SUPPLEMENTO A TG - TUTTOGIOCATTOLI
ANNO 3 - N° 4 - APRILE 2022

Periodico di videogiochi, software, entertainment

DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

ATTUALITÀ

"Non vendete Activision a Microsoft"

Il fondo d'investimento Soc interviene nell'ambito della fusione tra il publisher e il colosso di Redmond. Denunciando il quadro di difficoltà che avrebbe prodotto una valutazione inferiore alle potenzialità future della società.

a pagina 34

Luci e ombre nel 2021 di GameStop

Aumentano le vendite, ma restano sensibili le perdite. Entro il secondo trimestre la società dovrebbe lanciare un marketplace per gli Nft, il nuovo trend della finanza che investe nell'economia digitale.

a pagina 34

FOCUS ON

Ps5, la beffa di Vodafone

La console resta pressoché introvabile, ma non per l'operatore telefonico, che la veicolerà nella sua nuova offerta di connettività.
E il retail rimane ancora una volta a piedi...

a pagina 35

MERCATO

Videogiochi in Italia: un giro d'affari da 2,243 miliardi di euro

I dati diffusi da IIdea mostrano una crescita del 2,9% sul già ottimo 2020, grazie soprattutto al software. E sono ormai oltre 15,5 milioni i gamer nel nostro Paese, il 35% della popolazione italiana compresa tra i 6 e i 64 anni.

alle pagine 36 e 37

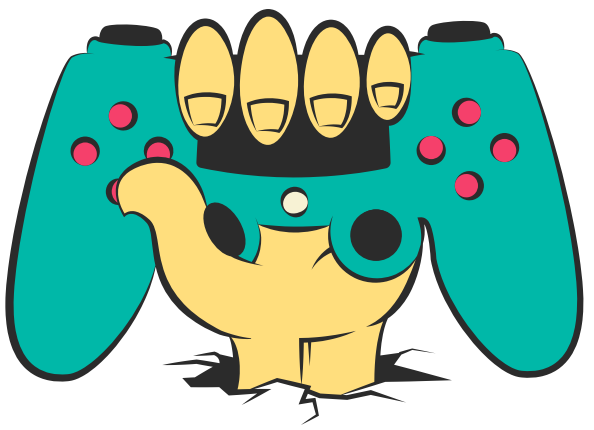
Lancio da record per Lego Star Wars: La Saga degli Skywalker

a pagina 34

Sony aggiorna il suo servizio in abbonamento PlayStation Plus

a pagina 34

ESTERI



Il mercato Uk batte tutti i record

Nel 2021 il giro d'affari relativo ai videogiochi ammonta a 7,16 miliardi di sterline (circa 9,1 miliardi di euro). Merito soprattutto dell'hardware: le vendite delle sole console fanno segnare +32,9%.

a pagina 38

SCENARI

2022, console al palo

Secondo Dfc Intelligence, il mercato seguirà un andamento stabile.
A pesare è la scarsa disponibilità di nuove macchine, in particolare PlayStation 5.
Da qui al 2026 è però prevista la crescita di Microsoft.

a pagina 35

"Non vendete Activision a Microsoft"

Il fondo d'investimento Soc interviene nell'ambito della fusione tra il publisher e il colosso di Redmond. Denunciando il quadro di difficoltà che avrebbe prodotto una valutazione inferiore alle potenzialità future della società.

La scorsa settimana Soc Investment Group ha pubblicato una lettera aperta, in cui chiede agli azionisti di Activision Blizzard di votare contro l'acquisizione da parte di Microsoft.
Come riportato da Vgc, la riunione degli azionisti per votare a favore o contro l'acquisizione è fissata per il 28 aprile. La fusione non può andare avanti se non si raggiunge la maggioranza dei voti.
"Questa transazione non costituisce una valutazione corretta del potenziale guadagno futuro di Activision, in massima parte perché ignora il ruolo che la crisi legata alla denuncia delle molestie sessuali interne – e la gestione incompetente del consiglio di Activision – ha giocato nel ritardare il lancio dei nuovi prodotti e nel deprimere il prezzo delle azioni", si legge nel documento.
Soc aggiunge che l'accordo non dovrebbe essere finalizzato, proprio in ragione delle accuse sul posto di lavoro che la società ha dovuto affrontare. "Non riteniamo che gli azionisti di Activision debbano guardare alla cessione dell'azienda come a un modo per ricostruire il valore perso dal fallimento del management di Activision nel garantire la sicurezza e l'equità sul posto di lavoro e dall'incapacità del consiglio di amministrazione nel rispondere in modo costruttivo alla crisi".
Fondato nel febbraio 2006 come CtW Investment Group, Soc Investment Group lavora con i fondi pensione sponsorizzati dai sindacati affiliati allo Strategic Organizing Center, una coalizione di sindacati che rappresenta più di quattro milioni di membri, per migliorare i rendimenti a lungo termine degli azionisti attraverso la proprietà attiva.
Non è la prima volta che SOC si esprime su Activision Blizzard. L'anno scorso, il collettivo ha affermato che i dirigenti del publisher dovevano essere ritenuti responsabili in merito ai sospetti sollevati su una "cultura del lavoro tossica" denunciata dai dipendenti.
A oggi però la fusione non sembra in alcun modo in discussione. In settimana diverse fonti stampa hanno anzi riportato nuovi particolari relativi al merge. Il ceo di Activision Blizzard, Bobby Kotick (nella foto), dovrebbe lasciare il suo posto dopo che l'acquisizione da parte di Microsoft sarà finalizzata, ma il publisher ha dichiarato che non sono stati presi accordi in tal senso. Come notato da Stephen Totilo, reporter di Axios, Activision venerdì ha depositato una dichiarazione di delega aggiornata in merito alla fusione. "Non è in atto alcuna negoziazione sugli accordi post-acquisizione in relazione alla posizione del ceo Kotick prima dell'approvazione e dell'esecuzione dell'accordo di fusione e del completamento delle transazioni, fino alla data del presente documento", scrive la società nel documento depositato il 15 aprile. Ricordiamo che tanto dagli azionisti quanto dai dipendenti si sono registrate richieste di dimissioni nei confronti di Kotick, alla luce delle cause per molestie e discriminazione sul posto di lavoro che la società sta affrontando, e al ruolo personale che lo stesso ceo ha avuto in queste problematiche...

Andrea Dusio

Lancio da record per Lego Star Wars: La Saga degli Skywalker

Warner Bros. Games ha annunciato che Lego Star Wars: La Saga degli Skywalker, il nuovo gioco di Lego Star Wars che racchiude tutti e nove i film della saga di Guerre Stellari, ha superato tutti i precedenti lanci di giochi Lego per console. Il gioco ha venduto 3,2 milioni di unità in tutto il mondo nelle prime due settimane e ha superato il precedente record di vendite su tutte le piattaforme, regioni ed edizioni. Per arricchire la già ampia selezione di personaggi giocabili, questa settimana Warner Bros. Games ha reso disponibili i Character Pack 'Rogue One: A Star Wars Story' e 'Personaggi Classici' per tutte le piattaforme. 'Rogue One: A Star Wars Story' include Jyn Erso, Bodhi Rook, Cassian Andor, K-2SO, Chirrut Îmwe, Baze Malbu e il Direttore Krennic. Il pacchetto 'Personaggi Classici' include invece le varianti classiche per Luke Skywalker, la Principessa Leia, Han Solo, Darth Vader e Lando Calrissian. Entrambi i pacchetti sono disponibili come acquisti singoli o come parte della Collezione Personaggi (Season Pass), che contiene i sette pacchetti di contenuti scaricabili con personaggi giocabili provenienti dalla galassia di Star Wars.

Sony aggiorna il suo servizio in abbonamento PlayStation Plus

Sony ha svelato la nuova versione del proprio abbonamento PlayStation Plus, che di fatto va a fondere il vecchio servizio con l'abbonamento PlayStation Now. La nuova offerta comprenderà tre livelli di abbonamento. Il primo è Essential, che includerà due giochi gratis al mese, sconti esclusivi, spazio cloud per l'archiviazione di giochi e salvataggi, e l'accesso al multiplayer online. Vi è poi il gradino successivo, Extra, che include tutte le opzioni dell'abbonamento Essential, con in più un catalogo di 400 titoli Ps4 e Ps5. Infine, il pacchetto Premium, che comprende ovviamente tutto quanto detto sinora, aggiungendo fino a 340 titoli per Ps3 (giocabili solo in streaming), Ps2 e Psp (disponibili in streaming o per il download).
Le nuove versioni dell'abbonamento saranno disponibili a partire da giugno 2022.

Luci e ombre nel 2021 di GameStop

Aumentano le vendite, ma restano sensibili le perdite. Entro il secondo trimestre la società dovrebbe lanciare un marketplace per gli Nft, il nuovo trend della finanza che investe nell'economia digitale.

GameStop ha rilasciato i risultati finanziari relativi al Q4 2021, unitamente ai dati di chiusura dell'ultimo anno fiscale, conclusosi il 29 gennaio 2022. L'azienda ha annunciato che intende lanciare un proprio marketplace per gli Nft (Non Fungible Token) entro la fine del secondo trimestre dell'anno fiscale 2022.
Nel quarto trimestre GameStop ha generato un fatturato netto di 2,254 miliardi di dollari, contro i 2,122 miliardi di dollari del Q4 2020 e i 2,194 miliardi del 2019. La perdita netta è stata di 148 milioni di dollari. Nel quarto trimestre dell'anno precedente la catena aveva registrato un utile netto di 81 milioni di dollari. Le partnership con aziende che si muovono nel business del Pc game, come Alienware, Corsair e Lenovo, hanno contribuito alla crescita delle vendite. I membri del programma di fidelizzazione PowerUp Rewards Pro sono cresciuti del 32% su base annua, per un'adesione totale di circa 5,8 milioni di gamer. GameStop ha varato inoltre una partnership con Immutable X, che ha lo scopo di sostenere lo sviluppo del mercato Nft di GameStop con investimenti sino a 150 milioni di dollari e ha lanciato una nuova app, che include un'interfaccia utente migliorata, una migliore scalabilità per un catalogo di prodotti più ampio e più funzionalità per supportare offerte e promozioni esclusive. Da rilevare anche l'assunzione di nuove risorse in diverse aree di competenza, dall'e-commerce alla blockchain. Su base annua, GameStop ha generato un fatturato netto di 6,01 miliardi di dollari, contro i 5,09 miliardi di dollari per l'anno fiscale 2020. Le vendite nette sono aumentate del 18%, ma la perdita netta di 381 milioni di dollari è del 77% maggiore dei 215 milioni di dollari contabilizzati nel 2020.
Il catalogo di prodotti è stato ampliato, con l'inserimento di referenze di elettronica di consumo, hardware ricondizionato e un particolare focus sul Pc game. Sono stati inaugurati nuovi uffici a Seattle e Boston, poli tecnologici dov'è possibile reperire talenti in grado di sviluppare i nuovi business della società. Sotto il profilo del capitale, GameStop ha raccolto più di 1,67 miliardi di dollari e ha eliminato tutto il debito a lungo termine, a parte un prestito a termine non garantito a basso interesse di 44,6 milioni di dollari legato alle risorse messe a disposizione dal governo francese per affrontare la pandemia. Ricordiamo che durante il gennaio 2020 il prezzo delle azioni di GameStop ha battuto ogni record precedente. La società alla fine di quel mese si è ritrovata in cassa 1,3 miliardi di dollari di liquidità, più del doppio delle sue riserve rispetto all'anno precedente.

Ps5, la beffa di Vodafone

La console resta pressoché introvabile, ma non per l'operatore telefonico, che la veicolerà nella sua nuova offerta di connettività. E il retail rimane ancora una volta a piedi...

PlayStation 5 è introvabile. La scarsa disponibilità di console, che Sony Computer Entertainment ha distribuito sino a oggi con il contagocce, è da mesi la zavorra per eccellenza del comparto videoludico. In assenza di macchine, i numeri sono inchiodati. Non solo nell'hardware. Anche software e accessori hanno sofferto per la strategia messa in campo dalla società giapponese, prima per scelta e poi per necessità, quando la mancanza di componentistica ha di fatto determinato un numero sempre più contingentato di pezzi da immettere nel mercato.
È però notizia di questi giorni che qualcuno magicamente sembra aver trovato le PlayStation. No, non si tratta di una truffa, come accaduto a ridosso del lancio, quando qualcuno aveva affermato di avere disponibilità di console, raccogliendo ordini rimasti poi inevasi. Ps5 è infatti parte dell'offerta che Vodafone propone a chi sottoscrive il suo nuovo abbonamento V-Max. Chi vuole la macchina può ottenerla con un esborso aggiuntivo di 27,99 euro al mese, per due anni di rate. Insieme alla console sono inclusi Gran Turismo 7 e un secondo controller.
Occorre allora fare un po' di conti. Il costo di quest'offerta è di 671 euro, spalmati su 24 mensilità. La console vale 499 euro. Gran Turismo 7 è posizionato a 78,99 euro e il controller a 70 euro. Dunque, siamo di poco al di sotto dei 650 euro. Le due cifre non sono così distanti. Con una piccola differenza. Che la PlayStation 5 sul mercato è pressoché introvabile, mentre Vodafone ha evidentemente le scorte garantite. Naturalmente per avere la console bisogna anche pagare l'abbonamento. L'offerta V-Max, associata alla Ps5, costa 32,90 euro al mese, attivazione e modem inclusi. L'esborso è importante e chiunque, anche chi desidera da mesi acquistare la console, ci penserà bene prima di affrontarlo. Il punto però è un altro. Il retail specializzato, sino a oggi penalizzato dalla carenza di macchine, ne esce cornuto e mazziato.
Playstation ci ha abituato a carenza di scorte e rotture di stock. La domanda resta sostenuta, il target fissato dalla società è ormai del tutto equiparabile a quello di Ps4, il che costituisce un caso senza precedenti nella storia delle console, dove con la crescita dell'installato dell'ultima generazione, di solito quella precedente si avvia all'esaurimento del proprio ciclo di vita. Le variabili legate al Covid e alla crisi dei semiconduttori hanno avuto il loro ruolo, ma occorre dirsi serenamente che sul piatto pesano anche le scelte del costruttore. Tanto il ceo Jim Ryan quanto il cfo Hiroki Totoki hanno ribadito in più occasioni come la dinamica che si è determinata nel 2021 non sia destinata a esaurirsi nel 2022. E forse è davvero inevitabile che sia così. L'idea però, in uno scenario estremamente complesso per tutta la filiera, di privilegiare un operatore di rete, che sfrutta la console come un valore aggiunto alle proprie formule di abbonamento premium, pone delle serie domande in merito all'approccio che il produttore ha nei confronti del mercato.
Oggi il retail è indebolito, non più capace di fare quella massa critica in grado di farsi sentire. Ma se ci si pone nella posizione di consumatori, punti vendita e distributori di canale, la vicenda tormentata di Ps5 non meritava a nostro parere questo capitolo, che suona a tutti gli effetti come una beffa, a danno ormai fatto...

2022, CONSOLE AL PALO

Secondo Dfc Intelligence, il mercato seguirà un andamento stabile. A pesare è la scarsa disponibilità di nuove macchine, in particolare PlayStation 5. Da qui al 2026 è però prevista la crescita di Microsoft.

La società di analisi di mercato Dfc Intelligence ha rilasciato una previsione aggiornata in merito allo sviluppo del mercato console. La prima evidenza è che Xbox nei prossimi quattro anni potrebbe guadagnare terreno su PlayStation, ma anche sull'ecosistema Nintendo. Secondo gli analisti di Dfc la quota di mercato delle console Sony a fine 2021 era del 43% (il numero si compone della somma tra vendite nel retail tradizionale e nell'e-commerce), contro il 37% di Nintendo, mentre la piattaforma di Microsoft si attestava al 20%.
Entro il 2026 Xbox sarebbe quindi destinata a guadagnare sette punti percentuali, sottraendo quattro punti a Sony e tre a Nintendo. Questa previsione è in buona parte legata alla console che succederà a Switch, che Dfc Intelligence ritiene sia prevista per il 2024. A quel punto le quote di mercato del software per console saranno di fatto equamente divise tra i tre produttori. Per quanto riguarda il mercato totale delle console, compreso l'hardware, Dfc Intelligence ha dimezzato le sue stime precedenti a causa dei continui problemi di fornitura. La previsione aggiornata mostra una crescita del 4% su base annua, con un fatturato nel 2022 pari a circa 49 miliardi di dollari. La ripartizione mostra in realtà un leggero calo (16,1 miliardi di dollari) e un andamento flat per la parte packaged media del software (119 miliardi), mentre la previsione è di una crescita per l'online, che dovrebbe passare dai 19 miliardi di dollari dell'anno scorso ai 20,7 miliardi di quest'anno.

La società di analisi sottolinea come PlayStation 5 di Sony sia la più console più ridimensionata da queste proiezioni, in quanto la domanda rimane estremamente elevata, ma la fornitura continuerà ad essere molto limitata fino all'anno fiscale che terminerà a marzo 2023. Sony ha ammesso il mese scorso i problemi relativi alla disponibilità delle proprie macchine, allorché ha rivisto al ribasso le proprie previsioni per l'intero anno a 11,5 milioni di unità.
Le rilevazioni di Dfc Intelligence mostrano come Ps5 sia tuttora la console preferita, ma i rapporti di forza potrebbero cambiare quando la libreria Xbox di Microsoft crescerà grazie ai molti studi di sviluppo acquisiti. Nel frattempo, gli analisti ritengono che anche il Pc stia guadagnando terreno a causa delle carenze di disponibilità delle console, come dimostrano anche i recenti dati di vendita di Elden Ring.
Da rilevare, a margine dell'analisi, che nelle ultime ore è arrivata la notizia della decisione di Microsoft di dare spazio al cloud gaming all'interno di Xbox Game Studios Publishing. La società di Redmond ha invitato gli sviluppatori cloud-native a lavorare con lei. Come si legge in una nota, la divisione è alla ricerca di giochi che abbiano "alti livelli di coinvolgimento, ampio appeal e un vasto target". In attesa di capire come si muoverà Nintendo, è da registrare dunque la proattività di Microsoft e la difficoltà di Sony a tenere testa alla crescita della domanda. Con effetti depressivi per tutto il comparto console, almeno nel breve periodo.

Newzoo: nel 2021 il cloud gaming ha generato quasi 1,5 miliardi di dollari

In base ai nuovi dati pubblicati da Newzoo, lo scorso anno i ricavi del cloud gaming hanno raggiunto quasi 1,5 miliardi di dollari. Una cifra generata da 21,7 milioni di utenti paganti, che rappresenta più del doppio rispetto a quanto realizzato nel 2020, pari a 671 milioni di dollari.

Secondo Newzoo, anche a causa della persistente scarsità di nuovo hardware, il segmento potrebbe crescere ulteriormente nei prossimi anni, per arrivare a raggiungere circa 6,3 miliardi di dollari entro il 2024. Quest'anno anche Xbox e PlayStation hanno rafforzato gli sforzi volti al cloud gaming: Xbox sta cercando di pubblicare titoli cloud-first, mentre Sony ha rinnovato il suo servizio PlayStation Plus per offrire ai giocatori l'accesso a un consistente catalogo attraverso il cloud.

Take Two vende titoli senior per finanziare l'acquisizione di Zynga

Take-Two Interactive sta raccogliendo i fondi per la sua imminente acquisizione del gigante dei giochi per dispositivi mobili Zynga. In una nota agli investitori, l'editore ha annunciato che venderà 2,7 miliardi di dollari in titoli senior – un tipo di obbligazione che, in caso di fallimento di una società, ha la priorità su altri debiti – in un'offerta pubblica sottoscritta. Take-Two utilizzerà i proventi netti raccolti come parte della liquidità necessaria per l'acquisizione da 12,7 miliardi di dollari, annunciata all'inizio di quest'anno. L'offerta prevede 1 miliardo di dollari in titoli senior al 3,3% con scadenza nel 2024, 600 milioni in titoli senior al 3,55% con scadenza nel 2025, 600 milioni in titoli senior con scadenza nel 2027 e 500 milioni al 4% con scadenza nel 2032. Gestori congiunti per l'offerta saranno JP Morgan Securities, Wells Fargo Securities, Bnp Paribas Securities e BofA Securities.

MERCATO ITALIA

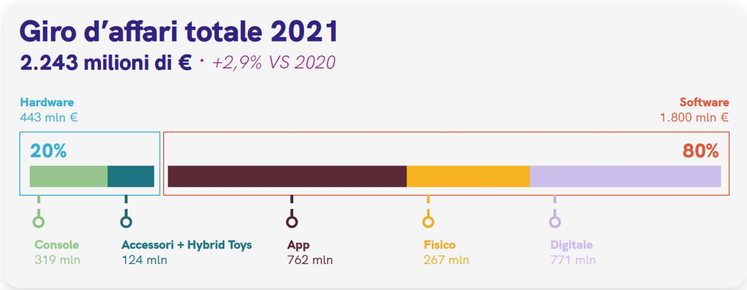
Videogiochi in Italia: un giro d'affari da 2,243 miliardi di euro

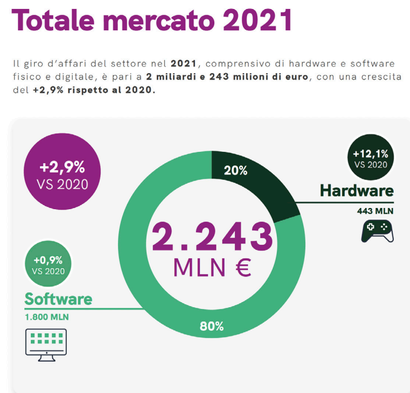
I dati diffusi da IIdea mostrano una crescita del 2,9% sul già ottimo 2020, grazie soprattutto al software. E sono ormai oltre 15,5 milioni i gamer nel nostro Paese, il 35% della popolazione italiana compresa tra i 6 e i 64 anni.

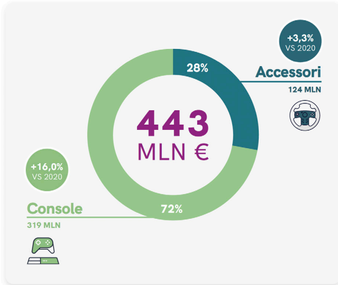
Dopo due anni di pandemia, per il mercato italiano dei videogiochi è tempo di bilanci. E il risultato è assolutamente positivo: dopo un 2020 da record, in cui il consumo di videogame è aumentato esponenzialmente come strumento per affrontare con maggior spensieratezza i lockdown, anche il 2021 non è stato da meno. E il settore continua a registrare numeri positivi con un giro d'affari di 2 miliardi e 243 milioni di euro, in crescita del 2,9% rispetto alla precedente rilevazione. È quanto emerge dall'ultimo rapporto pubblicato da IIdea, l'associazione che rappresenta l'industria dei videogiochi in Italia, i cui dati sono stati elaborati nell'ambito dell'osservatorio permanente sul settore, promosso dalla federazione europea dell'industria dei videogiochi Isfe (Interactive Software Federation of Europe), di cui IIdea è membro. Le fonti di ricerca utilizzate sono diverse: Sparkers, Gsd (Games Sales Data) per i dati retail relativi al mercato fisico, Gsd e GameTrack by Ipsos per i dati relativi ai prodotti digitali, App Annie e Game Track, invece, per quelli che riguardano il mercato mobile. I dati sui consumatori, raccolti nel quarto
trimestre del 2021 da GameTrack, si basano sulla somministrazione di un sondaggio online e di uno offline
su un campione rappresentativo della popolazione dai 6 ai 64 anni di età.

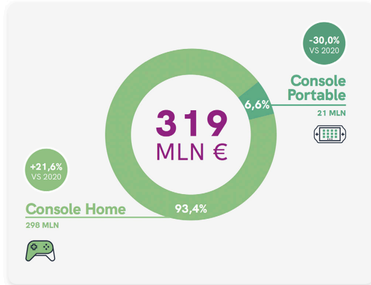
Per quanto riguarda il giro d'affari del 2021, il segmento software si riconferma il più forte del mercato con un valore pari a 1,8 miliardi di euro, grazie all'ottima performance del digitale e delle app. Sul fronte hardware, vista la straordinaria performance delle console next gen che registrano un incremento del 21,6%, il comparto console registra un fatturato di 443 milioni di euro con una crescita del 12,1%.

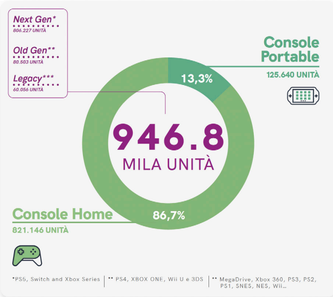
La Top 20 aggregata (tutte le piattaforme, fisico e digitale) dei videogiochi più venduti nel 2021 è

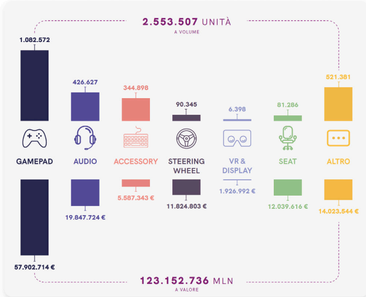


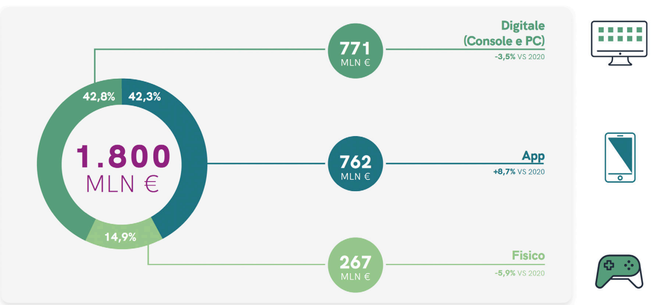












guidata da Fifa 22, seguito da Grand Theft Auto V e Fifa 21. Il 73,4% dei videogiochi rilasciati sul mercato italiano e il 65,8% dei giochi venduti in Italia nel 2021 è adatto a un pubblico tra i 3 e i 12 anni. Nel 2021 il numero dei videogiocatori ha fatto registrare una leggera flessione rispetto all'anno precedente, con 15,5 milioni di persone che si sono cimentate con i videogiochi nel corso dell'anno, ovvero il 35% della popolazione italiana compresa tra i 6 e i 64 anni, di cui il 56% uomini e il 44% donne. Le fasce d'età in cui si videogioca di più sono quelle tra i 15-24 anni e tra i 45-64 anni che registrano rispettivamente 3,7 milioni di videogiocatori al loro interno.

Il tempo dedicato ai videogiochi continua a crescere anno su anno, mostrando un coinvolgimento maggiore rispetto al passato. Nel corso del 2021 sono state dedicate a videogiocare in media 8,7 ore a settimana su tutti i dispositivi, con una notevole crescita del tempo dedicato soprattutto alle console (circa un'ora in più in media alla settimana), mentre il tempo destinato al gioco su smartphone e tablet ha fatto registrare una leggera decrescita rispetto al 2020. Per quanto riguarda le piattaforme di gioco più utilizzate, i dispositivi mobile come smartphone e tablet vanno per la maggiore, con 9 milioni di videogiocatori italiani a utilizzarli, tra cui 4,2 milioni di donne. Seguono PC e console domestiche con 6,9 milioni di utenti. Resiste il segmento delle console portatili, utilizzate da 1,4 milioni di persone. "Nel 2020, spinti dalle restrizioni dovute alla pandemia, i consumi di videogiochi in Italia 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 registrare un rallentamento e invece celebriamo un nuovo risultato estremamente positivo per tutto il comparto", ha affermato Marco Saletta, presidente di IIdea. "Analizzando i dati è evidente che stiamo assistendo ad un progressivo aumento della presenza dei videogiochi nella quotidianità di milioni di italiani, con un vero e proprio consolidamento dei consumi di uno dei più interessanti e innovativi media di intrattenimento".

Il mercato Uk batte tutti i record

Nel 2021 il giro d'affari relativo ai videogiochi ammonta a 7,16 miliardi di sterline (circa 9,1 miliardi di euro). Merito soprattutto dell'hardware: le vendite delle sole console fanno segnare +32,9%.

Valore del mercato videogiochi in Uk nel 2021 (valore in sterline)

	RICAVI	VAR. ANNO SU ANNO	FONTE
SOFTWARE DI GIOCO			
Usato	33,8 mln	-20,8%	Kantar
Pacchettizzato	511 mln	-20,9%	GfK Entert.
Digitale per Pc	620 mln	-7,02%	Omdia
Digitale per console	1,65 mld	-5,59%	Omdia
Mobile gaming	1,46 mld	-	Omdia
Totale	4,28 mld	-6,32%	
HARDWARE DI GIOCO			
Console	1,13 mld	+32,9%	GfK Entert.
Pc	881 mln	+5,89%	GfK Entert.
Accessori console	464 mln	+2,43%	GfK Entert.
VR	183 mln	+41,9%	GfK Entert.
Totale	2,66 mld	+17,4%	
CULTURA VIDEOLUDICA			
Toys e merchandising	159 mln	+33,6%	NPD
Libri e riviste	11,8 mln	+12,2%	Nielsen,ABC, Ukie
Film, Tv e colonne sonore	3,98 mln	-82,6%	BFI, OCC, Ukie
Eventi	1,04 mln	*	Ukie
Contenuti in streaming	49,8 mln	+9,23%	Ukie
Totale	226 mln	+13,8%	
TOTALE ASSOLUTO	7,16 mld	+1,90%	

** Percentuale non presente perché non rilevante ai fini di un cambiamento significativo, a causa dell'impatto della pandemia nel 2020*

Laddove il mercato italiano riesce nel 2021 a superare abbondantemente i 2,2 miliardi di euro per quanto riguarda il giro d'affari – un risultato in crescita di quasi il 3% sul già ottimo 2020 – i numeri del Regno Unito, come da tradizione, sono di tutt'altro ordine di grandezza. Lo scorso anno, infatti, il mercato Uk ha raggiunto ben 7,16 miliardi di sterline, che corrispondono a circa 9,1 miliardi di euro, secondo gli ultimi dati diffusi dall'associazione nazionale di categoria Ukie nel suo Consumer Games Market Valuation 2021. Si tratta del nuovo record per il settore dei videogiochi, che batte, seppur di poco, i 7 miliardi di sterline del 2020, registrati al culmine della pandemia da Covid-19.

A contribuire in maniera significativa alla crescita sono state le vendite di hardware, che hanno registrato un +17,4% su base annua, raggiungendo i 2,66 miliardi di sterline (3,1 miliardi di euro). Un risultato consolidatosi grazie soprattutto all'impatto del lancio a novembre 2020 di PlayStation 5 e di Xbox Series X|S. "Il 2021 è stato il primo anno solare completo per le nuove console di Sony e di Microsoft", ha affermato Dorian Bloch, senior client director di GfK Entertainment. "Entrambe hanno avuto un enorme impatto sul quarto trimestre del 2020, con la domanda dei consumatori che ha di gran lunga superato l'offerta. Non sorprende, quindi, che il 2021 sia stato l'anno migliore dal picco storico del 2008". Le vendite delle console sono infatti cresciute del 32,9% rispetto al 2020, per 1,13 miliardi di sterline (1,35 miliardi di euro). "Ma non dobbiamo dimenticare che il 2021 è stato ottimo anche per Nintendo Switch, ormai giunta al suo quinto anno di vita, ma continuamente soggetta a restyling e aggiornamenti, in particolare con il lancio di Switch Lite nel 2019 e di Switch Oled nel 2020", prosegue Bloch. A crescere sono anche le tecnologie VR, che hanno raggiunto un nuovo picco di 183 milioni di sterline (oltre 219 milioni di euro): un aumento del 41,9% rispetto ai dati del 2020. Meno clamoroso, invece, l'andamento dell'hardware Pc e degli accessori console, aumentati rispettivamente del 5,89% (881 milioni di sterline) e del 2,43% (464 milioni di sterline).

Nonostante tutti questi numeri positivi, il mercato britannico registra anche alcune aree di calo rispetto ai dati del 2020. È questo il caso del software, che ha raggiunto i 4,28 miliardi di sterline (5,12 miliardi di euro) nel 2021, una diminuzione del 6,32% rispetto ai dati del 2020. Tuttavia, la crescita è dell'11,4% rispetto al 2019, quando era valutato a 3,84 miliardi di sterline (4,6 miliardi di euro). La spesa per i digital download su console è scesa del 5,59% a 1,65 miliardi di sterline (1,97 miliardi di euro), e quella per i giochi da scaricare su Pc è diminuita del 7,02% a 620 milioni di sterline (742 milioni di euro). Un possibile motivo potrebbe essere l'assenza nel 2021 di titoli del calibro di Animal Crossing: New Horizons e The Last of Us Part II. Tuttavia, secondo Ukie questi dati andrebbero letti in relazione agli impressionanti risultati del software in tempi di pandemia. Stesso discorso per i giochi venduti su supporto fisico, i cosiddetti 'packaged media', che hanno visto un calo del 20,9% per i titoli nuovi (per 511 milioni di sterline, 612 milioni di euro) e del 20,8% per l'usato (33,8 milioni di sterline, circa 40 milioni di euro). Tuttavia, il calo è molto meno pronunciato rispetto al 2019, il che fa pensare a una flessione relativamente in linea con l'andamento generale del segmento, dal 2013 a oggi.

Grande crescita per toys e merchandising, che registrato un +33,6% per 159 milioni di sterline (190 milioni di euro), grazie soprattutto ai prodotti targati Pokémon. Stabile, infine, il mobile gaming, che sembra non aver sofferto per l'assenza di nuove uscite e che si ferma a quota 1,46 miliardi di sterline (1,75 miliardi di euro). "Dopo una crescita significativa durante la pandemia, il mercato dei videogiochi nel Regno Unito si è consolidato in maniera più che efficace", ha commentato Jo Twist Obe, ceo di Ukie. "Siamo una nazione che ama i videogiochi, e dovremmo essere orgogliosi del contributo positivo che questo settore offre all'economia, alla nostra cultura e alla società in generale".

su un campione rappresentativo della popolazione dai 6 ai 64 anni di età.

Per quanto riguarda il giro d'affari del 2021, 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 performance delle console next gen che registrano un incremento del 21,6%, il comparto console registra un fatturato di 443 milioni di euro con una crescita del 12,1%.

La Top 20 aggregata (tutte le piattaforme, fisico e digitale) dei videogiochi più venduti nel 2021 è guidata da Fifa 22, seguito da Grand Theft Auto V e Fifa 21. Il 73,4% dei videogiochi rilasciati sul mercato italiano e il 65,8% dei giochi venduti in Italia nel 2021 è adatto a un pubblico tra i 3 e i 12 anni.

Nel 2021 il numero dei videogiocatori ha fatto registrare una leggera flessione rispetto all'anno precedente, con 15,5 milioni di persone che si sono cimentate con i videogiochi nel corso dell'anno, ovvero il 35% della popolazione italiana compresa tra i 6 e i 64 anni, di cui il 56% uomini e il 44% donne. Le fasce d'età in cui si videogioca di più sono quelle tra i 15-24 anni e tra i 45-64 anni che registrano rispettivamente 3,7 milioni di videogiocatori al loro interno.

Il tempo dedicato ai videogiochi continua a crescere anno su anno, mostrando un coinvolgimento maggiore rispetto al passato. Nel corso del 2021 sono state dedicate a videogiocare in media 8,7 ore a settimana su tutti i dispositivi, con una notevole crescita del tempo dedicato soprattutto alle console (circa un'ora in più in media alla settimana), mentre il tempo destinato al gioco su smartphone e tablet ha fatto registrare una leggera decrescita rispetto al 2020.

Per quanto riguarda le piattaforme di gioco più utilizzate, i dispositivi mobile come smartphone e tablet vanno per la maggiore, con 9 milioni di videogiocatori italiani a utilizzarli, tra cui 4,2 milioni di donne. Seguono PC e console domestiche con 6,9 milioni di utenti. Resiste il segmento delle console portatili, utilizzate da 1,4 milioni di persone.

"Nel 2020, spinti dalle restrizioni dovute alla pandemia, i consumi di videogiochi in Italia 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 registrare un rallentamento e invece celebriamo un nuovo risultato estremamente positivo per tutto il comparto", ha affermato Marco Saletta, presidente di IIdea. "Analizzando i dati è evidente che stiamo assistendo ad un progressivo aumento della presenza dei videogiochi nella quotidianità di milioni di italiani, con un vero e proprio consolidamento dei consumi di uno dei più interessanti e innovativi media di intrattenimento".

Cuffie Adapt 660 Amc co-branded Aston Martin F1 Team

Produttore: Epos
Distributore: Exhibo
Piattaforme: –

Descrizione delle caratteristiche
Le nuove cuffie Adapt 660 Amc co-branded Astom Martin F1 Team sono progettate per massimizzare la concentrazione e la produttività ovunque e in qualunque situazione ci si trovi. Alimentate da Epos AI per una comunicazione cristallina, le cuffie sono dotate di Anc adattivo, suono stereo superiore e microfoni migliorati dal machine learning. Ispirate alle auto da corsa, sfoggiano il suggestivo colore verde della scuderia Aston Martin Racing. Il profilo audio personalizzato permette di godere di un suono di alta qualità per aiutare la concentrazione.

I punti di forza
• Grazie alla connettività multipoint via Bluetooth, ci si collega al cellulare e al softphone anche contemporaneamente. Il dongle Usb Btd 800 permette di collegarsi al Pc.
• Il sistema a quattro microfoni adattivi Anc monitora l'ambiente di lavoro e regola la riduzione del rumore negli openspace, mentre riduce i rumori di sottofondo e del vento all'aperto.

Monitor Porsche Design Aoc Agon Pro PD32M

Produttore: Aoc
Distributore: Aoc
Piattaforme: –

Descrizione delle caratteristiche
Il nuovo modello premium da 80 cm/31,5" presenta un design ispirato alle caratteristiche e ai dettagli di un'auto sportiva Porsche. Combinando prestazioni elevate con qualità e finitura superiori, il PD32M è perfettamente adatto per le competizioni ad alta intensità per i giocatori più esigenti, grazie alla sua nitida risoluzione 4K, frequenza di aggiornamento di 144 Hz e tempo di risposta GtG di 1 ms. Dispone anche della tecnologia di retroilluminazione MiniLed e del supporto DisplayHDR 1400. Il dispositivo presenta un'illuminazione Rgb completamente personalizzabile (Light FX) sul retro del display. All'avvio, il monitor accoglierà gli utenti con un logo di avvio animato e un suono speciale. Il menu Osd (on-screen display) è progettato con una struttura user-friendly, mentre una tastiera di gioco wireless è inclusa per gli utenti per accedere rapidamente alle impostazioni del monitor con comodità e facilità.

I punti di forza
• Può diventare un elemento di produttività per creatori di contenuti, designer, editor o programmatori. È un perfetto monitor per l'home-office con il suo ingresso Usb-C, che consente al monitor di ricevere il segnale di visualizzazione e di trasferire potenza e dati a un notebook.
• Il PD32M è dotato di un potente sistema audio, grazie ai doppi altoparlanti da 8W potenziati con suono Dts.

SSD Portatile SL660 Blaze

Produttore: Lexar
Distributore: Lexar
Piattaforme: –

Descrizione delle caratteristiche
Il nuovo SSD portatile da gioco Lexar SL660 Blaze è pensato per i gamer che desiderano spingere al massimo le prestazioni della loro console. Questa unità di archiviazione offre infatti la più recente tecnologia Usb 3.2 Gen2x2, velocità di lettura fino a 2000 MB/s e di scrittura fino a 1900 MB/s. Il sistema è dotato anche di un software di sicurezza avanzata con criptazione Aes a 256 bit per proteggere i file più importanti ed è fornito di porta Usb di tipo C (Usb-C), con cavi Usb tipo C-Tipo C e tipo C-Tipo A standard per una maggiore semplicità d'uso.

I punti di forza
• Il nuovo SSD portatile Gaming Lexar ha un design futuristico con Led Rgb che rendono il gioco più dinamico ed è costruito con un'elegante custodia in alluminio con finitura sabbiata, per una maggiore protezione contro gli urti e le vibrazioni.
• Tutti i prodotti Lexar vengono sottoposti a test rigorosi nei Lexar Quality Labs, strutture con oltre 1.100 dispositivi digitali, per garantire performance, qualità, compatibilità e affidabilità.

Lift Vertical Ergonomic Mouse

Produttore: Logitech
Distributore: Logitech
Piattaforme: Windows, macOS, Linux, Chrome OS, iPadOS, Android

Descrizione delle caratteristiche
Lift Vertical Ergonomic Mouse è il mouse wireless caratterizzato da un design sagomato per adattarsi naturalmente a mani di piccole e medie dimensioni. Disponibile in tre varianti di colore – rosa, bianco sporco e grafite – è accessibile e inclusivo, e propone anche una versione per mancini. Lift è l'ultimo prodotto della serie Ergo di Logitech ed è stato accuratamente realizzato attraverso diverse fasi di test eseguite da utenti coinvolti dall'Ergo Lab di Logitech e con l'approvazione delle principali istituzioni che si occupano di ergonomia. La silenziosa SmartWheel magnetica garantisce sia velocità che precisione, per accurate modifiche riga per riga o per scorrere rapidamente lunghi documenti. Inoltre, la connessione wireless di Lift avviene in modo immediato con qualsiasi sistema operativo.

I punti di forza
• Il suo design verticale a 57 gradi offre agli utenti destrorsi e mancini una presa naturale e rilassata, alleggerendo la pressione del polso e incentivando una postura più naturale dell'avambraccio.
• L'impugnatura in morbida gomma di Lift e l'accogliente appoggio per il pollice garantiscono comfort per le mani più piccole anche dopo ore e ore di utilizzo.
• Una parte degli elementi in plastica di Lift è realizzata con materiale riciclato post-consumo (PCR) – più precisamente, il 70% nella finitura grafite e il 54% in quelle rosa e bianco sporco.

Sedia Gaming Iskur X Hello Kitty and Friends Edition

Produttore: Razer
Distributore: Razer
Piattaforme: –

Descrizione delle caratteristiche
La sedia gaming Iskur X hello Kitty nasce dalla partnership tra Razer e Sanrio. La seduta può essere completata con Il Razer Lumbar Cushion - Hello Kitty and Friends Editio, dotato di morbido memory foam e di un tessuto morbido e vellutato.

I punti di forza
• La collaborazione tra Razer e il marchio lifestyle Sanrio unisce tutti i personaggi Hello Kitty, Kuromi, Keroppi, My Melody e altri ancora.
• Oltre alla sedia gaming e al cuscino lombare, la linea include anche le cuffie wireless Razer Kraken BT, impreziosite dal fioco rosa e dotate del sistema di illuminazione reattiva Razer Chroma Rgb, oltre al mouse ergonomico e al tappetino coordinato.

Tastiera Huntsman Mini Analog

Produttore: Razer
Distributore: Razer
Piattaforme: Pc

Descrizione delle caratteristiche
Huntsman Mini Analog è una tastiera compatta 60%, dotata di switch analogici. Grazie agli Analog Optical Switch proprietari di Razer offre ai gamer livelli elevati di precisione, prestazioni e controllo in un fattore di forma ridotto e portatile. Grazie all'integrazione di questa tipologia di switch, la Huntsman Mini Analog affina l'esperienza in game con un controllo analogico regolabile per i preset di sensibilità e una doppia mappatura dei tasti per gli input digitali/analogici. Questo permette agli utenti di beneficiare di maggiore controllo su acceleratore e sterzo nei giochi di corse o di assegnare due funzioni a un singolo tasto a seconda di quanto viene premuto, per avere sia la camminata che la corsa su un unico pulsante negli sparatutto in prima persona.

I punti di forza
• La finitura testurizzata mantiene il suo aspetto intonso anche dopo un uso prolungato. Il design in alluminio concorre a garantire ulteriore durata nel tempo alla tastiera, mentre il cavo removibile Type-C assicura una facile portabilità.
• Grazie ai suoi switch analogici, è l'ideale per i Lan party, per chi ama set-up minimalisti, o per chi vuole risparmiare spazio, pur offrendo il controllo calibrato e la precisione richiesti dai giochi di oggi.

GRAZIE!

Dopo le gravi vicissitudini che ci hanno colpito, desideriamo ringraziare tutti i clienti e tutti gli amici di lavoro che si sono dimostrati vicini a noi in questo difficile momento.

L'ORSOMAGO

Borella S.r.l | Agnadello (CR) | www.orsomago.it