

AESVI

ASSOCIAZIONE EDITORI SOFTWARE VIDEOLUDICO ITALIANA

Il videogioco dilaga: davanti alla console la metà degli italiani

Lettori di quotidiani, appassionati di musica, esplorativi, progettuali: ecco i videogiocatori

Milano, 19 settembre 2006 - Il **Secondo Rapporto Annuale sullo Stato dell'Industria Videoludica** in Italia, presentato da AESVI oggi a Milano e realizzato da GfK, fotografa, dal punto di vista sociodemografico, il consumatore italiano, quantificando il numero dei videogiocatori in Italia e offrendo un'immagine della molteplicità dei **"volti" dei gamer**.

Il profilo sociodemografico

Il profilo socio demografico comprende quest'anno le fasce d'età dai 4 anni in su e si arricchisce di dati qualitativi relativi ad atteggiamenti e comportamenti del videogiocatore. I dati sono stati raccolti nei mesi di maggio e giugno 2006 attraverso interviste realizzate su un campione di **2240 individui**, rappresentativo della popolazione italiana da 4 anni di età (circa 53.5 milioni).

Quasi un italiano su due gioca ai videogiochi: i videogiocatori sono circa **24 milioni (43% della popolazione dai 4 anni di età)**. Ma quali sono all'interno di questa molteplicità di volti le caratteristiche socio-demografiche dominanti che la statistica permette di individuare? **Dieci milioni di giocatrici donne**, ovvero il **39%** dell'universo dei videogiocatori, il restante **61% uomini**: un mondo, quindi, generalmente ma non esclusivamente maschile. L'età media del videogiocatore è **28 anni** e il **57%** ha tra i **18 e i 44 anni**. Nella fascia tra i **6 e i 17 anni** si raggiungono livelli significativi vicini alla saturazione: gioca infatti il **96% dei bambini – ragazzi**.

Ma in Italia quali sono le **regioni** nelle quali si gioca di più? **Ai vertici della classifica i videogiocatori residenti al Sud**. Al primo posto la Campania (56%), con la percentuale più alta di giocatori, seguita da Emilia Romagna (52%) e dalle Marche (46%); al quarto posto, ancora sopra la media nazionale, troviamo Sicilia (46%), poi Lombardia, Triveneto e Piemonte, dove la percentuale di cittadini che giocano è in linea con la media italiana.

Dal punto di vista delle professioni, l'impressione generale è che il **fenomeno del videogaming** sia **trasversale ai diversi strati sociali**: il 24% è impiegato, quadro, dirigente, libero professionista o imprenditore; un altro 24% è costituito da operai, commesse, artigiani e commercianti, con livelli di penetrazione più alti tra i colletti bianchi.

Atteggiamenti e comportamenti

Vediamo ora quali sono le caratteristiche comportamentali e quali gli atteggiamenti dei videogiocatori. In primo luogo risultano individui **attivi, energici, dotati di forte esploratività e progettualità**, che realizzano con successo il loro protagonismo sociale e che vivono in un ampio contesto relazionale. I videogiocatori sono piuttosto attenti ai segnali provenienti dai media e manifestano una propensione positiva verso il consumo, in particolare di prodotti nuovi, tecnologici e di tendenza. Tra i valori personali spiccano la ricerca di stimoli e anche di sfide, il divertimento e il piacere; a ciò si aggiunge il desiderio di emergere, di crescere socialmente attraverso il successo professionale e il raggiungimento del benessere economico.

Chi pensa al videogioco come divertimento che annulla gli altri interessi si stupirà del fatto che i videogiocatori siano forti lettori di quotidiani, sia di informazione che sportivi, dedichino una parte

rilevante del loro tempo alla lettura, in particolar modo ai libri di fantascienza, viaggi e avventura. Ascoltano molto spesso la radio mentre, rispetto alla media complessiva italiana, l'ascolto TV è meno elevato: i videogiocatori preferiscono la Pay TV, canali satellitari, MTV e All Music. I videogiocatori sono, infine, forti consumatori di musica e home video.

Pirateria

Per la prima volta la ricerca ha cercato inoltre di fotografare il fenomeno della pirateria videoludica in Italia. **In base ai dati dichiarati**, probabilmente sottostimati, la pirateria riguarderebbe il **26% dei giocatori**. Le modalità di accesso illegale ai giochi sono le più diverse: il **16%** dei gamers dichiara di **acquistare copie pirata** (in particolare il pubblico adulto di status medio-basso, tra i 18 e i 34 anni), il **13% masterizza copie domestiche** (in particolare adulti e bambini in quanto utenti) e l'**8%**, in prevalenza adolescenti, **scarica videogiochi pirata dal web**. La ragione più frequentemente addotta per spiegare il comportamento illegale è la riduzione o l'annullamento della spesa, unita alla convinzione che il prodotto non originale abbia un livello di qualità sufficientemente buono. Il mondo dei **giocatori adulti** nel suo complesso (compreso il 74% che dichiara di non usare software illegale) tende a **condannare la pirateria** sempre e in qualsiasi forma e **riconosce** ampiamente il **danno** che essa provoca **al mercato** videoludico. **Chi ha rapporti con la pirateria** ne dà un **giudizio invece meno drastico e generalizzato**: chi mette in atto i tre comportamenti illegali presi in esame tende infatti a ridimensionarne notevolmente la gravità e riconosce solo parzialmente il danno arrecato al mercato.

Prospettive future

Quali sono le prospettive di crescita dal punto di vista del consumatore? Il parco complessivo dei gamers si stima possa crescere nel prossimo futuro di circa 1-2 punti percentuali. E' soprattutto la **fascia giovane-adulta** della popolazione che si sta aprendo al videogioco in seguito al diffondersi di supporti e tecnologie. In particolare si stima che si tratterà di un **pubblico a lieve prevalenza femminile**, di età compresa **tra i 15 e i 34 anni**, residente prevalentemente al Sud.

Ha commentato **Andrea Persegati, Presidente AESVI e Direttore Generale di Nintendo Italia**: *"Forse è ancora presto per parlare dell'Italia come di una **"nazione di videogiocatori"**, ma i dati che emergono dal Rapporto ci confermano come il videogioco sia diventato una **forma di intrattenimento molto popolare** per gli italiani in modo trasversale per età, sesso, profilo socio-professionale e provenienza geografica. Se questo è il risultato che l'industria videoludica è riuscita a realizzare negli ultimi tre decenni, ci aspettiamo che il prossimo decennio sia fondamentale sia per indirizzare le aspettative di coloro che sono cresciuti con i videogiochi, sia per avvicinare coloro che non li conoscono a questa forma di intrattenimento unica e innovativa".*