

RAPPORTO
INDUSTRIA DEI GIOCHI

Tablet, smartphone e social network: le nuove frontiere delle scommesse

NEGLI USA NON HANNO DUBBI: IL GIOCO D'AZZARDO ONLINE SARÀ IL PROSSIMO BUSINESS MILIARDARIO E L'ITALIA SI PREPARA A SFRUTTARE LA NUOVA RISORSA. E' PRONTA ANCHE UNA SINERGIA CON UN CASINO VERO: QUELLO DI SANREMO

Roma

«Seguiamo Gli Stati Uniti». È l'imperativo degli esperti del mercato del gioco. Gli uomini che stanno dietro al marketing delle principali aziende di settore, in un momento di grave crisi dei giochi numerici di forte contrasto politico-sociale del mondo degli apparecchi da intrattenimento, indica la strada scelta dal mercato a stelle e strisce. Il web, il gioco su piattaforma digitale, il clic per puntata. Negli Usa non hanno dubbi, il gioco d'azzardo online sarà il prossimo business miliardario. E da Facebook a Zynga è passando attraverso la rete dei social network che le aziende del gioco puntano a conquistare il mercato americano, dove esistono regole più stringenti rispetto a quelle del Vecchio Continente, convinte che il gioco online possa essere la nuova Las Vegas. E mentre è partita la corsa degli sviluppatori a realizzare piattaforme di gioco sempre più sofisticate e accattivanti, la Silicon Valley si trova a scontrarsi con l'industria dei casinò, che si oppone in modo deciso alle nuove frontiere aperte dalla rete internet, temendo la perdita di quote di mercato. Diversi Stati americani sono in cerca di nuove entrate fiscali e puntano con decisione a legalizzare il gioco d'azzardo virtuale. Nevada e Delaware — secondo un'inchiesta del New York Times — hanno già gettato le basi per la legalizzazione, e nei prossimi mesi dovrebbero farlo anche il New Jersey. Proposte di legge in questo senso sono state avanzate in Mississippi, California ma bocciate in Iowa dove comunque si stima che almeno 150.000 persone

giocano a poker online illegalmente.

Un dato in particolare, mette in fibrillazione gli esperti dell'industria del gaming. Al di fuori dei confini americani, le entrate fiscali annuali dalle scommesse online sono pari a circa 32 miliardi di dollari, l'equivalente del mercato dei casinò Usa. E secondo alcune stime, solo le scommesse online dal proprio dispositivo mobile potrebbe tradursi entro il 2017 in entrate fiscali per 100 miliardi di dollari l'anno a livello mondiale.

Numeri sui quali si stanno interrogando anche nel vecchio continente e che nel nostro paese rappresentano un punto imprescindibile per l'indirizzo da dare all'industria del gioco. Il cellulare come mezzo per giocare è il canale che registra gli incrementi maggiori: grazie alla diffusione di smartphone e tablet i tassi di crescita sono a due cifre. Gioco—web—apparecchi tre voci di un unico mercato del gioco al centro del convegno "Social network, casinò live e mobile: da dove passa il futuro dell'online" organizzato da Agimég all'Enada (la mostra mercato degli apparecchi da intrattenimento e da gioco che si è tenuta la scorsa settimana a Rimini). Le differenze tra i mercati esteri e quello italiani le ha tracciate il Managing Director di Neomobile Gaming, Francesco Postiglione. «Grandi operatori come William Hill e Paddy Power all'estero fanno già ora il 20—25% del fatturato sul mobile, quindi è possibile che possa diventare 50%. Alcuni operatori sono addirittura presenti con la loro offerta solo nel settore mobile». In Italia invece siamo appena all'1%: «Tutti pensano che i fenomeni sul mobile arrivino subito, invece non è così — ha spiegato ancora Postiglione — ma credo che il mercato del mobile gaming sia destinato a rimanere in stand by ancora per altri due anni. Poi la percentuale di mercato che verrà sottratta al web è destinata a numeri molto alti, anche attorno al 50%».

Un'altra strada ancora da

esplorare in Italia e quella del gioco sui social network: «In Gran Bretagna si può già giocare su Facebook — ha spiegato Matteo Monari — cofondatore di Bizup, società che si occupa dello sviluppo del gioco on line sui social network — aziende come bwinparty, 888, e operatori di bingo, possono già operare attraverso Facebook. E dal 31 marzo Facebook stesso potrà sviluppare i propri giochi». L'Italia vanta invece un primato sui casinò live (attraverso il computer ci si connette con un croupier in carne e ossa che interagisce col giocatore che vuole puntare sulla roulette o al blackjack). «Il nostro paese è stato il primo a certificare la piattaforma live» ha ricordato il Ceo Evolution Italy di Evolution Gaming, Gionata La Torre. «Se il casinò live prima andava a completare un portafoglio casinò fatto anche di altri giochi e slot, adesso le grandi aziende stanno puntando in massa su questo settore». — «Il 96% dei concessionari italiani — spiega Angelo De Gobbi, sales marketing manager di Media Live Casinò, ha parlato di un mercato maturo ha già un prodotto live, ma i margini di crescita sono ancora alti.

Il casinò live rispecchia il 30% del mercato, stiamo parlando quindi di circa 6 milioni di spesa al mese. Numeri destinati a crescere nel momento in cui i giocatori passeranno dal.com al.it. Dalle prime analisi sul settore, si stima che il mercato possa toccare i 10 milioni di euro di gioco al mese». Inevitabile immaginare a questo punto la sinergia con una delle quattro case da gioco autorizzate in Italia. «Siamo infatti pronti a creare un casinò live direttamente dall'interno di un casinò fisico: lo faremo con Sanremo. Chi si collega vedrà Sanremo e giocherà direttamente sui tavoli di Sanremo, sopra i quali ci saranno le nostre telecamere».

(gi.mar.)

FOTOGRAFIA RISERVATA 1

