

Gioco pubblico, I-Com: “Canali digitali in costante crescita anche sul versante delle lotterie: la sfida dell’innovazione è lanciata”

Roma, 7 marzo – Nel 2020 la quota di mercato del gioco online in Europa è stata pari al 34,7% mentre ha registrato una lieve caduta nel 2021 con le riaperture che si sono susseguite, seppur a singhiozzo, nei diversi Paesi. Nel complesso, l’online è in costante crescita nel Vecchio Continente: secondo le stime, **dovrebbe raggiungere il 33,6% nel 2025**. Un trend favorito in parte anche dalla rimodulazione delle modalità di gioco a distanza, ossia dalla tendenza dei consumatori a spostarsi sempre di più sui canali digitali.

Da questo punto di vista, la quota di spesa relativa al giocato attraverso dispositivi mobili (*mobile gambling*) continua ad aumentare significativamente nell’Unione europea: sul totale registrato nel segmento del gioco a distanza, **ha raggiunto il 44,1% nel 2019 per poi arrivare a toccare il 47,7% nel 2021**, a fronte di una progressiva riduzione della spesa del giocato attraverso computer. In pratica, si tratta di una crescita che non accenna a fermarsi: secondo le stime, il mercato del *mobile gambling* in Europa potrebbe arrivare a rappresentare il 58,2% dell’intera spesa dell’online nel 2025, in linea con il crescente utilizzo dei dispositivi mobili da parte della popolazione.

Parte da queste premesse il paper dal titolo *“Il gioco pubblico alla sfida dell’innovazione. L’evoluzione dell’industria e il potenziale della trasformazione digitale”* curato dal team dell’[Istituto per la Competitività \(I-Com\)](https://www.i-com.it). La ricerca, che è stata presentata oggi nel corso di un dibattito promosso insieme a International Game Technology (IGT), leader mondiale nel settore del gioco regolamentato e concessionario statale delle Lotterie in Italia, prende spunto dai più recenti sviluppi tecnologici che stanno interessando il comparto. L’iniziativa ha mirato ad approfondire l’impatto che l’innovazione e la trasformazione digitale stanno generando sui comportamenti dei consumatori e le relative sfide di regolazione in capo alle istituzioni.

Dal paper emerge come l’avanzamento tecnologico e la crescente digitalizzazione della popolazione abbiano permesso all’intero settore di registrare nel complesso una dinamica resiliente rispetto ai principali sviluppi macroeconomici, come la recessione globale vissuta nel 2020. E lo abbiano fatto anche grazie al cambiamento delle abitudini dei consumatori, creando un nuovo mercato digitale e mettendo il settore di fronte a nuove sfide non considerate dalla disciplina delle concessioni e dall’attuale impianto regolatorio.

Il fenomeno, diffuso a livello mondiale, ha interessato anche il comparto del gioco pubblico italiano, tanto da confermare il valore degli investimenti delle imprese nelle nuove tecnologie e aprire nuovi potenziali scenari. Secondo gli analisti dell'istituto, si tratta di una congiunzione che rappresenta da un lato **un'opportunità di innovazione** mentre dall'altro **richiede al regolatore di intervenire** e giocare un ruolo chiave per garantire lo sviluppo del settore legale, evitare lo spostamento su canali illegali e impedire potenziali impatti negativi sui consumatori.

A tal proposito, il paper fa il punto della situazione sullo stato delle lotterie in Italia che, oltre a contribuire all'erario dello Stato con un gettito di oltre **2,5 miliardi di euro**, con circa 75.000 punti di vendita, costituiscono un importante **presidio di legalità** sul territorio. Rispetto alla crescita dei canali digitali registrata in generale nel settore del gioco, le lotterie sono rimaste legate principalmente al canale fisico, senza sperimentare una sostanziale sostituzione con l'online.

"In realtà la tendenza del mercato è duplice", ha dichiarato la direttrice dell'area Innovazione I-Com **Eleonora Mazzoni** che ha curato l'approfondimento. Ad avviso della ricercatrice, *"il futuro del comparto non potrà che essere multi-canale: assisteremo alla creazione di punti di contatto innovativi con il consumatore, la gestione dei dati avverrà in modo integrato e si farà leva sulla customer experience attraverso l'intero processo di contatto e vendita on e off-line"*. Un trend confermato anche dall'andamento del mercato internazionale: secondo uno studio condotto dalla stessa Igt, che ha esaminato lo stato di 19 lotterie attive anche attraverso il canale digitale, il 60% di esse ha visto aumentare le vendite della rete fisica contestualmente al lancio di quelle online. Non risulta che vi sia dunque un effetto di sostituzione in tal senso tra digitale e fisico.

Per ulteriori informazioni contattare:

Giulia Palocci

Addetta stampa I-Com

T. +39 340 84 36 158

press@i-com.it