre le donne il 47%. Il videogioco è diffuso soprattutto nelle fasce d'età più giovani, con una concentrazione maggiore tra gli 11 e i 24 anni. Per quanto riguarda le piattaforme di gioco, i dispositivi mobile come smartphone e tablet sono i più utilizzati, con un pubblico di 10.5 milioni di videogiocatori, di cui 5.6 milioni di donne. Seguono i PC con 7.8 milioni di videogiocatori e le console home con 6.7 milioni. Tuttavia, un videogiocatore trascorre in media più tempo davanti a una console (5,4 ore a settimana) che giocando a un PC (4 ore) o con un dispositivo mobile (5,3 ore a settimana).

La dinamicità è la principale caratteristica dell'industria dei videogiochi, che ogni anno è capace di reinventarsi grazie alla sua straordinaria capacità di confrontarsi con sfide tecnologiche sempre nuove e di valicare i confini della creatività. In attesa del nuovo ciclo generazionale in arrivo nel 2020, il videogioco, che sia un passatempo, un lavoro o una passione, continua a diventare più accessibile e a consolidare la propria posizione come forma di intrattenimento, coinvolgendo un numero di giocatori crescente e diversificato in Italia, come nel resto del mondo.

Vi invitiamo a seguire con noi gli sviluppi del settore nei prossimi mesi.

Marco Saletta  
**Presidente IIDEA**

# Metodologia

## Una combinazione di varie fonti



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

**IPSOS**

## 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), Nintendo eShop (Nintendo) e Steam (PC). Non sono invece tracciate le vendite digitali sulle reti di vendita di proprietà dei singoli editori, come ad esempio Battle.net, Origin, Uplay, Rockstar Launcher, ecc.

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 mobili. 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 2019. 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).

La fascia di età considerata, dai 6 ai 64 anni, include la stragrande maggioranza dei videogiocatori.

Il sondaggio online viene condotto mensilmente per tutto il trimestre.

GameTrack è un progetto commissionato a Ipsos dalla federazione europea ISFE, di cui IIDEA 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.

# Legenda

## Hardware

- Console
- Accessori o periferiche gaming

## Software fisico

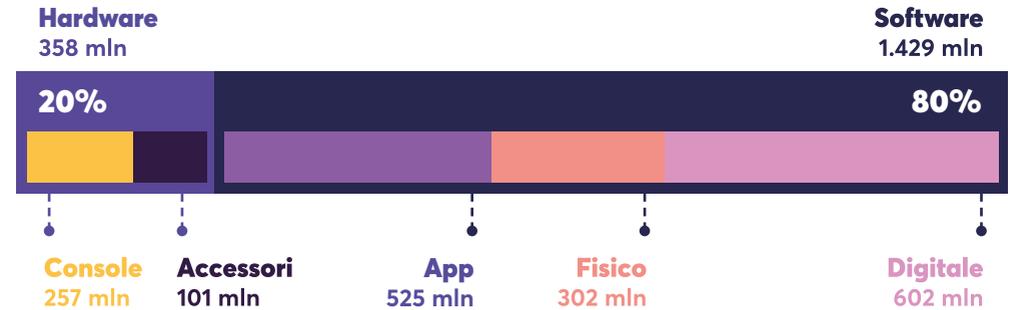
- Videogiochi su disco nuovi
- Videogiochi di seconda mano
- Videogiochi su disco noleggiati

## Software digitale

- **Free game:** videogiochi scaricati gratuitamente
- **Paid game:** videogiochi scaricati a pagamento
- **DLC:** contenuti addizionali per videogiochi già acquistati
- **Microtransazioni:** contenuto di gioco addizionale acquistato tramite microtransazioni
- **Subscription:** servizio a pagamento acquistato per giocare online
- **Social:** contenuti di gioco extra a pagamento disponibili sui social network
- **Browser:** servizio a pagamento che permette di giocare a uno specifico titolo scaricandolo
- **On-demand:** servizio a pagamento che permette di giocare a uno specifico titolo on-demand

# Rapporto in sintesi

Giro d'affari totale 2019 • 1.787 milioni di euro



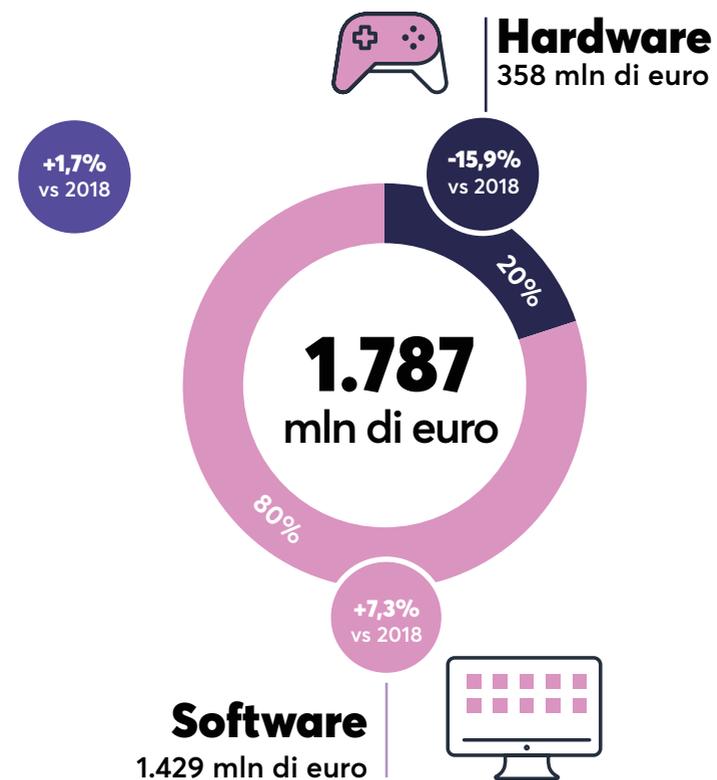
## I videogiocatori italiani nel 2019

	Sesso		Età					
	Uomo	Donna	6-10	11-14	15-24	25-34	35-44	45-64
<b>Videogiocatori</b>	9.1m +0.2m	7.9m +0.5m	1.8m +0.2	1.7m +0.1	4.3m +0.5	3.0m -0.1	2.3m -0.2	3.9m +0.2
<b>Tempo di gioco</b>	55% -3pp	45% +3pp	16% +4pp	19% +1pp	32% +7pp	8% -5pp	7% -5pp	18% -1pp

# 1 Il mercato dei videogiochi in Italia

## Totale mercato 2019

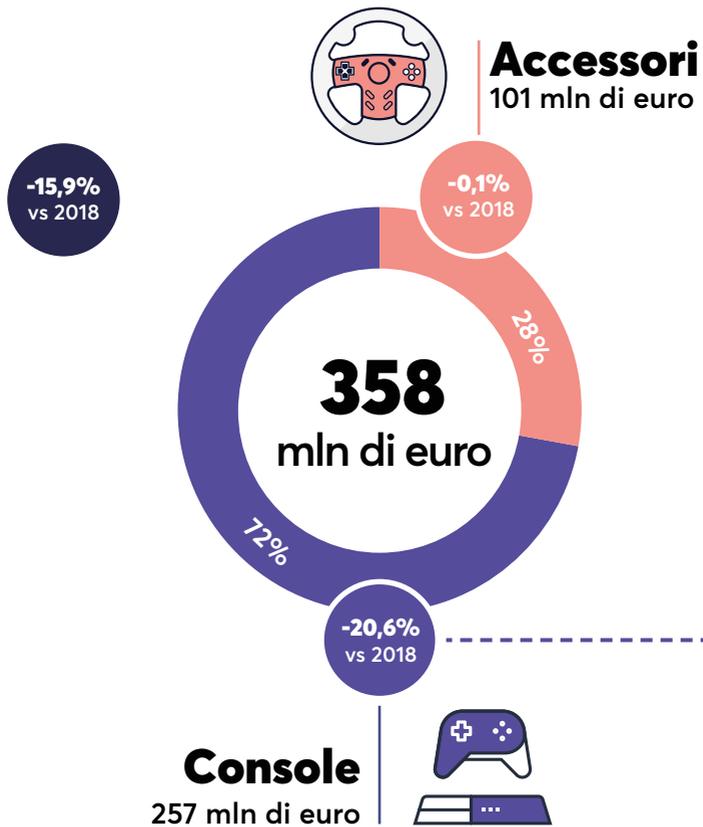
Il giro d'affari del settore nel 2019, comprensivo di hardware e software fisico e digitale, è pari a 1 miliardo e 787 milioni, con una crescita del +1,7% rispetto al 2018.



Hardware (console e accessori) - Software (fisico, digitale, app)

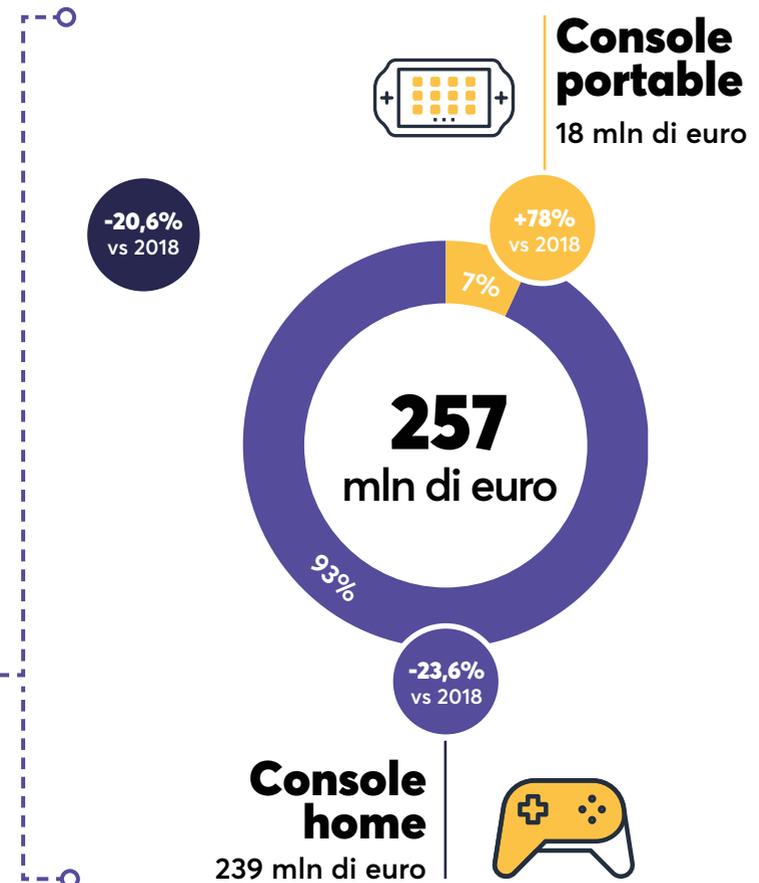
# Segmenti di mercato: Hardware

Totale mercato console (a valore)



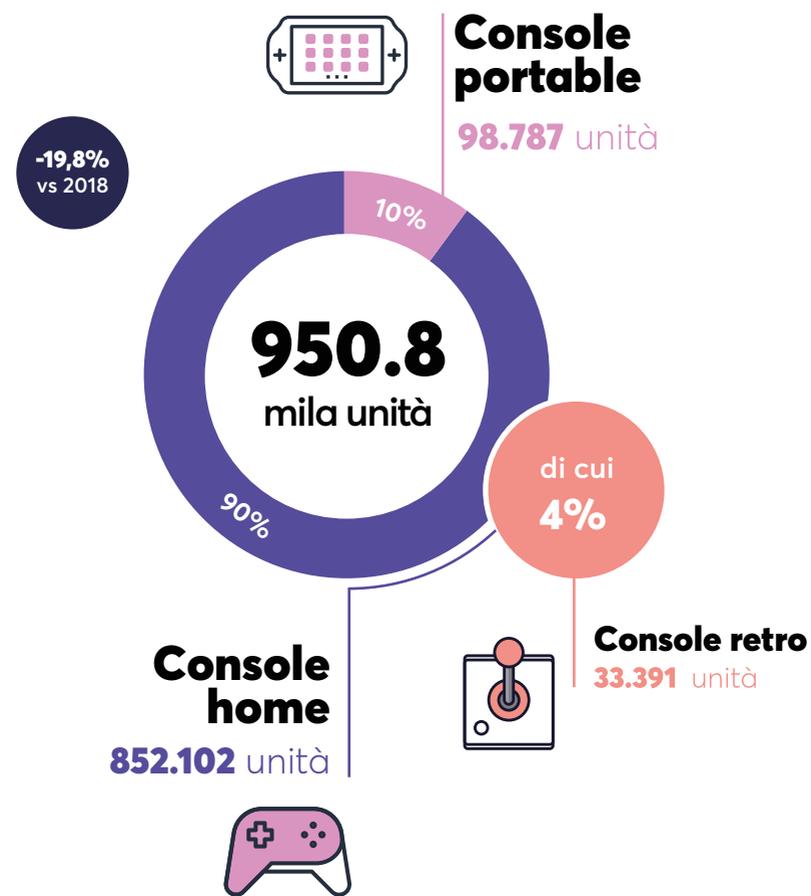
# Hardware: Console

Totale mercato console (a valore)



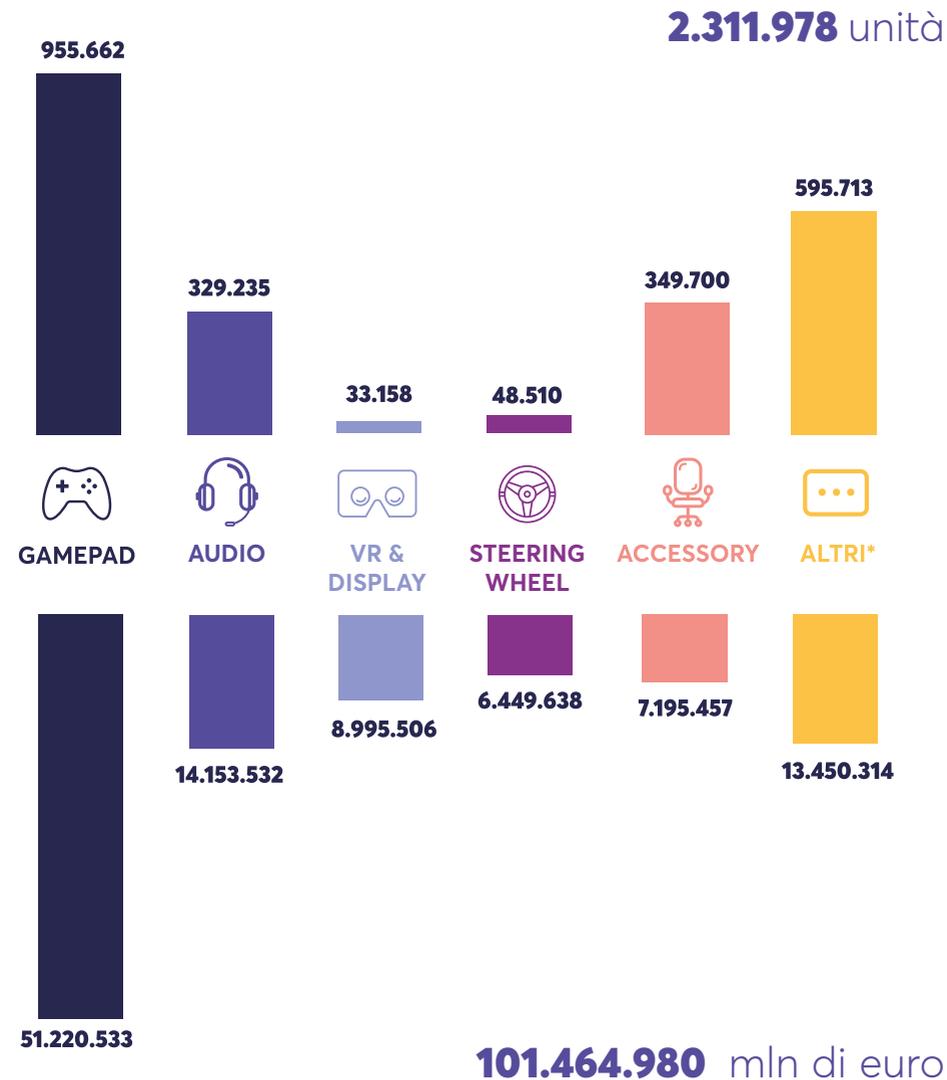
# Hardware: Console

Totale mercato console (a volume)



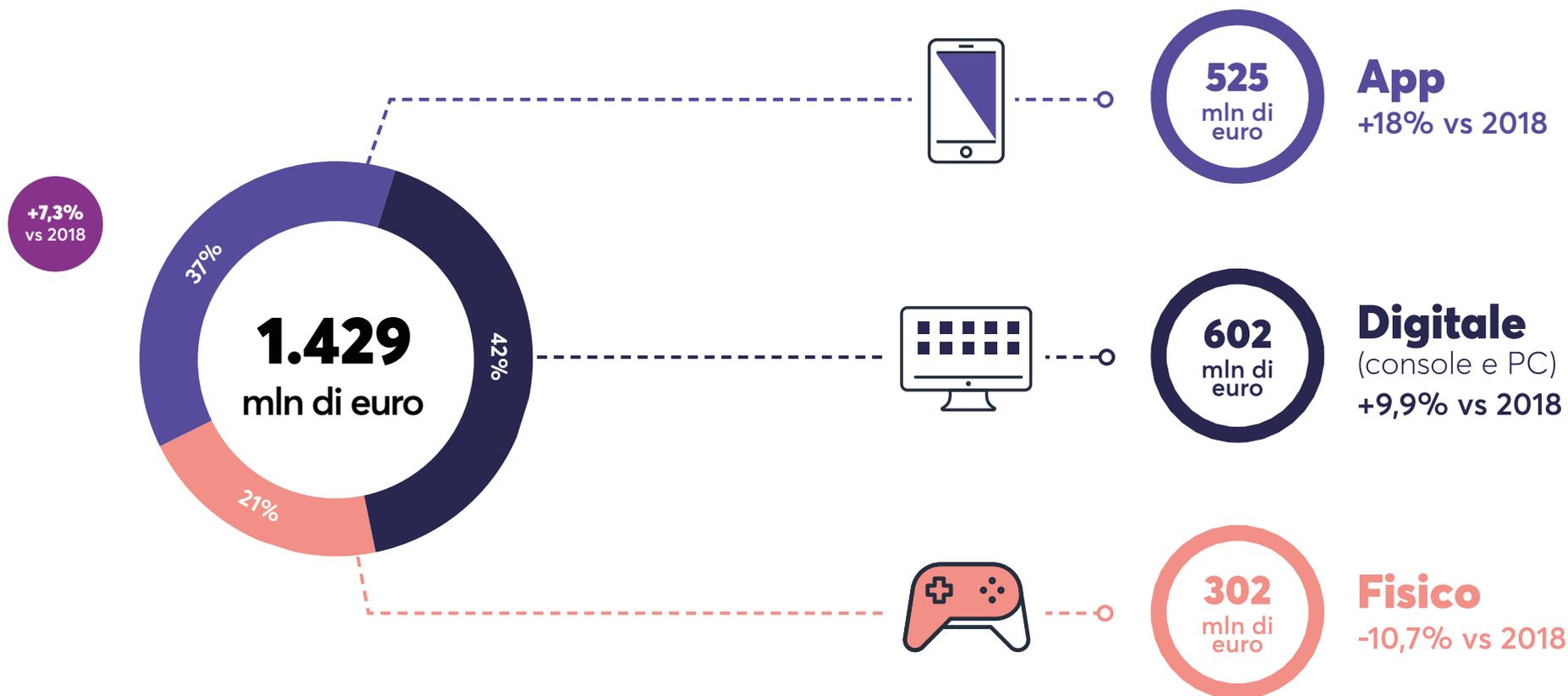
# Hardware: Accessori

Totale mercato accessori: (a valore e a volume)



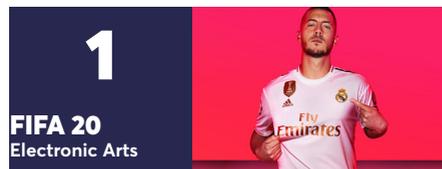
# Segmenti di mercato: Software

Valore del mercato software per formato



# Top 20 Videogiochi più venduti nel 2019

tutte le piattaforme,  
fisico + digitale



**4** **FIFA 19**  
Electronic Arts

**5** **Crash Team Racing Nitro Fueled**  
Activision Blizzard

**6** **Tom Clancy's Rainbow Six Siege**  
Ubisoft

**7** **Red Dead Redemption 2**  
Rockstar Games

**8** **Spider-Man**  
Sony Interactive Entertainment

**9** **Pokemon Sword**  
Nintendo

**10** **Minecraft: Nintendo Switch Edition**  
Mojang

**11** **Luigi's Mansion 3**  
Nintendo

**12** **Minecraft: Playstation 4 Edition**  
Sony Interactive Entertainment

**13** **Days Gone**  
Sony Interactive Entertainment

**14** **F1 2019**  
Codemasters

**15** **Kingdom Hearts III**  
Square Enix

**16** **Crash Bandicoot N. Sane Trilogy**  
Activision Blizzard

**17** **Resident Evil 2**  
Capcom

**18** **Mario Kart 8 Deluxe**  
Nintendo

**19** **Assassin's Creed Odyssey**  
Ubisoft

**20** **God Of War**  
Sony Interactive Entertainment

# Top 10 Videogiochi più venduti nel 2019

fisico + digitale

## Console:



**4** **FIFA 19**  
Electronic Arts

**5** **Crash Team Racing Nitro Fueled**  
Activision Blizzard

**6** **Spider-Man**  
Sony Interactive Entertainment

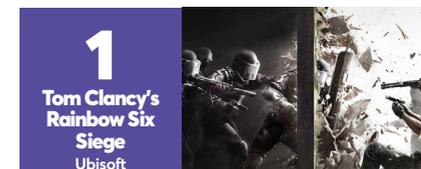
**7** **Red Dead Redemption 2**  
Rockstar Games

**8** **Pokemon Sword**  
Nintendo

**9** **Minecraft: Nintendo Switch Edition**  
Mojang

**10** **Luigi's Mansion 3**  
Nintendo

## PC



**4** **Borderlands 2**  
2K Games

**5** **Sekiro: Shadows Die Twice**  
Activision Blizzard

**6** **Football Manager 2020**  
SEGA

**7** **Football Manager 2019**  
SEGA

**8** **The Sims 4**  
Electronic Arts

**9** **Farming Simulator 19**  
Focus Home Interactive

**10** **Resident Evil 2**  
Capcom

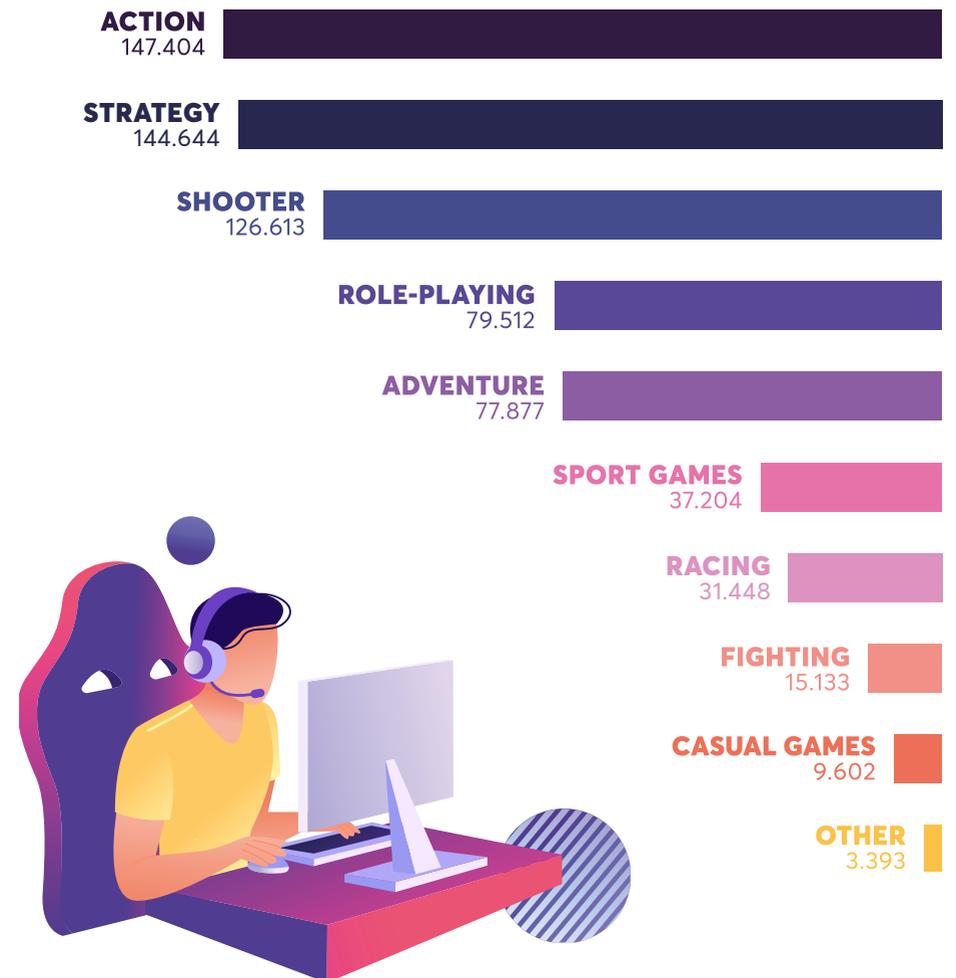
# Console games: Top 10 generi di videogiochi più venduti nel 2019

A volume



# PC games: Top 10 generi di videogiochi più venduti nel 2019

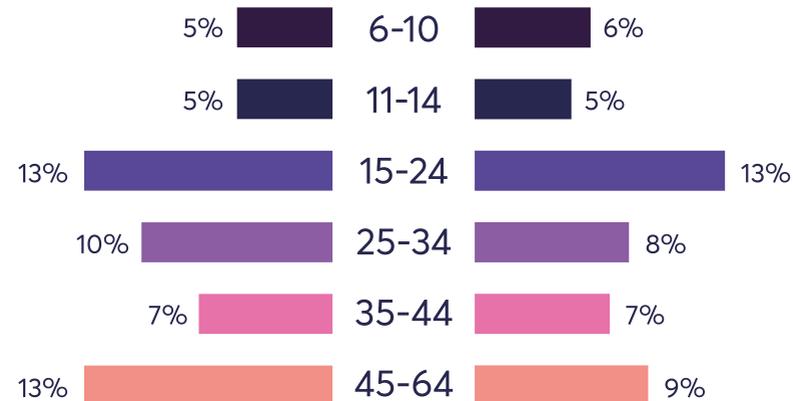
A volume



# 20

## Il profilo dei videogiocatori italiani

**17 milioni di persone hanno giocato ai videogiochi nel 2019, ovvero il 39% della popolazione italiana tra i 6 e i 64 anni.**



# Dispositivi utilizzati per videogiocare

## Console Home



di cui

**4.5 mln**  
PS4/Xbox One

**2.2 mln**  
PS3/Xbox 360

**1.6 mln**  
Nintendo Switch



## Console Portable

## PC



## Smart Device\*



di cui

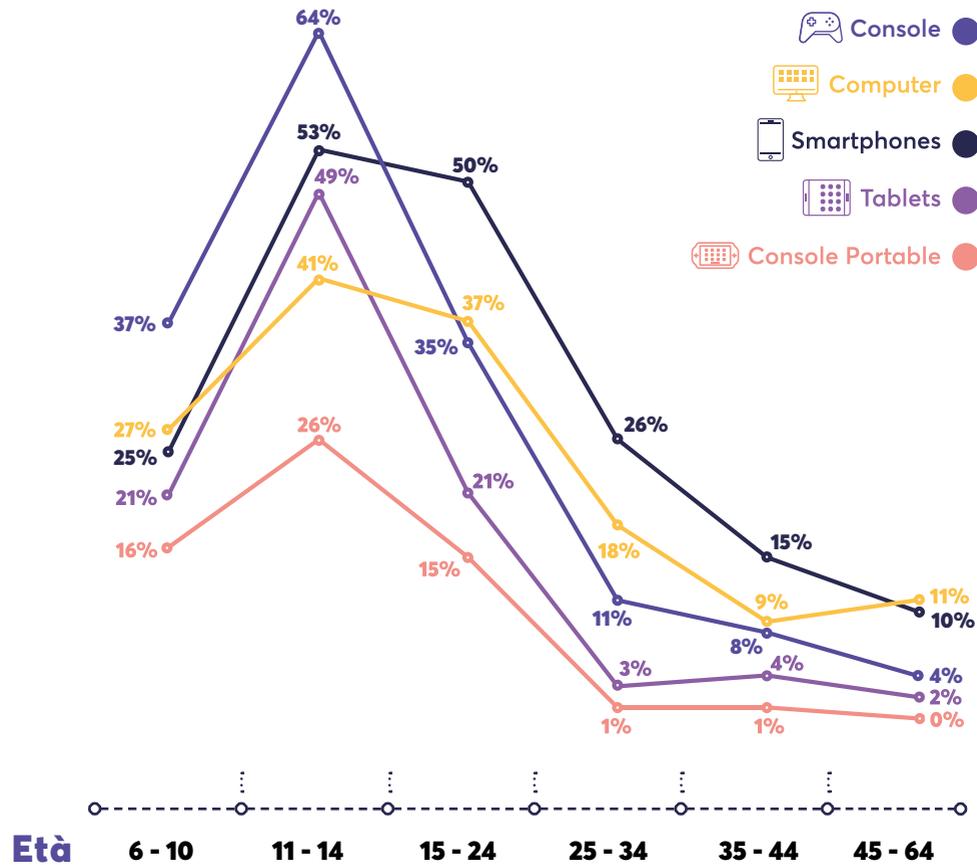
**8.6 mln**  
Android

**4 mln**  
IOS

\* Per Smart Device si intendono smartphone e tablet

# Dispositivi utilizzati per giocare in base all'età

Tutti gli intervistati



# Frequenza di gioco

Tutti gli intervistati



# Frequenza di gioco su ciascuna piattaforma

Tutti i videogiocatori

## Console home



di cui

**PS4: 4,8**

**PS3: 1,6**

**Xbox ONE: 2,9**

**Xbox 360: 1,5**

**Nintendo Switch: 3,6**



## Console Portable



## PC

## Smart Device

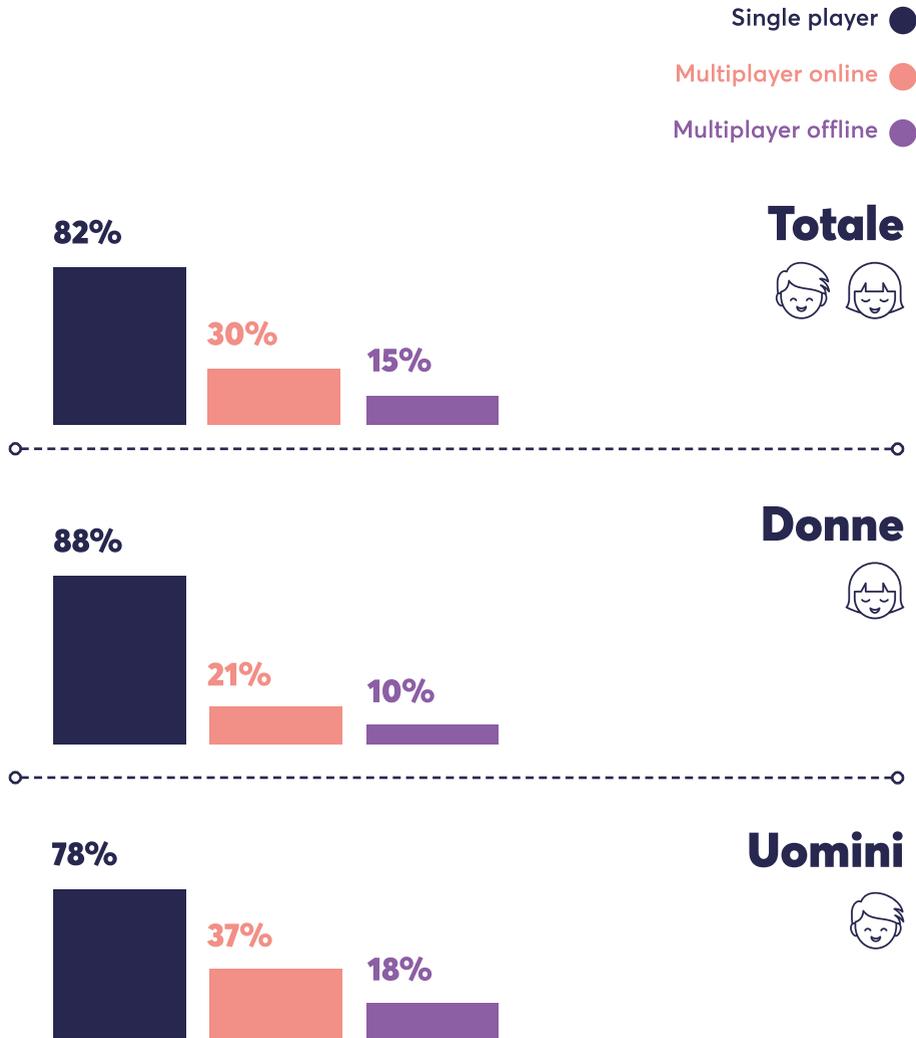


di cui

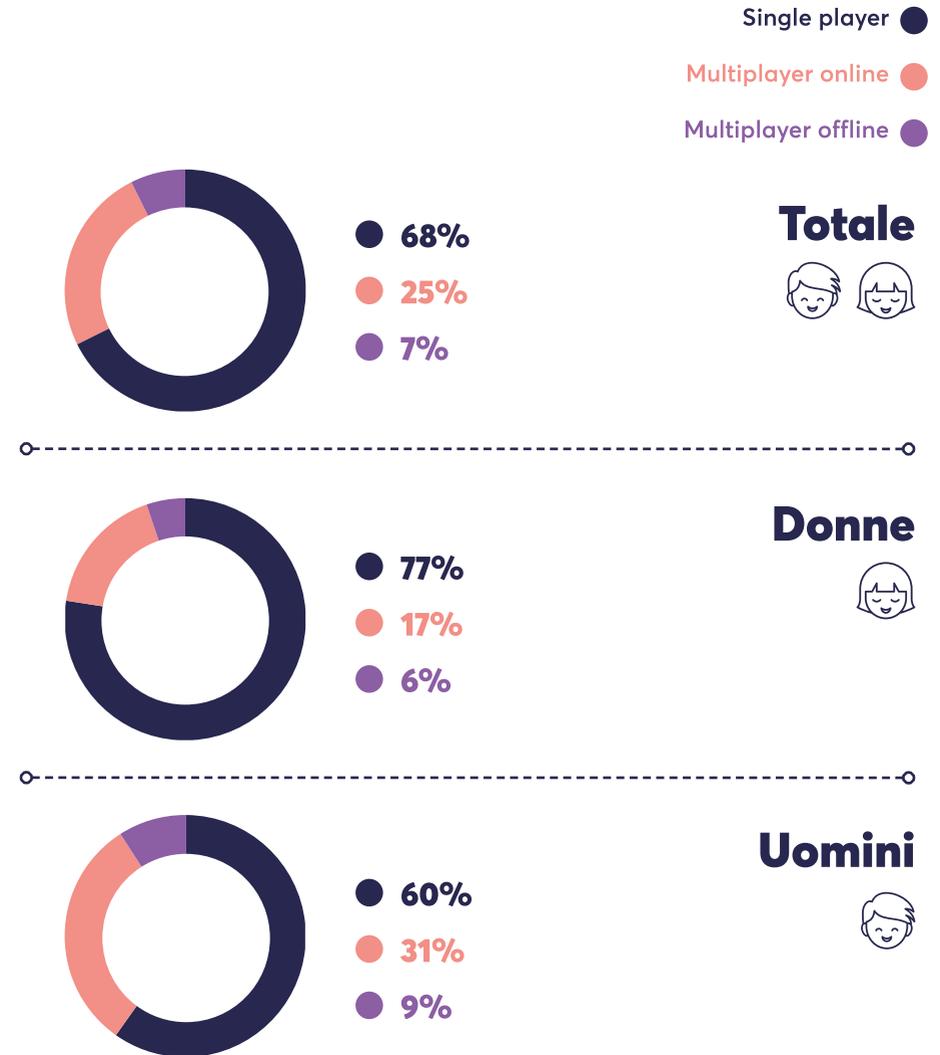
**Smartphone: 4,4**

**Tablet: 3,5**

# Modalità di gioco più giocate



# Modalità di gioco preferite



# 3 Un'industria responsabile



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](http://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.

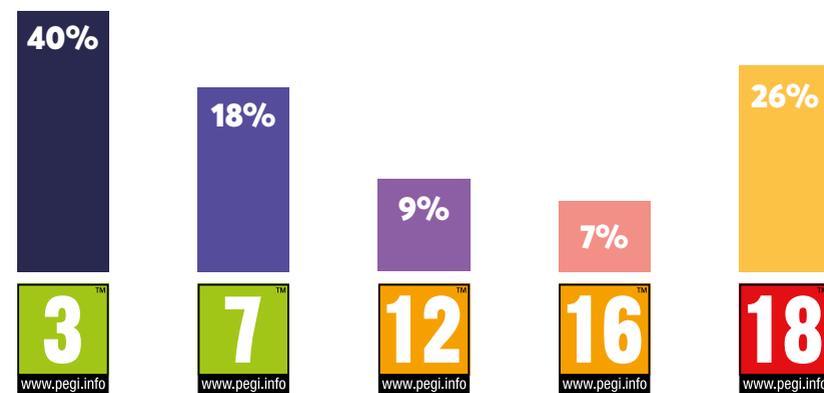


## Classificazioni per contenuto

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 2019

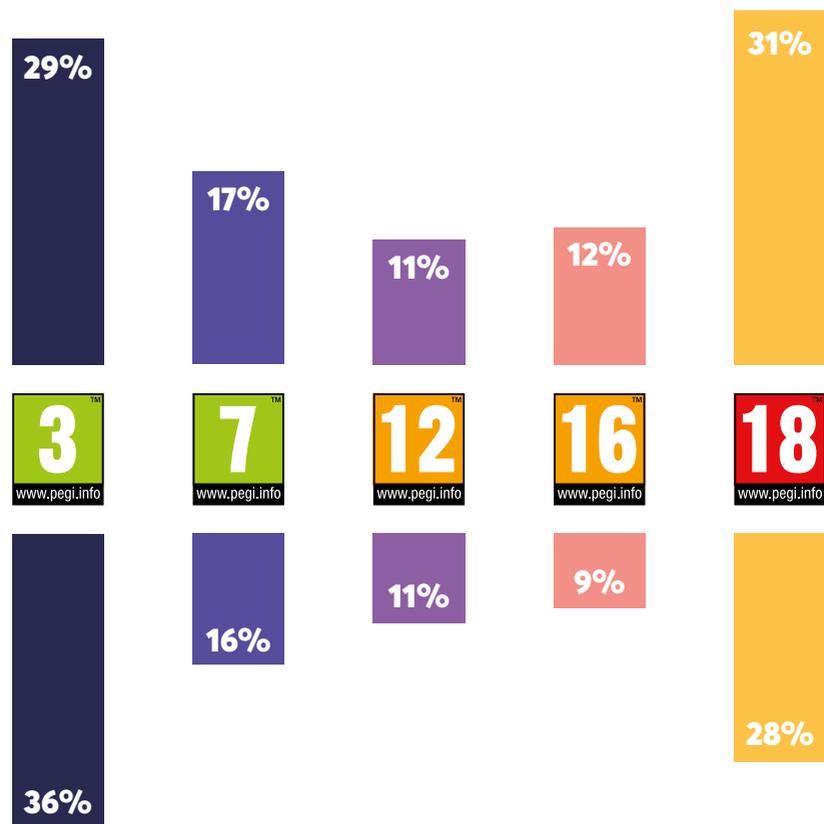


Il 67% dei videogiochi rilasciati sul mercato italiano nel 2019 è adatto a un pubblico tra i 3 e i 12 anni (PEGI 3, PEGI 7, PEGI 12).

# Vendita videogiochi per classificazione PEGI

nel 2019

## A volume



## A valore

Il 57% dei giochi venduti in Italia nel 2019 è adatto ad un pubblico tra i 3 e 12 anni (PEGI 3, PEGI 7, PEGI 12)





Italian Interactive Digital Entertainment Association

## 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 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. Nel 2019 abbiamo aperto l'Associazione al mondo esports, accogliendo come soci i primi team e organizzatori di eventi esports.

## Chi rappresentiamo

Attualmente riuniamo **più di 60 soci** che comprendono produttori di console per videogiochi, editori multinazionali di videogiochi, sviluppatori italiani di videogiochi e operatori del settore esports.

A livello internazionale **aderiamo dal 2002 all'Associazione di categoria europea ISFE** (Interactive Software Federation of Europe) con sede a Bruxelles e dal 2005 siamo membri del Board of Directors della medesima.

Siamo inoltre **membri del Management Board del PEGI**, sistema di classificazione dei videogiochi che aiuta i genitori a compiere scelte consapevoli durante l'acquisto.

## 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.

## La nostra missione

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

**Per realizzare i nostri obiettivi, operiamo in diverse aree di attività:**

• **Rilasciamo periodicamente rapporti** sul mercato dei videogiochi, sul profilo dei videogiocatori e sul settore degli esports in Italia

•**Realizziamo rilevazioni periodiche** sugli operatori del settore in Italia, con particolare riferimento alla filiera dello sviluppo e della produzione di videogiochi

•**Lavoriamo a stretto contatto con le istituzioni** pubbliche a tutti i livelli per rappresentare, promuovere e tutelare gli interessi del settore nelle sedi opportune

•**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

•**Promuoviamo la divulgazione della cultura del videogioco** attraverso l'organizzazione di diversi eventi e iniziative sul territorio

•**Promuoviamo l'uso consapevole dei videogiochi** come forma d'intrattenimento e strumento di crescita, fornendo ai consumatori tutte le informazioni necessarie riguardo al sistema di classificazione europeo dei videogiochi PEGI, ai sistemi di controllo parentale delle principali piattaforme e a tutte le raccomandazioni utili per i genitori al momento dell'acquisto e dell'utilizzo di un videogioco

# Soci IIDEA

34BigThings

505 Games

A\_Lab

Activart

Activision Blizzard

Affinity Project

AlittleB.it

AnotheReality

API

Bandai Namco Entertainment

Belka

Big Ben Interactive

Centounopercento

Cordens Interactive

Cube

Digital Lighthouse

DP Studios

Digital Tales

Dynamight Studios

Electronic Arts

Evocentrica

Exeed

Forge Reply

Gameloft

GhostShark Games

GoSkilla

Guarini Design

Hellodi

Hic Sunt Leones

Invader Studios

Italian Games Factory

Iter-Research

Just Funny Games

Lunar Great Wall Studios

Meangrip

Melazeta

Microsoft

Milestone

MixedBag

Nintendo

Notorious Legion Esports

Open Lab

Outplayed

PG Esports

PM Studios

Polygon Moon

Progaming

QLASH

Red Koi Box

Reludo

Samsung Morning Stars

Sandbox

Singular Perception

Sony Interactive Entertainment

Storm in a Teacup

Stormind

Studio Evil

Take Two

Tiny Bull Studios

Trinity Team

Ubisoft

Ubisoft Studios

UNAMedia

Untold Games

Vigamus Leonardo Games

Warner Bros.

White Manager

Xplored



Italian Interactive Digital Entertainment Association

## **SEGRETERIA GENERALE**

Via Copernico, 38 - 20125 Milano

**Tel:** +39 348 557 456

**Email:** [info@iideassociation.com](mailto:info@iideassociation.com)

**[www.iideassociation.com](http://www.iideassociation.com)**