



Italian Interactive Digital Entertainment Association

I Videogiochi in Italia nel 2021

DATI SUL MERCATO E SUI CONSUMATORI



Indice

1. Il mercato dei videogiochi in Italia nel 2021

2. Il profilo dei videogiocatori italiani

3. Un'industria responsabile

4. IIDEA

Introduzione

Carissime e carissimi,

rinnoviamo come ogni anno il nostro tradizionale appuntamento con la presentazione del Rapporto Annuale di IIDEA, un bilancio sul mercato dei videogiochi e sul pubblico dei videogiocatori in Italia nel 2021, realizzato sulla base di diverse fonti di ricerca come Sparkers, Game Sales Data (GSD), GameTrack e AppAnnie nell'ambito dell'osservatorio permanente sul settore promosso dalla federazione europea ISFE.

Lo scorso anno abbiamo comunicato una crescita senza precedenti del mercato in Italia: spinti dalle restrizioni dovute alla pandemia, i consumi di videogiochi avevano registrato un record storico superando per la prima volta i 2 miliardi di euro. Quest'anno, complice l'allentamento delle misure d'emergenza e un progressivo ritorno alla normalità, ci saremmo aspettati di comunicare un rallentamento e invece siamo qui a celebrare un nuovo risultato positivo per il comparto che ha generato un giro d'affari di 2 miliardi e 243 milioni di euro, in crescita del +2,9% rispetto al 2020.

Il segmento software si riconferma il più forte del mercato con un valore pari a 1,8 miliardi di euro, grazie all'ottima performance del digitale e delle app. Sul fronte hardware, vista la straordinaria prestazione delle console next gen che segnano un incremento del 21,6%, il comparto console registra un fatturato di 443 milioni di euro con un trend di crescita del 12,1% sulla precedente rilevazione.

Il numero dei videogiocatori è, invece, in leggera diminuzione rispetto agli anni scorsi, con 15,5 milioni di persone, ovvero il 35% della popolazione italiana compresa tra i 6 e i 64 anni, che hanno trascorso parte del loro tempo libero videogiocando nel corso dell'anno. A crescere è stato, però, il coinvolgimento nei confronti dei videogiochi. Nel corso del 2021 gli italiani hanno dedicato in media 8,7 ore a settimana a giocare su tutti i device, oltre

mezz'ora in più rispetto alla rilevazione precedente. Si è riscontrata una notevole crescita del tempo dedicato soprattutto alle console (circa un'ora in più in media alla settimana), ad esclusione di quelle meno recenti - come PS3 e Xbox360. Il tempo dedicato al gioco su smart device (smartphone e tablet) registra invece una leggera decrescita rispetto al 2020.

Analizzando i dati è evidente, quindi, che stiamo assistendo ad un progressivo aumento della presenza dei videogiochi nella quotidianità di milioni di italiani. Non si tratta di un fenomeno passeggero dovuto al contesto sociale in cui ci siamo trovati negli anni più recenti, ma siamo di fronte ad un vero e proprio consolidamento dei consumi di uno dei più interessanti e innovativi media di intrattenimento.

Ciò che ci incuriosisce maggiormente oggi guardando al futuro del settore sono i possibili ulteriori sviluppi che potrà avere grazie alla spinta generale verso il metaverso. Sono già numerosi gli esempi di successo di interazione tra mondo del gaming e mondo virtuale, tutti volti ad un maggiore engagement da parte del pubblico e ad un'esperienza di gioco sempre più fluida. Siamo certi che questa combinazione aiuterà il mercato dei videogiochi a crescere ancora in futuro. Non vediamo l'ora di vedere ciò che ci aspetta!

Buona lettura!



Marco Saletta
Presidente IIDEA

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Marco Saletta'. The signature is fluid and cursive, written on a white background.

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

GameTrack by Ipsos (per conto di ISFE)

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 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 ogni quadrimestre (12.216 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

Software digitale

FREE GAME: Videogiochi scaricati gratuitamente

PAID GAME: Videogiochi scaricati a pagamento

DLC: Contenuti aggiuntivi per videogiochi già acquistati

MICROTRANSAZIONI: Contenuto di gioco aggiuntivo acquistato tramite microtransazioni

SUBSCRIPTION: Servizio a pagamento acquistato per giocare online

SOCIAL: Contenuti di gioco extra a pagamento disponibili sui social network

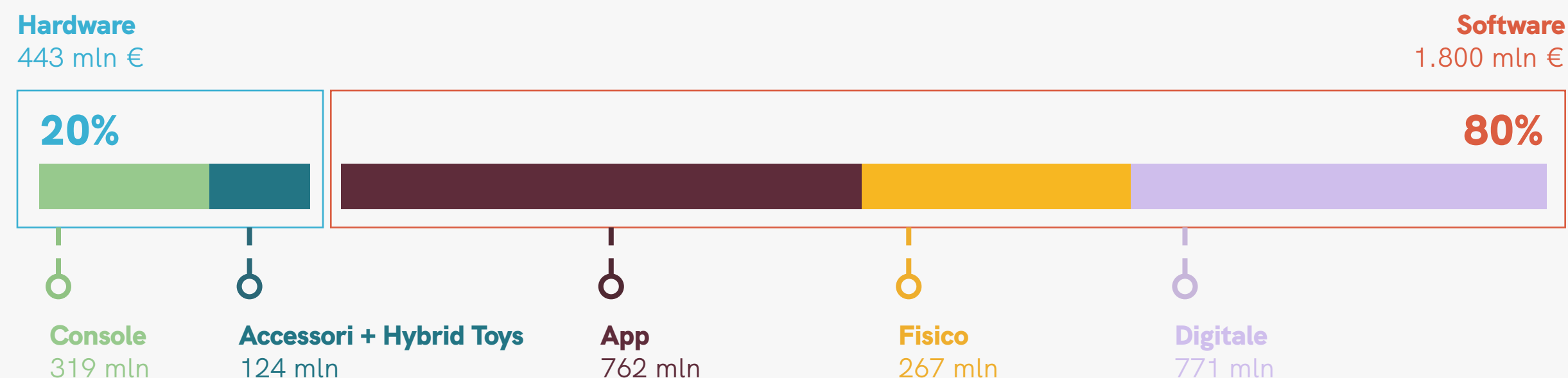
BROWSER: Servizio a pagamento che permette di giocare a uno specifico titolo scaricandolo

ON-DEMAND: Servizio a pagamento che permette di giocare a uno specifico titolo on-demand

In sintesi

Giro d'affari totale 2021

2.243 milioni di € · +2,9% VS 2020



I videogiocatori in Italia nel 2021

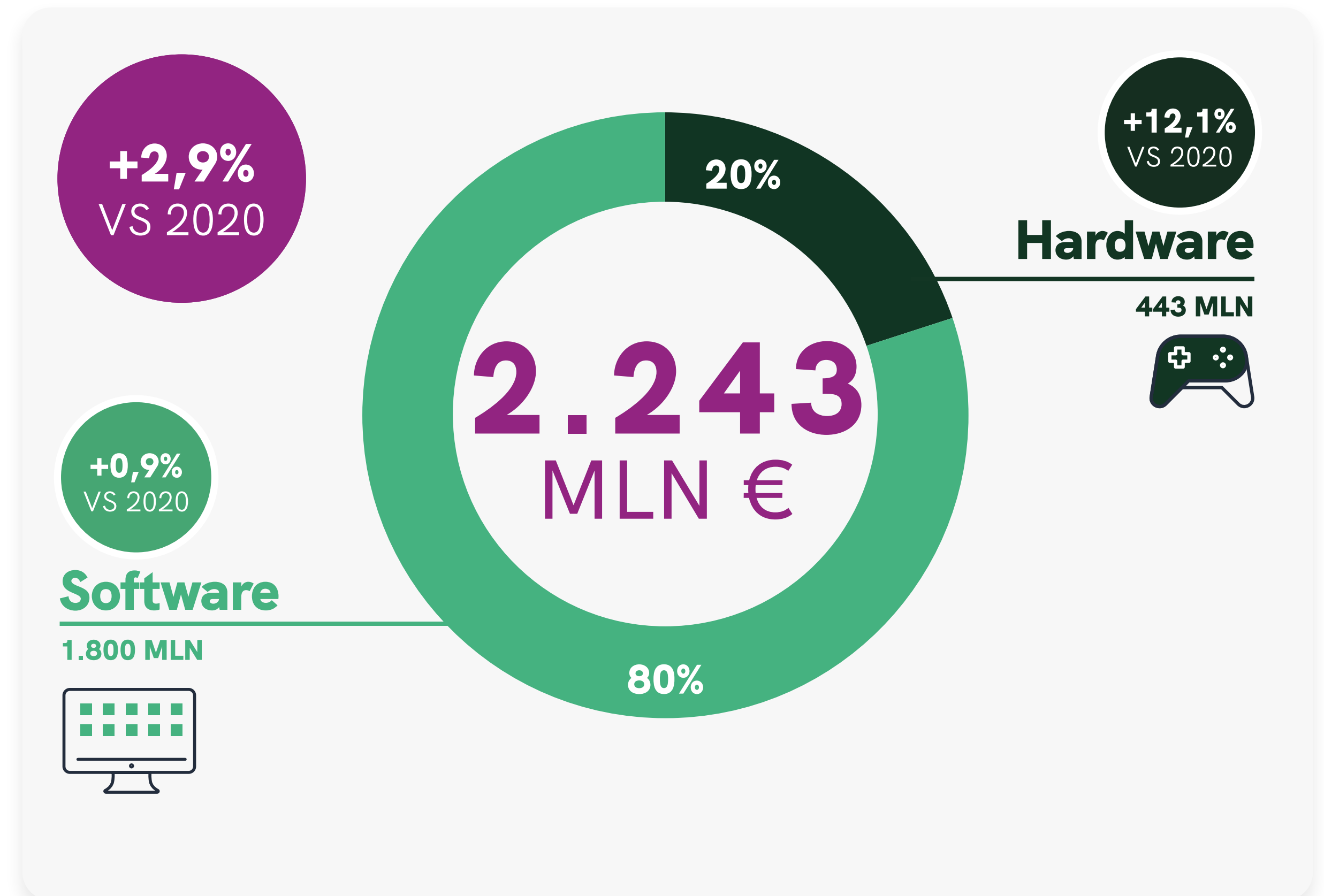


Il mercato dei videogiochi in Italia



Totale mercato 2021

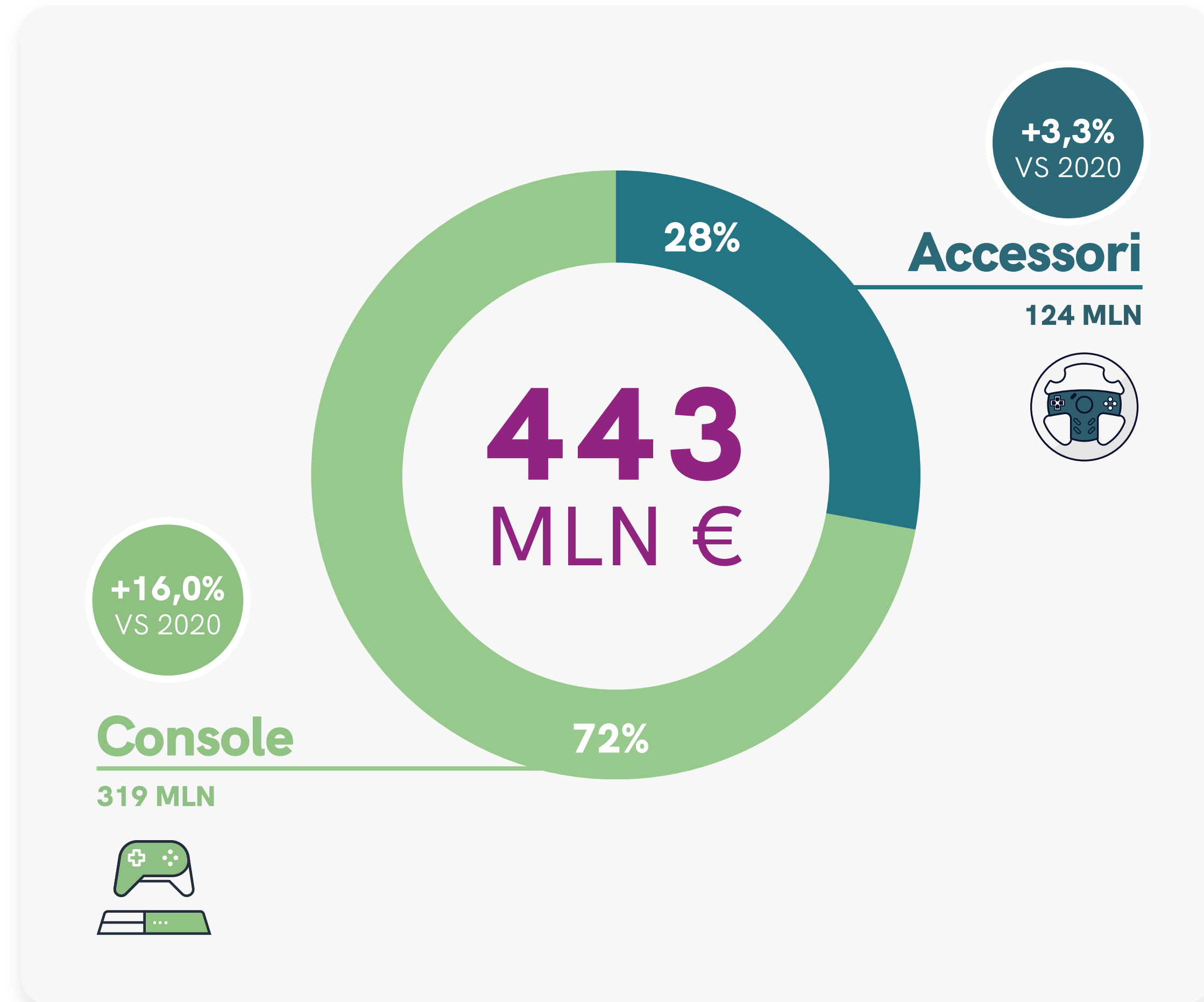
Il giro d'affari del settore nel **2021**, comprensivo di hardware e software fisico e digitale, è pari a **2 miliardi e 243 milioni di euro**, con una crescita del **+2,9% rispetto al 2020**.



Segmenti di mercato

HARDWARE

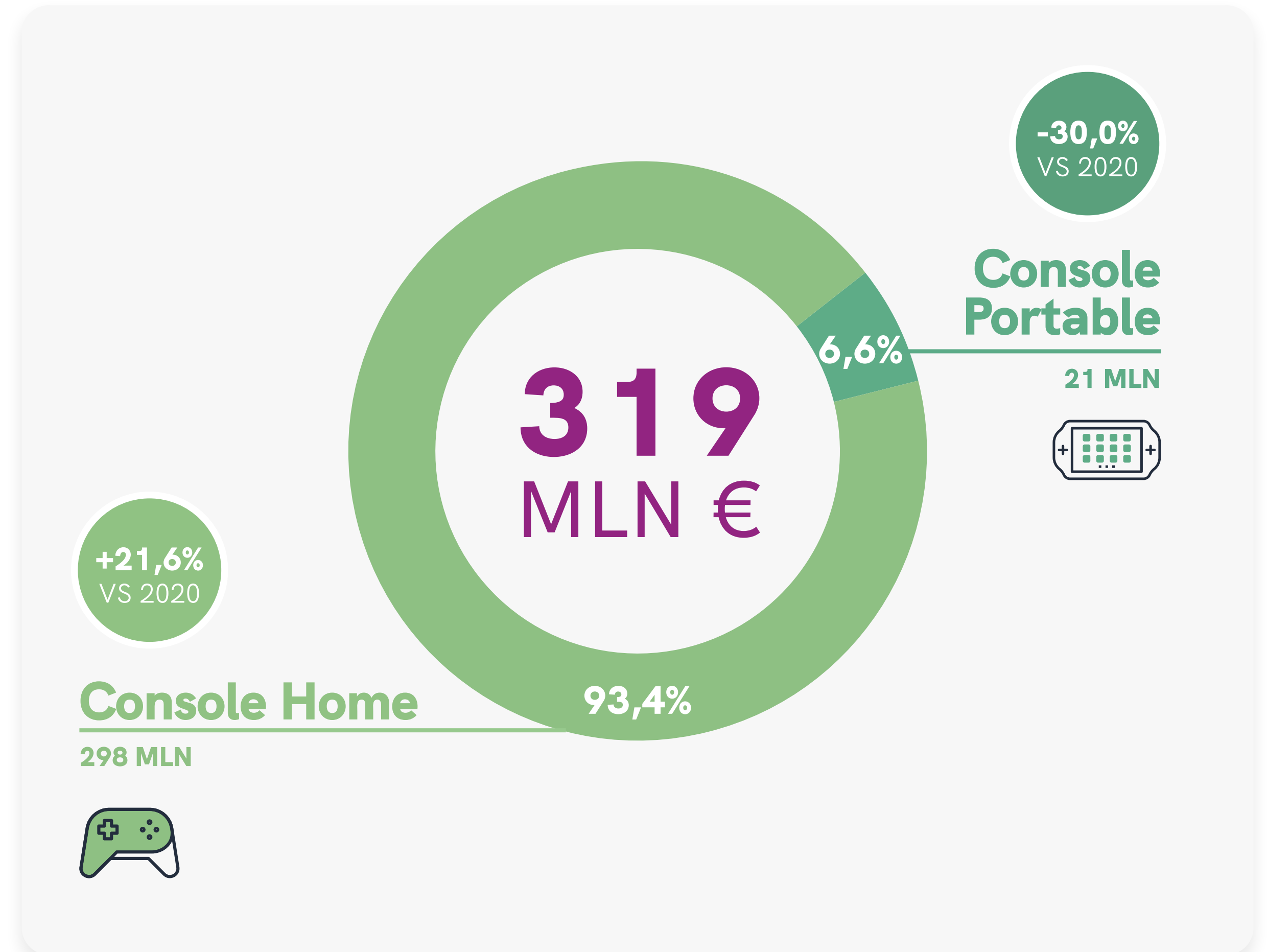
TOTALE MERCATO HARDWARE: CONSOLE + ACCESSORI (A VALORE)



Hardware

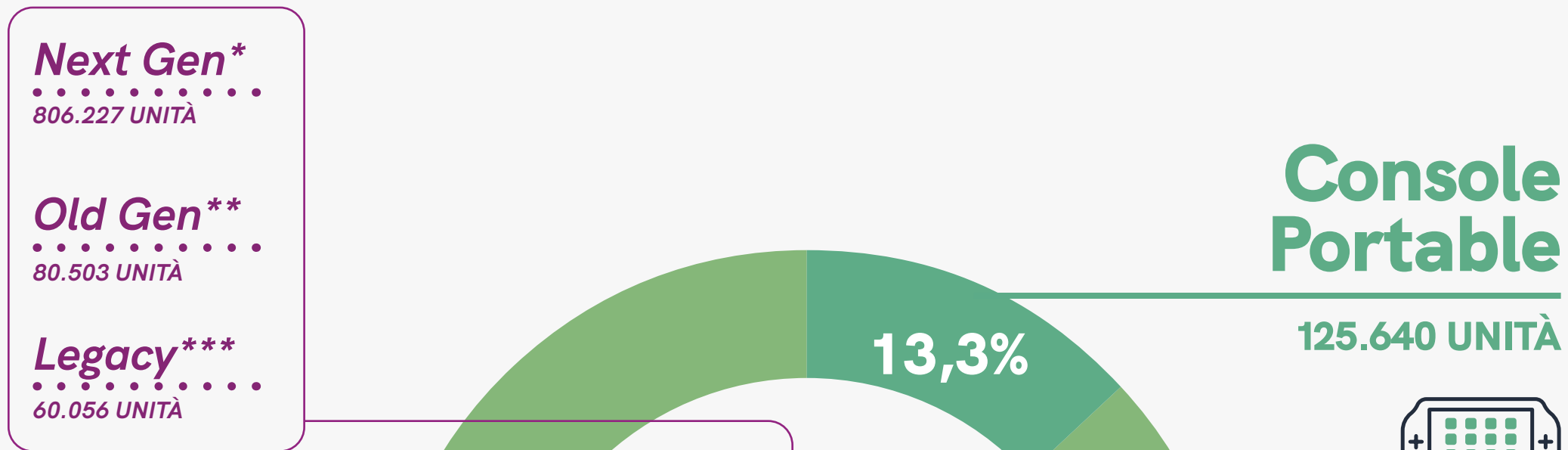
CONSOLE

TOTALE MERCATO CONSOLE: A VALORE



Hardware CONSOLE

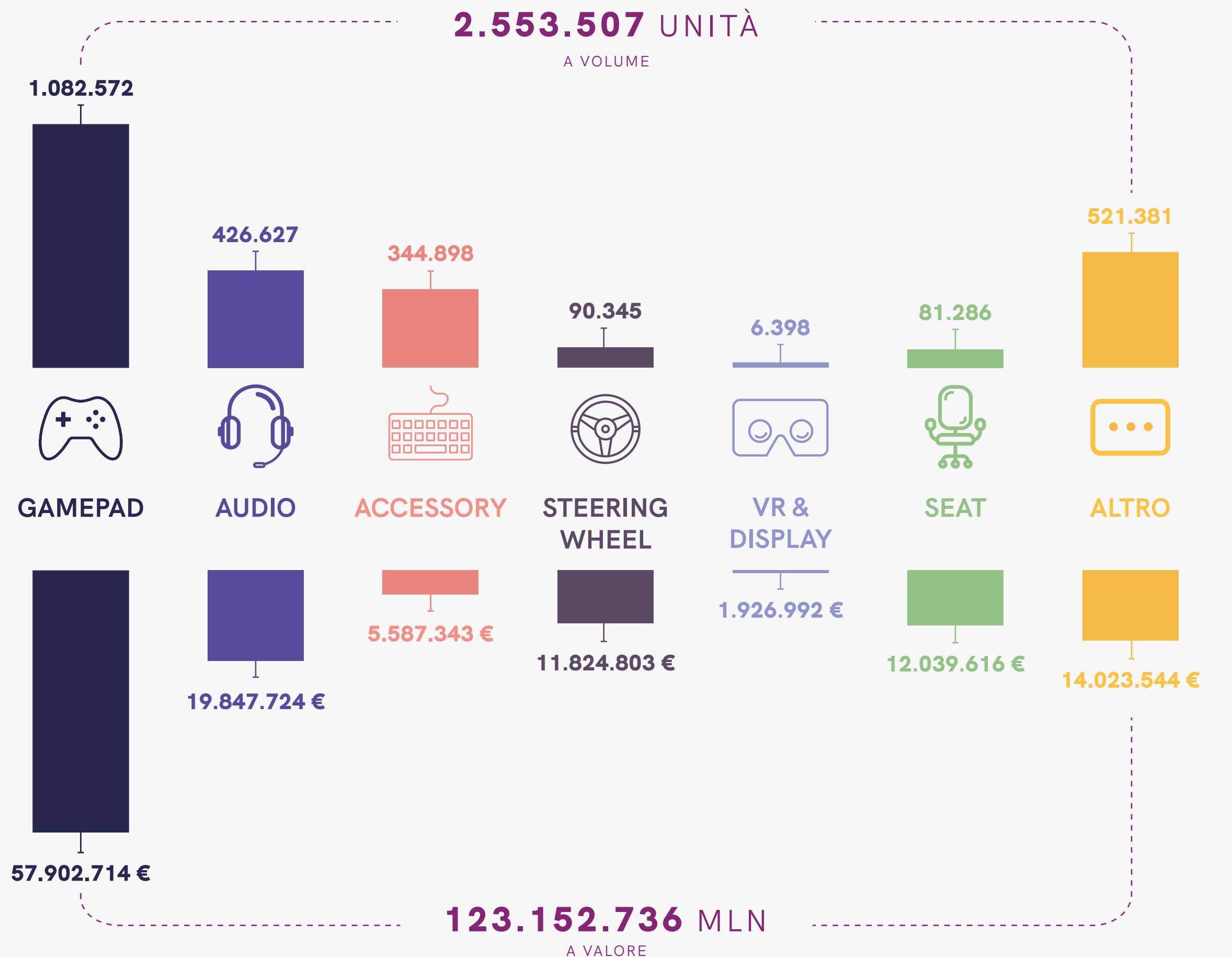
TOTALE MERCATO CONSOLE: A VOLUME



*PS5, Switch and Xbox Series | ** PS4, XBOX ONE, Wii U e 3DS | *** MegaDrive, Xbox 360, PS3, PS2, PS1, SNES, NES, Wii...

Hardware ACCESSORI

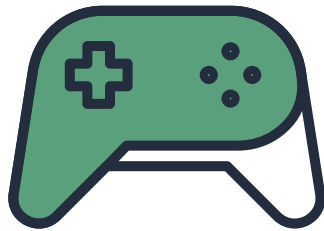
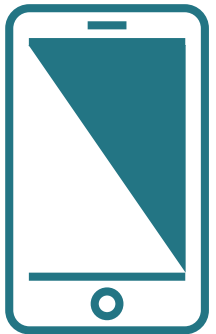
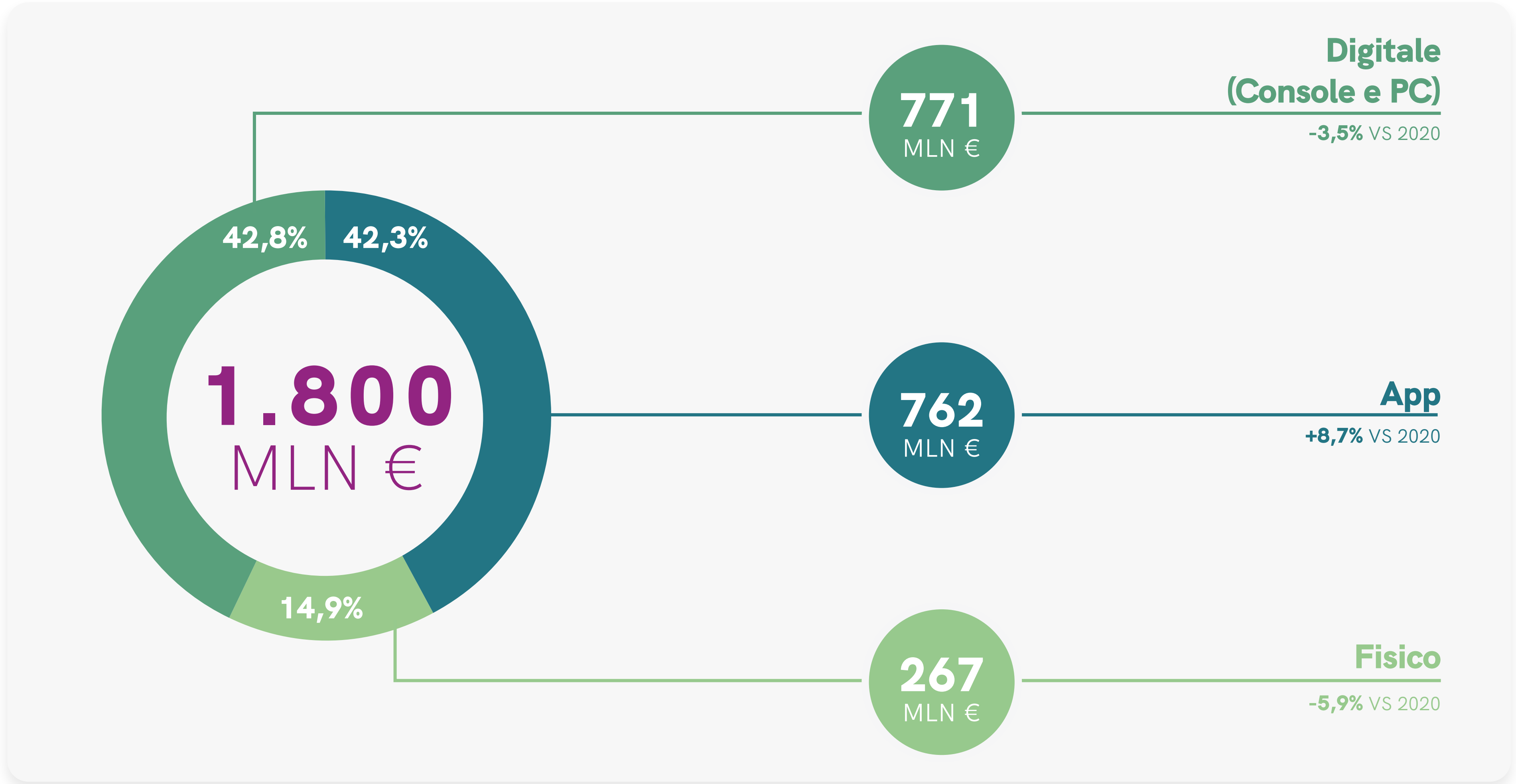
TOTALE MERCATO ACCESSORI: A VOLUME E A VALORE



Segmenti di mercato

SOFTWARE

VALORE DEL MERCATO SOFTWARE PER FORMATO



TOP 20 Videogiochi più venduti nel 2021

TUTTE LE PIATTAFORME / FISICO + DIGITALE

1

FIFA 22

Electronic Arts



2

Grand Theft Auto V

Rockstar Games



3

FIFA 21

Electronic Arts



4

Spider-Man: Miles Morales

Sony Interactive Entertainment

5

Animal Crossing: New Horizons

Nintendo

6

Minecraft: Nintendo Switch Edition

Nintendo

7

Assassin's Creed Valhalla

Ubisoft

8

Call of Duty: Vanguard

Activision Blizzard

9

F1 2021

Electronic Arts

10

Super Mario 3D World + Bowser's Fury

Nintendo

11

Pokemon Brilliant Diamond

Nintendo

12

Just Dance 2021

Ubisoft

13

Tom Clancy's Rainbow Six Siege

Ubisoft

14

Just Dance 2022

Ubisoft

15

Mario Kart 8 Deluxe

Nintendo

16

Call of Duty Black Ops Cold War

Activision Blizzard

17

Red Dead Redemption 2

Rockstar Games

18

Ring Fit Adventure

Nintendo

19

The Crew 2

Ubisoft

20

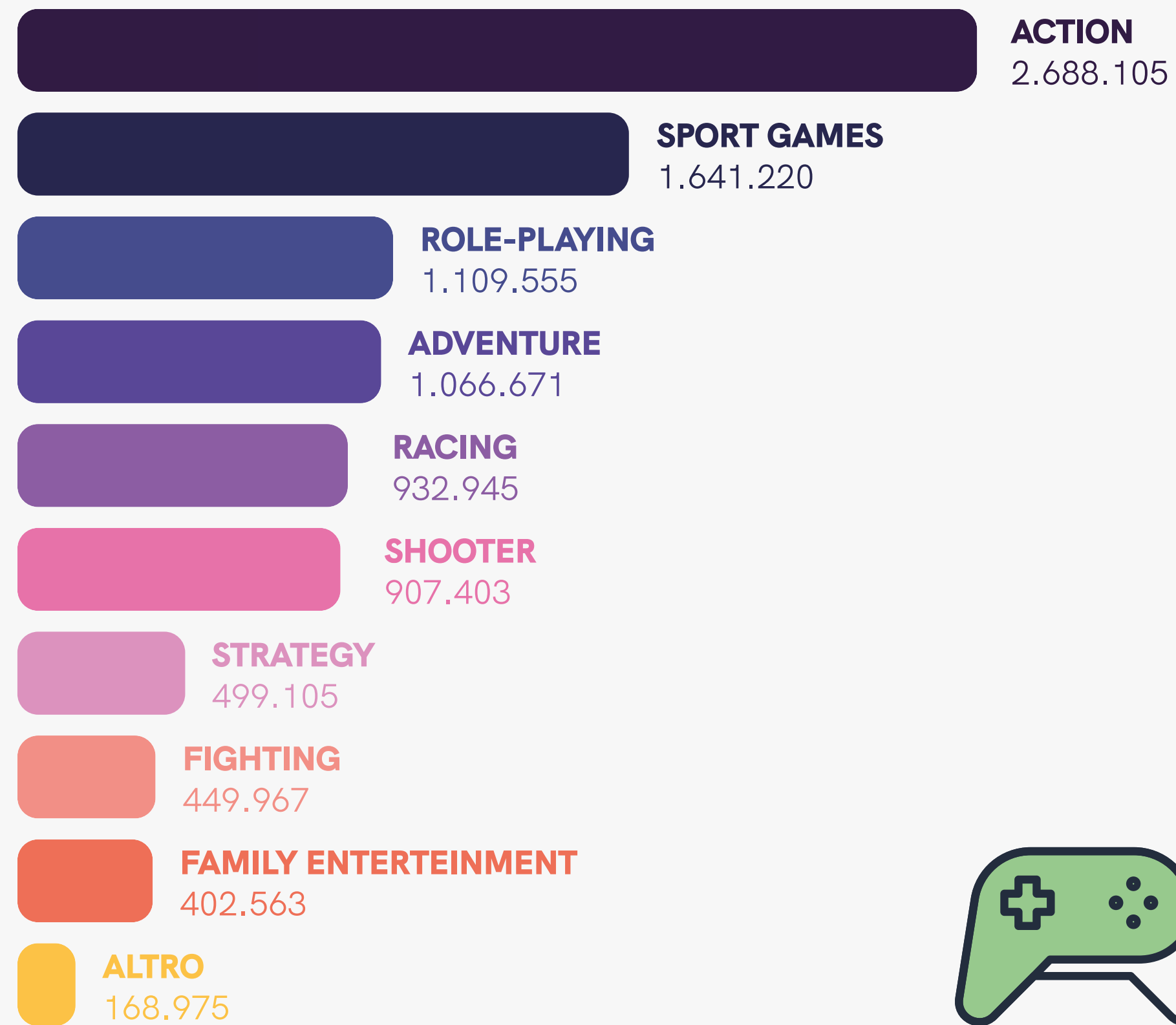
Gran Turismo Sport

Sony Interactive Entertainment

Console Games

Top 10 Generi di videogiochi più venduti nel 2021

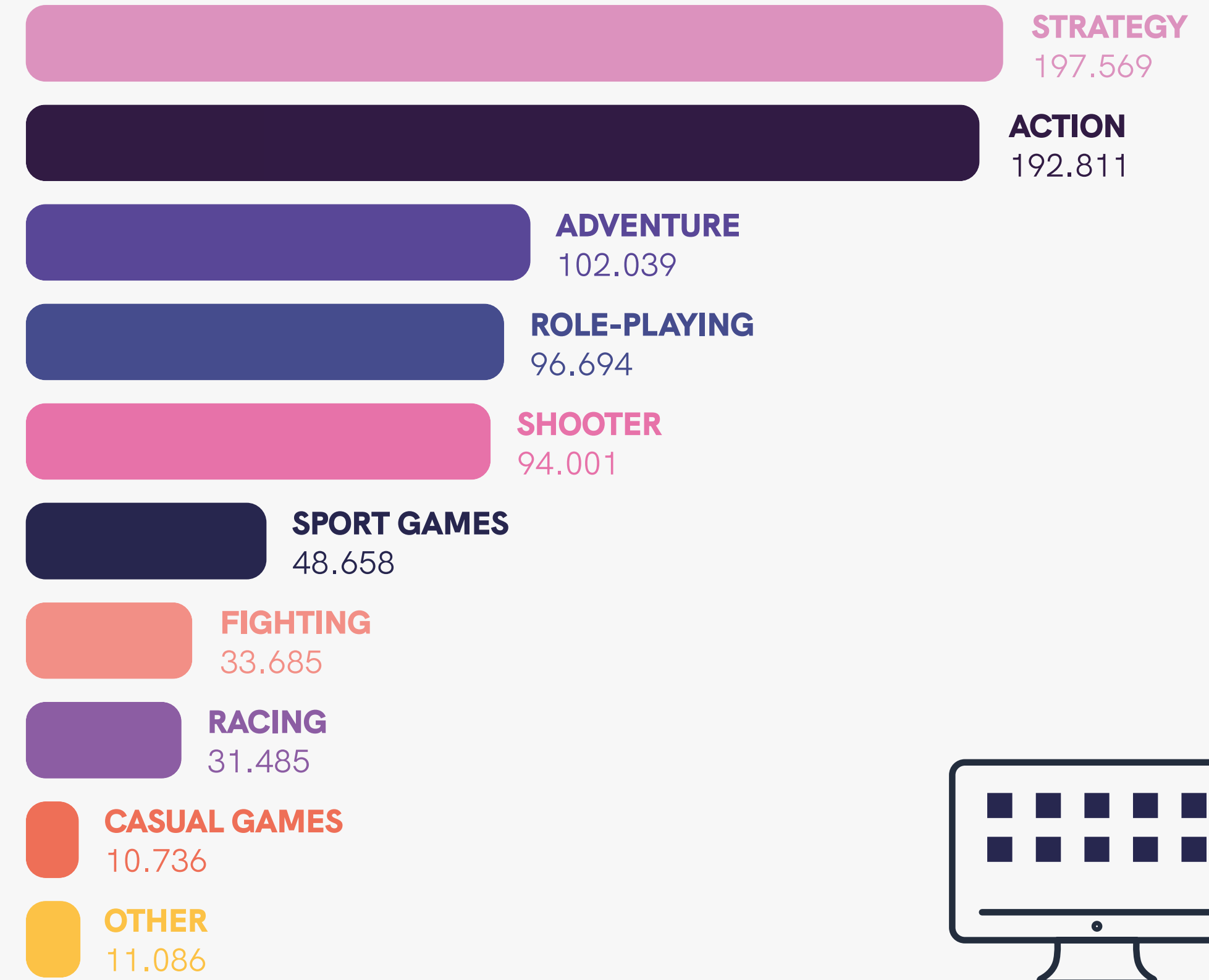
A VOLUME



PC Games

Top 10 Generi di videogiochi più venduti nel 2021

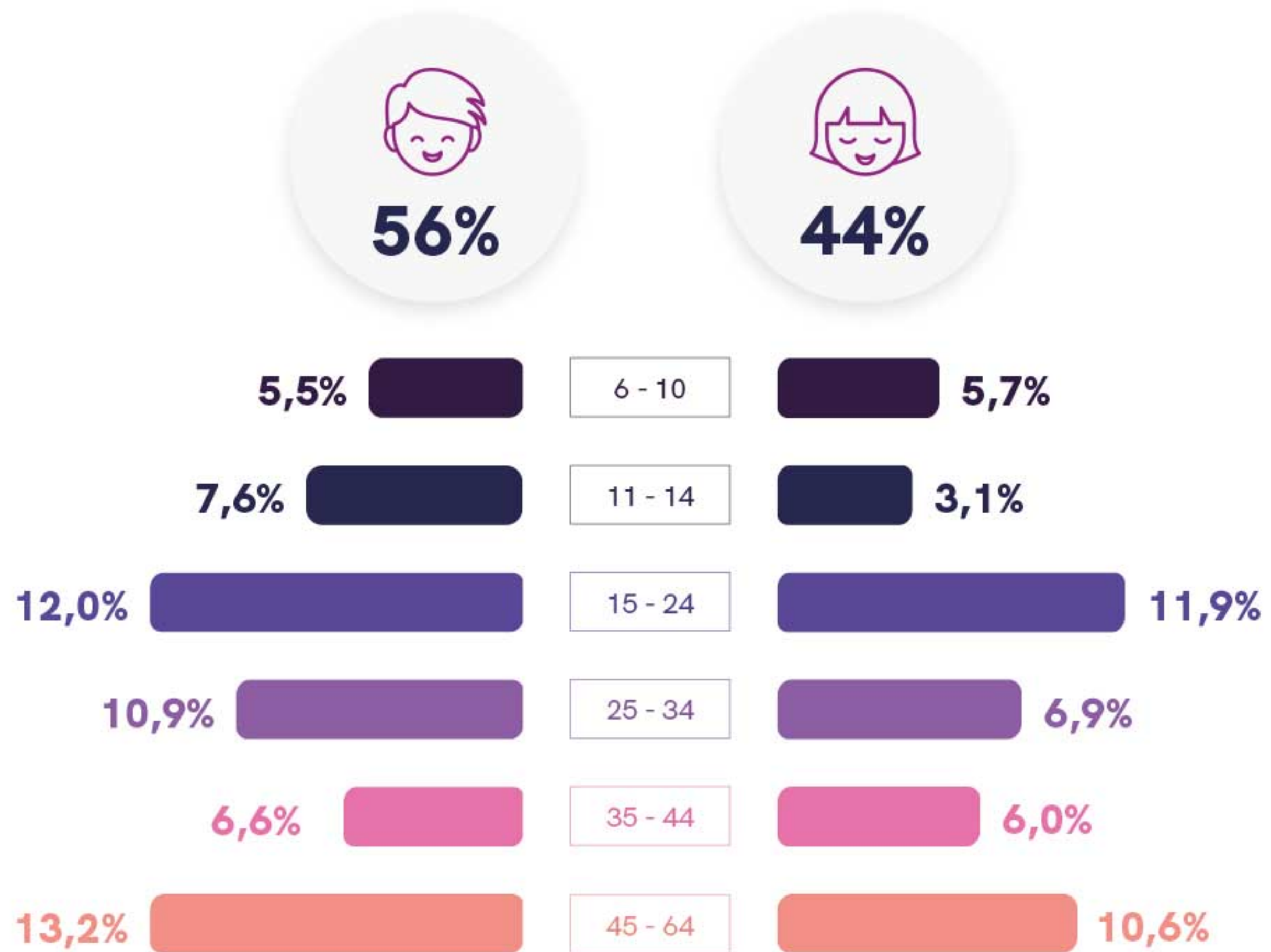
A VOLUME



Il profilo dei videogiocatori in Italia

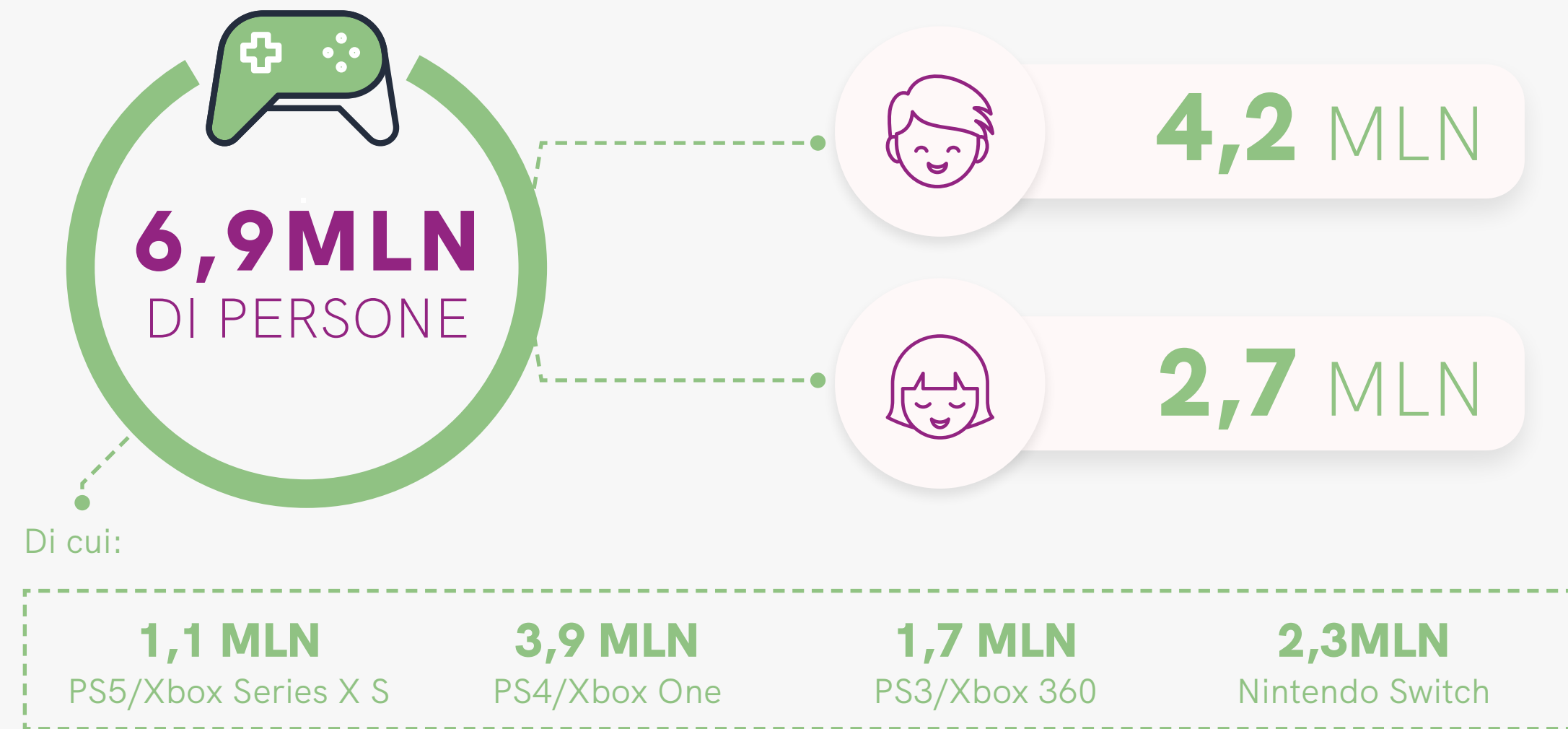


15,5 milioni di persone hanno giocato ai videogiochi nel 2021, ovvero il **35%** della popolazione italiana tra i **6** e i **64 anni**.



Dispositivi utilizzati per videogiocare

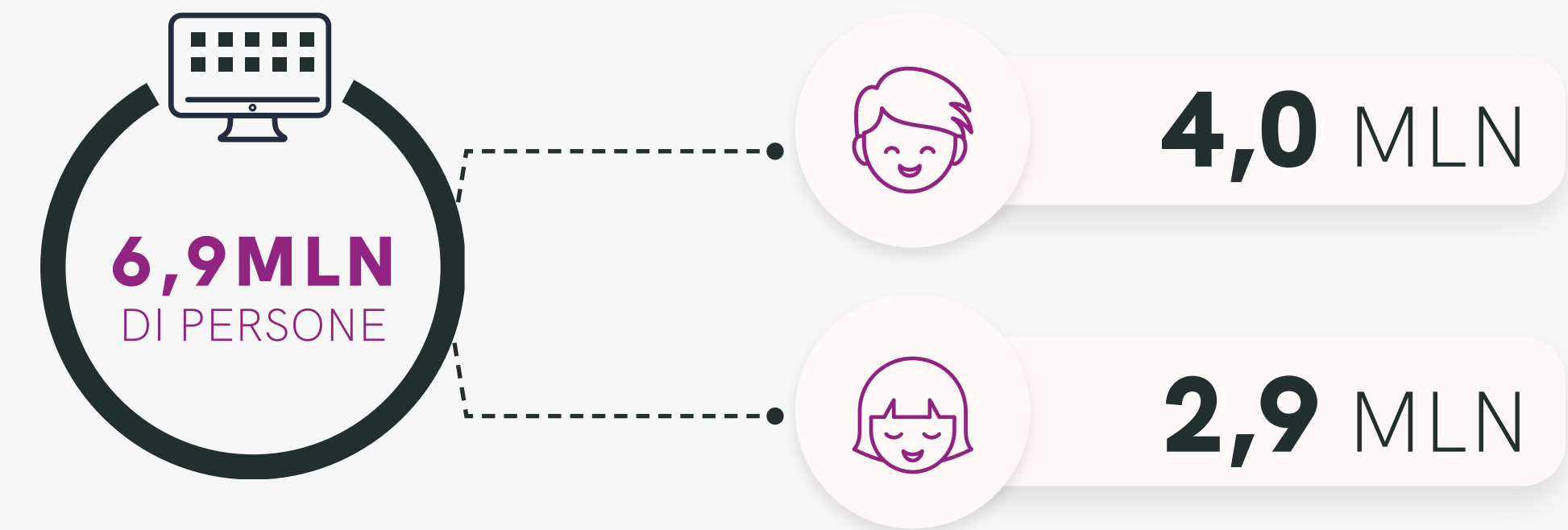
Console Home



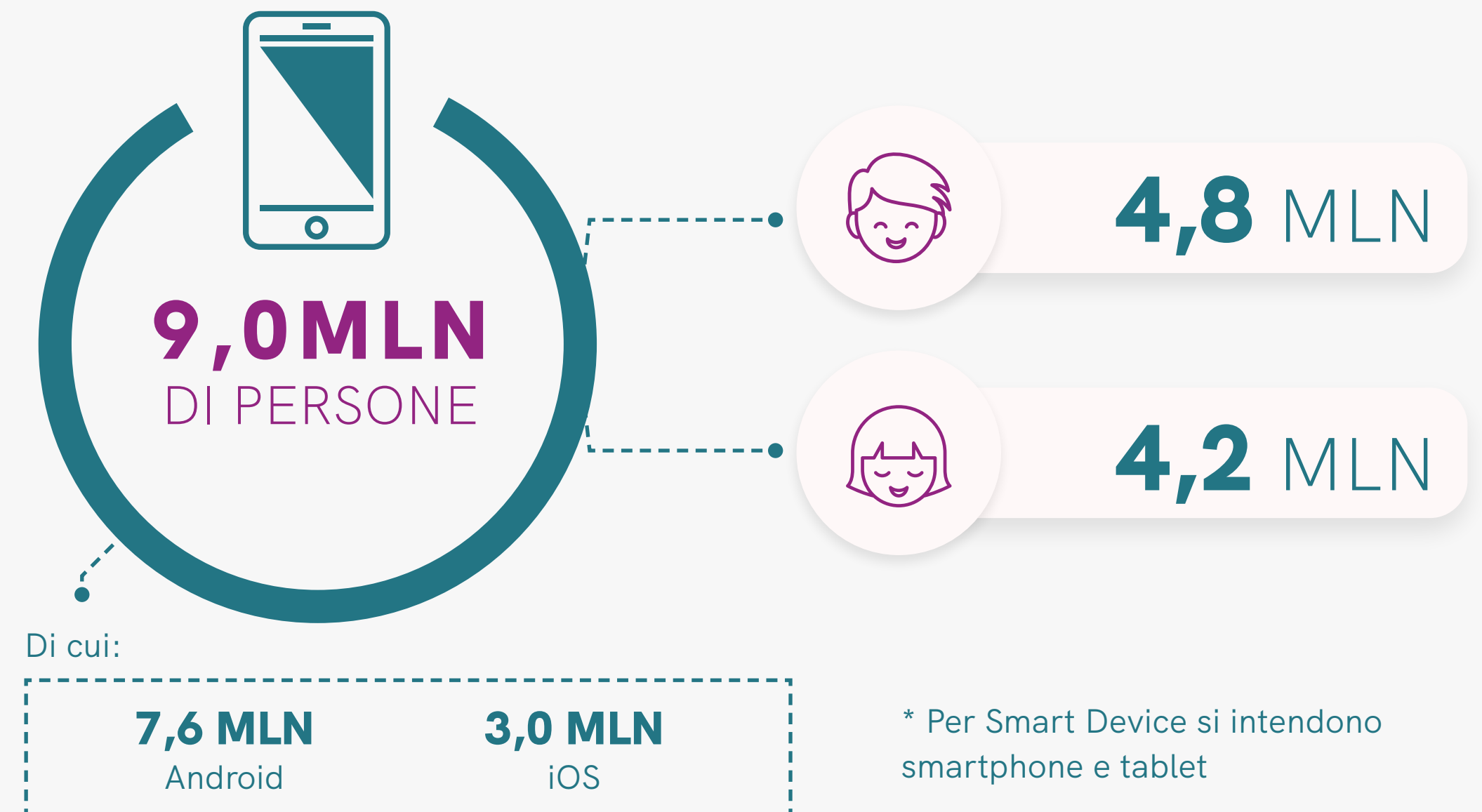
Console Portable



PC



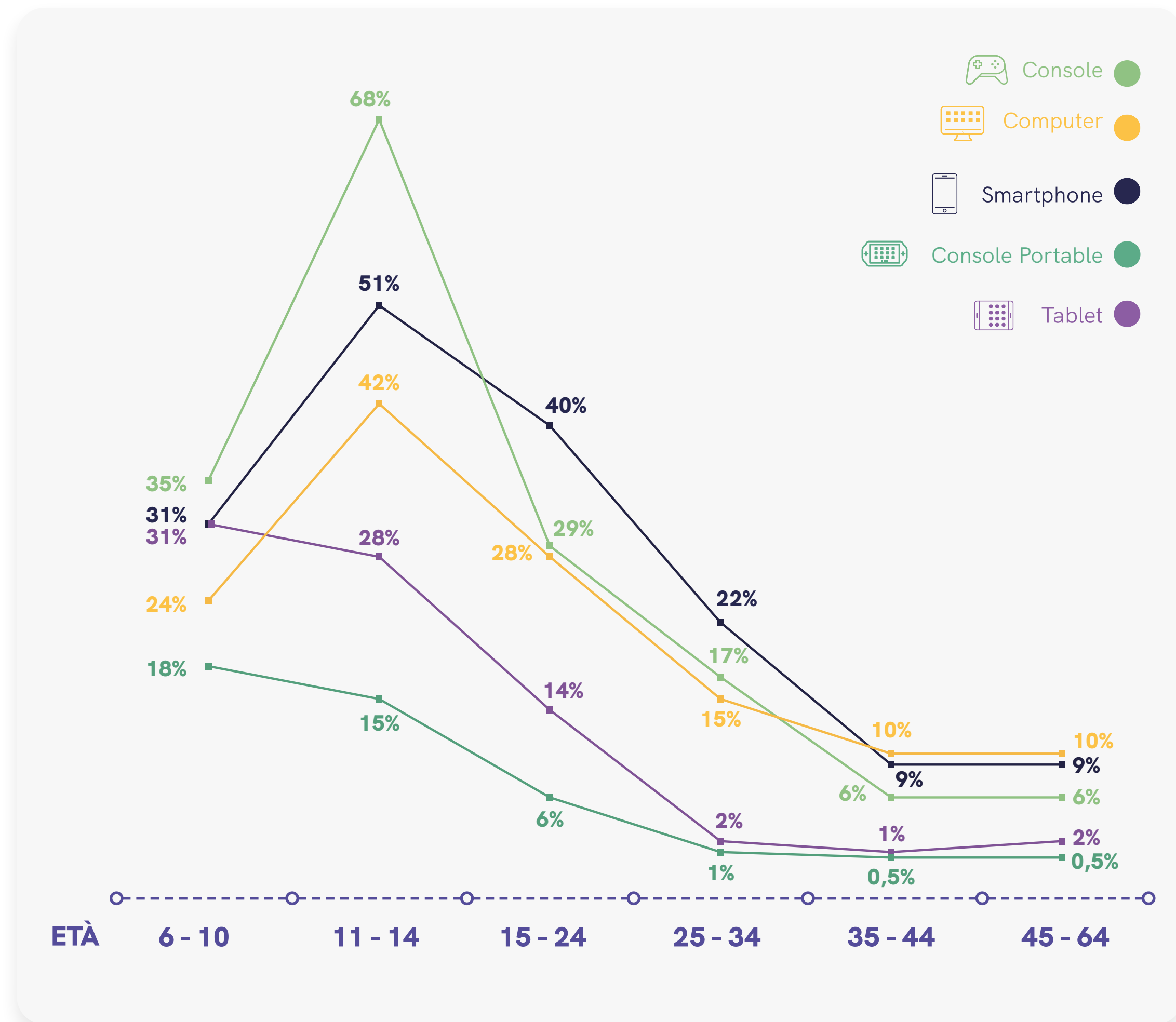
Smart Device*



* Per Smart Device si intendono smartphone e tablet

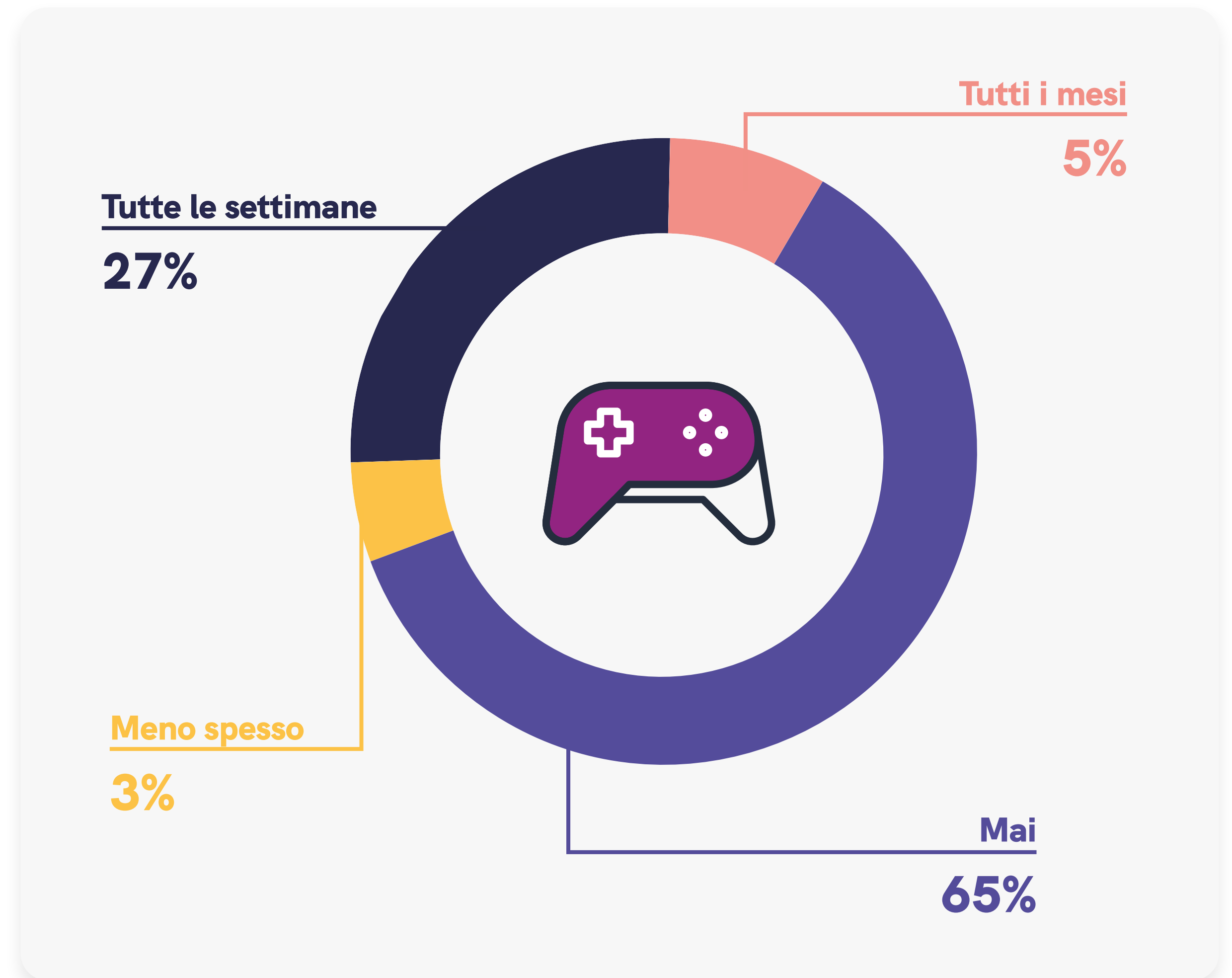
Dispositivi utilizzati per giocare in base all'età

TUTTI GLI INTERVISTATI



Frequenza di gioco

TUTTI GLI INTERVISTATI



Frequenza di gioco su ciascuna piattaforma

TUTTI GLI INTERVISTATI

TUTTI I DEVICE



Tempo di gioco complessivo

Console Portable



PC



Console Home



Di cui:

PS5: 3,3
PS4: 5,7
PS3: 1,6
Xbox Series: 4,0
Xbox One: 4,3
Xbox 360: 1,7
Nintendo Switch: 9,0

Smart Device

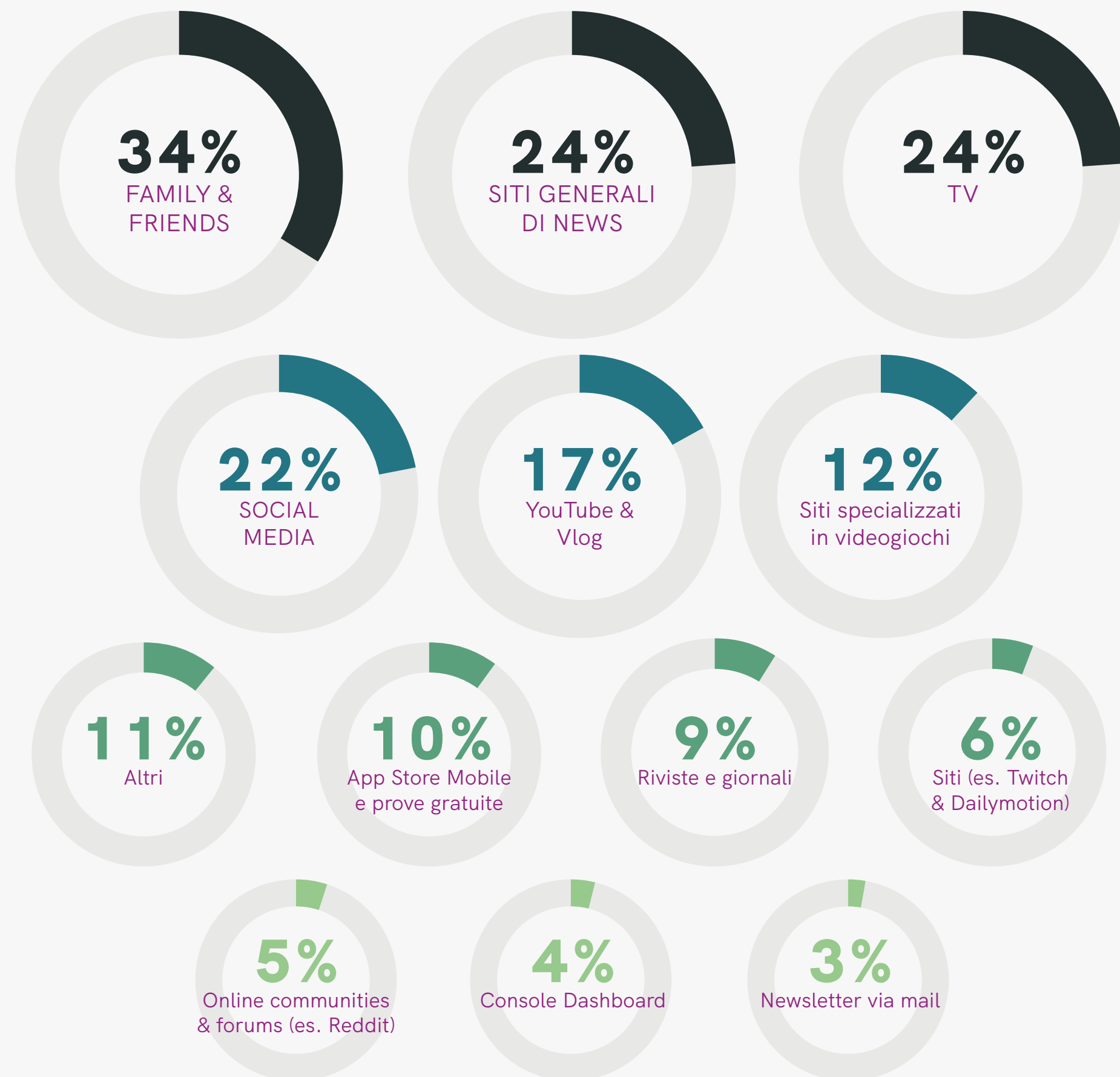


Di cui:

Smartphone: 4,5
Tablet: 3,2

Fonti di informazione sui videogiochi

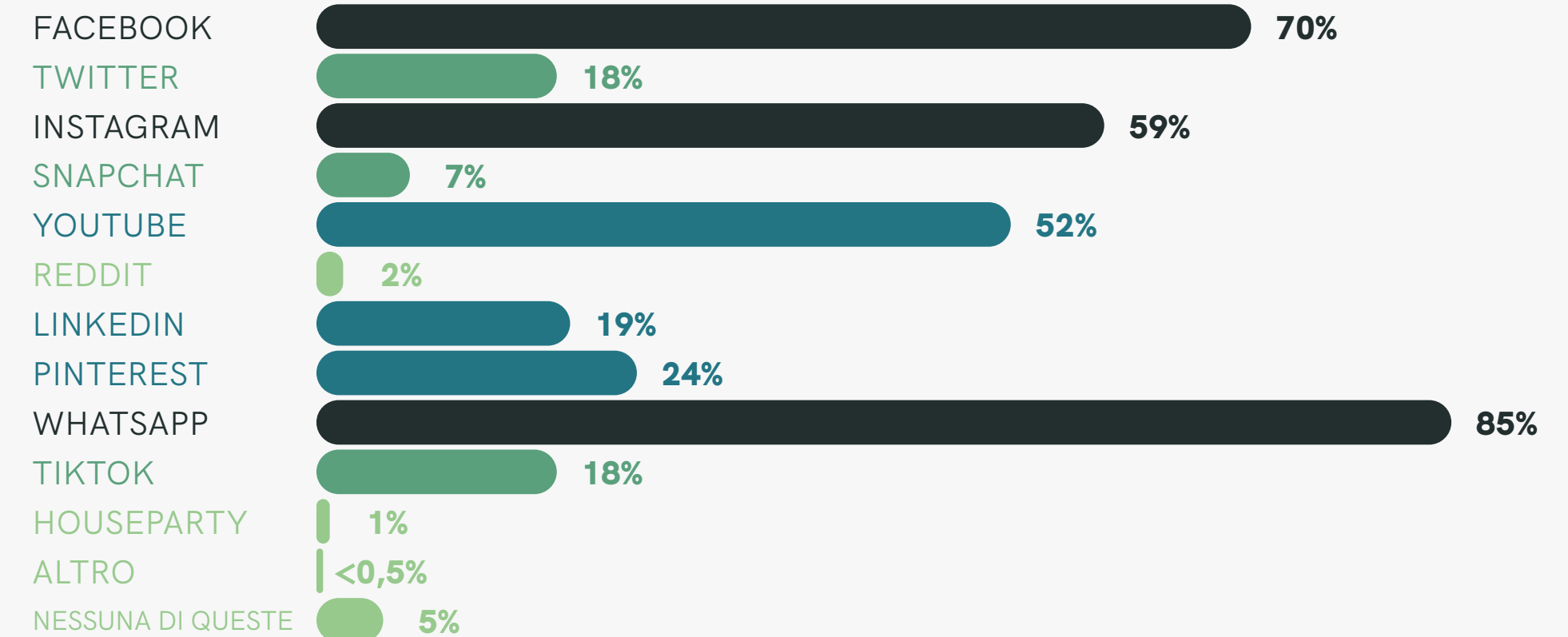
TUTTI I VIDEOGIOCATORI



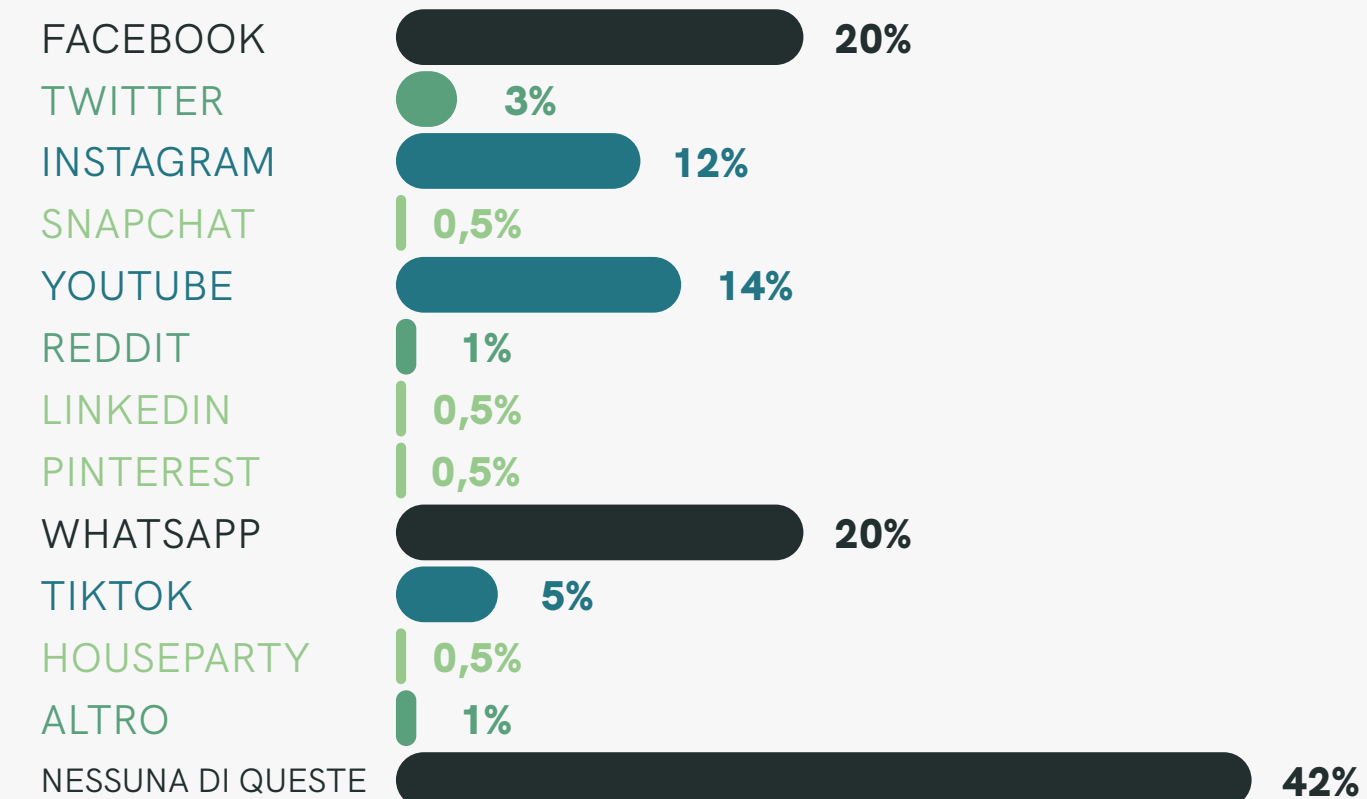
Social Media e videogiocatori

TUTTI I VIDEOGIOCATORI

VIDEOGIOCATORI ISCRITTI ALLE MAGGIORI PIATTAFORME SOCIAL



LE PIATTAFORME SOCIAL PREFERITE PER PARLARE DI VIDEOGIOCHI



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

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.

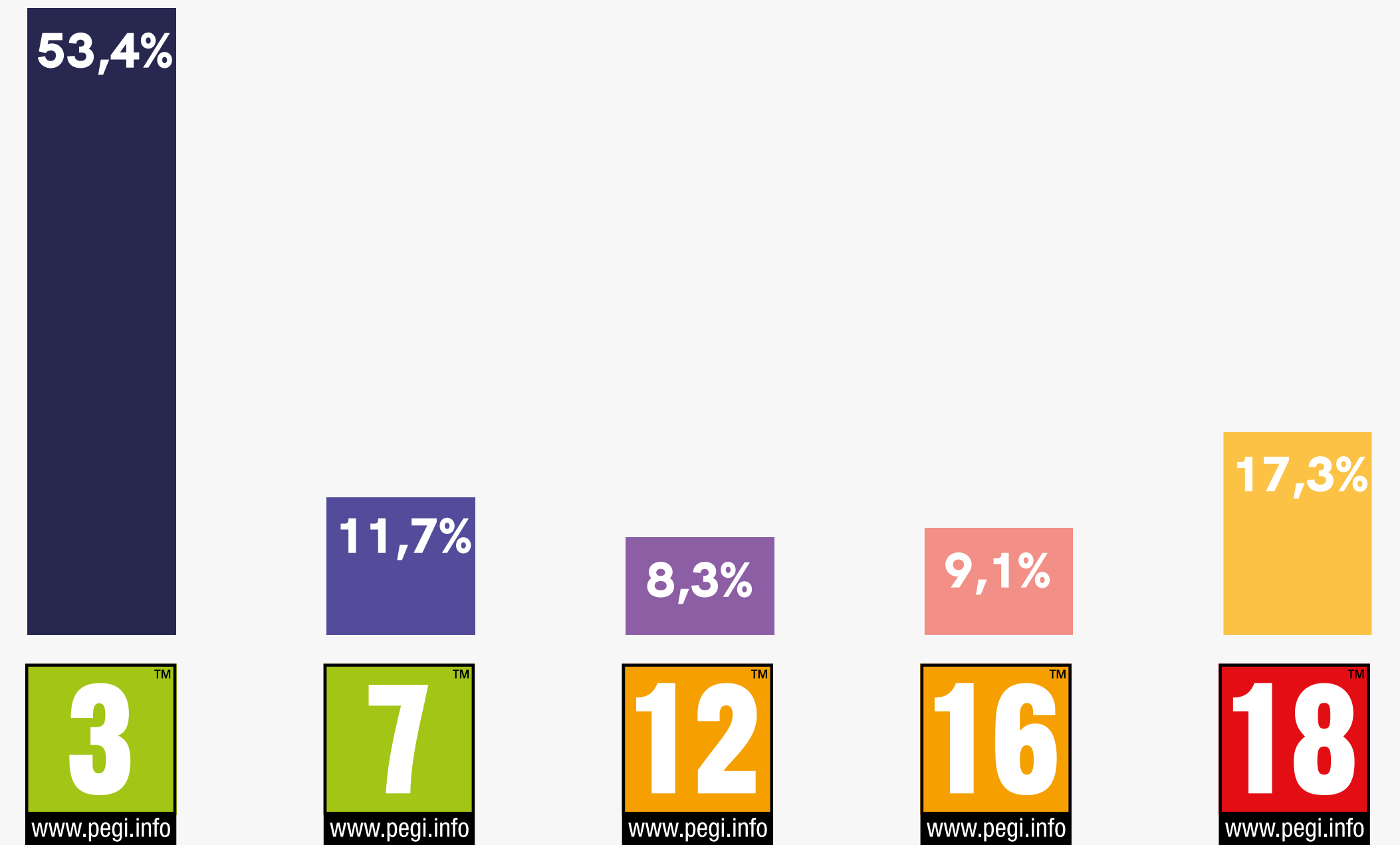


Classificazioni per contenuto

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 2021



Il 73,4% dei videogiochi rilasciati sul mercato italiano nel 2021 è adatto a un pubblico tra i 3 e i 12 anni (PEGI 3, PEGI 7, PEGI 12).

Vendita videogiochi per classificazione PEGI nel 2021



Un portale dedicato ai genitori, agli educatori e a tutti coloro che vogliono conoscere meglio il mondo dei videogiochi

Nel mese di giugno 2020 IIDEA ha lanciato il portale informativo **Tuttosuivideogiochi.it**. Il sito mette a disposizione gratuitamente informazioni e risorse per **comprendere i videogiochi e per utilizzarli al meglio nelle loro potenzialità**: guide, tutorial e raccomandazioni per scegliere i titoli più adatti, in base all'età dei giocatori, per impostare i controlli parentali nelle principali piattaforme utilizzate per videogiochi e per monitorarne l'utilizzo.

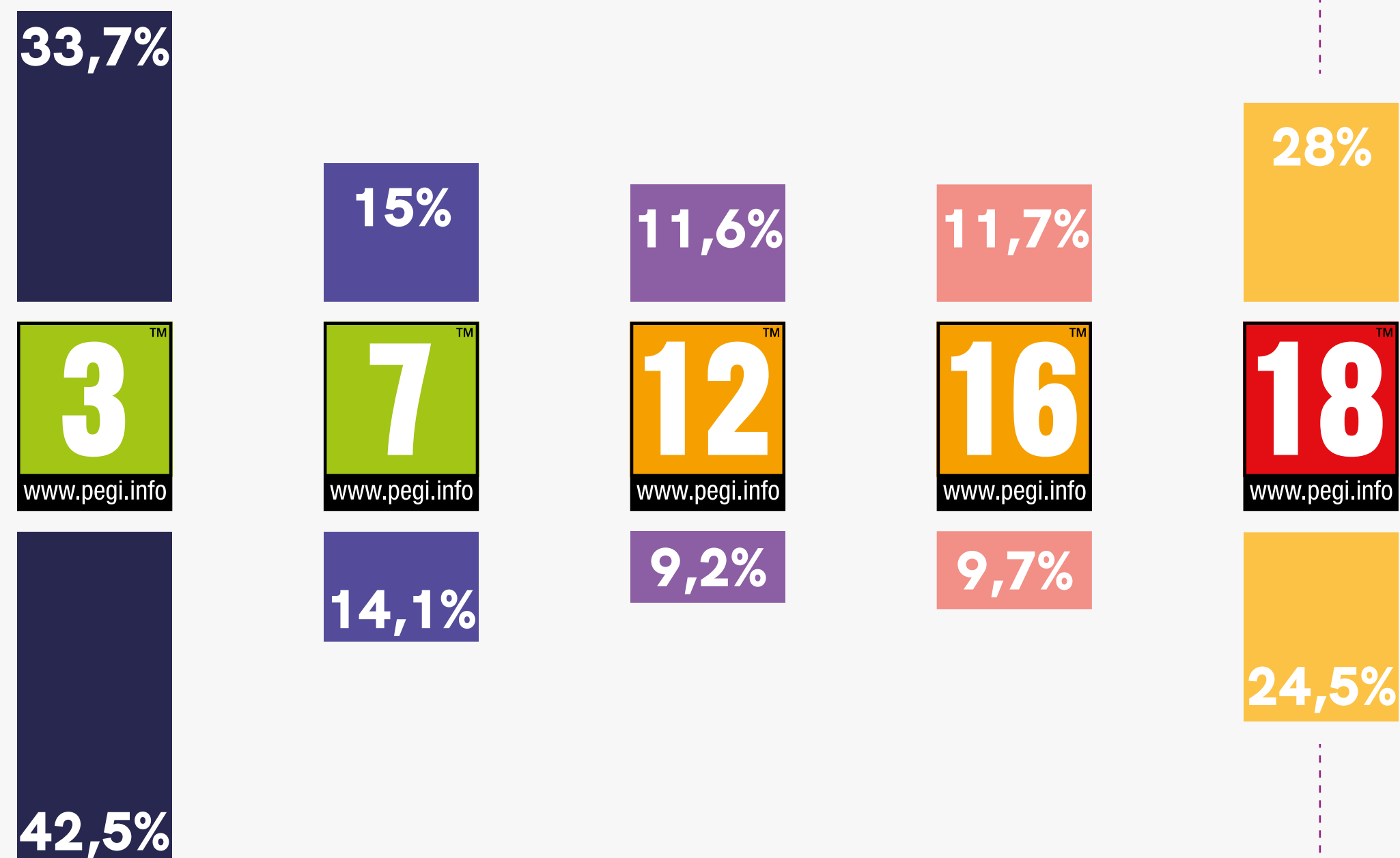
Oltre a questo, è possibile trovare recensioni sui principali videogiochi in commercio "a misura di genitore" e schede dei prodotti rilasciati mese per mese e adatti ad un pubblico di minori.

Tutto Sui Videogiochi si avvale di **un team di esperti indipendenti** in diverse discipline come la psicologia, la sociologia o la pedagogia, che **collabora costantemente con il sito** mettendo a disposizione esperienze e conoscenze in ambiti differenti. Gli esperti indipendenti curano gli approfondimenti proposti dal portale su alcune tematiche di interesse comune per genitori ed educatori, come l'uso dei videogiochi in famiglia e a scuola, la tutela della salute, le possibili opportunità di lavoro nel settore. Il sito offre anche l'opportunità di **confrontarsi e interagire direttamente con gli esperti**, ponendo delle domande che saranno selezionate per una risposta pubblica sul portale.

Tutto Sui Videogiochi è un progetto realizzato e finanziato da IIDEA in collaborazione con PEGI S.A., organizzazione indipendente senza scopo di lucro e con finalità sociali costituita ai sensi della legge belga, che gestisce il sistema paneuropeo di classificazione dei videogiochi PEGI (Pan European Game Information).

Tutto Sui Videogiochi nasce nel solco delle raccomandazioni contenute nelle Linee guida allegate al Regolamento per la classificazione dei contenuti delle opere audiovisive per il web e dei videogiochi, prodotte dall'Autorità Garante delle Comunicazioni (AGCOM), con la delibera 74/CONS/19.

A VOLUME



A VALORE

Il 65,8% dei giochi venduti in Italia nel 2021 è adatto ad un pubblico tra i 3 e 12 anni (PEGI 3, PEGI 7, PEGI 12)

IIDEA

4



Italian Interactive Digital Entertainment Association

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.

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.

Attualmente riuniamo **oltre 90 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. A partire dal 2020 aderiamo alla **federazione EGDF** (European Game Developer Federation).

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

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.



Italian Interactive Digital Entertainment Association

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. Nel 2020 abbiamo lanciato il nostro portale per gli educatori e le famiglie **Tuttosuivideogiochi.it**

Soci IIDEA

2Watch	Hexon Esports	Red Koi Box
34BigThings	HSL Esports	Reludo
505 Games	Guarini Design	Reply Game Studios
Activart	Hive Division	Reply Totem
Activision Blizzard	Idra Interactive	Riot Games
Airland Studios	Invader Studios	Samsung Morning Stars
Alittleb	Italian Games Factory	Sandbox Games
AnotheReality	Iter Research	Sandbox Studios
API	Just Funny Games	Sedleo
Bandai Namco Entertainment	Jyamma Games	SimCoVR
Big Ben Interactive	Leonardo Interactive	Singular Perception
Black Mastiff Studio	LKA	Slitherine
BR Digital	MAGA Animation	Sony Interactive Entertainment
Cordens Interactive	MCES Italia	Storm in a Teacup
C-Skål Productions	Melazeta	Stormind Games
Cube Comunicazione	Microsoft	Strelka Games
Digital Lighthouse	Milestone	Studio Evil
Digital Moka	MixedBag	Studio V
Digital Tales	Meangrip	Synesthesia
dpstudios	Nintendo	Take Two
Dynamight Studios	One O One Games	Tiny Bull Studios
Electronic Arts	Open Lab	Trinity Team
Empire Esports	Operaludica	Ubisoft
Epic Games	Outplayed	Ubisoft Milan
ETT Solutions	PG Esports	UNAMedia
Exeed	PM Studios	Untold Games
Fantastico Studio	Polygon Moon	Virtual
Gameloft	Pro2Be Esports	Xplored
GhostShark Games	Progaming	Warner Bros.
GoSkilla	QLASH	We Are Muesli
Hellodì	Raceward Studio	White Manager



Italian Interactive Digital Entertainment Association



info@iideassociation.com

www.iideassociation.com