



Politecnico di Milano

Facoltà di Ingegneria dei Sistemi

Corso di Laurea in Ingegneria Gestionale

Il gambling online in Italia: un'analisi empirica e alcuni casi di studio

Relatore: prof. Giovanni TOLETTI

Tesi di Laurea di:

Davide BORDIGA

Matricola 721926

Andrea DRAGONE

Matricola 721597

Anno Accademico 2009 – 2010

1. Executive summary	7
1.1 Il gambling online	8
1.2 Analisi della letteratura	10
1.3 Analisi empirica	12
1.3.1 Risultati.....	13
2. Analisi della letteratura	15
2.1 Definizione di gambling online	16
2.2 Storia del gambling online	17
2.2.1 Storia italiana.....	20
2.3 Classificazione	21
2.3.1 Tipologie di gioco.....	21
2.3.1.1 Skill Games.....	22
2.3.1.1.1 Il poker online.....	22
2.3.1.1.1.1 L'esplosione del Texas Hold'em.....	23
2.3.1.1.1.2 Le varianti del poker.....	23
2.3.1.1.1.3 Operatori e Network.....	25
2.3.1.2 Scommesse.....	27
2.3.1.2.1 Classificazione.....	27
2.3.1.2.2 Quote e gestione del rischio.....	29
2.3.1.3 Lotterie.....	30
2.3.1.4 Casinò games.....	30
2.3.1.5 Giochi a totalizzatore.....	31
2.3.1.6 Bingo.....	33
2.3.2 Componente di abilità.....	33
2.3.3 Tipologie di avversario.....	34
2.3.4 Rischio associato.....	35
2.4 Normativa	36
2.4.1 Poker online.....	38
2.4.2 Scommesse sportive.....	41
2.4.3 Scenari futuri.....	43
2.5 Mercato	44
2.5.1 Mercato internazionale.....	44
2.5.2 L'Italia: dimensioni del mercato.....	47

2.5.2.1 Raccolta	47
2.5.2.1.1 Poker online.....	53
2.5.2.1.2 Scommesse sportive.....	59
2.5.2.2 Entrate erariali	63
2.5.2.3 Trend futuri	65
2.5.3 Tipologie di giocatori	67
2.5.3.1 Movimentazione conti di gioco	72
3. Analisi empirica	76
3.1 Metodologia.....	77
3.2 Gli operatori	77
3.2.1 Nome operatore	78
3.2.2 URL operatore.....	78
3.2.3 Numero di concessione	79
3.2.4 Tipologia operatore	79
3.2.5 PP Vs Fisico.....	79
3.2.6 Provenienza settoriale dell'operatore.....	80
3.2.7 Provenienza.....	80
3.2.8 Tipologia di multicanalità.....	80
3.2.9 Giochi offerti	80
3.2.10 Customer Support.....	81
3.2.11 Sistemi di deposito	82
3.2.12 Sistemi di prelievo	84
3.2.13 Scommesse.....	84
3.2.14 Scommesse offerte.....	85
3.2.15 Tipologie scommesse	85
3.2.16 Servizi aggiuntivi offerti.....	86
3.3 Poker Room.....	86
3.3.1 Analisi client/applicativo	87
3.3.1.1 Piattaforma di gioco	87
3.3.1.1.1 Network.....	88
3.3.1.1.2 Interfaccia	88
3.3.1.2 Sistemi di fidelizzazione	88
3.3.1.2.1 Vip program	88
3.3.1.2.2 Classifiche.....	89
3.3.1.3 Sistemi di acquisizione nuovi clienti.....	89
3.3.1.3.1 Bonus primo deposito	90
3.3.1.3.2 Tornei Satelliti per Live.....	90

3.3.1.4	Gioco sicuro.....	90
3.3.1.5	Servizi aggiuntivi	91
3.3.1.6	Personalizzazione grafica	91
3.3.1.7	Gioco for fun	91
3.3.2	Palinsesto dei tornei	92
3.3.2.1	Tipologia torneo.....	93
3.3.2.2	Nome torneo.....	93
3.3.2.3	Variante poker	93
3.3.2.4	Iscrizione.....	94
3.3.2.5	Fee	94
3.3.2.6	Satelliti.....	94
3.3.2.7	Garantito	95
3.3.2.8	Numero giocatori per sit&go.....	95
3.4	Le fonti	95
3.5	Analisi dei risultati	103
3.5.1	Operatori.....	103
3.5.1.1	Tipologie operatore.....	104
3.5.1.2	Canale di fruizione.....	105
3.5.1.3	Principali raggruppamenti strategici.....	106
3.5.1.4	Giochi offerti	108
3.5.1.5	Gestione conto gioco.....	109
3.5.1.5.1	I sistemi di deposito	109
3.5.1.5.2	I sistemi di prelievo.....	111
3.5.1.5.3	Sintesi sistemi di deposito e prelievo.....	113
3.5.1.6	Gli strumenti di customer service.....	115
3.5.2	Analisi Poker Rooms e Network.....	116
3.5.2.1	Sistemi di fidelizzazione	118
3.5.2.2	Sistemi di acquisizione nuovi clienti.....	119
3.5.2.3	Interfaccia.....	120
3.5.2.3.1	Personalizzazione grafica	121
3.5.2.4	Gioco responsabile	121
3.5.2.5	Funzionalità aggiuntive	122
3.5.3	Analisi tornei poker.....	123
3.5.3.1	Variante poker	125
3.5.3.2	Buy-in.....	126
3.5.3.3	Fee	129
3.5.3.4	Informazioni specifiche dei tornei programmati.....	131
3.5.3.3.1	Fascia oraria.....	134

3.5.3.3.2 Fascia di costo.....	134
3.5.4 Analisi risultati indagine su scommesse.....	137
3.5.4.1 Tipologie scommesse offerte.....	139
3.5.4.2 Servizi aggiuntivi.....	139
3.5.5 Conclusioni.....	141
3.5.5.1 Operatori.....	141
3.5.5.2 Network e operatori poker.....	142
3.5.5.3 Scommesse.....	143
4. Casi di studio.....	144
4.1 Lottomatica.....	145
4.1.2 Profilo d'impresa.....	145
4.1.3 Modello di Business.....	146
4.1.4 Prestazioni dei servizi.....	149
4.1.5 La filiera.....	154
4.1.6 Competenze e risorse.....	154
4.2 Microgame.....	155
4.2.1 Profilo d'impresa.....	155
4.2.2 Modello di Business.....	156
4.2.3 Prestazioni dei servizi.....	162
4.2.4 La filiera.....	164
4.2.5 Competenze e risorse.....	164
4.3 Sisal.....	165
4.3.1 Profilo d'impresa.....	165
4.3.2 Modello di Business.....	167
4.3.2 Prestazioni dei servizi.....	169
4.3.3 La filiera.....	171
4.3.4 Competenze e risorse.....	172
4.4 Snai.....	172
4.4.1 Profilo d'impresa.....	172
4.4.2 Modello di Business.....	173
4.4.3 Prestazioni dei servizi.....	175
4.4.4 La filiera.....	177
4.4.5 Competenze e risorse.....	177
4.5 4A The Poker suite – Dada.....	178
4.5.1 Profilo d'impresa.....	178
4.5.2 Modello di Business.....	179

4.5.3 La filiera	180
4.5.4 Competenze e risorse	180
4.6 Paypal	180
4.6.1 Profilo d'impresa.....	180
4.6.2 Modello di Business.....	181
4.6.2 Filiera	182
4.6.3 Competenze e risorse	182
4.7 Moneybrookers.....	183
4.7.1 Profilo d'impresa.....	183
4.7.2 Business Model	183
4.7.3 Filiera	184
4.7.3 Risorse e competenze.....	184
4.8 ClickandBuy.....	185
4.8.1 Profilo d'impresa.....	185
4.8.2 Business Model	186
4.8.3 Filiera	186
4.8.4 Risorse e competenze.....	186

1. Executive summary

1.1 Il gambling online

Il lavoro di questa trattazione è incentrato sul settore del gambling online in Italia e l'andamento della sua evoluzione nel corso degli ultimi anni. A livello strettamente linguistico la parola "gambling" significa gioco d'azzardo: un gioco dunque che prevede la scommessa di una certa quantità di denaro su un evento totalmente o parzialmente aleatorio, di cui non è possibile conoscere l'esito anticipatamente.

Il termine, di natura così generale, racchiude al suo interno una molteplicità di giochi differenti, molto diversi tra loro per quanto riguarda il tipo di evento in questione, il livello di prevedibilità del suo esito e le modalità con cui vengono effettuate le scommesse.



Figura 1.1 – Il gambling online

La dicitura "gambling online" porta al centro della nostra attenzione il concetto di gioco a distanza: ci riferiamo infatti all'utilizzo dei giochi esclusivamente attraverso il canale telematico, che implica caratteristiche molto diverse rispetto alle versioni "fisiche" dei rispettivi giochi, principalmente dovute alla velocità di utilizzo e all'interattività consentita con il web.

Il settore del gambling online in Italia conosce il suo periodo di massima espansione dopo l'entrata in vigore del decreto Bersani del 2006, con il quale vengono regolamentati gli skill games: si tratta di giochi in cui la componente di abilità è prevalente rispetto alla fortuna, permettendo quindi a giocatori più abili ed esperti di risultare vincenti nel lungo periodo. Lo

skill game per eccellenza è il poker, che si afferma nella popolare forma del Texas Hold'em; altri esempi di skill games molto conosciuti sono il Blackjack e il Backgammon.

Il dato più significativo di tale crescita è l'aumento vertiginoso della raccolta: nel 2009 il mercato del gambling online in Italia ha registrato una raccolta di oltre 3,7 miliardi di euro, oltre il 150% in più rispetto all'anno precedente, e nei primi 5 mesi del 2010 è già stata raggiunta una raccolta di 2,1 miliardi di euro, confermando il trend di crescita estremamente positivo.

Fra gli elementi che sono stati determinati per una tale evoluzione e che potranno incidere su nuovi sviluppi vi sono:

- l'affermazione del poker online come principale skill game: questo è il segmento che maggiormente contribuisce alla raccolta e che fa registrare i più alti tassi di crescita. Riteniamo che l'avvento della modalità cash, previsto per la fine del 2010, spingerà ulteriormente in questa direzione;
- l'aumento degli operatori del settore: con la suddivisione in network entrare nel mercato del gambling è diventato molto più facile anche per piccoli operatori che da soli non potrebbero sostenere i costi di realizzazione o gestione della piattaforma tecnologica, aprendo le porte a scenari più competitivi e cambiamenti e differenziazioni delle offerte;
- introduzione di nuovi giochi: il 2009 ha visto l'arrivo sul mercato di novità come il bingo online e altri tipi di giochi a totalizzatore numerici, che sicuramente possono portare a interessanti scenari futuri;
- evoluzione della normativa e passaggio alla liquidità internazionale: i continui cambiamenti della normativa che regolarizza il settore del gambling online possono portare nell'immediato futuro all'apertura verso nuove concessioni che abilitano all'offerta di tutti i tipi di gioco online. Inoltre l'apertura verso la liquidità internazionale, permettendo così ai giocatori italiani di giocare anche contro utenti non residenti in Italia, garantirebbe un maggior interesse nel settore e allo stesso tempo una misura protettiva ulteriore contro il mercato illegale.

Questo lavoro di tesi si inserisce all'interno delle attività di ricerca dell'Osservatorio sul Gioco Online, attivo presso la School of Management del Dipartimento di Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano dal 2009. L'Osservatorio si avvale di due strumenti principali:

- il censimento dei giochi, che scatta una fotografia dell'offerta di servizi attualmente disponibili per gli utenti con lo scopo di identificare i principali attori della filiera;
- un'analisi più approfondita condotta attraverso casi di studio delle realtà italiane e straniere considerate più rilevanti per meglio comprendere il ruolo che svolgono, le strategie future ed ottenere una stima del mercato.

Nel 2009 l'Osservatorio ha attivato per la prima volta un'attività di ricerca dedicata esclusivamente allo studio del settore del gioco online nel mercato italiano.

Il lavoro di questa tesi, il cui sviluppo è stato reso possibile dal supporto e dalle attività di ricerca dell'Osservatorio, è finalizzato a tre principali obiettivi:

- inquadrare il fenomeno del gambling online in Italia, fornendo una stima del mercato ed evidenziandone le prospettive ritenute più interessanti ai fini delle sue future evoluzioni;
- censire l'attuale offerta dei giochi online, focalizzandosi sui due segmenti che insieme rappresentano gran parte della raccolta totale del settore: il poker e le scommesse sportive;
- comprendere lo scenario effettivo entro cui si configura l'offerta del gioco online in Italia attraverso lo studio di 15 importanti realtà aziendali che operano nel settore.

L'analisi della letteratura è la sezione focalizzata sul primo obiettivo: partendo dalla definizione e dalla storia del gambling online, si occupa della classificazione delle diverse tipologie di gioco in base a differenti punti di vista e presenta le dimensioni del mercato italiano attraverso l'analisi dei dati sulla raccolta generata dai prodotti del settore, dedicando spazio anche a fattori di primaria importanza come l'attuale situazione legislativa italiana e le caratteristiche della base utenti di giocatori online.

L'analisi empirica fornisce i risultati del censimento dell'attuale offerta italiana di gioco online: la raccolta e l'analisi dei dati è avvenuta in modo parallelo su operatori del settore, scommesse e poker room. Vengono presentate le diverse dimensioni del censimento e le prospettive più interessanti che sono emerse da questo studio.

1.2 Analisi della letteratura

L'analisi della letteratura è la sezione che si occupa di fornire una panoramica completa del settore del gambling online in Italia. Per far ciò parte dalla definizione di gambling online e

dalle sfumature che questo termine racchiude, per presentarne poi un excursus storico e ripercorrere le tappe principali della sua evoluzione: in termini internazionali si parte dai primi anni novanta, mentre per quanto riguarda il mercato italiano si può parlare di storia vera e propria soltanto a partire dall'anno 2000.

Segue una classificazione dei giochi offerti dal mercato italiano in base a differenti punti di vista:

- tipologia di gioco;
- importanza della componente di abilità;
- tipologia di avversario contro cui si gioca;
- rischio associato per l'operatore.

È stata approfondita la descrizione dei giochi che costituiscono il segmento più importante del settore, vale a dire poker online e scommesse sportive: in particolar modo si spiegano cenni storici e motivi dell'esplosione del Texas Hold'em, caratteristiche delle sue varianti e l'organizzazione dell'offerta italiana in operatori e network. Per le scommesse si approfondisce la tematica relativa alle quote e alla gestione del rischio da parte degli operatori.

Un argomento di estrema importanza in questo mercato in continuo cambiamento è l'aspetto legislativo: viene discussa l'attuale normativa italiana in tema di gambling online e la sua recente evoluzione, in particolar modo le conseguenze del decreto Bersani del 2006 e del decreto ministeriale del 2007, importanti per la regolamentazione degli skill games (e quindi del poker online). Non manca una sezione dedicata a quelli che potrebbero essere gli scenari futuri proprio in termini di novità della normativa.

L'ultima parte della sezione, la più importante ai fini di questo lavoro di tesi, consiste nell'analisi del mercato: dopo alcuni cenni sulla situazione a livello internazionale, si procede con la stima del mercato italiano del gambling online aggiornata ai primi mesi del 2010. L'obiettivo di tale stima è inquadrare le principali dimensioni del mercato, identificate nella raccolta generata dall'insieme dei giochi offerti e nelle corrispondenti entrate erariali. Principalmente grazie ai dati di AAMS è stato possibile fornire un quadro esaustivo dell'andamento di queste dimensioni dal 2008, anno che ha visto l'ingresso nel settore degli skill games, ad oggi: il raffronto tra gli andamenti lungo gli stessi mesi dei tre anni presi in esame ha messo in evidenza la reale entità del tasso di crescita del mercato.

Tra i dati più significativi è emerso il chiaro orientamento delle preferenze del pubblico verso le due categorie di giochi più popolari: il poker e le scommesse sportive, che insieme coprono circa il 94% della raccolta complessiva generata dal settore. Nei primi 5 mesi del 2010 infatti il poker ha generato quasi 1,5 miliardi di euro di raccolta e le scommesse sportive quasi 635 milioni di euro.

Nel campo del poker online e delle scommesse sportive è stata analizzata la distribuzione del mercato tra i vari operatori, evidenziando un predominio del grosso network di Microgame nel poker (che ha avuto il merito di riuscire a riunire al suo interno moltissimi piccoli operatori) e una co-abitazione nella posizione di leader tra Snai e Microgame nelle scommesse sportive.

A livello erariale il maggior contribuente alle entrate nelle casse dello Stato si è rivelato essere il poker, nonostante sia uno dei giochi con la più bassa aliquota fiscale in assoluto (3%). Grazie alla regolamentazione degli skill games le entrate erariali sono salite del 94% dal 2008 al 2009, passando da 72 a 140 milioni di euro; la crescita continua anche nel 2010, con 49 milioni di euro di entrate solo nel primo trimestre, il 53% delle quali è garantito dal poker online.

Viene dedicata in seguito una sezione dedicata a quelli che potrebbero essere i futuri trend nel mercato del gioco online, influenzati principalmente dall'ingresso di nuovi competitori nel mercato e dalla modifica degli assetti strategici generali che questo comporterà.

Infine vengono proposti alcuni interessanti dati provenienti dall'istituto di ricerca "Human Highway e Doxa" e dall'Osservatorio riguardanti le differenti tipologie di giocatori che ruotano intorno al mondo del gambling online: le stime indicano una segmentazione dei giocatori piuttosto distinta tra poker e scommesse sportive, per un totale di circa 750.000 giocatori attivi. La movimentazione dei conti di gioco evidenzia un comportamento medio piuttosto prudente: circa il 64% dei giocatori infatti movimenta ogni mese meno di 100 euro in prodotti di gambling online.

1.3 Analisi empirica

L'analisi empirica è stata basata sul censimento dell'offerta degli operatori con regolare licenza rilasciata da AAMS per il mercato italiano del gioco a distanza.

Questa ricerca ha riguardato tre tipologie di dati:

- dati generali relativi all'offerta: le informazioni rilevate riguardano caratteristiche globali che caratterizzano gli operatori come la struttura della concessione, i canali scelti etc.
- dati relativi all'offerta del poker: con riferimento prima alle poker room analizzate secondo vari aspetti. Da un lato sono state analizzate le caratteristiche della piattaforma e dell'offerta in generale. Dall'altra è stata analizzato il palinsesto dei tornei offerti. Sono stati censiti tutti i differenti tornei offerti dagli operatori, per ognuno dei quali sono state riportate le principali informazioni come costo dell'iscrizione, entità della fee, ammontare dell'eventuale montepremi garantito, orario di partenza, etc.

1.3.1 Risultati

La ricerca ha portato come risultato un insieme di 153 fornitori suddivisi in concessionari, titolari di sistema e skin.

Per il gioco del poker gli operatori presenti sul mercato sono 135 e sono stati censiti 12220 tornei e gli operatori sono stati riuniti in tredici differenti network. Il network è la piattaforma telematica, realizzata attraverso componenti hardware e software, che permette ai giocatori di confrontarsi online. Per questo motivo il network è la vera discriminante da cui si deve partire per analizzare l'offerta di tornei di poker.

Gli operatori sono coloro che tramite un sito internet di proprietà o di terze parti, e tramite la concessione rilasciata da AAMS direttamente o indirettamente offrono la possibilità ai propri clienti di giocare a distanza, per lo più attraverso internet.

Entrando nel merito dell'offerta, il censimento ha evidenziato alcuni elementi interessanti, che possono essere suddivisi a seconda dell'ambito delle caratteristiche rilevate. Relativamente agli aspetti generali degli operatori autorizzati, si nota che:

- Il network People's Poker di Microgame conta 93 operatori, la maggior parte dei quali sono piccole realtà senza i mezzi necessari per offrire autonomamente il poker online ai propri clienti. I restanti network riuniscono al più 10 operatori al loro interno.
- I canali a distanza utilizzati per giocare sono diversi tra cui spiccano internet e il Mobile.
- L'interfaccia utilizzata maggiormente per il gioco del poker è l'applicativo scaricabile che offre maggiori contenuti ed interattività, oltre ad essere esteticamente più accattivante.

- Tra i metodi di deposito e prelievo risultano essere presenti molte opzioni, ma quelle prevalenti, rese disponibili dalla maggior parte degli operatori, sono la PostePay, il bonifico bancario e in misura minore le carte di credito. I sistemi e-Wallet sono diffusi ma non ancora come nel mercato dell'e-commerce.

Prendendo in esame l'offerta degli operatori focalizzati sul poker si può notare che:

- Il palinsesto dei tornei offerti presenta per lo più un'unica variante di gioco, quella del Texas Hold'em, evidenziando un'offerta molto più povera rispetto gli scenari internazionali. Tra tutti, l'operatore che si distingue è PokerStars, che forte dell'esperienza mondiale e dell'interfaccia di gioco collaudata ha un'offerta di tornei più variegata così come un livello di montepremi garantito settimanale maggiore. In generale il palinsesto delle poker room che hanno una base utenti elevata presenta maggiori opzioni di gioco.
- Il costo di iscrizione ad un torneo varia da 0,5 euro a 100 euro e la maggior parte dei tornei rientra nella fascia che ha costo di iscrizione inferiore o uguale ai 10 euro.
- La fee imposta dagli operatori varia da un massimo del 18%, entro i limiti della normativa, ad un minimo del 10,1%, sui tornei dell'operatore Nice Hand. Il valore percentuale della fee tende a decrescere con l'aumentare del costo di iscrizione.
- L'offerta di tornei programmati si concentra maggiormente nelle fasce orarie che vanno dalla fine della giornata lavorativa alla notte, mostrando così che le fasce giornaliere privilegiate dai giocatori e nelle quali vengono realizzati i maggiori volumi della raccolta sono proprio queste.
- Per fidelizzare la clientela le poker rooms preferiscono il sistema di classifiche che premia i giocatori più assidui.

2. Analisi della letteratura

2.1 Definizione di gambling online

Cosa si intende di preciso quando si parla di gambling? La traduzione italiana che meglio esprime il suo significato è certamente “gioco d’azzardo”.

L’esatto concetto racchiuso nel termine gambling è l’azione di puntare denaro, o qualcosa di valore, sull’esito di un evento non completamente prevedibile, con lo scopo di vincere ulteriore denaro e/o altri beni materiali. L’elemento aleatorio è fondamentale, ed è ciò che costituisce l’essenza stessa del gambling: non può esserci gambling senza la presenza di un evento il cui esito sia regolato da una variabile aleatoria, ed è proprio la varianza di tale variabile che esprime quanto sia rilevante la componente della fortuna nell’atto di scommettere sull’esito dell’evento.

Data la sua intrinseca natura aleatoria, nella stragrande maggioranza dei casi il gambling si realizza in un contesto ludico, quale un gioco di carte, l'esito di un evento sportivo o un particolare gioco numerico. È innegabile che risieda nella natura umana l'istinto a giocare d'azzardo e scommettere, sperando di riscuotere grosse vincite. Questo ha reso necessario, nella storia del gambling, il ricorso a rigide legislazioni che non sempre hanno saputo fare chiarezza sull'argomento. Dal punto di vista legale la risposta al mondo del gambling è storicamente stata di due tipi: proibizionismo totale o severa regolamentazione, tipicamente attraverso un sistema di concessioni e autorizzazioni governate da un ente nazionale di competenza. Le notevoli dimensioni del fenomeno relativo al gambling, insieme alle varie sfumature di natura etico - sociale che esso comporta, hanno spesso reso difficile la chiarezza nelle regolamentazioni adottate nei diversi paesi, e tuttora le normative stanno attraversando un periodo di continua evoluzione.

Fatta questa premessa, definiamo come *gambling online* l'insieme di attività di gambling effettuate utilizzando il canale telematico, che tipicamente è la rete Internet. Ciò si realizza mediante l'utilizzo di apposite piattaforme web sviluppate dagli operatori del settore e messe a disposizione degli utenti; la piattaforma può essere proprietaria di un singolo operatore (e quindi esclusiva) oppure far parte di un network composto da un insieme di più operatori.

Le principali attività di gambling online proposte dagli operatori del settore sono gli skill games (giochi in cui la componente di abilità riveste un'importanza predominante rispetto a quella aleatoria come poker e blackjack), le scommesse sportive, i casinò online, i giochi a totalizzatore e le lotterie online (tra cui bingo e "gratta e vinci").

La caratteristica principale del gambling online è la possibilità di raggiungere un numero di giocatori di gran lunga maggiore rispetto a quello raggiungibile dalle reti fisiche: basti pensare, nel caso del poker online, all'esiguo numero di casinò presenti in Italia e alla difficoltà di raggiungerli per tutti i giocatori potenzialmente interessati sul territorio nazionale. È certamente questo uno dei motivi per cui un fenomeno recente come questo sta avendo una rapidissima espansione.

2.2 Storia del gambling online

L'avvento della rete Internet è stato il fattore determinante per la nascita del gambling online: l'evoluzione tecnologica e la diffusione di Internet e dei mezzi utilizzati per fruirne ha

pesantemente influenzato lo sviluppo di questo settore, unitamente alle leggi e alle normative applicate nei diversi paesi. Al giorno d'oggi il gambling rappresenta uno dei settori online più prosperosi in assoluto, con miliardi di dollari di ricavi ogni anno.

Il 1994 si può considerare come l'anno di partenza: in primo luogo viene approvato da parte del governo di Antigua e Barbuda il "Free Trade and Processing Zone Act", grazie al quale diventa possibile concedere licenze per l'apertura dei primi casinò online. Ancora oggi molti siti di scommesse e di casinò operano sotto concessioni garantite da questa legislazione e lo stato di Antigua e Barbuda rimane uno dei più popolari licenziatari per l'industria del gambling online. Inoltre viene fondata Microgaming, la prima (e una delle maggiori ancora oggi) società di sviluppo e fornitura del software per il gambling online.

L'anno seguente viene fondata Cryptologic, società chiave per l'avvio delle attività di gambling online: essa ha infatti l'obiettivo di sviluppare software in grado di garantire sicurezza ed efficacia alla gestione di transazioni monetarie online.

Tra il 1995 e il 1996 vedono la luce i due primi casinò online a funzionare con soldi veri: si tratta di The Gaming Club e InterCasino, realizzati rispettivamente da Microgaming e Cryptologic.

La nascita del gambling online provoca velocemente i primi tumulti a livello legislativo. È degno di nota il tentativo ripetuto del senatore degli Stati Uniti Jon Kyl: nel 1998 propone il "Internet Gambling Prohibition Act", che avrebbe reso illegale a qualunque società offrire il gambling online ai cittadini americani, e successivamente il "Unlawful Internet Gambling Enforcement Act", un tentativo di tagliare i finanziamenti per gli account di poker online. Entrambe le iniziative falliscono.

Nel 1996 in un ufficio a St. John's, capitale dello stato di Antigua e Barbuda, nasce Intertops, il primo sito di scommesse sportive ad operare sotto licenza: al giorno d'oggi è ancora una realtà importante del settore, offrendo oltre 4000 scommesse giornaliere per gli appassionati sportivi e vantando clienti provenienti da oltre 180 paesi.

Nello stesso anno viene fondata in Canada la Kahnawake Gaming Commission, avente il compito di controllare l'attività del gioco online dal territorio Mohawk di Kahnawake e rilasciare licenze di gioco a molti dei nascenti casinò online e poker rooms, a tutela della correttezza e trasparenza delle compagnie operanti nel settore del gambling online legale.

Nel 1998 arriva la prima poker room che permette di giocare a soldi veri: si tratta di Planet Poker, che tuttavia non riesce a penetrare veramente il mercato del poker online.

Nel 2000 i territori del Regno Unito di Gibilterra e dell'Isola di Man cominciano a concedere licenze per le scommesse sportive online.

Nel 2001 esce nel Regno Unito "The Gambling Review Report", che dopo varie negoziazioni diventa legge: il testo promuove la legalizzazione di tutte le forme di gambling online, rendendo il Regno Unito uno dei pochi paesi dell'OCSE ad aver effettuato questo enorme passo in avanti.

Il 2001 è anche un anno importantissimo per il poker online: nascono le poker room Party Poker e PokerStars, che utilizzano software proprietario e indipendente per aumentare drasticamente la qualità delle partite giocate attraverso le prime connessioni internet a banda larga. In particolare Party Poker cresce velocemente fino a diventare la poker room più grande del mondo e la sua società madre, Party Gaming, diventa una delle prime compagnie di gambling online a diventare pubblica, quotandosi al London Stock Exchange nel 2005. In seguito, in termini di numero di giocatori, Party Poker viene superata da PokerStars e Full Tilt Poker, che si affermano come le due poker room leader nel mercato mondiale.

Da segnalare, nel 2003, la fondazione di eCOGRA (eCommerce and Online Gambling Regulation and Assurance), associazione no-profit avente l'obiettivo di definire degli standard e rendere più sicuro il gambling online.

Il settembre 2006 segna un cambiamento nell'industria del gambling online: negli Stati Uniti viene approvato il "Internet Gambling Enforcement Act", legge che proibisce alle istituzioni finanziarie americane di processare ogni tipo di transazione con gli operatori del gambling online, con le sole eccezioni di corse di cavalli, lotterie di stato e fantasy sports. Grandi public company come PartyGaming e 888.com chiudono le operazioni con i giocatori americani e i ricavi dell'industria del gambling online subisce un brutto colpo.

Ad oggi si contano oltre 50 poker room e 600 "skins", vale a dire singoli operatori che si allacciano a network già esistenti. Più alto il numero di casinò online in attività, che supera le 2000 unità.

2.2.1 Storia italiana

In Italia la storia del gioco online è molto più recente: il primo passo avviene nel 2000, quando, come previsto dal D.P.R. n.169 dell'8 aprile 1998 che impone un sistema di totalizzazione online, viene sostituito il totalizzatore dell'UNIRE e per la prima volta nel mondo delle scommesse viene avviato un nuovo Totalizzatore Nazionale per la gestione delle scommesse in tempo reale.

L'anno successivo la gestione della regolamentazione delle scommesse, del controllo e organizzazione del mercato (nonché della rete di raccolta) viene affidata all'Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato (AAMS).

Nel dicembre 2004 parte la raccolta delle scommesse a totalizzatore della serie Big: si inizia con il Big Match (partite di calcio) e, da marzo 2005, la raccolta si estende anche a Big Show (avvenimenti del mondo dello spettacolo), Big Race auto e moto, Big Race bici ed infine a febbraio 2006 a Big Race Sci.

Nel novembre 2005 viene avviata la raccolta di alcune formule di scommesse dell'Ippica Nazionale: Vincente Nazionale e Accoppiata Nazionale sulle corse Tris. Da gennaio 2006 vengono avviate le altre formule: Nuova Tris Nazionale, Quartè Nazionale e Quintè Nazionale.

Il 2006 è l'anno cruciale per la legalizzazione degli skill games: viene emanato il Decreto Bersani numero 223 (convertito nella Legge 248). L'articolo 38 prevede la regolamentazione dei "giochi di abilità" a distanza con vincita in denaro, nei quali il risultato dipende, in misura prevalente rispetto all'elemento aleatorio, dall'abilità dei giocatori. La norma elenca i giochi consentiti: sta ai vari concessionari sottoporre ai Monopoli delle proposte di giochi e i Monopoli verificheranno di volta in volta la corrispondenza del gioco alle caratteristiche richieste.

Da questo momento in poi molte società si attivano, o vengono fondate, per acquistare le concessioni necessarie ad operare in questo nuovo mercato: l'esempio più lampante è costituito da Gioco Digitale, società fondata nel 2006 dopo il Decreto Bersani e primo operatore interamente focalizzato sulla raccolta telematica.

Nel dicembre 2006 AAMS introduce le lotterie istantanee con partecipazione a distanza (lotterie telematiche), assoluta novità per il mercato italiano. Si tratta della trasposizione telematica di un prodotto già esistente sul mercato fisico da 12 anni: il Gratta e Vinci.

Il 2008 è l'anno dell'inaugurazione del poker online con soldi veri nella modalità "torneo": si tratta di Gioco Digitale, che diventa il primo operatore attivo in questo segmento, oltre ad essere

il primo a permettere ai suoi utenti di giocare 24 ore su 24. Il secondo concessionario ad offrire la possibilità di giocare con soldi veri è Microgame, immediatamente dopo Gioco Digitale.

Nel marzo 2009 fa il suo ingresso nel mercato italiano il colosso Pokerstars, uno dei principali leader nel mercato mondiale del poker online, attraverso una piattaforma proprietaria dedicata esclusivamente ai clienti residenti in Italia.

L'ottobre 2009 fa registrare un incremento record nel poker online: gli italiani puntano sui tavoli virtuali 232,2 milioni di euro, vale a dire l'11,3% in più rispetto al mese di settembre. Il record apparteneva allo scorso mese, quando si sfiorano i 209 milioni di euro. Nei primi 10 mesi del 2009 la raccolta supera i 1827 milioni di euro.

Nel maggio 2010 gli italiani giocano ai tavoli di poker online 278,1 milioni di euro, dato in crescita del 3,7% rispetto al precedente mese di aprile.

Nei primi cinque mesi del 2010 il poker online ha raccolto circa 1.384 milioni di euro, contro gli 846 milioni incassati da gennaio a maggio del 2009; un mantenimento di questo trend porterebbe il mercato del poker online a sfiorare a fine anno i 3,5 miliardi di euro, cifra comunque destinata a crescere con l'arrivo della modalità "cash game" previsto per la fine del 2010.

2.3 Classificazione

I giochi facenti parte del mondo del gambling online sono numerosi e possono essere classificati in base a diversi fattori. I più importanti sono:

- tipologia di gioco
- componente di abilità
- tipologia di avversario
- rischio associato all'operatore

2.3.1 Tipologie di gioco

Possiamo individuare sei principali famiglie in cui suddividere i giochi a seconda della loro tipologia e natura:

- skill games

- scommesse
- lotterie
- casinò games
- giochi a totalizzatore
- bingo

Nel mondo del gambling online in Italia la quasi totalità della raccolta è costituita dalle prime due categorie di giochi: skill games e scommesse. Per questo motivo verrà dedicato ad esse un maggior approfondimento, in particolare nelle sezioni sulla normativa e sulle dimensioni del mercato.

2.3.1.1 Skill Games

Gli skill games, letteralmente “giochi di abilità”, sono giochi il cui esito è influenzato dall’abilità e dall’esperienza del giocatore più che dall’elemento aleatorio. A livello di popolarità attualmente lo skill game per eccellenza è il poker online, sia a livello nazionale che internazionale. Altri esempi di skill games piuttosto popolari sono il Blackjack e il Backgammon.

2.3.1.1.1 Il poker online

Il poker rappresenta una famiglia di giochi di carte che condividono concetti e regole fondamentali per quanto riguarda i giri di puntate e la classificazione delle possibili mani. La sua origine è piuttosto incerta, ma sebbene il poker come lo conosciamo oggi sia nato negli Stati Uniti tra la prima e la seconda decade del 19° secolo nel territorio della Louisiana, si ritiene che le sue radici affondino in un gioco chiamato Pochspiel, di origine tedesca e giocato in Francia nel 15° secolo, che già prevedeva di scommettere sul valore di una mano di cinque carte.

I giorni nostri vedono il poker affermarsi come lo skill game più conosciuto e giocato online: in Italia è stato classificato come gioco di abilità a distanza e in brevissimo tempo è diventato il più popolare skill game in assoluto.

Il palinsesto offerto dagli operatori italiani permette di giocare con soldi veri a numerose varianti di poker, attualmente solo nella modalità “torneo”, in cui i giocatori, dopo aver pagato la quota di iscrizione, competono l’uno contro l’altro per classificarsi al primo posto eliminando gli avversari.

Alla fine del 2010 potrebbe arrivare in Italia la modalità “cash game”, nella quale i giocatori puntano soldi veri direttamente al tavolo virtuale.

La variante di poker più giocata online è indubbiamente il Texas Hold'em.

2.3.1.1.1 L'esplosione del Texas Hold'em

Sebbene non si sappia molto della sua nascita, la legge del Texas ha riconosciuto ufficialmente la cittadina di Robstown come patria del Texas Hold'em. La popolarità americana viene raggiunta nel 1967, quando il gioco viene introdotto per la prima volta a Las Vegas da un gruppo di giocatori texani, e tre anni dopo nasce il celebre torneo mondiale dal nome “World Series of Poker”, che dalla seconda edizione presenterà il Texas Hold'em come variante di poker giocata nell'evento principale (main event), come ancora avviene al giorno d'oggi.

L'inizio del ventunesimo secolo è il periodo d'oro per il Texas Hold'em: il gioco conosce un incremento di popolarità eccezionale, dovuto principalmente alla nascita del poker online. Questo contribuisce a creare moltissimi appassionati in tutto il mondo, con la logica conseguenza della diffusione del gioco in televisione e nel cinema. In particolar modo si moltiplicano le trasmissioni televisive dedicate agli importanti eventi di poker, siano essi tornei mondiali come le World Series oppure prestigiose partite di “cash game” tra professionisti. In Italia la diffusione televisiva del Texas Hold'em ha giocato un ruolo cruciale nell'incremento di popolarità di questo gioco.

L'industria del poker online trova nel 2003 il migliore spot che avrebbe mai potuto desiderare: un ragazzo 27enne americano di nome Chris Moneymaker vince il main event delle World Series of Poker, conquistando i 2,5 milioni di dollari del primo premio dopo essersi qualificato giocando un satellite online da 39\$. L'incredibile boom causato da questo avvenimento si ripercuote nel main event dell'anno successivo: il numero di partecipanti è triplicato rispetto al 2003 e ben 4 dei 9 giocatori arrivati al tavolo finale si sono qualificati all'evento attraverso un satellite online, compreso il vincitore Greg Raymer.

2.3.1.1.2 Le varianti del poker

Il Texas Hold'em, sebbene sia di gran lunga il gioco più popolare, è solamente una variante della grande famiglia di giochi di carte rappresentata dal poker.

La logica del gioco è comune a tutte le varianti. Inizialmente i giocatori effettuano delle puntate obbligatorie di entità prefissata (i bui, o blinds) che formeranno il piatto di partenza; dopo una prima distribuzione delle carte sono previsti nel corso della mano due o più giri di puntate che avvengono in senso orario (streets) in cui i giocatori puntano (bet), rilanciano (raise), vedono la puntata di un altro giocatore (call) e passano la parola (check) o la mano (fold). Se dopo l'ultimo giro di puntate rimangono in gioco due o più giocatori, si procede al confronto delle mani (showdown), con il quale viene attribuito il piatto alla mano vincente; in caso contrario il piatto è assegnato al giocatore che ha effettuato l'ultima puntata (o rilancio).

Le varianti di poker giocabili online sono classificabili in base alla modalità con cui avvengono i tre principali elementi del gioco: distribuzione delle carte, determinazione della mano vincente e ammontare delle puntate.

Distribuzione delle carte:

- Community card poker: questa categoria è caratterizzata dalla presenza di carte comuni sul tavolo a faccia scoperta, che ogni giocatore può utilizzare per realizzare il suo punto insieme alle carte coperte distribuite individualmente. Nelle due varianti più diffuse, il Texas Hold'em e l'Omaha, le carte comuni sono cinque e sono distribuite nel corso di tre giri di puntate: il flop (le prime tre carte), il turn (quarta carta) e il river (ultima carta). Il giro di puntate da effettuare prima del flop porta a quattro il numero totale di "streets". Nel Texas Hold'em i giocatori hanno due carte coperte ciascuno e possono utilizzarne una, due o nessuna per formare la propria mano (che deve sempre essere di cinque carte); nell'Omaha i giocatori hanno quattro carte coperte ciascuno e devono utilizzarne obbligatoriamente due per formare il punto, dovendo ricorrere dunque a tre delle cinque carte comuni scoperte sul tavolo.
- Stud poker: questa categoria non prevede carte comuni. Le carte vengono distribuite a ciascun giocatore secondo un ordine e un numero di round prestabiliti e dipendenti dalla variante utilizzata. La più comune è il Seven-card stud, nella quale ogni giocatore riceve tre carte coperte e quattro scoperte in cinque "streets", ognuna delle quali corrisponde a un giro di puntate. Il piatto verrà assegnato alla migliore combinazione di cinque carte.
- Draw poker: traducibile come "poker coperto", questa categoria non prevede carte scoperte. Ogni giocatore riceve una mano completa a cui segue il primo giro di puntate; successivamente è possibile cambiare un certo numero di carte per

migliorare la propria mano, prima del secondo e ultimo round di puntate. La variante più popolare è il Five-card draw, dove ogni giocatore riceve cinque carte.

Determinazione della mano vincente:

- High: la mano vincente è quella che forma il punto più alto. Si tratta della modalità più diffusa, secondo cui possono essere giocate tutte le varianti.
- Low: la mano vincente è quella che forma il punto più basso, corrispondente alle cinque carte più basse (senza coppie). Solo alcune varianti prevedono questa modalità, come alcune forme di Seven-card stud (ad esempio il Razz).
- High-low: il piatto viene diviso a metà tra la mano più alta e quella più bassa. Se non c'è una mano qualificabile come bassa il piatto è assegnato interamente alla mano più alta. È una modalità tipica delle varianti Omaha e Seven-card stud.

Ammontare delle puntate:

- Limite fisso (limit): la soglia massima consentita per le puntate e i rilanci è fissata a priori.
- Limite del piatto (pot limit): la soglia massima consentita per le puntate e i rilanci è costituita dall'ammontare del piatto.
- Nessun limite (no limit): è consentito puntare e rilanciare liberamente fino a tutte le fiches in proprio possesso (all-in).

2.3.1.1.1.3 Operatori e Network

Negli ultimi due anni l'industria del poker online in Italia ha conosciuto una grande espansione e si sono moltiplicati gli operatori ad aver effettuato il loro ingresso nel mercato: a giugno 2010 il numero di operatori attivi ha raggiunto le 135 unità.

Con il termine unità identifichiamo le differenti poker room disponibili sul mercato. Ognuna di queste poker room è collegata a un network di appartenenza: il network è la piattaforma telematica attraverso cui vengono trasmessi i dati sulle partite di poker fra i client dei giocatori, i server degli operatori e i server di Sogei, l'ente normatore per conto dei Monopoli di Stato (il tutto secondo i protocolli indicati da AAMS).

Ogni network è da considerarsi come prodotto distinguibile dagli altri: ciò che accomuna gli operatori facenti parte di uno stesso network è essenzialmente il palinsesto dei tornei, vale a dire

il succo dell'offerta di una poker room. Questo significa che un giocatore, registrandosi su diverse poker room (skins) appartenenti allo stesso network, troverà in ognuna la stessa offerta di tornei e che i giocatori registrati su diverse poker room appartenenti allo stesso network potranno ritrovarsi al tavolo da gioco.

I network più vasti al momento sono People's Poker, piattaforma realizzata e gestita da Microgame che conta ad oggi 94 operatori, e iPoker.it, realizzato da Playtech e utilizzato da operatori importanti come Sisal, Snai e Cogetech.

È in costante crescita il network realizzato da Leonardo Service Provider, tra i primi ad entrare sul mercato italiano e che attualmente comprende 10 operatori.

Alcuni network invece sono stati realizzati per contenere una sola poker room: l'esempio più significativo è quello di Pokerstars, già leader mondiale nel settore, entrata nel mercato italiano nel marzo 2009 con una poker room dedicata e del tutto simile a quella operante nel mercato internazionale.

Un operatore deve dunque appoggiarsi a un network per poter proporre il proprio palinsesto ai giocatori e ha diverse opzioni per farlo:

- Realizzare un network con le proprie risorse interne: è il caso di grossi players come Pokerstars, PartyPoker o Microgame, che potevano contare su importanti risorse tecnologiche e know-how già da prima del loro ingresso sul mercato.
- Realizzare un network in outsourcing: è l'opzione seguita da operatori piccoli che, non avendo al proprio interno le risorse necessarie, si sono appoggiati a società esterne.
- Entrare in un network già esistente: è la situazione più comune, nella quale operatori medio-piccoli si appoggiano ad un network costruito proprio come circuito telematico da offrire ai clienti interessati. In questo caso rientra anche l'apertura di un nuovo network da parte di un operatore, il quale poi decide di metterlo a disposizione di altri nuovi operatori, con motivazioni strategiche ed economiche (ampliare la base utenti del network).

Ogni operatore deve essere in possesso della concessione AAMS per poter offrire il proprio palinsesto ai giocatori. A questo proposito gli operatori possono:

- Acquistare direttamente la concessione.

- Utilizzare la concessione di un altro operatore attraverso una partnership. Questo accade quando piccoli operatori che entrano a far parte di un network non possono permettersi l'oneroso acquisto di una concessione indipendente, accordandosi quindi con il network che la detiene.

2.3.1.2 Scommesse

La scommessa online è l'attività, svolta attraverso il canale telematico, di prevedere il risultato di un dato evento puntando denaro su uno dei possibili esiti. La quota associata ad ognuno di essi determina il moltiplicatore da applicare, in caso di vincita, all'importo della puntata effettuata.

Le scommesse più giocate online risultano essere quelle associate a eventi sportivi, seppure molti operatori (soprattutto stranieri) consentano di effettuare scommesse su eventi legati alla politica o al mondo dello spettacolo. Nel palinsesto italiano le scommesse ippiche vengono classificate separatamente dalle scommesse sportive.

2.3.1.2.1 Classificazione

Le scommesse sportive sono essenzialmente classificabili in tre categorie principali:

- Singola: scommessa basata sul pronostico di un unico avvenimento, la vincita è rappresentata dalla moltiplicazione tra il valore della puntata e quello della quota associata all'evento nel momento in cui viene effettuata la scommessa.
- Multipla: scommessa composta da una serie di pronostici su più avvenimenti distinti, la vincita dipende dall'esito favorevole di tutti i pronostici ed è pari all'importo della puntata moltiplicato per le quote di ogni evento presente nella multipla. Non è solitamente previsto un limite massimo di eventi giocabili in multipla, ma alcuni operatori applicano un bonus o una maggiorazione nel caso in cui il numero di eventi giocati superi una certa soglia.
- Sistema: metodo che permette di effettuare più giocate, differenti tra loro, basate su un insieme di scommesse predefinite dall'utente e sulle loro possibili combinazioni. È un tipo di scommessa molto utilizzato online, per via della semplicità con cui è realizzabile. Tipicamente si sceglie un numero di eventi, con i rispettivi pronostici, e poi si definisce

un sistema che esegua un certo numero di scommesse relativo alle combinazioni di eventi desiderate.

Una volta scelta la categoria, il giocatore sceglie il tipo di scommessa da effettuare. Le tipologie disponibili dipendono dall'evento in questione, in quanto per ogni sport possono essere previste diverse tipologie di scommesse. Le tipologie di scommesse più giocate sono in ogni caso le seguenti:

- Risultato: occorre pronosticare l'esito dell'evento. Nel calcio si effettua con il classico 1X2, che può rappresentare la vittoria della squadra in casa (segno 1), di quella in trasferta (segno 2) o il pareggio (segno X). In altri sport dove non è previsto il pareggio i risultati disponibili sono 1 e 2.
- Under/over: occorre pronosticare se la somma dei gol/punti realizzati alla fine di un incontro sarà inferiore (under) o superiore (over) ad un valore prestabilito.
- Risultato handicap: identica a "risultato", con la sola differenza che nel risultato finale dell'evento va conteggiato un handicap attribuito precedentemente dal bookmaker ad una delle due squadre.
- Risultato primo tempo: come "risultato", ma relativa alla fine del primo tempo.
- Doppia chance: occorre pronosticare il risultato finale, indicando però due fra i tre possibili esiti.
- Risultato esatto: occorre pronosticare il risultato esatto di un evento sportivo. Nel caso di una partita di calcio si tratta dunque di pronosticare quanti gol realizzerà ognuna delle due squadre.
- Antepost: occorre pronosticare la posizione finale di una squadra al termine di una competizione sportiva.

Alcune di queste tipologie di scommesse sono disponibili anche in versione Live: le scommesse live vengono effettuate su eventi sportivi in corso di svolgimento, rendendo possibile sommettere durante l'evento stesso, tipicamente con un limite di tempo predefinito (ad esempio entro il minuto 80 di una partita di calcio). Questo tipo di scommesse è stato favorito soprattutto dall'utilizzo del canale telematico, che permette di avere sotto controllo in tempo reale i continui aggiornamenti delle quote e di piazzare velocemente la scommessa.

2.3.1.2.2 Quote e gestione del rischio

Le quote stabiliscono il rapporto tra l'importo scommesso e la potenziale vincita: esse vengono sostanzialmente espresse in 3 modi diversi:

- *tradizionale* (o inglese): la modalità è frazionaria, il denominatore rappresenta la cifra che si deve giocare per vincere (nettamente) quella indicata dal numeratore. Perciò la quota di $7/2$ significa che per ogni 2 sterline giocate, il bookmaker restituirà al giocatore le sue 2 sterline più ulteriori 7 che rappresentano la vincita netta.
- *decimale*: la modalità è quella che viene usata in Italia ed è comprensiva della posta scommessa. La quota 3.85 significa che il giocatore verrà remunerato 3.85 volte ciò che ha giocato, per una vincita netta di 2.85. Giocando 10€ l'incasso sarà quindi di 38.50€ mentre la vincita netta sarà di 28.50€
- *americana*: una quota maggiore di 0 rappresenta la vincita netta ogni 100 unità scommesse, mentre una quota minore di 0 rappresenta le unità da scommettere per ottenere una vincita di 100. Un paio di esempi: la quota 300 equivale ad una quota decimale di 4.00 e ad una quota tradizionale di $3/1$; la quota -250 equivale ad una quota decimale di 1.40 e ad una quota tradizionale di $2/5$.

Le quote rappresentano una delle principali leve di marketing di un bookmaker: difatti quote più alte attirano un maggior numero di utenti, permettendo di attrarre clienti nuovi e al tempo stesso aumentare la raccolta sulle scommesse di quelli attuali. Tuttavia alzando eccessivamente le quote si aumenta il rischio di generare, in un determinato periodo di tempo, un payout superiore alla raccolta stessa. Una situazione a forte rischio, legata al risultato di un evento su cui si è effettuata una grossa raccolta, può generare grosse perdite per l'operatore, ma d'altro lato può portare anche a forti guadagni.

Per ovviare in parte a eventuali mancanze nell'abilità dei quotisti (e quindi far fronte ad elevate vincite), gli operatori non utilizzano mai quote "alla pari", in modo da garantire un guadagno costante sulla raccolta indipendentemente dall'esito dell'evento. Se ad esempio si ritiene che in una partita di basket entrambe le squadre abbiano la stessa possibilità di vincere, la quota attribuita a ciascuna squadra non sarà mai 2, ma un valore sensibilmente più basso.

In ogni caso gli operatori utilizzano appositi strumenti di risk management per tutelarsi da situazioni di rischio legato al valore delle quote: essi permettono all'operatore di controllare in ogni momento la propria esposizione su tutta l'offerta delle scommesse di qualsiasi canale d'accesso, fornendo al tempo stesso un feedback immediato sui modelli di scommesse.

Tipicamente questi sistemi mettono a disposizione degli avvisi in tempo reale per evidenziare casi particolarmente sospetti come scommesse insolite, duplicate o puntate elevate. Tra le caratteristiche più comunemente svolte dagli strumenti di risk management vi sono:

- gestione globale del rischio: calcolo del rischio per singoli eventi o gruppi di eventi
- visione del trend di rischio di un evento
- meccanismo di allarme del rischio
- limiti specifici per singolo account per quanto riguarda l'importo delle puntate

2.3.1.3 Lotterie

La lotteria è una forma di gioco d'azzardo che consiste nell'estrazione casuale di uno o più elementi (tipicamente numeri) al fine di assegnare dei premi. Si tratta di un gioco molto classico e popolare, che affonda le sue radici nell'antichità: viene normalmente organizzato su larga scala e al giorno d'oggi numerosi paesi hanno una propria lotteria nazionale.

Ai fini del nostro lavoro distinguiamo due tipologie di lotterie:

- differite
- istantanee

Le lotterie differite corrispondono a quelle tradizionali: dopo aver acquistato il biglietto è necessario attendere l'estrazione per conoscere l'esito della giocata.

Al contrario con le lotterie istantanee, diffuse in Italia come Gratta e Vinci, si scopre immediatamente se il biglietto acquistato è vincente o meno, permettendo di riscuotere subito l'eventuale vincita.

Al momento in Italia sono presenti in versione telematica solo i Gratta e Vinci.

2.3.1.4 Casinò games

I casinò games rappresentano la versione telematica di alcuni dei giochi tipicamente disponibili nei casinò reali. Alcuni dei più comuni sono:

- roulette
- slot machine

- giochi da tavolo
- videopoker

La roulette e la slot machine sono giochi in cui è totalmente assente la componente di abilità e il risultato è determinato dalla casualità: possono essere paragonati a una lotteria.

Discorso diverso vale per certi giochi da tavolo, dove la componente di abilità, seppur non determinante come per gli skill games, non è comunque nulla. Nonostante i casinò games siano strutturati in modo da garantire un guadagno a lungo termine prevedibile per il banco, pur offrendo ai giocatori la possibilità di riscuotere grosse vincite sul breve periodo, in alcuni di questi giochi c'è un elemento tattico, che fa sì che il giocatore prenda delle decisioni determinanti per l'esito finale. Questi sono chiamati "giochi random con un elemento tattico". Esempi validi sono alcuni giochi di dadi (Craps) o di carte (Caribbean Stud Poker, Baccarat). In ogni caso è praticamente impossibile che un giocatore sviluppi sufficienti abilità in uno di questi giochi ad annullare completamente il vantaggio del banco sul lungo periodo.

Anche il Blackjack, pur essendo classificabile principalmente come skill game, rientra nella lista dei giochi più popolari nei casinò online.

Il videopoker merita una citazione a parte, essendo una tipologia di casinò game già molto diffusa in Italia nella forma di apparecchio di intrattenimento, nello stile delle slot machines. La procedura di gioco è la seguente: scelta dell'importo da giocare, visualizzazione delle cinque carte ricevute, decisione da parte del giocatore su quali scartare e infine riscossione dell'eventuale vincita nel caso in cui la mano di poker ricevuta riesca a formare una combinazione valida.

Al momento i casinò games non sono ancora stati legalizzati in Italia, ma in seguito alla pubblicazione di due circolari e del decreto riguardante il gioco a distanza, i concessionari telematici sono al lavoro per testare le piattaforme dei giochi e ottenere la concessione AAMS. Si prevede che i casinò games diventeranno disponibili entro la fine del 2010.

2.3.1.5 Giochi a totalizzatore

Nei giochi a totalizzatore è prevista la formazione di un montepremi, che varia da concorso a concorso, avente una base di raccolta di ampiezza non inferiore a quella nazionale, e che

prevedono la ripartizione in parti uguali di tale montepremi tra le giocate vincenti appartenenti alla medesima categoria di premi.

I giochi a totalizzatore possono essere divisi in due categorie:

- giochi numerici
- giochi sportivi

I giochi numerici sono giochi di sorte basati sulla scelta di numeri da parte dei consumatori all'atto della giocata, una parte della quale (in quote predeterminate) è conferita alla composizione del montepremi. Uno dei giochi numerici più popolari, presente anche in versione telematica, è il SuperEnalotto: consiste nella scelta di sei numeri distinti, da 1 a 90, che formeranno la giocata. L'estrazione, che avviene con cadenza bisettimanale, determina la sestina vincente che permette di vincere il jackpot (6 numeri indovinati) o uno dei premi inferiori (3 numeri indovinati o più).

Nei giochi sportivi si tratta di pronosticare l'esito di alcuni eventi sportivi. I giochi sportivi a totalizzatore italiani sono il Totocalcio, il Totogol e la serie Big (Big Match e Big Race).

Nel Totocalcio il giocatore deve pronosticare l'esito di 14 eventi sportivi, normalmente partite di calcio (marcando il segno 1, X o 2 rispettivamente per la vittoria della squadra di casa, il pareggio e la vittoria della squadra in trasferta). Il gioco, presente dal 1946, ha raggiunto grande popolarità e ha subito molte modifiche nel corso degli anni.

Nel Totogol il giocatore deve pronosticare, tra i 14 eventi presenti in schedina, i 7 eventi con il più elevato numero di reti segnate, posti in ordine decrescente rispetto al numero totale di reti segnate. Viene attribuito un punto per ogni partita per la quale è stata esattamente pronosticata la posizione d'ordine. Le categorie di vincita sono quattro, dai 4 ai 7 punti conquistati.

Big Match è una scommessa multipla relativa ad eventi calcistici. Il giocatore deve esprimere un pronostico su 7 eventi, nell'ambito di tre gruppi, di cui i primi due formati ciascuno da sei partite ed il terzo da tre partite: si scelgono tre eventi in ciascuno dei primi due gruppi e si pronostica il risultato esatto di una delle partite indicate nel terzo gruppo. Per gli eventi scelti nei primi due gruppi il pronostico si riferisce ai tre possibili esiti (1, X o 2), mentre per l'unico evento individuato nel terzo gruppo il pronostico si riferisce al risultato esatto, scelto tra 16 esiti pronosticabili.

Big Race è una scommessa che riguarda tre categorie di sport: Auto-Moto, Bici e Sci. Ogni categoria ha delle regole specifiche basate sullo sport oggetto della scommessa.

2.3.1.6 Bingo

Il Bingo, basato sull'estrazione di novanta numeri, deriva dal Lotto ed è molto simile al tradizionale gioco della tombola. Gli utenti comprano un certo numero di cartelle nelle quali sono presenti dei numeri da 1 a 90: l'obiettivo è completare il più velocemente possibile una delle proprie cartelle in base ai numeri estratti. Il montepremi messo in palio dipende dal valore di una cartella moltiplicato per il numero di cartelle acquistate.

Il controllo del gioco è riservato allo stato, che lo esercita, a partire dal 2000, tramite AAMS. L'Amministrazione affida in concessione l'esercizio del gioco a privati, i quali apportano gli investimenti necessari e gli strumenti imprenditoriali idonei e gestiscono il gioco secondo regole, la cui osservanza è costantemente verificata, poste a tutela del pubblico. La normativa italiana intende conferire al gioco del bingo il carattere di intrattenimento, socializzazione e impiego piacevole del tempo libero, differenziandolo in maniera sostanziale da altri giochi, basati prevalentemente su comportamenti individuali e sulla distanza, sia fisica che temporale, tra il momento del gioco e quello della vincita.

Da quest'anno il bingo online è disponibile anche in Italia sui portali dei principali operatori del settore, come Gioco Digitale, Lottomatica e Sisal.

2.3.2 Componente di abilità

Come accennato nella precedente sezione, un importante parametro per la classificazione dei giochi online è l'importanza della componente di abilità rispetto alla componente aleatoria. Per definizione, nel gambling non si può prescindere dall'elemento aleatorio, in quanto l'esito finale del gioco sarà sempre governato da una variabile aleatoria; tuttavia esso non costituisce sempre il fulcro del gioco stesso. In alcuni giochi fattori come l'abilità, la conoscenza, la capacità di calcolo e l'esperienza incidono fortemente sull'esito della partita, superando l'importanza del fattore "fortuna".

La normativa italiana disciplina l'esercizio dei giochi di abilità, definiti come "giochi a distanza con vincita in denaro nei quali il risultato dipende, in misura prevalente rispetto all'elemento aleatorio, dall'abilità dei giocatori.

Le conoscenze e le esperienze dei giocatori sono certamente importanti anche in altri giochi, come le scommesse sportive, sebbene non possano influenzare l'esito dell'evento vero e proprio. È dunque di importanza rilevante la componente di abilità anche in questo tipo di giochi.

I giochi in cui invece non è presente la componente di abilità sono detti giochi d'alea (dalla parola latina che indica il lancio dei dadi): la possibilità di vincita dipende esclusivamente da un fenomeno casuale, riconducibile a un'estrazione (nel caso dei giochi a totalizzatore come il SuperEnalotto oppure il bingo) o all'utilizzo di un dispositivo computazionale chiamato "Random Number Generator" progettato per generare una sequenza di numeri (o simboli) completamente scorrelati tra loro e quindi, per l'appunto, casuali.

Si può dunque classificare le tipologie di gioco viste finora in base alla componente di abilità:

- Giochi d'alea:
 - lotterie
 - casinò games
 - giochi numerici a totalizzatore
 - bingo
- Giochi d'abilità:
 - skill games
 - scommesse sportive
 - giochi sportivi a totalizzatore

2.3.3 Tipologie di avversario

È importante distinguere i giochi del gambling online in base al tipo di avversario con cui si compete. Una prima classificazione vede i giochi single-player contrapposti ai giochi multi-player.

- Giochi single-player
 - skill games
 - scommesse sportive
 - lotterie

- giochi a totalizzatore (sia numerici che sportivi)
- casinò games
- Giochi multi-player:
 - skill games
 - bingo

Nei giochi multi-player i giocatori competono l'uno contro l'altro per la conquista di una fetta del montepremi costituito dal denaro totale puntato da tutti i giocatori, mentre nei giochi single-player non vi è confronto con altri giocatori.

Tipicamente nei giochi single-player la controparte avversaria è costituita dall'operatore che mette a disposizione il gioco, spesso detto "banco": questo vale per scommesse, casinò games, lotterie online e per gli skill games dove non è prevista la competizione diretta tra i partecipanti.

Nei giochi multi-player i giocatori interagiscono direttamente tra di loro, dando origine ad una classifica finale che determinerà la distribuzione del montepremi, come avviene ad esempio in un torneo di poker. In alcune categorie di skill games i giocatori non competono l'uno contro l'altro in tempo reale, ma i risultati conseguiti da ognuno di essi servono a stilare la classifica finale: parliamo in questo caso di giochi multi-player con confronto non diretto tra i giocatori.

Infine ci sono giochi dove non è realmente definita una componente avversaria: è il caso dei giochi a totalizzatore numerici e sportivi, nei quali, nonostante non vi sia competizione tra i giocatori, non è l'operatore a perdere in caso di vincita, in quanto il jackpot in palio è costituito da una percentuale delle somme giocate.

2.3.4 Rischio associato

Possiamo classificare i giochi anche in base al rischio che potenzialmente sono in grado di generare ai danni dell'operatore.

- Nessun rischio associato:
 - skill games
 - giochi a totalizzatore (sia numerici che sportivi)
 - bingo
- Rischio associato:
 - skill games

- lotterie online
- scommesse
- casinò games

In presenza di rischio associato può capitare che l'operatore si ritrovi costretto a sostenere costi troppo elevati per pagare le vincite dei giocatori, in particolar modo in presenza di un bacino d'utenza piuttosto ristretto: una vincita eccezionale potrebbe creare problemi all'operatore, diventando difficilmente copribile con le entrate derivanti dalle scommesse perse.

In giochi come il poker online e il bingo non esiste rischio per l'operatore, in quanto il guadagno è assicurato da una parte (in proporzioni fissate a priori) della quota pagata dai giocatori per l'iscrizione al torneo o alla partita; la restante parte della quota va a formare il montepremi da distribuire ai vincitori, che sarà quindi composto dal denaro pagato dai giocatori stessi per partecipare.

I casinò games rappresentano un caso piuttosto delicato, in quanto sono anch'essi fonte di possibile rischio per l'operatore: una serie di grosse vincite, fenomeno non controllabile e non escludibile a priori proprio per la natura aleatoria dei giochi, potrebbe portare all'operatore un pesante passivo. Per difendersi da questo rischio il casinò online (come accade in quelli reali) definisce per ogni gioco la cosiddetta House Edge, vale a dire una tassa, sotto forma di percentuale della puntata originale effettuata dal giocatore, che garantisca all'operatore un guadagno nel lungo periodo. La probabilità per l'operatore di trovarsi in passivo è inversamente proporzionale alla quantità di giocate effettuate dai giocatori, in quanto il guadagno effettivo dell'operatore tende alla percentuale di ritorno fissata per il gioco all'aumentare del numero di giocate.

2.4 Normativa

Nel mercato italiano gli attori che operano nel gambling online necessitano di una concessione statale, da acquisire attraverso l'Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato (AAMS). L'AAMS è l'organo preposto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze con il compito di gestire sotto ogni suo aspetto il settore del gioco pubblico in Italia: avendo constatato la notevole importanza del gioco (online e non) a livello sociale, l'AAMS ha creato una normativa volta ad assicurare agli utenti dei giochi pubblici la sua regolamentazione e la sicurezza

dell'infrastruttura tecnologica su cui si basa. In questo modo l'utente ha la certezza di giocare in un ambiente controllato dall'organo competente, operando in piena legalità.

Dal punto di vista strettamente tecnologico l'AAMS si appoggia a Sogei, azienda italiana che opera nel settore dell'ICT e controllata al 100% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze. Sogei si può considerare come il "braccio informatico" di AAMS, in quanto per suo conto gestisce interamente il sistema informativo del gioco pubblico.

Gli operatori possono raggiungere i clienti attraverso due canali: il canale fisico, caratterizzato da una rete di punti vendita fisici dislocati sul territorio italiano (negozi gestiti dall'operatore e ricevitorie autorizzate), e il canale telematico, comprendente la rete Internet e altri canali meno utilizzati come mobile, tv e telefonico.

La raccolta sul canale telematico comincia nel 2001, con il decreto n.156, ma è con il decreto Bersani del 2006 che si assiste alla vera esplosione del fenomeno "gambling online" in Italia. Il decreto ha modificato profondamente la configurazione normativa del settore, con l'obiettivo di tutelare i giocatori e combattere il gioco illegale.

Al momento esistono in Italia quattro diversi tipi di concessioni:

- Concessione pre-decreto Bersani: rilasciata prima del decreto Bersani e ancora valida fino alla scadenza prestabilita, autorizza all'esercizio di attività di scommesse sportive o ippiche sia sul canale fisico che su quello telematico.
- Concessione sportiva per i punti vendita: autorizzazione rilasciata dall'AAMS che permette la commercializzazione dei giochi a base sportiva presso i punti vendita, ha una durata di 9 anni.
- Concessione ippica per i punti vendita: come la precedente, ma per i giochi a base ippica, considerati totalmente distinti da quelli a base sportiva.
- Concessione telematica: autorizzazione rilasciata dall'AAMS che permette di operare sul canale telematico. Ha una durata di 9 anni e consente di commercializzare un pacchetto completo di giochi: skill games, scommesse sportive e ippiche, lotterie istantanee, bingo e SuperEnalotto.

Queste le direttive principali imposte dal decreto Bersani (insieme ai successivi decreti ministeriali e direttoriali) in linea generale e vevoli qualunque sia il tipo di gioco offerto:

- L'operatore che voglia operare sul mercato italiano è tenuto ad acquistare una concessione AAMS: il corrispettivo per l'assegnazione del diritto all'attivazione della rete di gioco sportivo a distanza è stabilito da AAMS in euro 300.000.
- L'operatore deve soddisfare determinati requisiti economici e tecnici.
- L'operatore deve localizzare i propri server sul suolo italiano.
- L'operatore deve realizzare una piattaforma che segua i protocolli di comunicazione fissati da AAMS, Sogei e il Consorzio Nazionale delle Lotterie, e con i loro sistemi tecnologici deve interfacciarsi.
- Liquidità nazionale: sulle piattaforme italiane autorizzate devono poter giocare solo i giocatori con residenza in Italia.
- I giocatori sono tenuti a inviare all'operatore di riferimento il contratto di gioco firmato unitamente alla copia di un documento di identità.
- Il modello di tassazione è basato sulla raccolta e non sul fatturato del singolo operatore.

L'AAMS ha inoltre provveduto a impedire l'accesso, da territorio italiano, ai siti che offrono gambling online senza aver acquisito la concessione dei Monopoli di Stato, con l'obiettivo di bloccare il traffico verso operatori non autorizzati.

2.4.1 Poker online

Il poker online è stato liberalizzato in Italia con il Decreto Bersani del 2006. La regolamentazione del poker online è avvenuta con il decreto ministeriale del 2007, avente l'obiettivo preciso di disciplinare i giochi di abilità a distanza con vincita in denaro.

Tale decreto definisce gli skill games come “giochi di abilità a distanza con vincita in denaro nei quali il risultato dipende, in misura prevalente rispetto all'elemento aleatorio, dall'abilità dei giocatori”. Riassumiamo le parti più significative della regolamentazione di tali giochi nei seguenti punti:

- Autorizzazione all'esercizio dei giochi di abilità:
 - i concessionari inoltrano ad AAMS un'apposita istanza corredata dal progetto della piattaforma di gioco;
 - AAMS verifica la conformità della piattaforma di gioco e le modalità di colloquio del sistema di elaborazione del concessionario con il sistema centralizzato, rispetto ai protocolli di comunicazione stabiliti da AAMS.

- Piattaforma di gioco:
 - deve assicurare il colloquio in tempo reale con il sistema centralizzato e con il giocatore, la gestione delle sessioni di gioco, la vendita al giocatore del diritto di partecipazione e l'assegnazione delle vincite, oltre all'assistenza e l'informazione per il giocatore;
 - deve garantire la correttezza, l'integrità, l'affidabilità, la sicurezza, la trasparenza e la riservatezza delle funzioni esercitate, oltre a correttezza e tempestività nel pagamento delle vincite;
 - deve garantire la memorizzazione e la tracciabilità dei dati relativi alle sessioni di gioco svolte per un periodo minimo di cinque anni;
 - deve essere dotata di caratteristiche di sicurezza atte a garantirne l'autenticazione e a proteggerla da accessi non autorizzati e da intercettazione dei dati scambiati;
 - il software che il concessionario richiede al giocatore di installare sulla propria postazione non introduce codice malevolo e assicura l'esclusiva connessione al sito del concessionario stesso.
- Ripartizione della raccolta:
 - l'imposta unica è stabilita nella misura del 3% della raccolta, come già deciso nel decreto Bersani del 2006;
 - la quota della raccolta destinata al montepremi è pari almeno all'80%;
 - il compenso del concessionario è costituito dalla quota residua della raccolta, al netto dell'imposta unica e del montepremi.
- Prezzi del diritto di partecipazione e vincite:
 - il prezzo del diritto di partecipazione (il buy-in di un torneo di poker) può assumere valori compresi tra gli importi multipli di € 0,50, fino all'importo massimo di €100;
 - l'importo della vincita più alta di una sessione di gioco è superiore al prezzo del diritto di partecipazione.
- Modalità di gioco:
 - sono ammesse due modalità di gioco:
 - solitario: partecipa un singolo giocatore e le vincite sono assegnate sulla base dei risultati ottenuti rispetto a traguardi predefiniti dal concessionario;

- torneo: partecipano due o più giocatori e le vincite sono assegnate sulla base dei risultati ottenuti da ciascun giocatore, rispetto a quelli ottenuti dagli altri partecipanti.
- sono ammesse due modalità di confronto tra i giocatori:
 - indiretto: le vincite sono assegnate sulla base della comparazione tra i risultati ottenuti dai partecipanti nello svolgimento del gioco, ciascuno indipendentemente dall'altro e senza interazione;
 - diretto: le vincite sono assegnate sulla base dei risultati ottenuti da ciascun partecipante nello svolgimento del gioco, attraverso la diretta interazione ed in relazione alla reciproca condotta di gioco.
- Svolgimento del gioco:
 - comporta la richiesta del diritto di partecipazione da parte del giocatore, la richiesta di convalida di tale diritto al sistema centralizzato da parte del concessionario, l'attribuzione del codice univoco del diritto di partecipazione da parte del sistema e la trasmissione al concessionario, nonché la comunicazione al giocatore;
 - comporta l'assegnazione delle vincite e la relativa comunicazione al giocatore
- Tutela del giocatore:
 - il concessionario è tenuto a promuovere i comportamenti responsabili di gioco, vigilarne l'adozione da parte del giocatore e impedire il gioco ai minori;
 - il concessionario esclude dalla partecipazione al gioco il personale appartenente alla propria organizzazione o ad essa legato da rapporti di collaborazione;
 - AAMS rende disponibile sul proprio sito internet l'elenco dei concessionari e dei giochi di abilità autorizzati.
- Flussi finanziari:
 - il sistema centralizzato liquida giornalmente l'imposta e ne dà comunicazione al concessionario.
- Vigilanza, controlli ed ispezioni:
 - AAMS esercita i poteri di vigilanza e di controllo sul concessionario, anche mediante controlli ed ispezioni con accesso, decisi unilateralmente ed attuati senza preavviso, presso le sedi del concessionario stesso nonché, per quanto riguarda fornitori terzi, con specifico riferimento all'esecuzione di tutte le attività e funzioni di esercizio dei giochi di abilità.

- il concessionario rende disponibile, ad uso esclusivo di AAMS, l'accesso remoto ai dati delle sessioni di gioco svolte ed in corso.

Inoltre nel decreto vengono definite le norme relative alle procedure di autorizzazione del concessionario all'erogazione del singolo gioco di abilità: il concessionario deve presentare ad AAMS l'apposita istanza corredata dal progetto del gioco di abilità, includendo dichiarazioni di conformità al decreto e alla normativa in vigore riguardante diritti d'autore, marchi e brevetti. Il progetto del gioco deve contenere una serie di informazioni relative al gioco stesso, tra cui il meccanismo di gioco, la quota della raccolta destinata al montepremi, gli importi del diritto di partecipazione previsti per ciascuna formula di gioco, le regole che disciplinano la partecipazione dei giocatori al gioco e le modalità di gestione dei casi di malfunzionamento dei sistemi e delle reti di trasmissione.

Vengono stabiliti inoltre i criteri di decadenza e/o revoca delle concessioni, in relazione a perdita dei requisiti previsti per l'autorizzazione o gravi violazioni delle disposizioni previste dal decreto.

2.4.2 Scommesse sportive

Il principale e più recente documento di riferimento per le scommesse sportive è il decreto ministeriale n.111 del marzo 2006, che riporta la regolamentazione delle scommesse a quota fissa su eventi sportivi diversi dalle corse di cavalli (e su particolari eventi non sportivi definiti separatamente). La normativa sul gioco a distanza è invece riportata sul decreto dittatoriale dello stesso mese.

Questi i punti principali stabiliti dalla normativa:

- il palinsesto degli eventi su cui è possibile scommettere viene redatto da AAMS e non è possibile per gli operatori offrire quote su eventi non presenti in tale palinsesto;
- è vietato il betting exchange: si tratta dello "scambio" di scommesse tra giocatori. Questo consentirebbe di acquistare una scommessa come nel caso di una scommessa classica (back) e al tempo stesso di vendere le proprie scommesse (lay), proponendo delle quote agli altri giocatori e scommettendo contro la realizzazione di un risultato;

- la scommessa è considerata non valida nel caso in cui l'avvenimento non si verifichi. Una scommessa multipla rimane valida e agli avvenimenti non validi viene assegnata quota pari a uno;
- il giocatore ha diritto al rimborso qualora la scommessa non sia valida, non sia possibile il riscontro delle scommesse accettate per motivi tecnici o qualora non sia stata effettuata la chiusura dell'accettazione delle scommesse a causa dell'anticipazione dell'orario di inizio dell'evento oggetto di scommessa;
- le quote non possono essere inferiori a uno e sono comprensive della restituzione dell'importo scommesso (quotazione *decimale*);
- l'importo minimo di ogni scommessa non può essere inferiore a €3;
- non vengono accettate scommesse la cui vincita potenziale superi la cifra di € 10.000;
- non è possibile annullare le scommesse telematiche.

Il decreto Bersani indica le aliquote per la tassazione nel segmento delle scommesse sportive. L'imposta unica, dipendente dalle aliquote, che i concessionari sono tenuti a versare all'erario varia a seconda dell'ammontare del movimento netto dei dodici mesi precedenti:

- movimento superiore a 1.850 milioni di euro: nella misura del 3% per ogni scommessa composta fino a sette eventi e nella misura dell'8% per ogni scommessa composta da più di sette eventi;
- movimento superiore a 2.150 milioni di euro: nella misura del 3% per ogni scommessa composta fino a sette eventi e nella misura del 6,8% per ogni scommessa composta da più di sette eventi;
- movimento superiore a 2.500 milioni di euro: nella misura del 3% per ciascuna scommessa composta fino a sette eventi e nella misura del 6% per ciascuna scommessa composta da più di sette eventi;
- movimento superiore a 3.000 milioni di euro: nella misura del 2,5% per ogni scommessa composta fino a sette eventi e nella misura del 5,5% per ogni scommessa composta da più di sette eventi;
- movimento superiore a 3.500 milioni di euro: nella misura del 2% per ogni scommessa composta fino a sette eventi e nella misura del 5% per ogni scommessa composta da più di sette eventi.

2.4.3 Scenari futuri

Dal momento dell'entrata in vigore del decreto Bersani, la normativa in merito al settore del gambling online ha dimostrato di essere piuttosto sensibile a correzioni ed evoluzioni.

Si ritiene che i più importanti cambiamenti in atto di stampo normativo possano essere raggruppati in quattro aree di principale evoluzione:

1. *l'attuazione della nuova disciplina del Gioco Online secondo la legge comunitaria 2008 n.88.* Questa legge permette ai Monopoli di Stato di prevedere fino a 200 nuove concessioni, abilitanti all'offerta di tutti i tipi di gambling online. Altro elemento di cambiamento è la netta distinzione tra la raccolta online e la raccolta effettuata attraverso i canali tradizionali: si impedisce così ogni tipo di intermediazione fra operatori e giocatori;
2. *l'introduzione di nuovi giochi.* I cambiamenti nella normativa hanno permesso il lancio di due nuove tipologie di gioco, previsto per il 2010: il poker cash e i casinò online. È ragionevole pensare che essi avranno un impatto notevole sul settore, dal momento che sul mercato internazionale circa il 65% della raccolta complessiva del poker arriva dal poker in modalità cash. Il “sovraffollamento” di operatori nel mercato italiano fa inoltre pensare a una prossima apertura della normativa verso la liquidità condivisa fra paesi con modelli di regolamentazione paragonabili: questa soluzione consentirebbe infatti agli utenti italiani di giocare anche contro utenti non residenti in Italia e ciò andrebbe a favore dell'aumento di tornei organizzati e raccolta, dovendo però far fronte all'uniformazione delle tassazioni;
3. *la tutela dei consumatori.* Il decreto sancisce l'apertura di un conto bancario dedicato per le somme depositate nei conti di gioco: in questo modo si escludono dalla disponibilità degli operatori le somme depositate nei conti gioco, riducendo il rischio di mancati rimborsi ai giocatori. Sono previste inoltre maggiori verifiche sull'anagrafica dei giocatori per combattere il fenomeno del riciclaggio;
4. *il contrasto all'illegale.* L'obiettivo primario di AAMS è ridurre il più possibile i flussi di denaro che ancora oggi sono legati a siti esteri “dot com”, cercando di incanalarli nei siti autorizzati. Inoltre è stato rinforzato l'obbligo per gli operatori che detengono sia la concessione italiana sia altre licenze straniere di escludere i giocatori italiani dai giochi offerti attraverso le licenze estere (ad esempio il giocatore italiano può giocare esclusivamente sulla room italiana Pokerstars.it e non su quella internazionale Pokerstars.com).

2.5 Mercato

Il mercato del gambling online è stato caratterizzato nel corso degli ultimi anni da una forte crescita, vedendo tra i principali protagonisti paesi la cui situazione legislativa in materia è stata fortemente modificata solo in tempi molto recenti, come avvenuto in Italia.

Distinguiamo pertanto la dimensione internazionale da quella italiana, che merita un approfondimento a parte.

2.5.1 Mercato internazionale

Il mercato internazionale del gambling online risulta in costante crescita, in particolare a partire dal 2004: nel biennio 2004-2006 il canale interattivo (rappresentato da internet e web tv) ha registrato infatti tassi di crescita superiori rispetto al settore fisico.

In particolare notiamo che, secondo le stime effettuate da Christiansen Capital Advisors, gli operatori del settore del gambling online hanno raggiunto nel 2008 gross revenues del valore di oltre 20 miliardi di dollari, con una crescita prevista fino a circa 24,5 miliardi di dollari entro la fine del 2010. Consideriamo il Gross Gambling Revenue, ossia i ricavi generati dall'operatore dopo il pagamento delle vincite ma prima della deduzione dei costi e delle tasse.

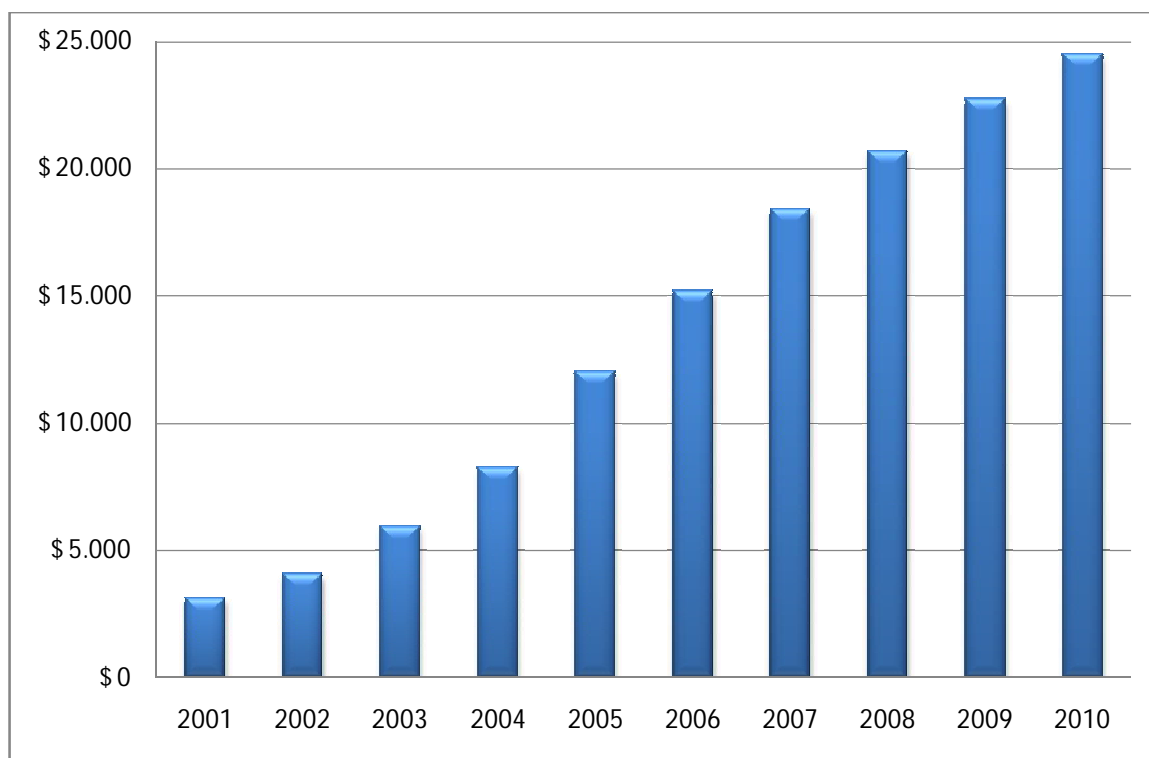


Figura 2.1 – Gross revenues nel mercato internazionale del gambling online, in milioni di \$ (fonte: Christiansen Capital Advisors)

Sebbene la crescita più rapida sia avvenuta nel biennio '04-'06, è stata registrata una crescita continua nel tempo, anche negli anni successivi: nel 2008 c'è stato un rallentamento nella crescita, ma nonostante ciò le stime di TrustPartners prevedono un ulteriore incremento fino ad un valore atteso di circa 34 miliardi di dollari nel 2012. È stato registrato un CAGR (tasso di crescita annuale composto, che misura il rendimento interno relativo a un investimento per un determinato periodo di tempo) pari a +26,1% per il periodo '02-'08 ed è previsto pari a +10,2% per il periodo '09-'12, con un valore di gross revenues pari a 34 miliardi di dollari.

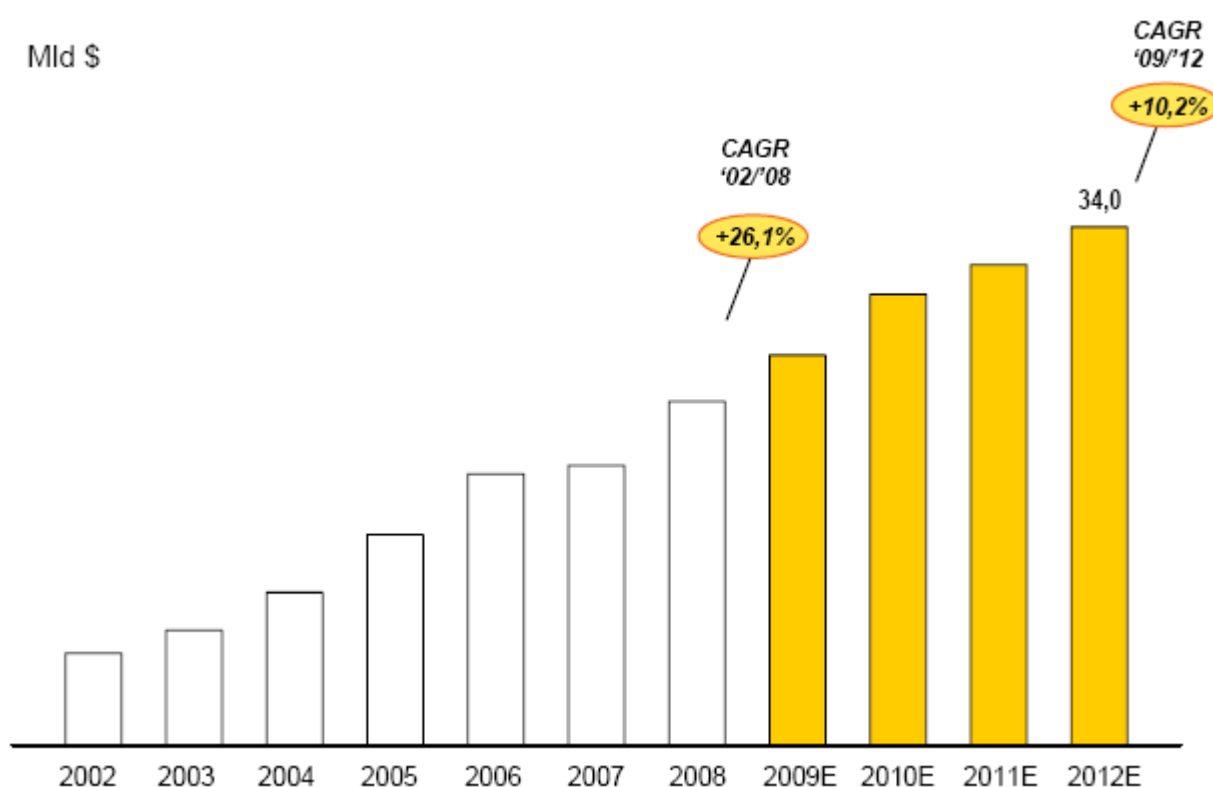


Figura 2.2 – Gross revenues e tasso di crescita annuo composto nel mercato mondiale del gambling online (fonte: TrustPartners, report "Overview mercato Gaming & Gambling in Italia")

I due mercati di riferimento principali nel gambling online sono quello europeo, con il 46%, e quello nord-americano con il 33%: insieme queste due aree geografiche contribuiscono per circa l'80% del mercato mondiale.

È interessante mettere in luce la differenza tra i principali attori del mercato europeo: la situazione attuale riflette il contesto di continuo divenire che il settore sta attraversando, principalmente a causa delle evoluzioni in termini legislativi attuati (o in corso di attuazione) nei

diversi paesi. Ci troviamo così di fronte a situazioni drasticamente diverse, in cui il confine tra mercato legale e illegale può essere di difficile collocazione.

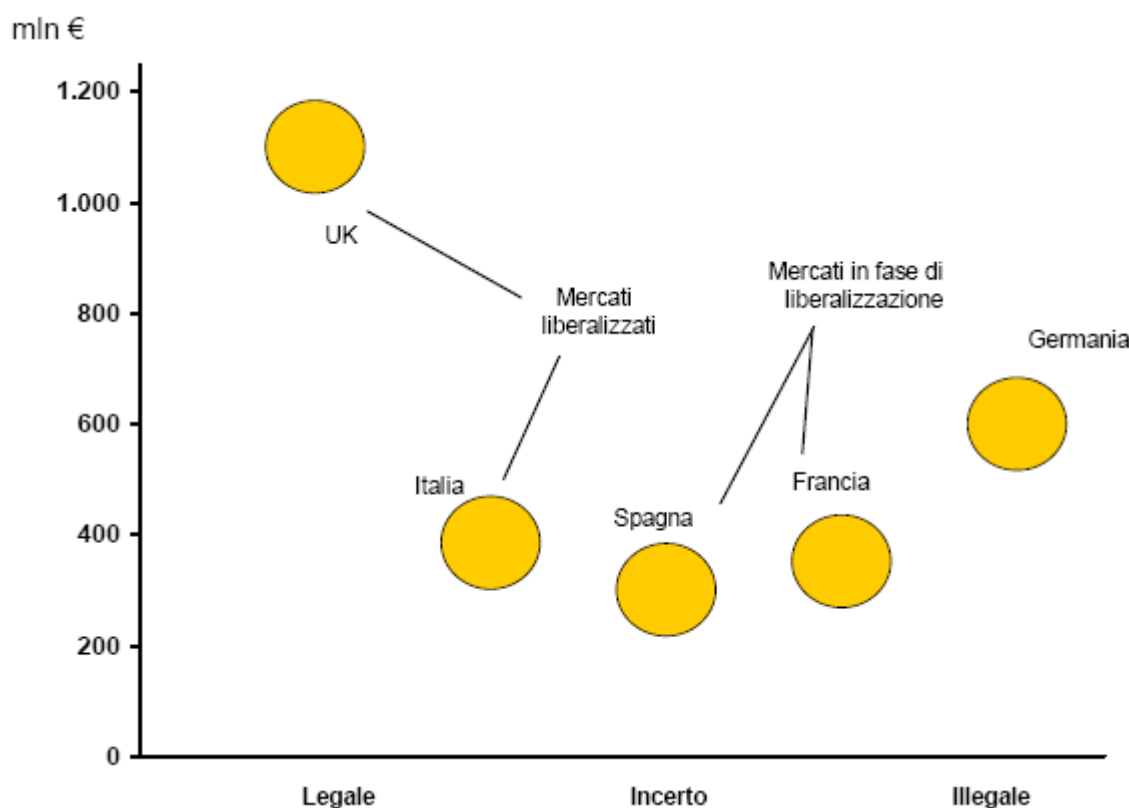


Figura 2.3 – Gross revenues nel settore del gambling online: mercati legali e illegali (fonte: TrustPartners TrustPartners, report “Overview mercato Gaming & Gambling in Italia”)

Il Regno Unito è di gran lunga il maggior mercato europeo in termini di revenues: ciò è principalmente dovuto al fatto di essere stato tra i primi paesi ad aver legalizzato la distribuzione dei prodotti di gambling online, sebbene dal 2005 il Gaming Act abbia riordinato la legislazione in materia, introducendo norme più restrittive.

All'estremo opposto la Germania risulta invece essere il principale mercato europeo dal punto di vista del canale fisico, in quanto privo delle necessarie autorizzazioni per la distribuzione di gambling sul canale telematico.

La Francia sta conoscendo in questi ultimi anni un profondo cambiamento nel settore: un nuovo scenario normativo realizzato nel 2006 è sul punto di ridefinire la situazione nazionale, modificandola da un oligopolio a una liberalizzazione.

In Spagna è attualmente in atto un processo di liberalizzazione, che però mostra differenze sostanziali tra le varie regioni: alcune di esse si muovono più velocemente verso la liberalizzazione del settore, in particolar modo quelle autonome come la Catalogna.

2.5.2 L'Italia: dimensioni del mercato

Prima di analizzare le dimensioni del mercato italiano, in termini di raccolta ed entrate erariali (con un occhio di riguardo per poker online e scommesse sportive che saranno oggetto della nostra analisi empirica), riportiamo l'elenco dei giochi attualmente disponibili per via telematica:

- skill games, operativi dal 2 settembre 2008;
- scommesse sportive a quota fissa;
- scommesse ippiche;
- giochi a totalizzatore, operativi dal 5 marzo 2008:
 - concorsi pronostici (“Totocalcio”, “il9” e “Totogol”);
 - scommesse a totalizzatore (serie Big);
- SuperEnalotto e SuperStar, operativi dal 2 luglio 2009;
- Gratta e Vinci, attivi dall'inizio del 2007;
- Bingo, operativo dal 23 dicembre 2009;
- “Win for Life”, operativo dal 30 marzo 2010.

Le scommesse sportive e ippiche sono attive dal 2006, anche se gli operatori che possedevano la vecchia concessione (prima del decreto Bersani) utilizzavano già il canale telematico dopo il decreto del 2002 riguardante l'utilizzo di tale mezzo per la raccolta.

2.5.2.1 Raccolta

La grandezza utilizzata per l'analisi dei volumi realizzati è la raccolta, che rappresenta la somma di tutte le somme versate dai clienti, attraverso il proprio conto gioco, per partecipare ai giochi: essa dunque comprende le quote di iscrizione ai tornei di poker, le cifre scommesse sui vari eventi (sportivi e non), le somme pagate per l'acquisto di Gratta e Vinci, schede del Bingo e in generale ogni prodotto legato alle suddette attività di gambling.

La raccolta non è pari al fatturato generato dai concessionari, in quanto gran parte della raccolta va a formare il montepremi per il pagamento delle vincite dei giocatori, mentre un'ulteriore

frazione di essa è destinata alle casse dell'erario e degli enti regolatori (in questo caso AAMS). La parte rimasta della raccolta costituisce le gross revenues che spettano agli operatori.

Prima di approfondire il settore relativo al canale telematico può essere interessante conoscere gli andamenti più recenti del settore del gambling italiano in generale, comprendente quindi sia il canale fisico sia quello telematico. Il primo semestre del 2010, secondo le stime elaborate da Agicos, evidenzia una crescita del 14,5% sullo stesso periodo del 2009: la raccolta ha superato i 30 miliardi di euro, contro gli oltre 26 miliardi di un anno fa. Se il trend di crescita si manterrà tale, con il probabile avvento in autunno/inverno del poker in modalità cash, dei casinò games e delle Videolottery (quest'ultime partiranno a breve) la raccolta supererà senza ostacoli i 60 miliardi di euro. Il solo mese di giugno ha contribuito alla raccolta semestrale con quasi 4,8 miliardi di euro, registrando una crescita del 17% sui 4.1 miliardi dello scorso anno.

Gioco	Semestre 2009	Semestre 2010	Variazione %
Apparecchi	12.135	15.331	+26,3
Lotterie	4.965	4.825	-2,8
Lotto	2.853	2.371	-16,9
Scommesse Sportive	2.118	2.316	+9,3
Skill Games	1.043	1.643	+57,5
Giochi numerici	1.263	1.614	+27,8
Bingo	723	964	+33,3
Giochi ippici	1.079	949	-12,0
Concorsi pronostici	77,7	53,9	-30,6
Big Match	5,3	3,2	-39,6
Totale	26.266	30.071	+14,5

Figura 2.4 – Raccolta relativa al primo semestre 2009-2010 nel mercato del gambling in Italia, dati in milioni di euro (fonte: elaborazioni Agicos)

Parlando del canale telematico, possiamo dire che in Italia il mercato del gambling online è rappresentato in gran parte, in termini di raccolta, dalle scommesse sportive e dagli skill games, in particolare il poker, grazie al quale ha conosciuto un vero e proprio boom a partire dalla fine del 2008. Basti vedere l'enorme tasso di crescita osservato tra il 2008 e il 2009: un aumento superiore al 150% e una raccolta pari quasi a 3,8 miliardi di euro. Il 2010, fino al mese di maggio, sta facendo registrare un altro grande aumento: quasi 2,2 miliardi di euro contro gli 1,5 miliardi di euro circa raccolti tra gennaio e maggio 2009, per un aumento provvisorio del 45%.

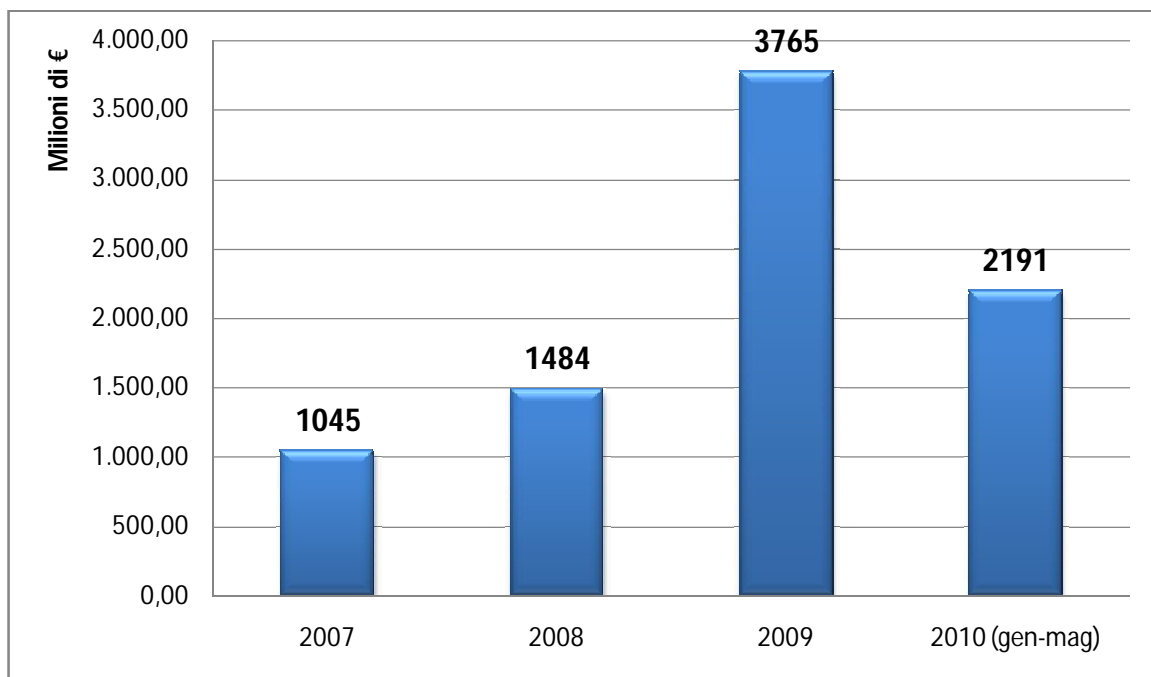


Figura 2.5 - Raccolta nel settore del gambling online tra gennaio 2007 e maggio 2010 (fonte: AAMS)

L'anno che ha segnato la svolta nel settore del gambling online in Italia è stato dunque il 2009, principalmente grazie al contributo dato dall'enorme diffusione del poker online su tutto il territorio nazionale in tempi estremamente rapidi. Visualizziamo nei seguenti grafici l'andamento della raccolta durante il 2009.

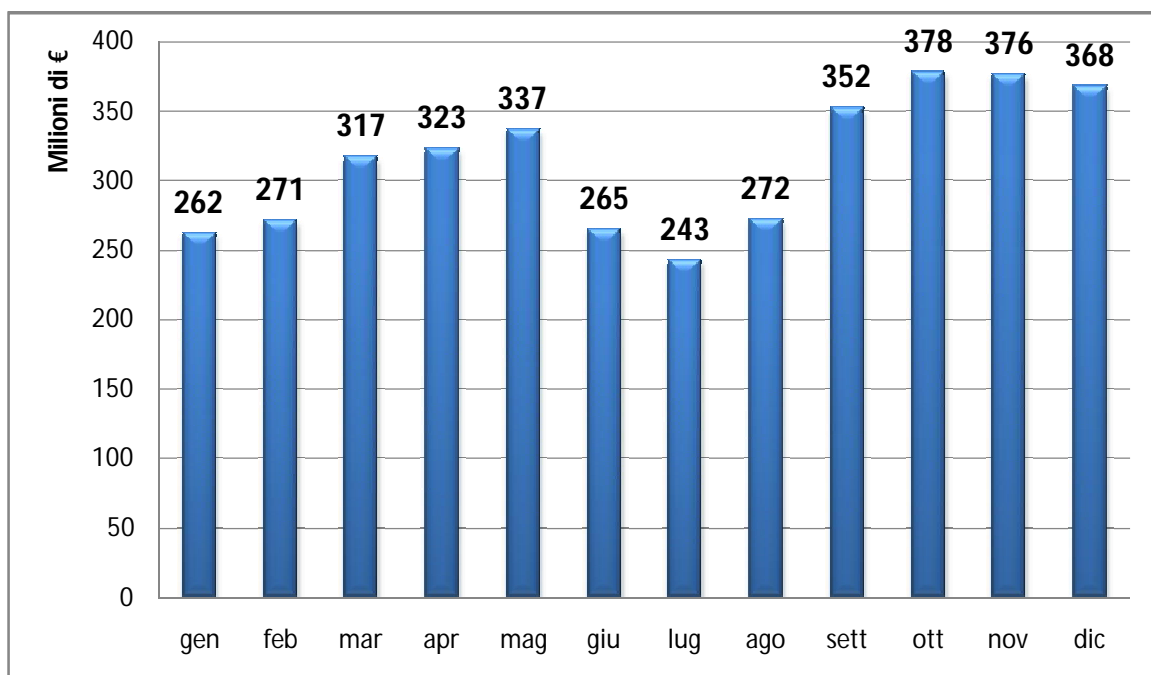


Figura 2.6 - Raccolta mensile nel 2009 (fonte: AAMS)

Nel grafico successivo evidenziamo i tassi di crescita mensili tra il 2008 e il 2009: spicca nel mese di luglio un aumento del 398%, dovuto principalmente alla bassa raccolta avvenuta nel luglio 2008. Il dato significativo messo in luce dal grafico è l'esplosione del poker online nei primi mesi del 2009 e successivamente una ragionevole diminuzione e stabilizzazione del tasso di crescita nel corso dei mesi finali.

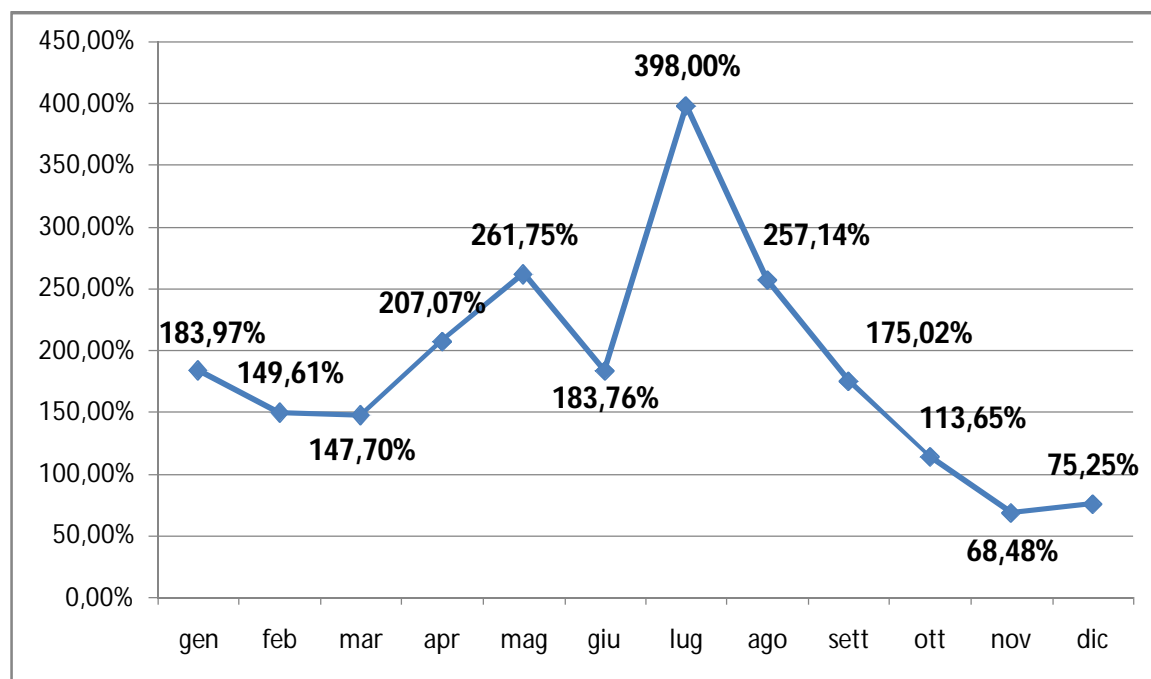


Figura 2.7 – Confronto raccolta mensile 2008-2009 (fonte: AAMS)

In questo grafico evidenziamo invece il raffronto tra l'andamento della raccolta nei primi mesi del 2009 e del 2010: anche se i mesi a disposizione per il 2010 sono soltanto cinque, sembra palesarsi un'inversione di tendenza: la raccolta infatti, dopo una brusca oscillazione intorno al mese di febbraio, tende a decrescere nei mesi di aprile e maggio, a differenza di quanto accaduto nel 2009.

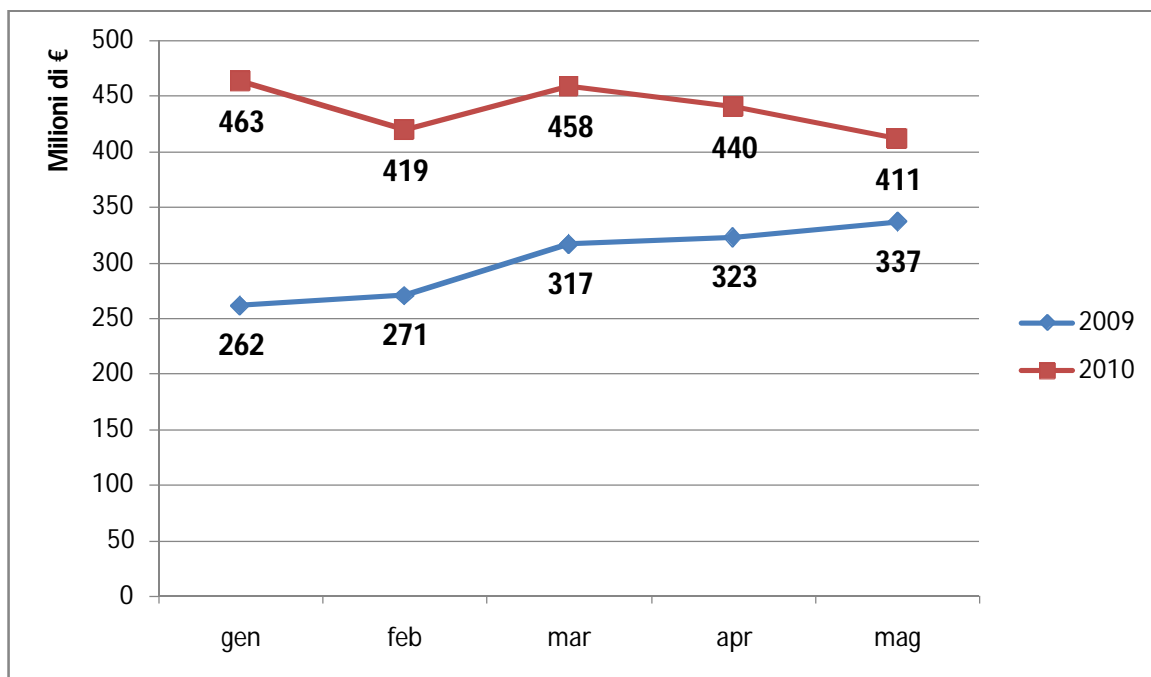


Figura 2.8 - Andamento della raccolta mensile nel periodo gennaio-maggio del 2009 e del 2010 (fonte: AAMS)

Infine nel grafico successivo visualizziamo l'andamento della raccolta nel periodo compreso tra agosto 2009 e maggio 2010, per visualizzare con più completezza il trend più recente relativo alla raccolta. Si può notare che gennaio 2010 è stato il mese che ha totalizzato la raccolta più alta in assoluto, pari a circa 463 milioni di euro.

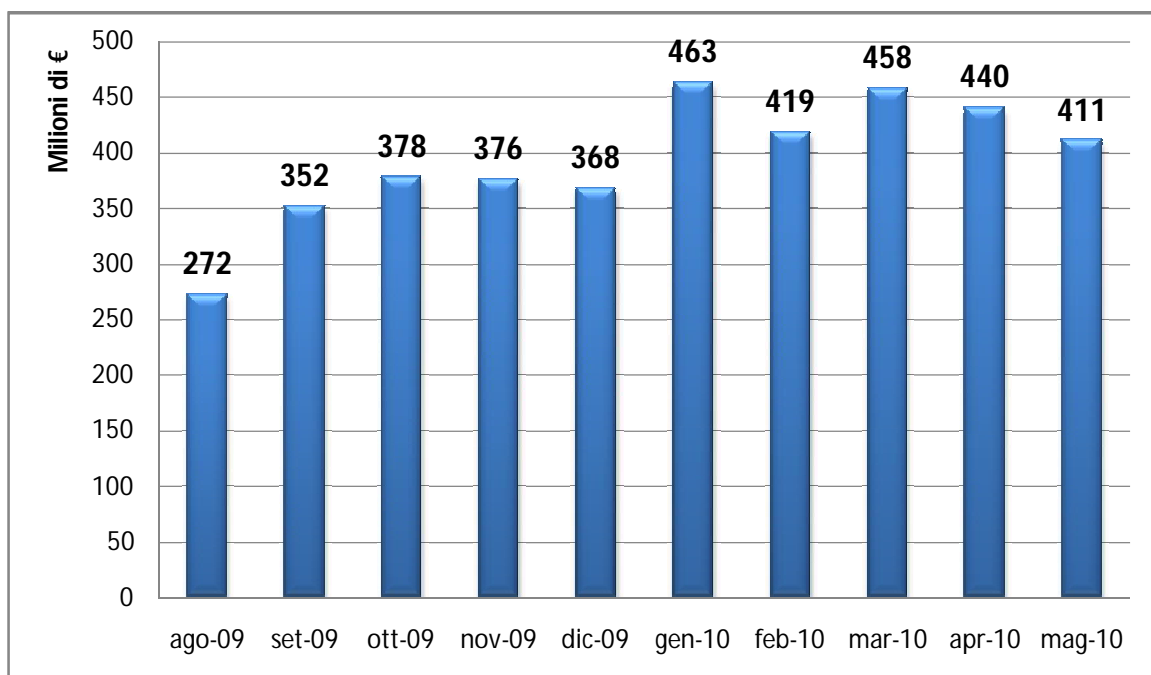


Figura 2.9 - Raccolta mensile tra agosto 2009 e maggio 2010 (fonte: AAMS)

In generale, ancora una volta, si conferma l'orientamento delle preferenze del pubblico sulle due categorie più popolari (giochi di abilità e scommesse sportive), che insieme rappresentano, a maggio, ben il 93,4% della raccolta a distanza e che meglio si prestano alla fruizione online. Per le restanti categorie, che conseguono complessivamente il 6,6%, continua a prevalere invece l'abitudine alla fruizione fisica, con l'eccezione del bingo che sembra avere la potenzialità di essere popolare sia online che nelle sale.

In base ai dati sulla raccolta suddivisi per le diverse tipologie di gioco, risulta evidente la predominanza degli skill games (in pratica il poker online) nel contributo dato alla raccolta totale, con una quota di mercato del 64,2% nei primi 5 mesi del 2010. Al secondo posto troviamo le scommesse sportive con il 29,89% e a seguire i giochi rimanenti, con bingo e scommesse ippiche ad avere un leggero vantaggio rispetto ai Gratta & Vinci. Quasi nullo l'apporto dato alla raccolta da SuperEnalotto, Win for Life e giochi a totalizzatore. Tuttavia è opportuno ricordare che il SuperEnalotto è operativo dal luglio 2009, il bingo da fine dicembre 2009 e il Win for Life soltanto dal 30 marzo 2010.

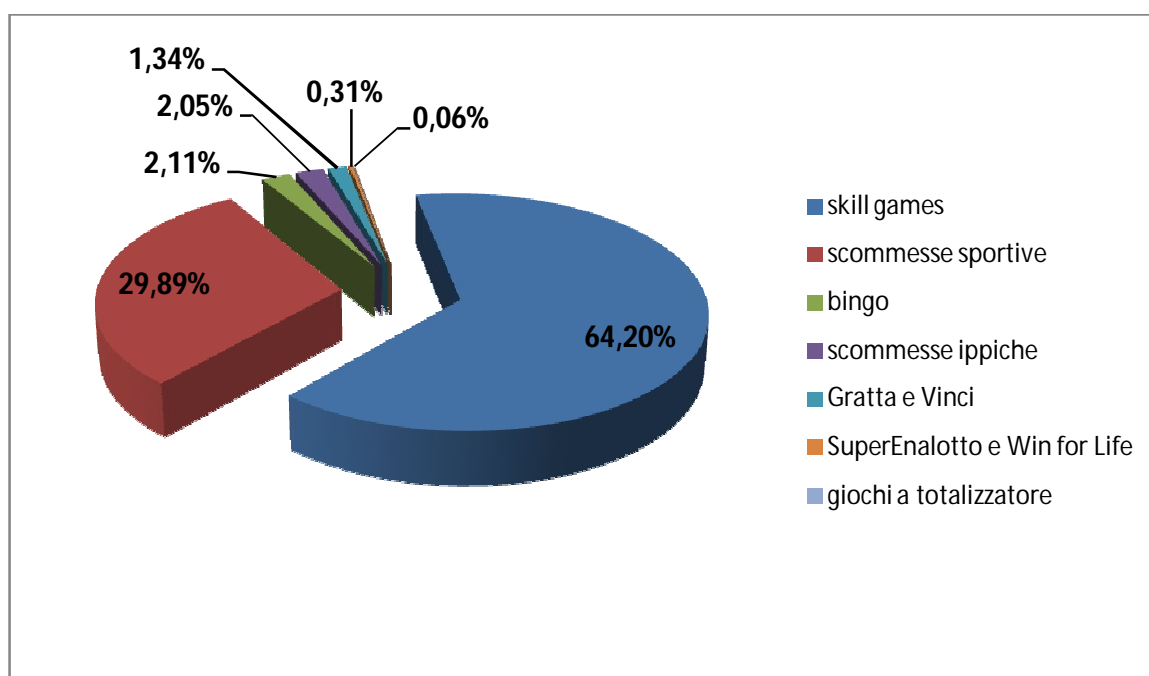


Figura 2.10 – Quote di mercato nel periodo gennaio-maggio 2010 dei prodotti di gambling online (fonte: AAMS)

2.5.2.1.1 Poker online

La rapida diffusione del poker online, la cui quota di mercato come visto in precedenza costituisce gran parte della raccolta totale nel settore del gambling su canale telematico, è senz'altro il fenomeno più interessante da analizzare: l'offerta attuale di poker online sul mercato italiano sarà oggetto della nostra analisi empirica.

È fondamentale ricordare in che modo la quota pagata dal giocatore iscritto a un torneo di poker viene ripartita tra montepremi e ricavo per l'operatore: tipicamente la quota montepremi si aggira intorno al 85-90% e va a formare il montepremi destinato ai giocatori che si piazzano nelle posizioni vincenti, mentre una piccola parte della quota rappresenta la commissione (*rake*) che il giocatore paga alla poker room che eroga il servizio. Inoltre, come stabilito dal decreto legislativo visto in precedenza, il 3% del costo di iscrizione costituisce l'imposta unica e finisce nelle casse dell'erario.

Va sottolineato inoltre che ogni poker room è solita erogare dei bonus ai propri giocatori, i quali influenzano pesantemente la raccolta in quanto generano un ricircolo di flussi di denaro che non porta nulla nelle casse dell'operatore. D'altro canto, i bonus sono una delle principali leve di marketing che gli operatori possono utilizzare per attrarre il maggior numero di clienti. I bonus vengono concessi ai giocatori tipicamente secondo tre principali modalità:

- **rakeback**: con questo termine si indica una percentuale di rake che viene restituita ai giocatori, il cui valore è solitamente definito dal Vip Program della poker room, un sistema a punti che premia i giocatori più assidui e incentiva il gioco riducendo di fatto l'impatto del rake sui costi di iscrizione ai tornei;
- **classifiche**: molte poker room erogano dei bonus ai giocatori meglio piazzati in classifiche settimanali, mensili e/o annuali che comprendono i risultati conseguiti in diverse categorie di tornei;
- **bonus sul deposito**: si tratta di bonus erogati al giocatore che effettua il suo primo deposito sul conto gioco, oppure anche altri depositi successivi (secondo le modalità definite dall'operatore).

Il poker online, al suo debutto sul mercato italiano nel settembre 2008 con la partenza di Gioco Digitale e del network di Microgame, ha cominciato con una raccolta di 18,1 milioni di euro, valore cresciuto vertiginosamente nei mesi successivi fino a chiudere l'anno solare con una raccolta totale di 242,4 milioni di euro in soli 4 mesi.

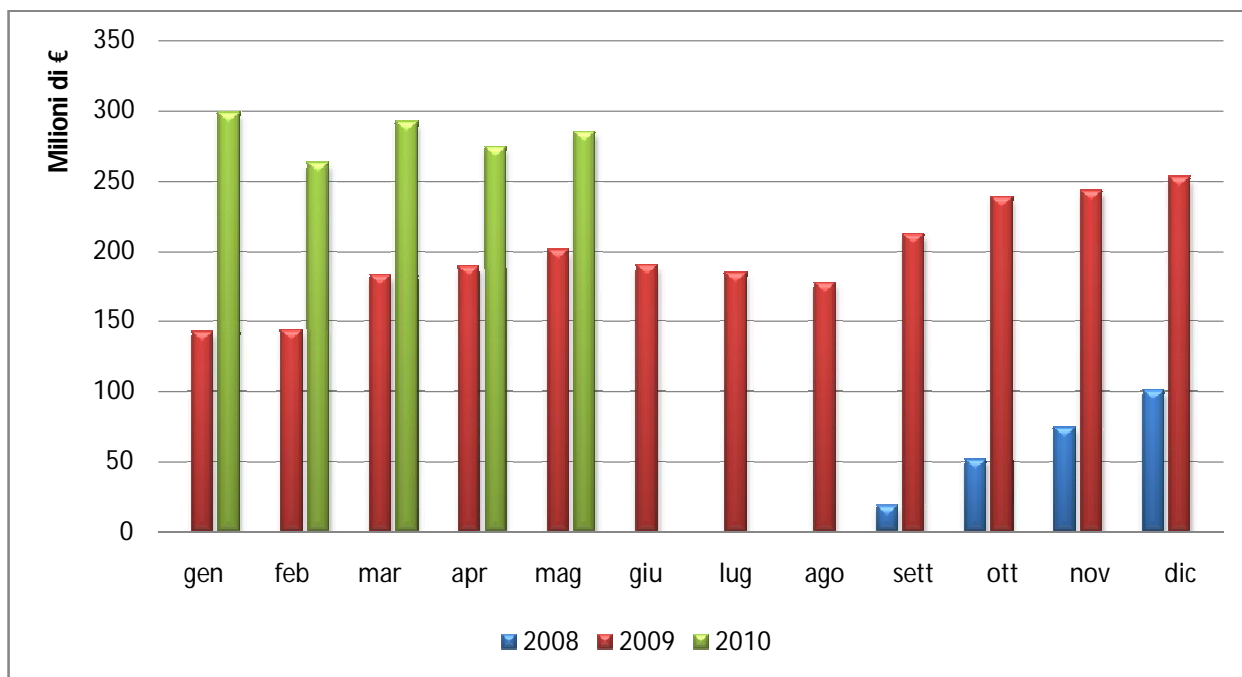


Figura 2.11 – Raccolta mensile del poker online dal suo debutto in Italia ad oggi (fonte: AAMS)

La crescita è andata avanti a tassi molto alti, come già visto in precedenza, lungo tutto l’arco del 2009, eccezion fatta per il trimestre giugno luglio agosto che ha visto la prima flessione, dovuta principalmente all’arrivo dell’estate; infatti da settembre la crescita riprende a ritmi molto alti, in particolar modo fino a toccare quota 298 milioni di euro nel mese di gennaio 2010, che al momento rimane la raccolta record: un aumento del 18% rispetto alla già alta raccolta di dicembre 2009, pari a 251 milioni di euro.

Il leader in termini di quote di mercato è Microgame, che con il suo network ha raggiunto una quota del 27%; secondo posto per Gioco Digitale con il 23% (che detiene il primato per la raccolta dal 2008 ad oggi) e a seguire Lottomatica e Pokerstars, rispettivamente con il 14% e il 12%.

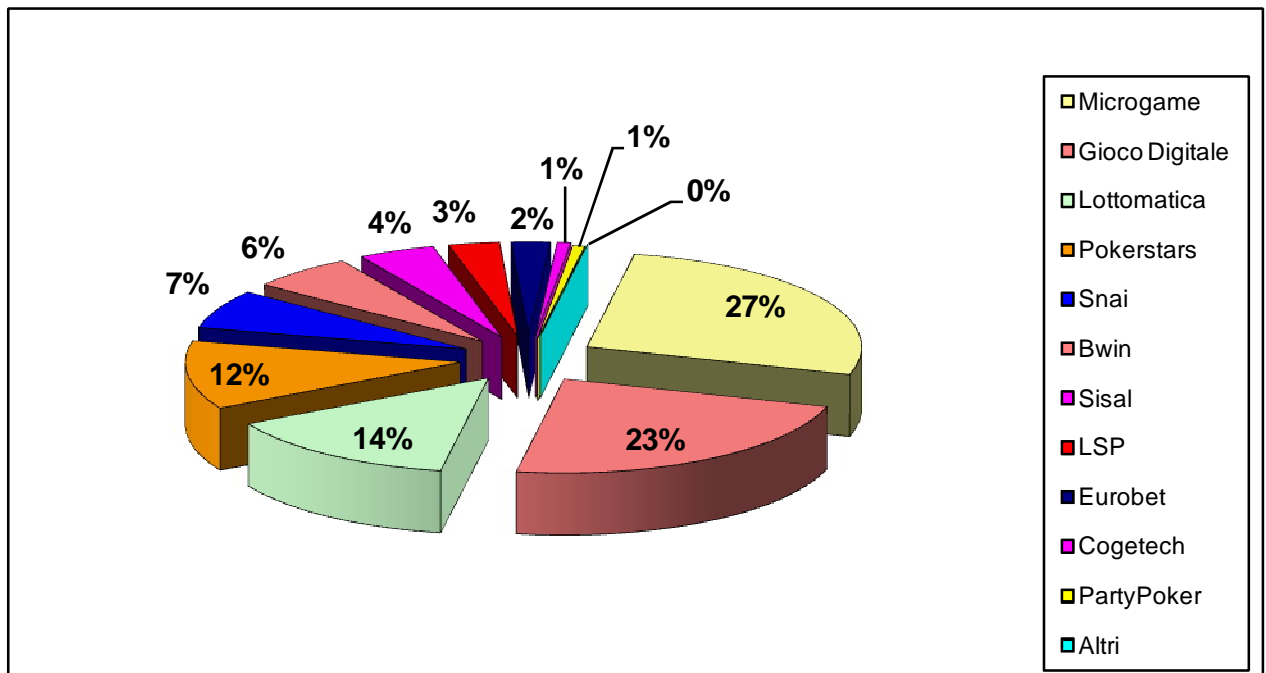


Figura 2.12 – Quote di mercato operatori poker online alla fine del 2009 (fonte: AAMS)

È interessante visualizzare l'andamento dei principali operatori del mercato. Inizialmente vi sono due operatori attivi, Gioco Digitale e Microgame, che grazie alla loro tempestività si ritrovano ad essere gli unici due operatori sul mercato per i primi mesi di attività, da settembre novembre-dicembre 2008, quando fanno il loro ingresso Snai, Bwin e Sisal, ma senza tuttavia riuscire a conquistare una fetta importante del mercato.

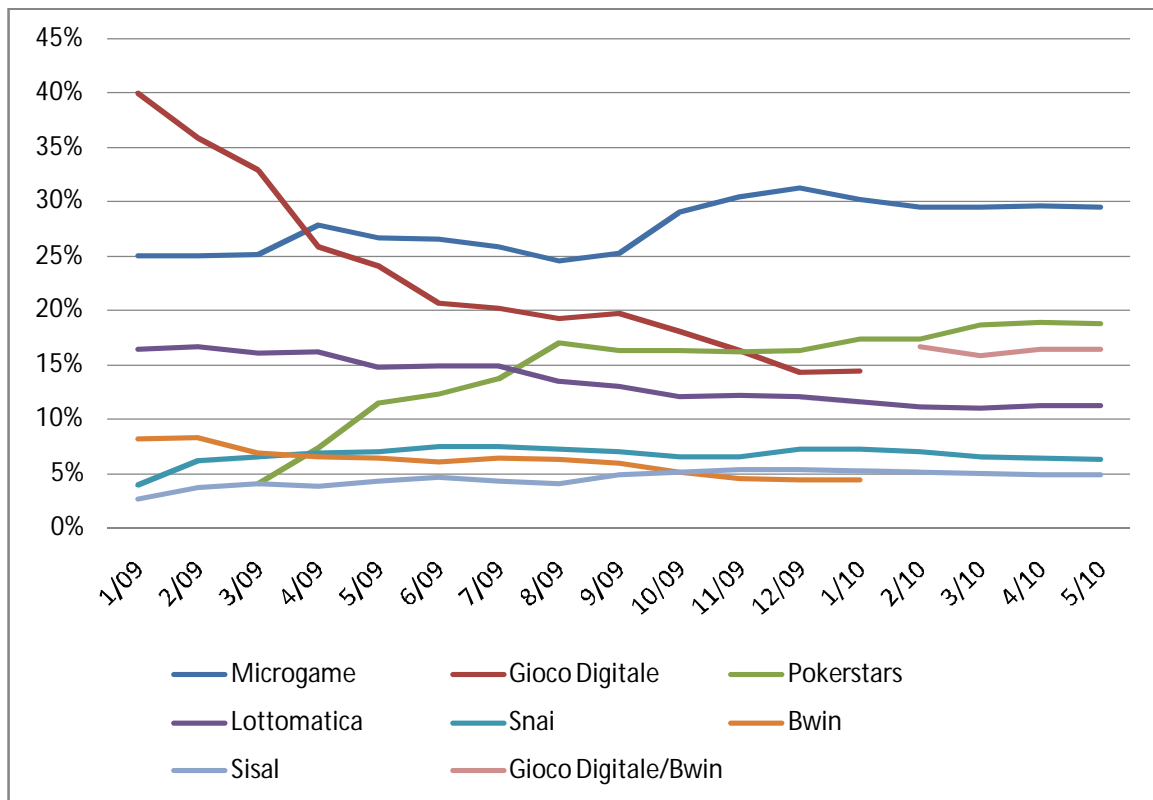


Figura 2.13 – Andamento quote di mercato mensili dei principali operatori (fonte: Jamma.it)

Dal grafico risulta evidente l'evoluzione della posizione di Gioco Digitale, da leader assoluta del mercato nelle prime fasi fino ad essere superata da Microgame e in seguito anche da Pokerstars, protagonista di una rapida ascesa. Nel settembre 2009 Bwin ha ufficializzato l'acquisto di Gioco Digitale, a fronte del pagamento di 50 milioni di euro in cash e 2,3 milioni in azioni di Bwin: l'obiettivo di Bwin è quello di conquistare una posizione di leader nel mercato dei giochi online in Italia, proponendo un'ampia offerta comprendente scommesse sportive e poker online sfruttando la forza del brand Gioco Digitale per il poker e la forza del brand Bwin per le scommesse sportive.

Microgame dal canto suo ha potuto contare sulla vastezza del suo network: esso ad oggi conta ben 94 piccoli operatori che usufruiscono della piattaforma di per il poker. Questo ha permesso a Microgame di mantenere nel tempo una buona quota di mercato, sino a confermarsi leader indiscusso del settore.

La rapida ascesa di Pokerstars, nonostante il ritardo con cui la società è entrata nel mercato rispetto ad altri operatori, è dovuta alla sua grande esperienza come leader mondiale nel poker online, unitamente ai grossi sforzi di marketing effettuati in Italia: questo ha permesso a Pokerstars di guadagnare quote di mercato molto rapidamente, diventare il terzo player nel giro

di 9 mesi e il secondo nel giro di un anno, nonostante proponga un'offerta focalizzata unicamente sul poker.

Nel grafico successivo viene visualizzato l'andamento della raccolta relativa agli skill games giorno dopo giorno, sin dal loro avvio. Nell'ultimo mese considerato, maggio 2010, la raccolta si è mantenuta su livelli elevati, raggiungendo il terzo valore più alto nella storia di questi giochi: quasi 284 milioni di euro.

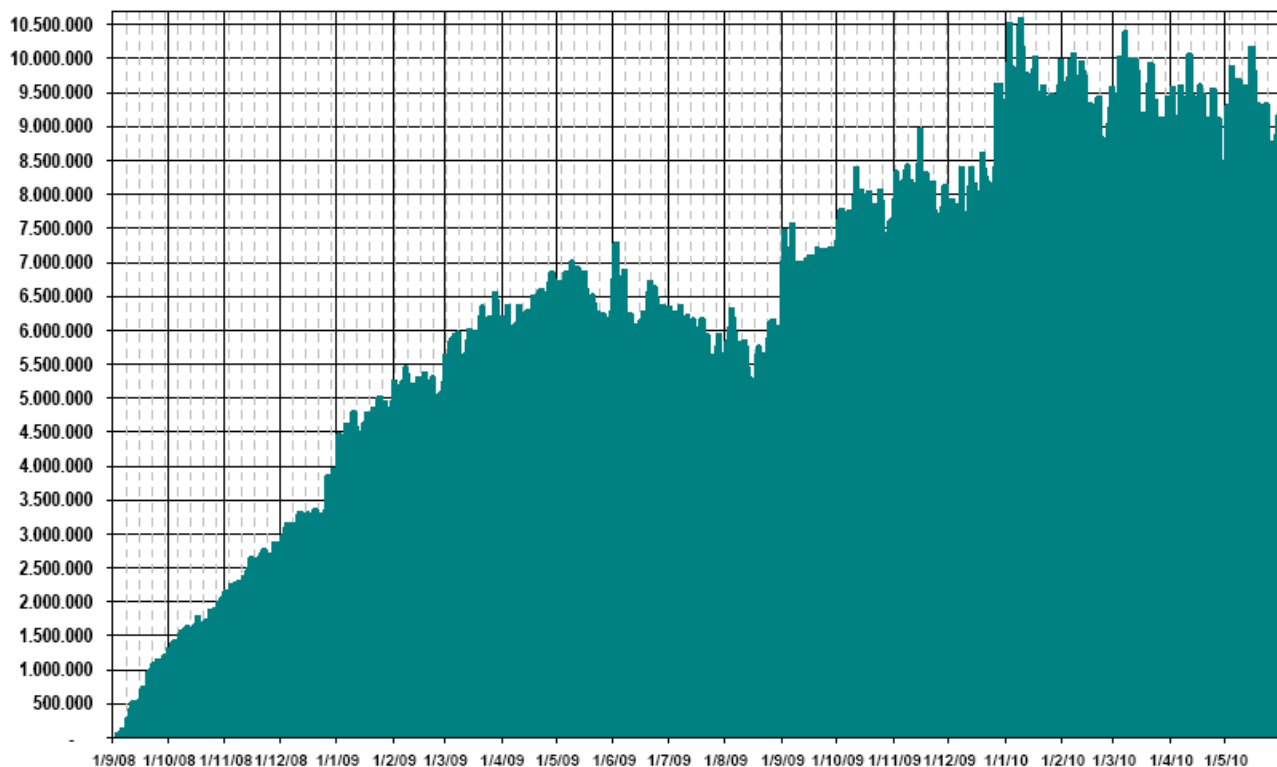


Figura 2.14 – Andamento della raccolta giornaliera dal primo giorno di poker online in Italia (fonte: AAMS)

Il grafico 2.15 mostra invece l'andamento della raccolta mensile in parallelo con la media giornaliera.

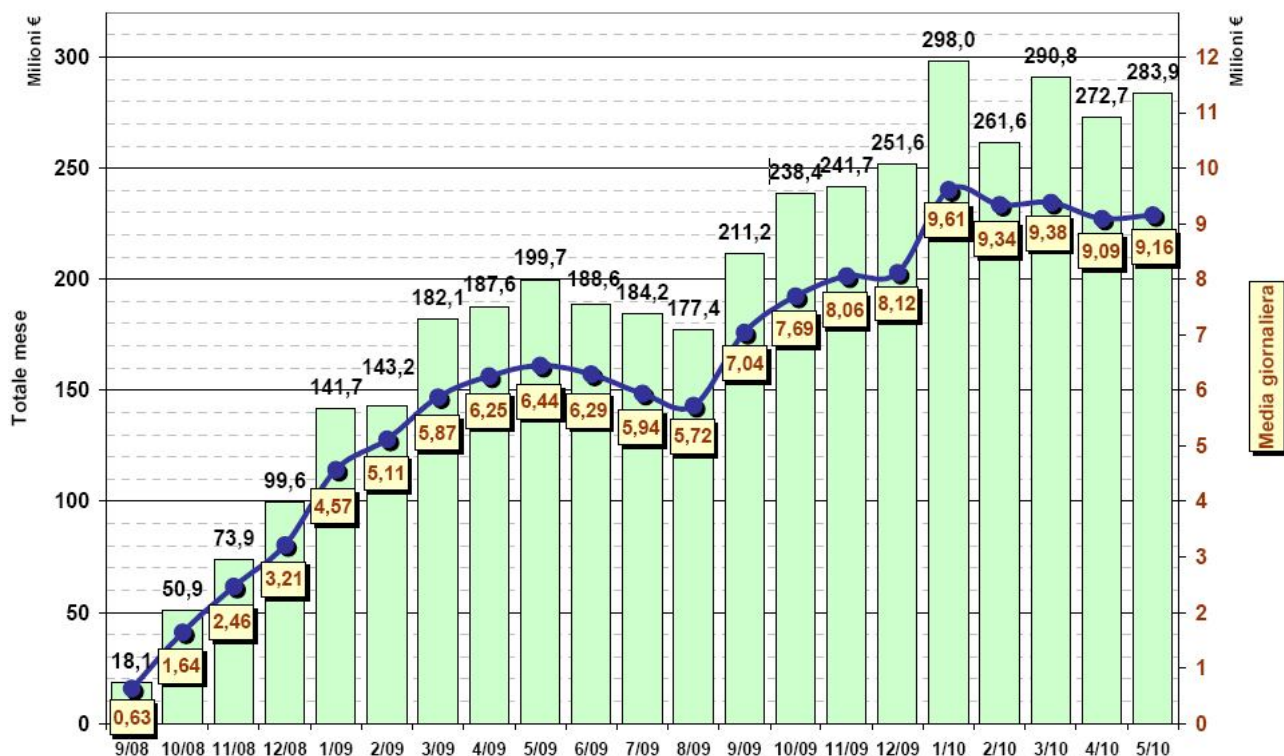


Figura 2.15 – Andamento della raccolta mensile e media giornaliera di poker online in Italia (fonte: AAMS)

Il grafico 2.16 mostra un dato interessante: il trend del valore medio della quota di iscrizione pagata dai giocatori: si evince che questo dato è in una fase discendente. Ciò significa che, a fronte di una diminuzione progressiva della quota di iscrizione media pagata dai giocatori, corrisponde un aumento del numero di tornei a basso buy-in giocati. Questo dato potrebbe sicuramente influire sui palinsesti di tornei offerti dalle poker room.

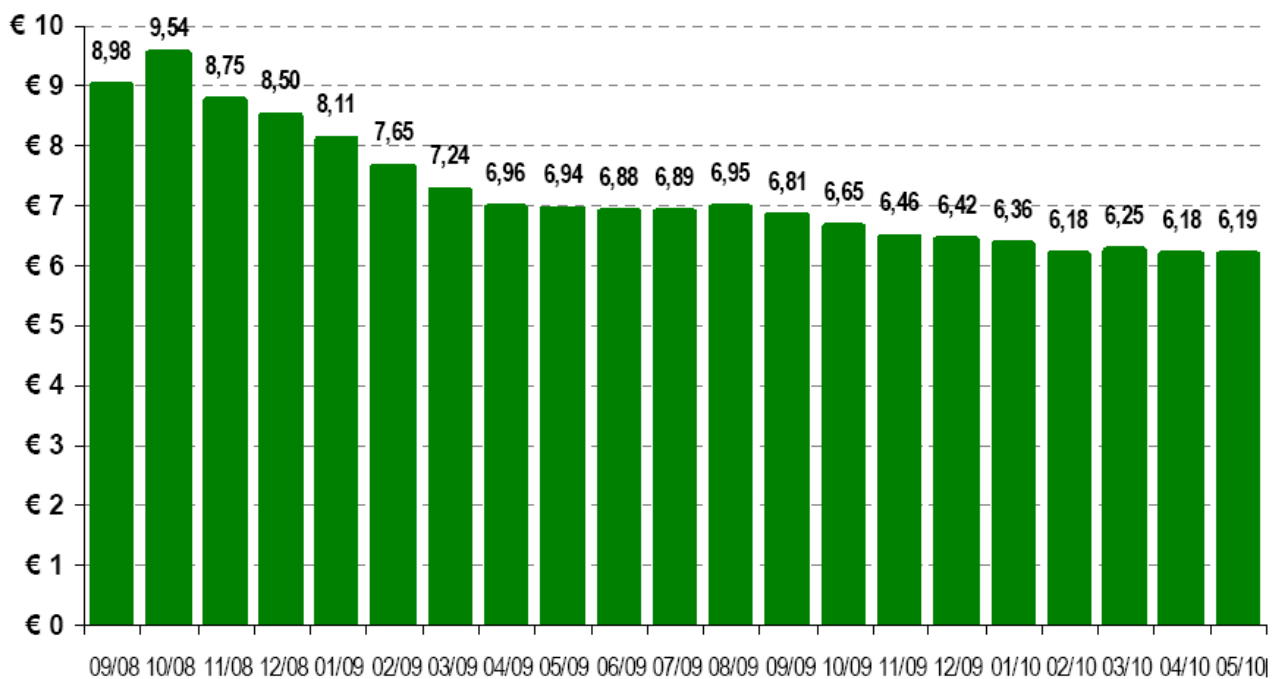


Figura 2.16 – Andamento del valore medio della quota di iscrizione pagata dai clienti (fonte: AAMS)

2.5.2.1.2 Scommesse sportive

La raccolta relativa alle scommesse online risulta complessivamente in crescita, anche se con tassi non così alti come nel caso degli skill games: la crescita più significativa è avvenuta tra il 2007 e il 2008, con un incremento del 64,5%. Il 2010 risulta in crescita rispetto al 2009, anche se con un tasso più moderato.

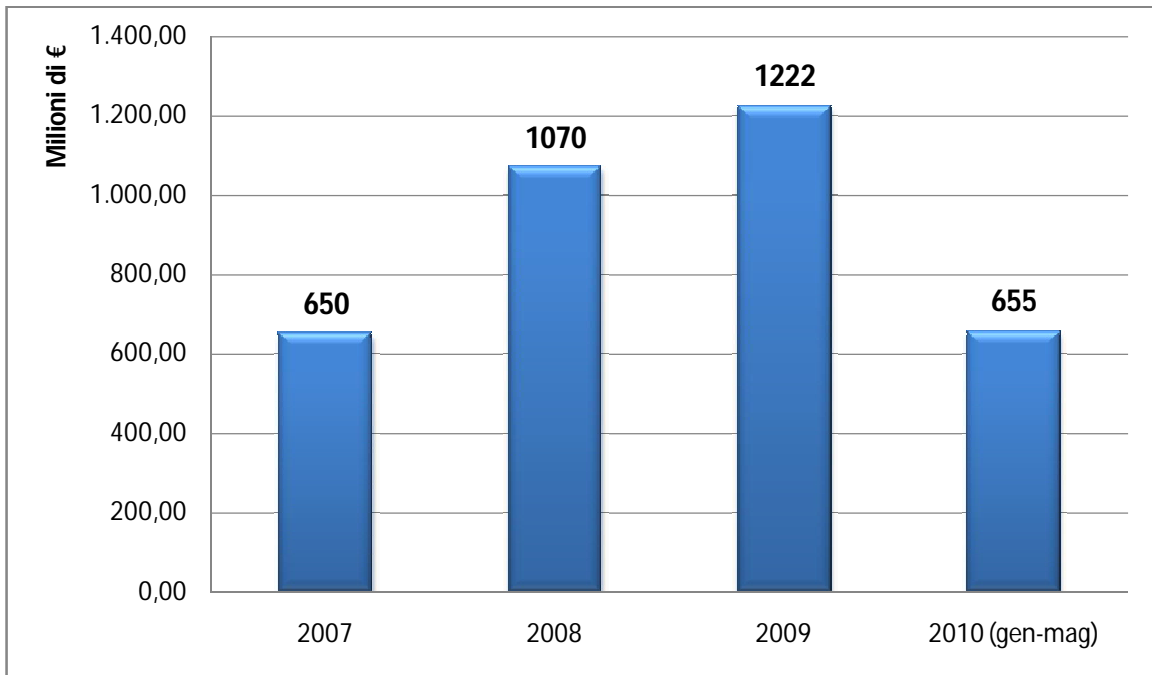


Figura 2.17 – Raccolta delle scommesse sportive online (fonte: AAMS)

Visualizziamo nel grafico successivo l'andamento della raccolta dal 2008 ad oggi (maggio 2010). Si può notare come la raccolta delle scommesse presenti un calo vistoso nei mesi estivi, dovuto principalmente alla pausa delle competizioni calcistiche, oggetto di circa il 90% delle scommesse sportive. L'incidenza del calcio sulla raccolta delle scommesse sportive è dunque enorme; seguono il tennis con poco più del 4% e il basket con il 2,5% circa.

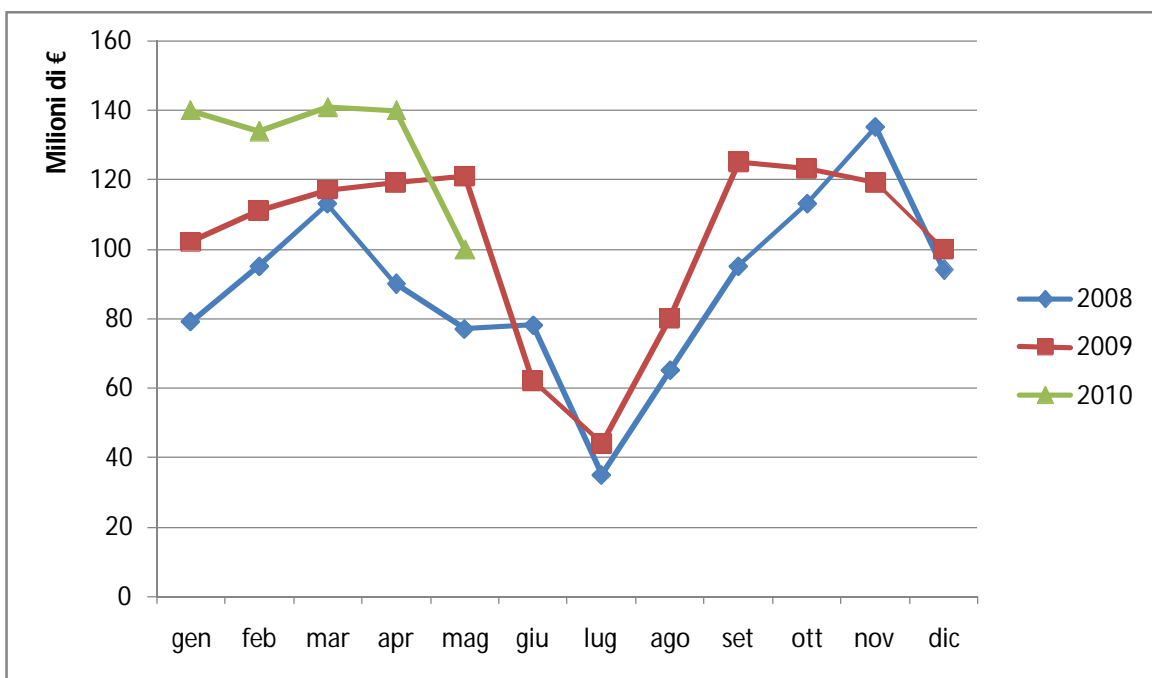


Figura 2.18 – Andamento raccolta delle scommesse online da gennaio 2008 a marzo 2010 (fonte: AAMS)

Per quanto riguarda l'incidenza del canale online rispetto a quello fisico, possiamo visualizzare le quote del canale telematico nel biennio 2008-2009, includendo anche i primi 5 mesi del 2010. Notiamo una crescita del canale online tra il 2008 e il 2009, seguita però da una tendenza negativa nei primi mesi del 2010: questo è dovuto principalmente al calo della raccolta registrato nel mese di maggio 2010: 100 milioni di euro contro i 121 milioni di marzo 2009, per un calo del 17,4% in netto contrasto con la tendenza del mese precedente, che ha fatto invece registrare un aumento del 17,7% rispetto ad aprile 2009.

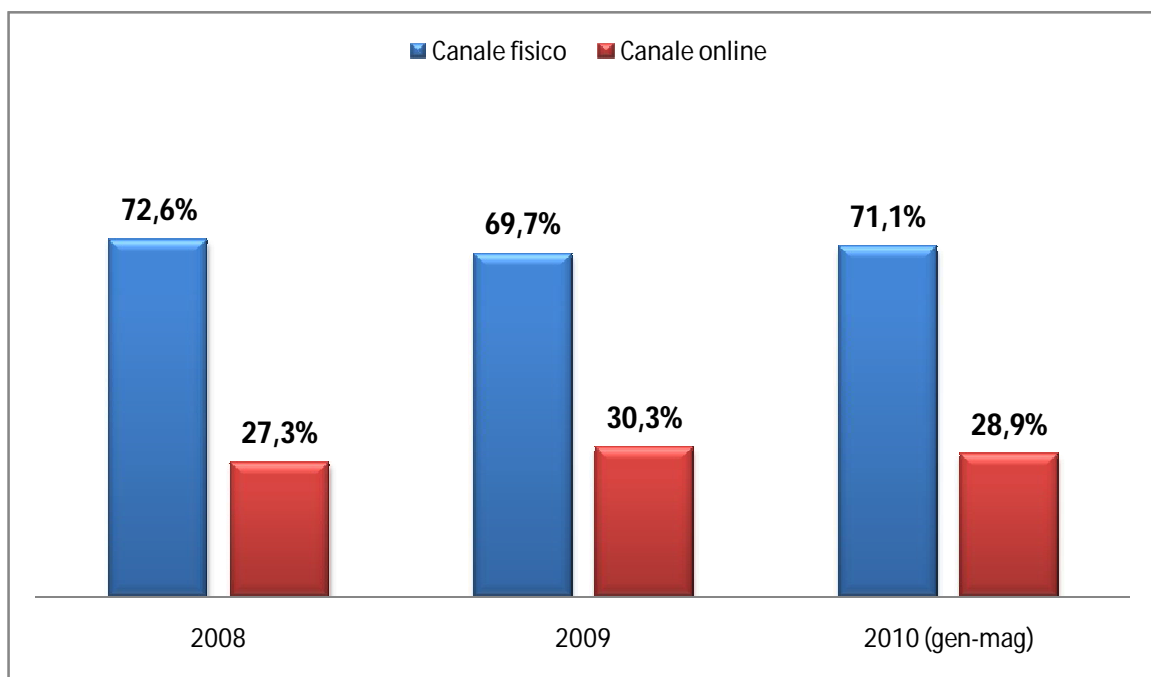


Figura 2.19 – Quote di mercato dei due canali dal 2008 a maggio 2010 (fonte: AAMS)

Il grafico successivo mostra invece le quote di mercato nel mese di marzo 2010 suddivise per operatore, sempre in base alla raccolta.

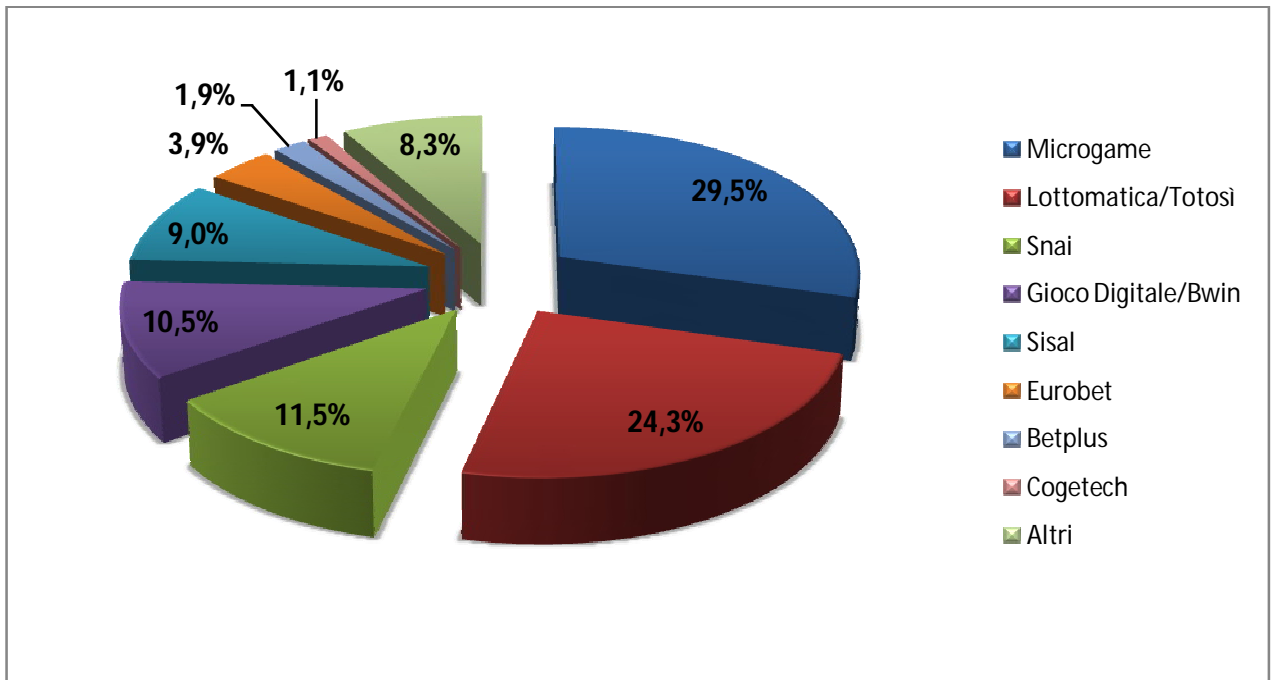


Figura 2.20 – Quote di mercato dei principali operatori sul canale online nel mese di marzo 2010 (fonte: Jamma.it)

Il settore online è controllato principalmente da Microgame e Lottomatica, che insieme detengono oltre il 50% della quota del mercato. Nel settore complessivo delle scommesse sportive (online più fisico) è Snai a farla da padrone, con quasi il 35% della quota totale.

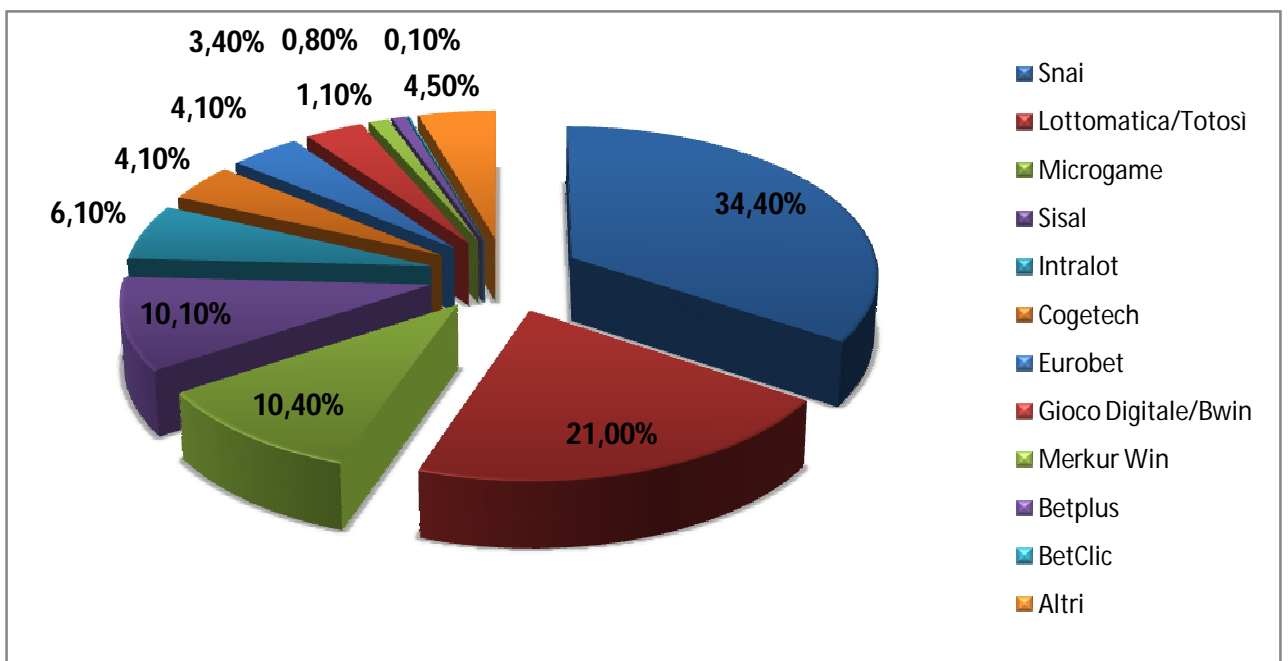


Figura 2.21 – Quote di mercato globali (online più fisico) dei principali operatori nel mese di marzo 2010 (fonte: Jamma.it)

2.5.2.2 Entrate erariali

La generazione di entrate per lo Stato è direttamente proporzionale all'aumento della raccolta in ogni tipologia di gioco. Utilizziamo i dati del report "Gioco On Line: è Boom. Tra innovazione e regolamentazione" dell'Osservatorio Gioco Online Politecnico di Milano, disponibili per il periodo compreso tra gennaio 2008 e il primo trimestre del 2010.

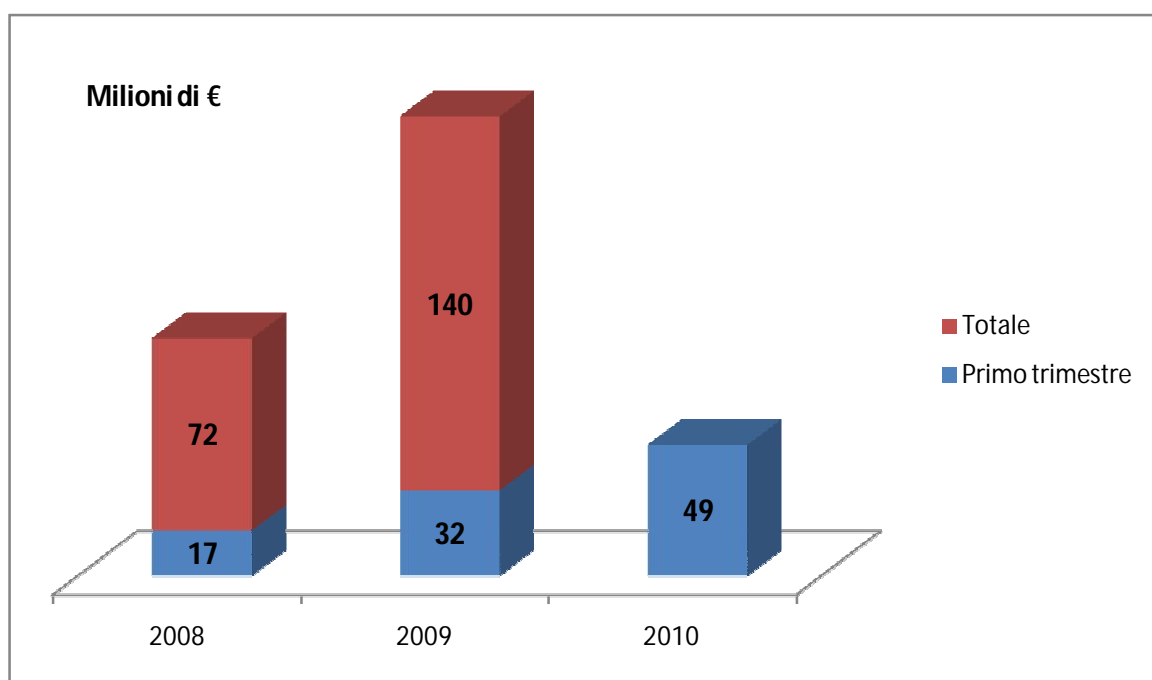


Figura 2.22 – Entrate erariali nel settore del gambling online (fonte: Osservatorio Gioco Online Politecnico di Milano, AAMS, Sogei)

Si osserva un'entrata erariale complessiva pari a 140 milioni di euro nel 2009 con una crescita del 94% rispetto al 2008: si considerano in questa cifra anche le quote destinate a Unire (Unione Nazionale Incremento Razze Equine), AAMS e Istituto Credito Sportivo. L'incremento registrato nelle entrate erariali non è paragonabile a quello della raccolta (circa la metà) per via del basso prelievo fiscale attuato sui giochi protagonisti della rapidissima crescita della raccolta: nel caso degli skill games è pari al 3% e inoltre il prelievo medio sulle scommesse sportive è sceso da oltre il 3% a poco più del 2,5%. Ad un abbassamento dell'aliquota fiscale corrisponde dunque un incremento dei volumi di gioco.

È interessante osservare in che misura ognuna delle diverse tipologie di gioco influisce sulle entrate erariali.

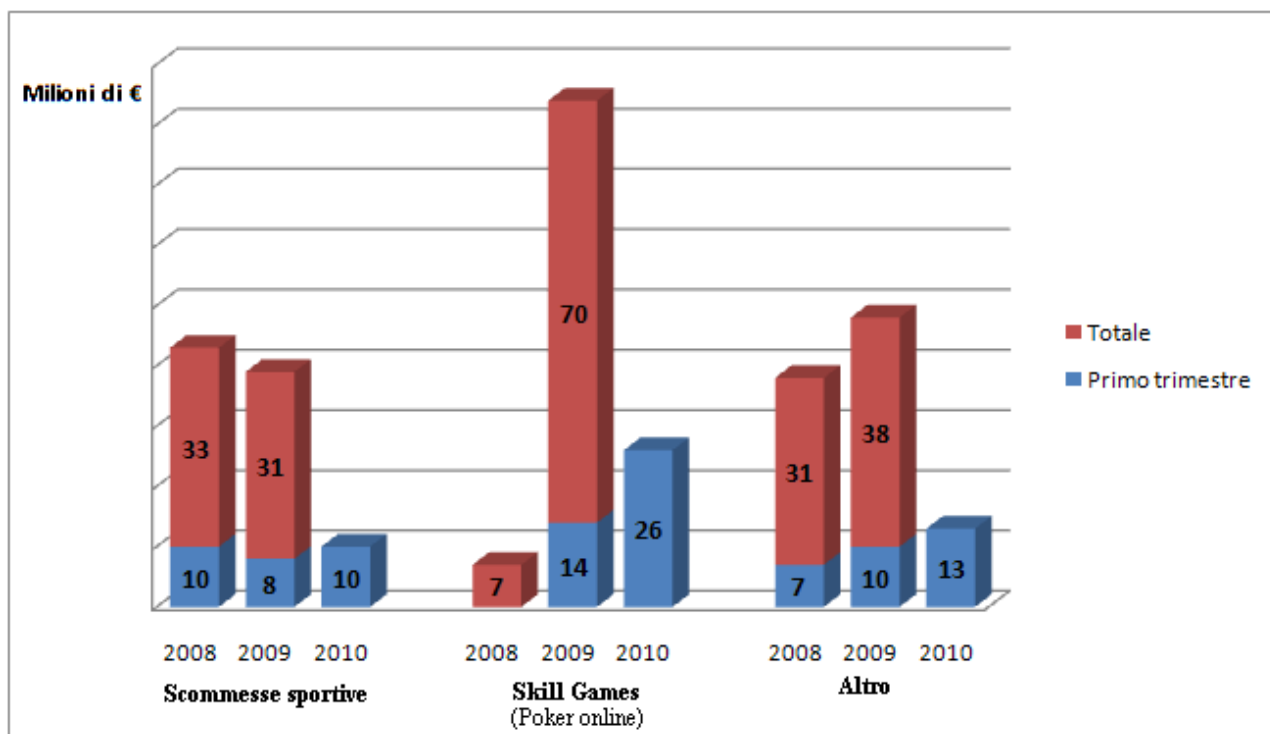


Figura 2.23 – Entrate erariali suddivise per tipologia di gioco (fonte: Osservatorio Gioco Online Politecnico di Milano, AAMS, Sogei)

Si osserva come, a causa dell'abbassamento dell'aliquota fiscale, le entrate erariali dovute alle scommesse sportive siano diminuite nonostante l'aumento della raccolta e come gli skill games siano la tipologia di gioco che più in assoluto contribuisce al prelievo erariale, nonostante la loro bassa imposta. Notiamo in particolar modo che nel primo trimestre del 2010 le entrate erariali dovute al poker online, pari a 26 milioni di euro, costituiscono il 53% delle entrate totali garantite da tutto il settore del gambling online, pari a 49 milioni di euro.

Dal grafico 2.24 si può osservare la composizione delle altre tipologie di gioco in termini di entrate erariali. Seppur in misura minoritaria rispetto a skill games e scommesse sportive, esse possono contare su un prelievo fiscale più altro, dovuto principalmente alla bassissima frequenza con cui avvengono le vincite. Nei primi tre mesi del 2010 si sono aggiunti a questa categoria due nuovi prodotti, che hanno avuto impatto limitato o nullo nel 2009: il SuperEnalotto e il Bingo.

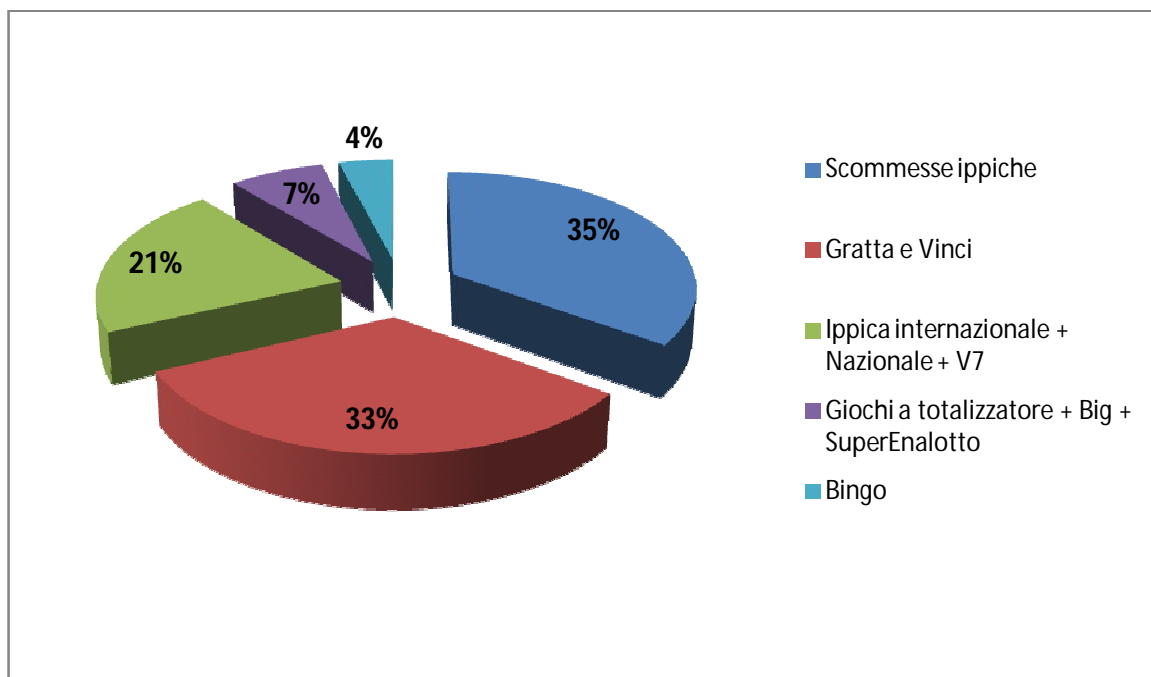


Figura 2.24 – Incidenza sulle entrate erariali delle diverse tipologie di gioco, esclusi skill games e scommesse sportive (fonte: Osservatorio Gioco Online Politecnico di Milano, AAMS, Sogei)

2.5.2.3 Trend futuri

Le analisi sopra riportate mostrano un settore che certamente sta attraversando un settore di forte crescita, in maggioranza dovuta al costante aumento di popolarità degli skill games, nel caso particolare del poker online. Ma dopo la riformulazione della normativa alla base (decreto Bersani) quali potrebbero essere altri fattori determinanti per ulteriori evoluzioni significative di questo scenario?

Abbiamo già discusso precedentemente delle possibili novità legate ai cambiamenti della normativa attuale, in particolar modo per quanto riguarda l'introduzione di nuovi giochi e la liquidità condivisa fra paesi diversi, per cui adesso vediamo come potrebbe cambiare il contesto competitivo con l'ingresso di nuovi operatori.

Suddividiamo i possibili nuovi operatori in due principali categorie:

- *player italiani provenienti da settori adiacenti.* Dal momento che fino ad ora il mercato del gambling online si è popolato quasi esclusivamente di operatori nati nel mondo del gioco, è lecito attendersi l'ingresso nel settore di nuovi player provenienti da settori affini al mondo del gambling quali ad esempio Web company, operatori Telco, Mobile Content e Service Provider. Questi operatori possono contare su alcune caratteristiche

che si sono rivelate essere alla base del successo nel settore del gambling, come ad esempio la tecnologia, la comunicazione, la rete fisica e la community (intesa come potenziale customer base convertibile in giocatori. Alcuni possono già contare anche su un brand già affermato sul mercato consumer: è il caso di Virgin che ha già effettuato il suo ingresso nel mondo del poker online.

- *nuovi player provenienti dall'estero*. Ricollegandosi a quanto detto precedentemente a proposito dell'evoluzione della normativa e del lancio di nuovi giochi (soprattutto poker cash e casinò online), è prevedibile l'arrivo sul mercato italiano di nuovi operatori stranieri, già affermati sul mercato internazionale e che possono contare su notevoli competenze di prodotto e piattaforme tecnologiche collaudate.

Rimane da vedere come l'ingresso di questi nuovi operatori condizionerà la profittabilità di quelli già esistenti: di sicuro questo fenomeno avrà come conseguenza lo sviluppo dell'offerta e delle strategie competitive. In particolar modo è prevedibile l'evoluzione dei seguenti elementi:

- la *customer experience* complessiva offerta all'utente, principalmente attraverso il miglioramento dell'interfaccia tecnologica;
- la dimensione *interattiva*, per sviluppare maggiormente il senso di community;
- lo *sviluppo* di nuovi giochi e l'*ampliamento* del palinsesto di giochi offerti, sia in direzione dei nuovi giochi previsti dalla normativa (come casinò games e poker cash), sia in direzione di giochi volti al divertimento e all'intrattenimento più che al gambling vero e proprio. Nell'attuale offerta di poker online invece è prevedibile l'intenzione da parte degli operatori di ampliare il proprio palinsesto non solo con la già annunciata novità della modalità cash, ma con l'introduzione di fasce di tornei dal costo di iscrizione più elevato (non appena la normativa lo permetterà), potendo così far leva su pay-out più interessanti e maggiori possibilità per i giocatori di qualificarsi a importanti eventi dal vivo.
- l'integrazione dell'offerta in un ambito *multi-canale*, in modo da sfruttare adeguatamente i canali digitali in fase di sviluppo, in particolar modo il Mobile e le Digital Tv.

Sarà interessante vedere in quale misura i diversi operatori, in base al loro posizionamento sul mercato, decideranno di far leva su ognuno di questi miglioramenti: ciò non può che far bene alla competizione, allontanando il pericolo di vederla ridotta a una semplice battaglia di "prezzo". Dalla situazione attuale di un'offerta sostanzialmente indifferenziata tra i vari

operatori, si potrebbe passare a una situazione in cui alcuni player si focalizzano su particolari dimensioni del customer value, facendo leva sui propri asset strategici e punti di forza.

2.5.3 Tipologie di giocatori

In questa sezione verranno presentati alcuni dati provenienti dal report “G@me in Italy: indagine sul gioco online in Italia” di Human Highway e Doxa, a proposito della tipologia di giocatore che usufruisce dei prodotti di gambling online. L’obiettivo è definire il profilo del giocatore online attraverso i parametri socio-demografici, le abitudini di gioco e utilizzo del web e gli atteggiamenti nei confronti del gioco (in particolare online).

Si stima che il segmento dei giocatori online (con o senza denaro vero) sia nell’ordine dei due milioni di individui. Sommando a questo numero i circa 620.000 giocatori dormienti e gli individui che si dichiarano interessati (*prospects*) all’attività di gioco online, si arriva a un numero complessivo di 3,3 milioni di persone toccate o vicine al fenomeno del gioco online in Italia.

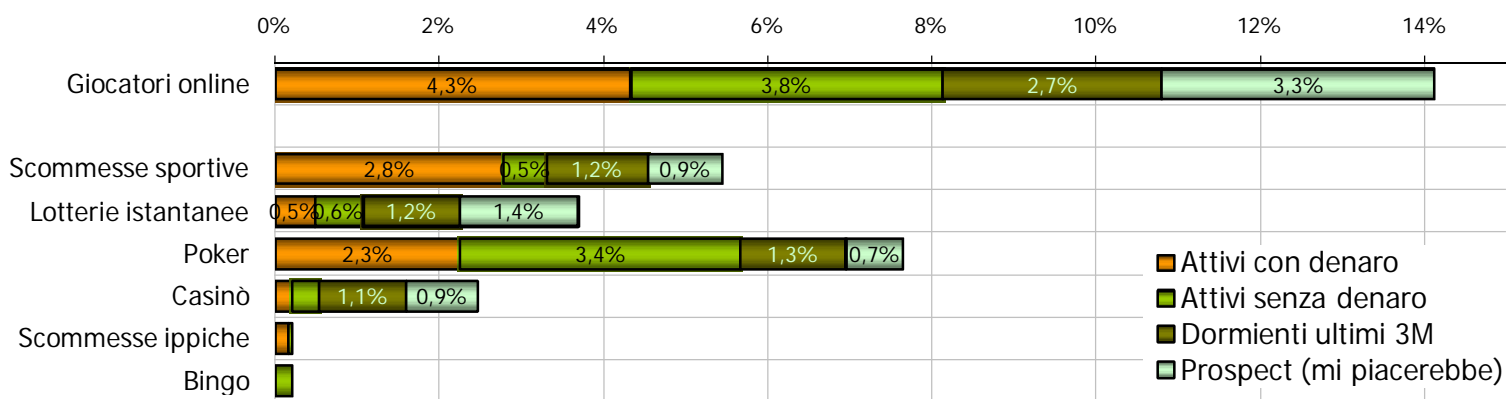


Figura 2.25 – Penetrazione dell’utenza Internet in Italia (fonte: Human Highway e Doxa, report “G@me in Italy”)

Gli individui aventi almeno un conto di gioco aperto sono circa 950.000, tra i quali la ricerca stima 750.000 giocatori attivi negli ultimi tre mesi. Una stima complessiva dei conti di gioco attualmente aperti in Italia, in relazione all’insieme dei giocatori attivi, porta a 1,34 milioni di unità (1,8 conti di gioco per giocatore attivo).

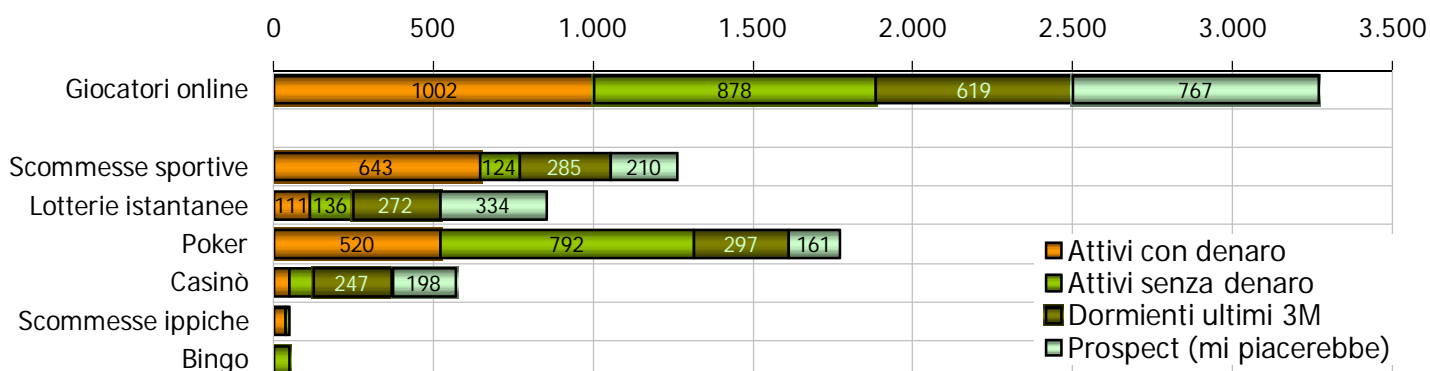


Figura 2.26 – Panoramica su numero e tipologia di giocatori italiani per gioco, dati assoluti (fonte: Human Highway e Doxa, report “G@me in Italy”)

Come era logico attendersi dall’analisi della raccolta svolta nelle sezioni precedenti, nel 2009 il tipo di gioco online più popolare risulta essere il poker (nelle sue numerose varianti, ma principalmente il Texas Hold’em), con 1,3 milioni di giocatori; secondo posto per le scommesse sportive (che nel 2008 erano in testa) con 800.000 giocatori attivi, seguono poi lotterie istantanee con 250.000, casinò online con 60.000 e infine il bingo (ancora troppo pochi giocatori per poter essere dimensionati).

Se consideriamo solamente i giocatori con denaro, il primo posto spetta alle scommesse sportive con 650mila giocatori attivi, seguito dal poker con 520.000. Non si può parlare di insiemi di giocatori completamente disgiunti, in quanto i giocatori online sono parzialmente sovrapposti per attività di gioco. Tuttavia risulta una distinzione abbastanza netta tra i due segmenti, che presentano qualche sovrapposizione ma si possono considerare come diversi e complementari: infatti due scommettitori online su tre giocano solo alle scommesse sportive, mentre due giocatori di poker su tre giocano solo a poker online. Risulta invece più trasversale il segmento delle lotterie istantanee, che si sovrappone all’80% con poker e scommesse sportive.

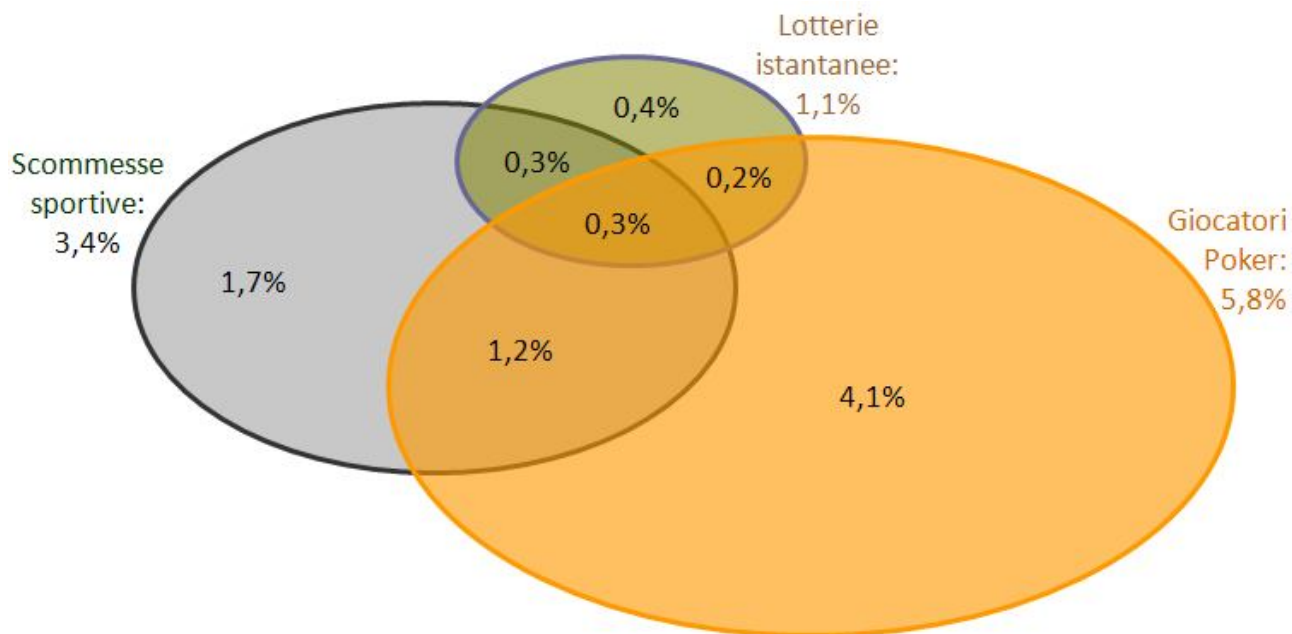


Figura 2.27 – Individuazione e sovrapposizione dei tre target principali (fonte: Human Highway e Doxa, report "G@me in Italy")

Considerando l'insieme dei giocatori con e senza denaro, è possibile osservare una sovrapposizione molto marginale tra i giocatori di poker e gli altri giocatori, mentre il target delle lotterie istantanee è quasi completamente sovrapposto agli altri due.

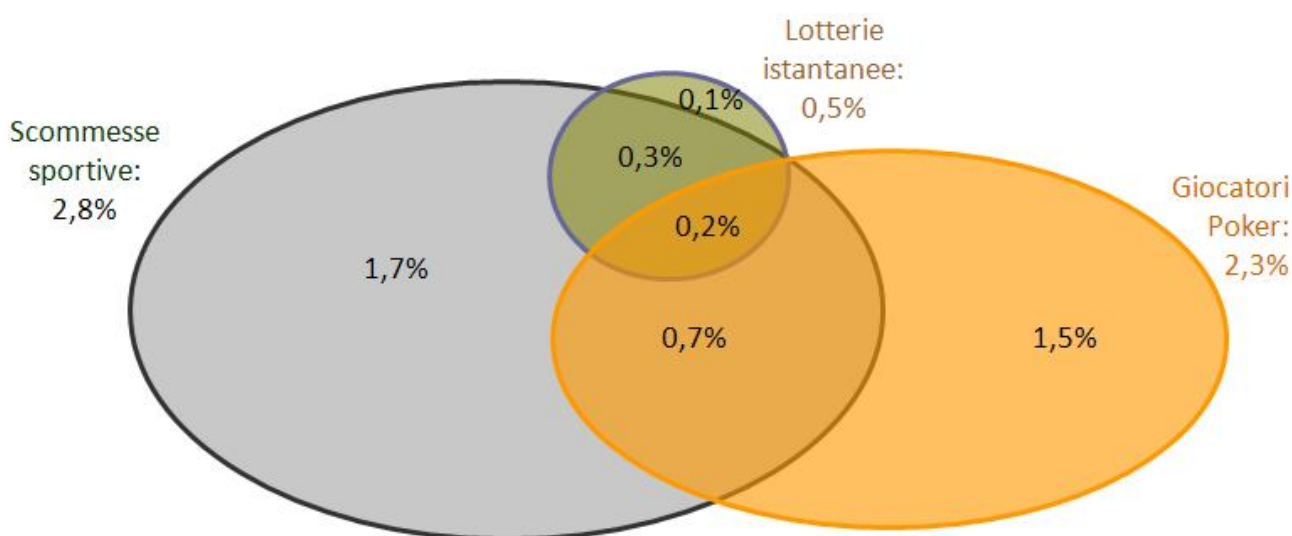


Figura 2.28 – Individuazione e sovrapposizione dei segmenti, giocatori con denaro (fonte: Human Highway e Doxa, report "G@me in Italy")

Considerando invece l'insieme composto dai soli giocatori che dichiarano di giocare con denaro vero, si notano un notevole ridimensionamento del segmento dei giocatori di poker e una crescita del segmento degli scommettitori. Si può considerare il mercato del gioco a soldi come composto da due insiemi disgiunti (giocatori di poker e scommettitori) e un piccolissimo insieme di giocatori di lotterie istantanee completamente sovrapposto agli altri due.

Dei 620.000 giocatori dormienti (fermi nelle attività di gioco da più di tre mesi), la maggior parte risulta appartenente al segmento delle lotterie istantanee, che mostra l'incidenza più elevata di giocatori dormienti. È minore invece l'abbandono da parte dei giocatori di scommesse sportive e poker. Dall'altro lato gli individui potenzialmente interessati al gioco online sono 750.000 e risultano più attratti dalle lotterie istantanee (330.000), dalle scommesse sportive e dai casinò online (200.000) e meno dal poker (160.000).

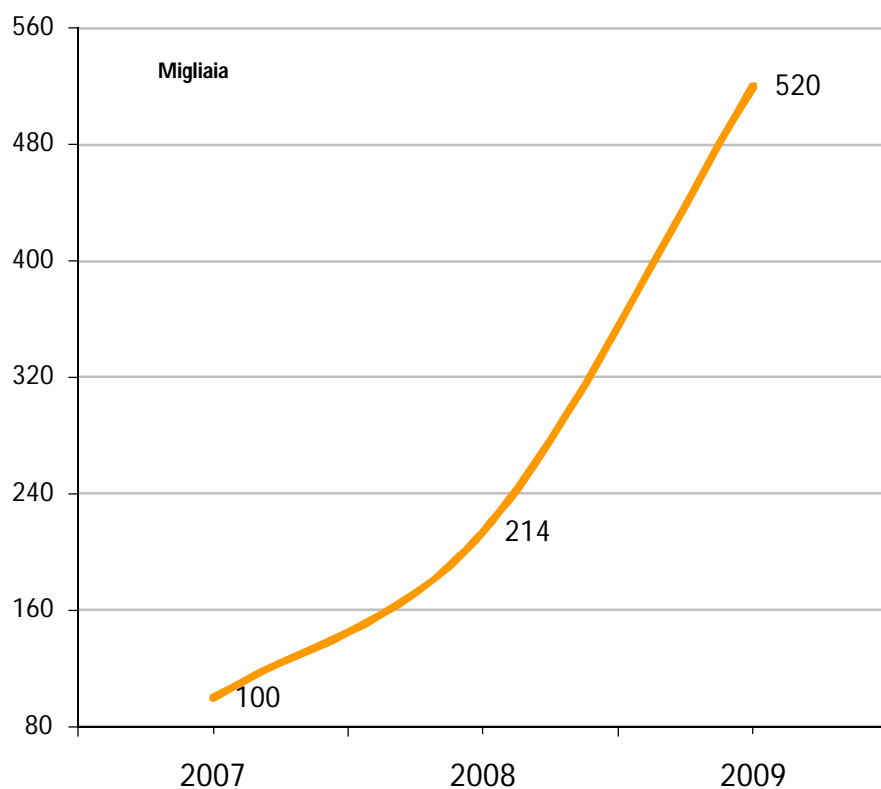


Figura 2.29 - Andamento del numero di giocatori di poker online con denaro (fonte: Human Highway e Doxa, report "G@me in Italy")

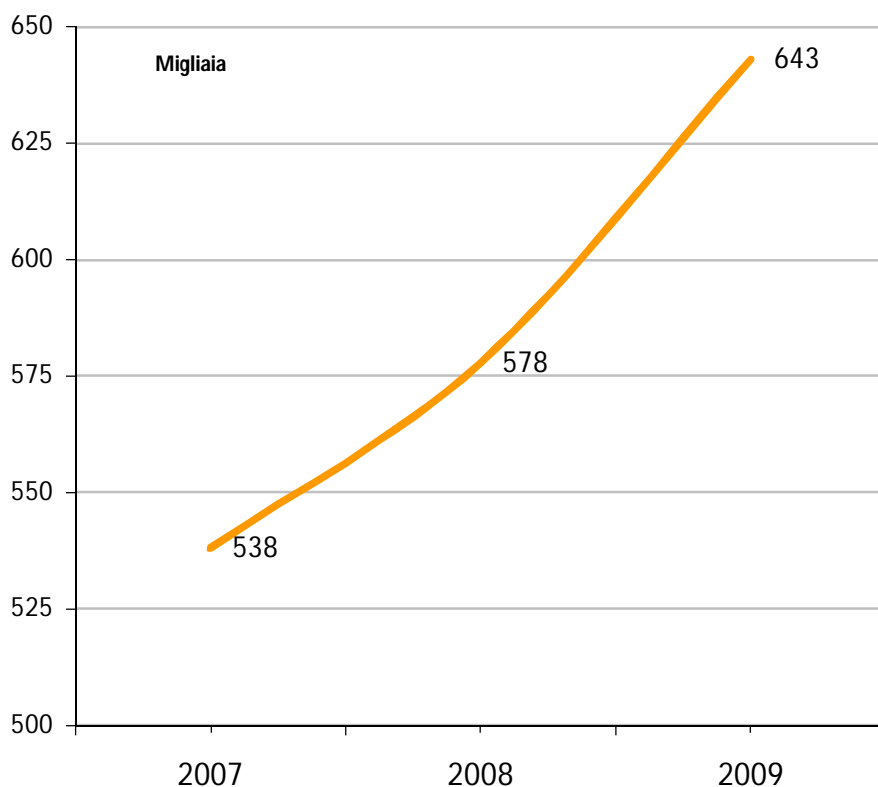


Figura 2.30 – Andamento del numero di giocatori di scommesse sportive (fonte: Human Highway e Doxa, report “G@me in Italy”)

Per quanto riguarda il profilo dei giocatori online, secondo la ricerca di Human Highway e Doxa esso è ben definito da alcuni parametri sociali-demografici e di utilizzo di internet: la chiave di lettura principale che distingue giocatori e non giocatori è data dalle caratteristiche dei giocatori con denaro. Sono essi infatti che tendono ad esaltare le differenze tra il giocatore tipico e il generico utente di internet che non utilizza alcun prodotto legato al gambling online.

Il giocatore online risulta essere tipicamente di sesso maschile e di età compresa tra i 25 e i 34 anni, anche se la crescita del settore sta portando a una maggiore uniformità della distribuzione di età. Vi sono differenze nella concentrazione di giocatori online al variare della latitudine (maggiore nelle regioni meridionali) e della dimensione del nucleo di residenza (maggiore nelle grandi città).

Nel grafico successivo è visualizzata la distribuzione dei giocatori online per sesso e fasce d’età.

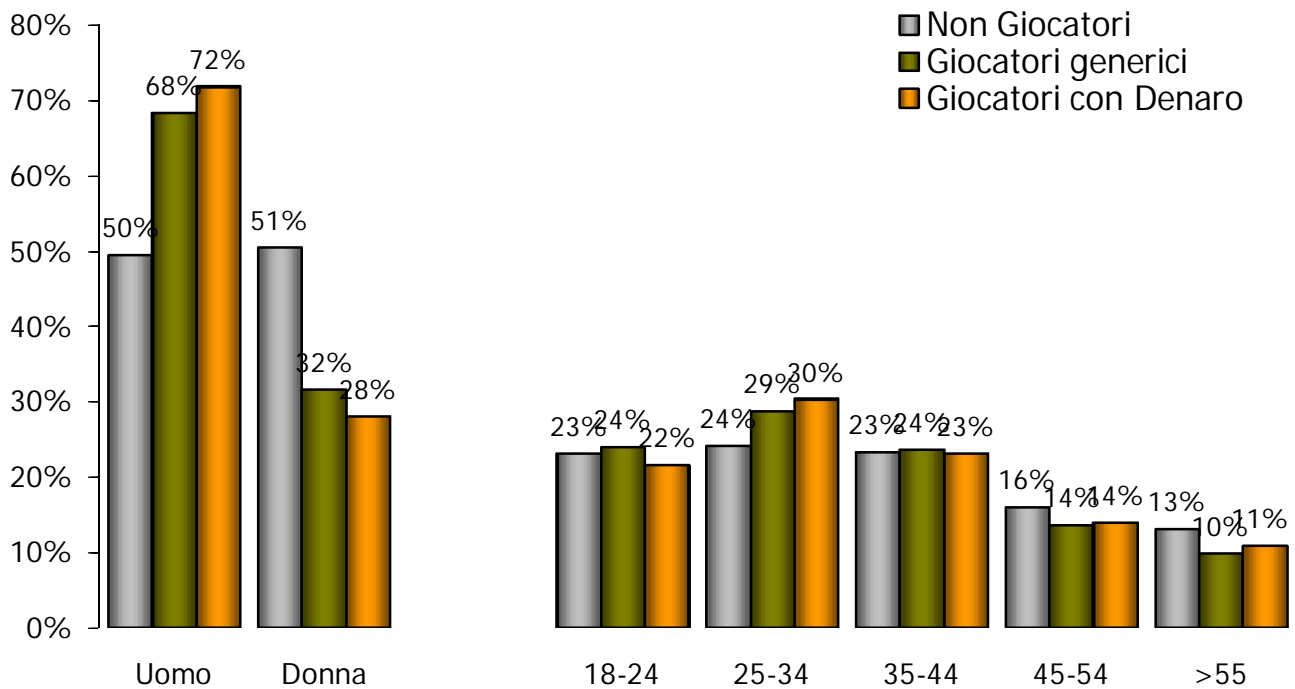


Figura 2.31 – Distribuzione dei giocatori online per sesso e fasce d'età (fonte: Human Highway e Doxa, report "G@me in Italy")

Come si può notare, la differenza di sesso è molto accentuata per i giocatori rispetto ai non giocatori ed è predominante la concentrazione dei giocatori con denaro nella fascia tra 25 e 34 anni.

2.5.3.1 Movimentazione conti di gioco

Un dato indicativo per la misura del fenomeno del gambling online, oltre alla raccolta e al numero di giocatori attivi, è certamente l'andamento dei conti di gioco.

Il conto di gioco è essenzialmente lo strumento che consente al cliente di interagire con l'operatore ed effettuare le attività necessarie allo svolgimento del gioco: registrazione al sistema attraverso un nome utente unico e non modificabile, gestione dei pagamenti (versamenti e prelievo vincite) e accesso al gioco stesso. Ogni utente è tenuto ad aprire un conto gioco presso l'operatore che fornisce il gioco di interesse e non può assolutamente averne più di uno, in quanto ogni giocatore deve essere sempre univocamente identificabile.

Dalle stime dell'Osservatorio Gioco Online del Politecnico di Milano risulta che, su una base di 153 operatori, il numero di conti di gioco movimentati almeno una volta nel 2009 sia pari a circa 2,8 milioni: ogni mese i conti di gioco mediamente movimentati sono 835.000.

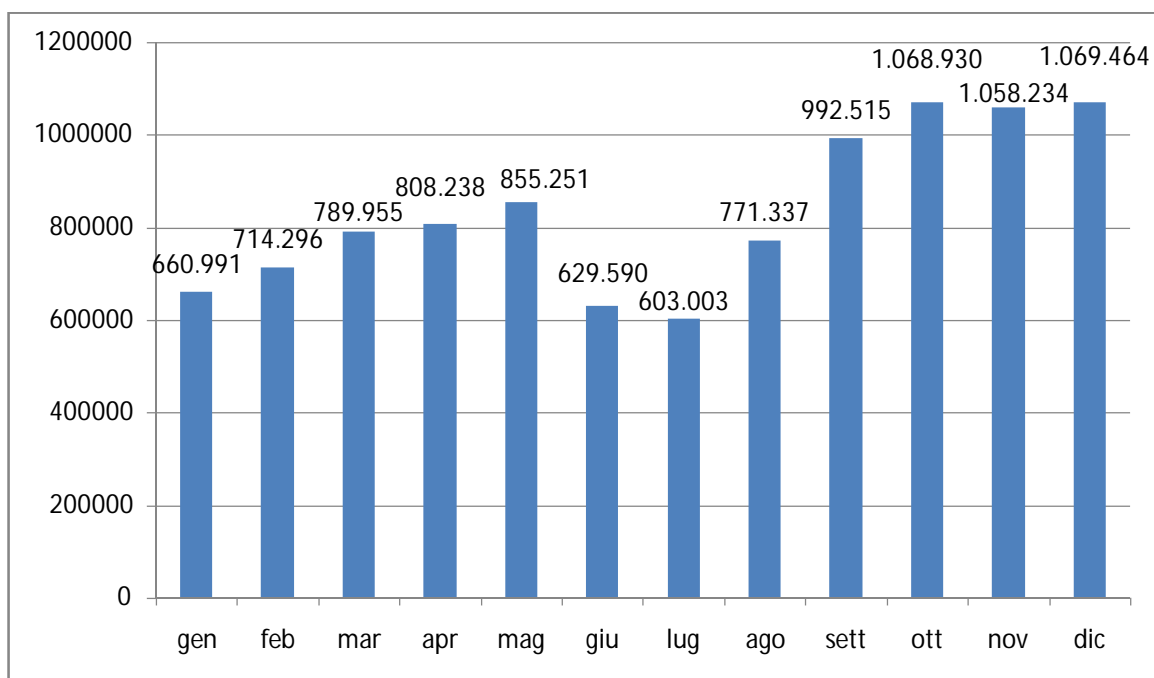


Figura 2.32 – Andamento dei conti di gioco mensili attivi unici nel 2009 (fonte: Osservatorio Gioco Online, Politecnico di Milano, AAMS, Sogei)

I dati riportati nel paragrafo precedente a proposito della scarsa sovrapposizione tra il segmento dei giocatori di poker e quello degli scommettitori trovano conferma nell'analisi dei conti di gioco: il solo 8% dei conti viene movimentato sia per giocare agli skill games che per scommettere, confermando la forte focalizzazione dei giocatori online rispetto alle due principali tipologie di gioco. Per il grafico seguente è stata utilizzata una base di 914.155 conti di gioco attivi.

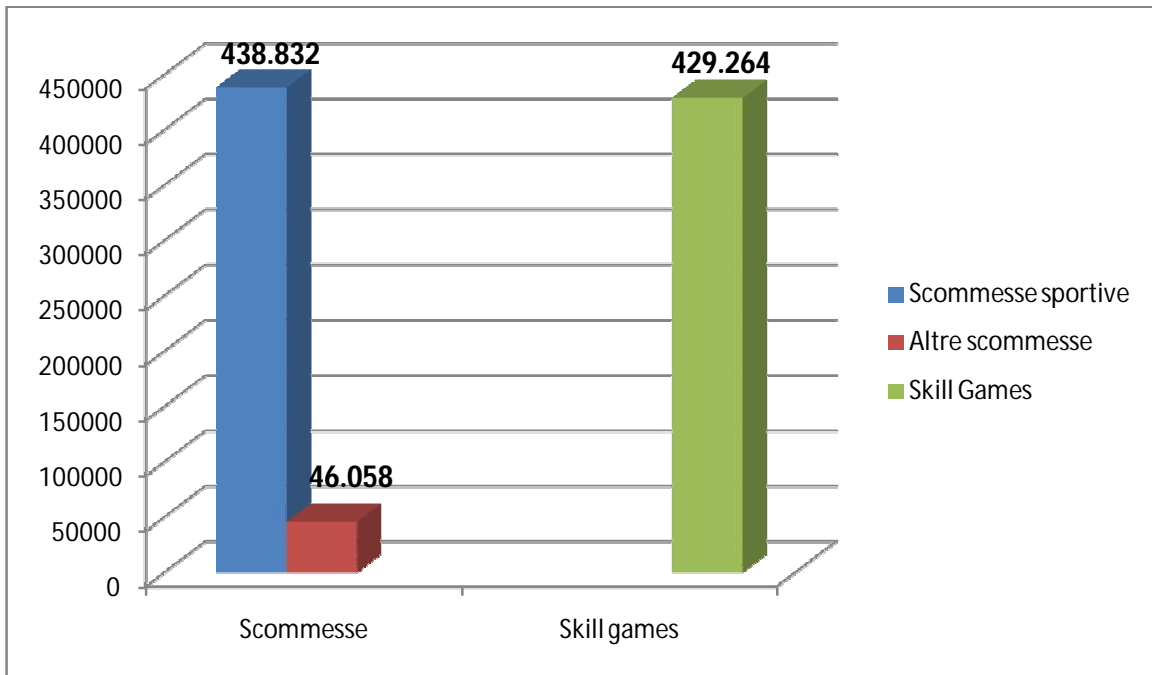


Figura 2.33 – Numero conti di gioco attivi nel 2009 (media mensile) che hanno movimentato verso le diverse tipologie di gioco (fonte: Osservatorio Gioco Online, Politecnico di Milano, AAMS, Sogei)

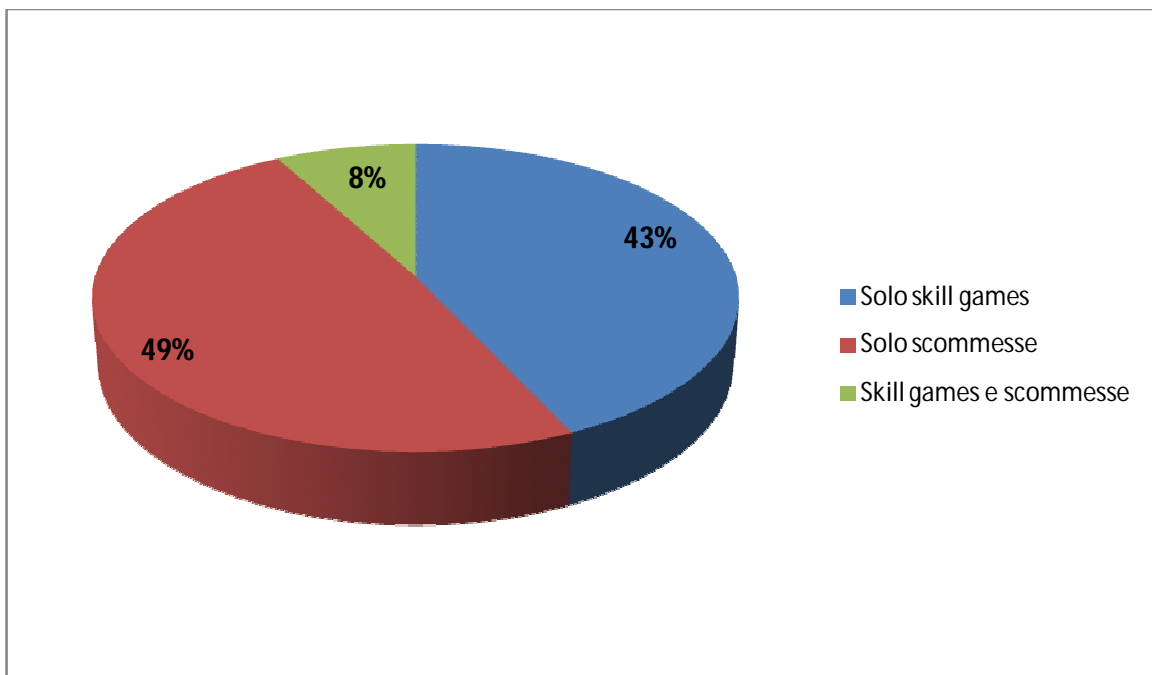


Figura 2.34 – Sovrapposizione tra skill games e scommesse nella movimentazione dei conti di gioco (fonte: Osservatorio Gioco Online, Politecnico di Milano, AAMS, Sogei)

Infine è interessante analizzare la movimentazione media dei conti di gioco: prevale un atteggiamento essenzialmente piuttosto cauto, in quanto il 51% dei giocatori movimentava mensilmente cifre bassissime (al di sotto dei 50 euro). Salendo ai 100 euro la percentuale dei giocatori si porta al 64%, dato che evidenzia un atteggiamento verso il gioco certamente moderato e non compulsivo. Un buon 23% movimentava cifre comprese tra i 100 e i 500 euro, mentre solo il 5% movimentava ogni mese cifre molto alte, superiori a 1.500 euro: si tratta di giocatori professionisti (o semiprofessionisti) capaci di muovere costantemente grosse somme di denaro.

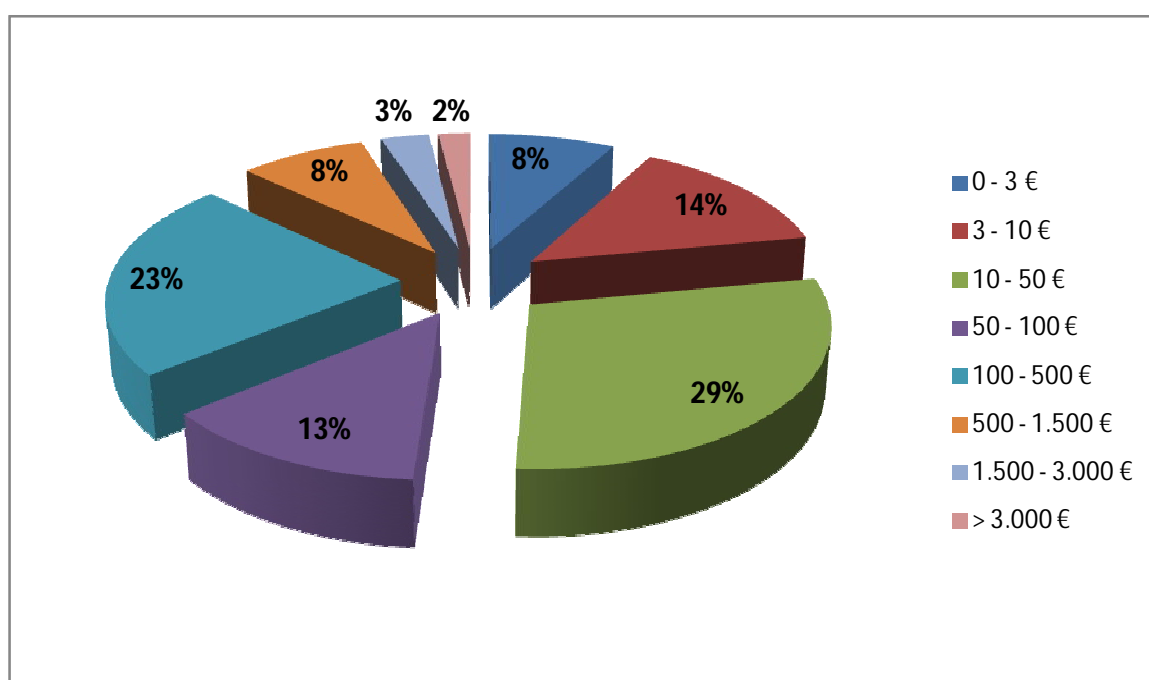


Figura 2.35 – Movimentazione media dei conti di gioco nel 2009 (fonte: Osservatorio Gioco Online, Politecnico di Milano, AAMS, Sogei)

3. Analisis empirica

3.1 Metodologia

La parte fondamentale del nostro lavoro si è concentrata sul censimento dell'offerta italiana di gioco online e l'analisi dei dati raccolti. Abbiamo operato dividendo il lavoro in tre parti che riguardano rispettivamente:

- Operatori. È stata eseguita una ricerca sistemica di tutti gli operatori del settore gioco pubblico in Italia, indicando per ognuno le informazioni relative sia alla tipologia dell'offerta che alla gestione della clientela;
- Scommesse. Ci siamo concentrati sugli operatori che offrono scommesse analizzandone la tipologia e i servizi offerti.
- Poker room. Ci siamo concentrati sui fornitori di Poker online in Italia, indicando per ognuno sia le informazioni relative alla piattaforma utilizzata sia quelle relative alla gestione dei tornei online;

Nei paragrafi successivi verranno dettagliate le diverse dimensioni del censimento e le caratteristiche, spiegando le problematiche emerse e le soluzioni proposte per ottenere dati significativi e coerenti.

Il censimento è iniziato il 20 Gennaio 2010 e si è concluso il 5 Aprile 2010.

3.2 Gli operatori

Il censimento degli operatori si basa su una ricerca effettuata principalmente attraverso il sito web dell'AAMS (Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato). Le ricerche sono state realizzate a partire dall'elenco dei concessionari autorizzati al gioco a distanza presenti sul sito dell'AAMS. Questo elenco, durante il periodo del censimento, non è risultato sempre aggiornato, dal momento che alcuni operatori autorizzati, quindi in possesso di licenza di concessione, non erano presenti nella lista ufficiale dei Monopoli di Stato. In conseguenza di ciò, al fine di eseguire un'analisi più completa possibile, sono state effettuate ricerche approfondite consultando il motore di ricerca Google e soprattutto alcuni siti web specializzati sul gambling nel mercato italiano come www.agicoscommesse.it (sito dell'Agenzia Giornalistica Concorsi e Scommesse AGICOS) ed altri siti focalizzati sul gioco online. Infine

sono stati consultati i siti internet di alcune grandi fornitori di servizi come Microgame e LSP per individuare tutti i loro clienti.

Nel censimento sono state analizzate le seguenti voci.

- Informazioni relative all'operatore:
 - nome operatore;
 - URL operatore;
 - numero di concessione;
 - tipologia operatore;
 - PP vs Fisico;
 - provenienza settoriale dell'operatore;
 - provenienza;
- Tipologia di multicanalità;
- Giochi offerti;
- Customer support;
- Sistemi di deposito;
- Sistemi di prelievo.

3.2.1 Nome operatore

È stato indicato il nome delle società proprietarie o gestori del sito per l'offerta di gioco. Ad esempio la società Reel-Rational Entertainment Enterprises Ltd è proprietaria del sito PokerStars.it o Sisal S.p.A è proprietaria del sito Match-point.it.

3.2.2 URL operatore

È stato inserito l'indirizzo web per facilitare la reperibilità degli operatori.

3.2.3 Numero di concessione

Per ciascun operatore è stato riportato il numero di concessione per il gioco a distanza fornito da AAMS. Tale concessione può essere affidata in maniera diretta o indiretta a seconda della tipologia dell'operatore.

3.2.4 Tipologia operatore

Sono stati classificati gli operatori in base alla concessione sfruttata per l'offerta di gioco. In particolare sono stati divisi in tre tipologie:

- concessionari: sono gli operatori a cui AAMS affida la concessione per il gioco a distanza attraverso un bando di concorso secondo i decreti ministeriali;
- titolari del sistema: operatori che offrono il gioco tramite la concessione di uno degli altri concessionari. Un titolare di sistema, tipicamente, sfrutta la piattaforma di proprietà di un service provider concessionario di AAMS senza personalizzazioni importanti. Questa tipologia è molto diffusa tra gli operatori del mondo Microgame.
- skin: una modalità evoluta di affiliazione che consente all'affiliato di agire in primo piano nel mercato del gioco con un sito dedicato che propone pagine embedded nel sito del concessionario oppure una personalizzazione ad hoc del client di gioco come nel caso del poker. Ciò consente al titolare della skin il pieno controllo e la titolarità del cliente sul quale può esercitare delle azioni di marketing in linea con le proprie strategie di mercato e di posizionamento del brand. Esempi molto conosciuti sono Virgin e Smash Poker rispettivamente skin di Cogetech e di Gioco Digitale/Bwin.

3.2.5 PP Vs Fisico

In questo campo abbiamo analizzato quali operatori hanno scelto una strategia focalizzata sull'offerta dei giochi sul web e quali invece sono partiti dall'offerta di giochi su canale fisico. In particolare si distingue tra Pure Player, operatori che sono entrati nel settore italiano di gioco solo nel momento in cui si è aperto il mondo online tra cui spiccano i nomi di Gioco Digitale e PokerStars, e Fisico, operatori tradizionalmente presenti nel settore dei giochi con un'offerta di prodotti per la rete fisica (scommesse, slot , etc.) tra cui possiamo distinguere Snai o Sisal.

3.2.6 Provenienza settoriale dell'operatore

Abbiamo considerato il settore di provenienza e in particolare tutti gli operatori sono risultati provenire da tre settori:

- gioco, i player che provengono dal settore gioco fisico;
- mobile, operatori principalmente attivi nel settore per lo sviluppo di applicazioni e software per cellulari e smartphone;
- media, operatori provenienti dal settore dei Media e Comunicazioni come ad esempio Endemol o Fueps.

3.2.7 Provenienza

Abbiamo considerato la provenienza geografica distinguendo tra operatori nazionali e operatori internazionali.

3.2.8 Tipologia di multicanalità

In questo campo abbiamo considerato il canale di offerta di gioco. In particolare ci sono i seguenti canali:

- on-line, canale utilizzato da tutti gli operatori;
- Mobile, applicazioni e piattaforme per cellulari e per i nuovi smartphone o per Iphone;
- Tv, per piattaforme digitali;
- Fisico, ovvero la rete di agenzia per la vendita dei servizi di gioco;
- Telefono, canale sfruttato per lo più per le scommesse. Si gioca chiamando o inviando un sms fornendo il proprio codice identificativo.

3.2.9 Giochi offerti

In questo campo abbiamo considerato i giochi offerti in base alla classificazione stabilita da AAMS. I giochi offerti sono i seguenti:

- skill games: sono i giochi di abilità, il cui risultato dipende in misura prevalente dall'abilità del giocatore rispetto all'elemento aleatorio. Tra questi ricordiamo il Black Jack, gli Scacchi e la Dama. Sono Operativi dal **2 settembre 2008**.
- Poker, giocato nelle sue diverse varianti che verranno descritte nel paragrafo successivo. Questo gioco fa parte degli Skill Games secondo quanto stabilito dal **D.d.L “Visco – Bersani” del 4 Luglio 2006**, ma in questo censimento è stato considerato in maniera separata per l'incidenza della raccolta relativa a tale gioco sul totale;
- Superenalotto, portato sul mercato nel **luglio 2009**, è sostanzialmente identico al gioco tradizionale.
- Gratta e Vinci, introdotti nel **Dicembre 2006**, sono una versione digitale dei biglietti cartacei del gioco tradizionale;
- scommesse sportive, sono una versione digitale della tradizionale scommessa che si è sviluppata su canale fisico. È presente sul canale online già dagli inizi della diffusione di internet a metà anni soprattutto grazie a siti stranieri ma è stato regolarizzato nel 2006 con il decreto Bersani;
- scommesse ippiche, stesso discorso delle scommesse sportive ma queste riguardano nello specifico le scommesse su base ippica che sono considerate in maniera separata da AAMS;
- bingo, l'ultimo gioco in ordine di tempo ad essere stato introdotto su canale online. È una versione digitale del gioco tradizionale;
- concorsi pronostici, rappresentano i classici giochi da “schedina” ovvero Totocalcio, Totogol, Totip etc.

3.2.10 Customer Support

In questo campo abbiamo voluto considerare i metodi di supporto e all'assistenza alla clientela, giocatori, che offrono i vari operatori. In particolare abbiamo distinto due tipi di servizi:

- Tradizionale, tra cui rientrano :
 - Mail, indirizzo e-mail alla quale si può scrivere direttamente dalla propria casella di posta;
 - format mail, formato standard con un form da compilare nei diversi campi e in cui riportare il proprio indirizzo mail e il testo della richiesta;
 - numero verde, numero telefonico gratuito del tipo “800”;
 - telefono tradizionale, numero telefonico a pagamento;
 - chat, metodo sincrono di comunicazione;
 - fax;
 - FAQ, frequent asked questions, domande e risposte prestabilite;
- Metodologie 2.0, in cui figurano metodi di comunicazione legati al web 2.0 e in particolare al mondo dei social network:
 - Blog/forum, prima forma sviluppata in cui i giocatori creano una community in cui si possono scambiare consigli e opinioni;
 - Facebook: per una lettura più approfondita, in questo campo abbiamo distinto tra operatori che utilizzano il social network in maniera diretta per promuovere i propri giochi e le discussioni con i giocatori, approccio Top-Down, e operatori che sono presenti solo per l’azione pro-attiva dei propri clienti, approccio Bottom-Up;
 - Myspace;

3.2.11 Sistemi di deposito

In questo campo vengono indicati tutti i possibili metodi con i quali l’operatore permette, ai propri clienti, di depositare sul proprio conto gioco.

I metodi di deposito individuati sono:

- E-wallet, sistemi di pagamento già ampiamente utilizzati per il settore dell’e-commerce tra cui distinguiamo:

- ClickandBuy: è uno strumento tramite il quale effettuare pagamenti via internet;
 - Moneybookers: è una società che permette di effettuare transazioni monetarie online sia in entrata che in uscita, attraverso il proprio indirizzo e-mail, utilizzando conti bancari e/o carte di credito che il cliente ha collegato al proprio account;
 - Neteller: tramite il quale tutti gli iscritti possono crearsi un conto personale con cui movimentare denaro;
 - Wester Union: strumento per effettuare pagamenti e in generale trasferire denaro per via telematica;
 - PayPal: strumento attraverso il quale è possibile effettuare e ricevere pagamenti online;
 - Paysafecard: strumento attraverso il quale è possibile effettuare e ricevere pagamenti online;
 - Click2Pay: strumento per effettuare pagamenti e in generale trasferire denaro per via telematica.
-
- carta di credito, debito o prepagata;
 - bonifico;
 - postepay: nonostante sia una carta di credito prepagata viene indicata separatamente per le notevole rilevanza riscontrata durante il censimento, tant'è che gli stessi operatori la differenziano rispetto all'opzione carta di credito;
 - scartch card: carta che permette a qualsiasi utente, una volta grattata, di inserire un codice per ricaricare il conto di gioco, ricorda le ricariche per le schede telefoniche sim;
 - ricariche virtuali, rappresentano dei buoni per ricariche di una specie di carta di credito virtuale provvisoria che aumenta il livello di sicurezza. È un sistema utilizzato soprattutto dagli operatori del mondo di Microgame;
 - vaglia postale;

- assegno.

Sono stati considerati alla voce altri sistemi i contanti ,uno dei metodi non telematici, dal momento che per ricaricare il conto di gioco l'utente deve recarsi presso un'agenzia o ricevitoria.

3.2.12 Sistemi di prelievo

In questo campo vengono indicati tutti i possibili metodi con i quali l'operatore permette, ai propri clienti, di prelevare denaro dal proprio conto gioco.

I metodi di prelievo individuati sono:

- E-wallet, gli stessi considerati per il deposito;
- carta di credito, debito o prepagata;
- bonifico;
- postepay;
- carta d'azienda: è una carta prepagata, ricaricabile e nominativa targata con il logo aziendale. E' infatti, una alternativa al conto corrente e può essere collegata a un conto gioco per accreditare in tempo reale le vincite del gioco online. La più diffusa è la Lottomaticard di Lottomatica;
- prelievo per acquisto ricarica virtuale;
- Altri sistemi Postali, come Postagirol, Assegno Postale e Vaglia;
- altri sistemi.

3.2.13 Scommesse

Nella seconda parte del censimento ci siamo concentrati sull'analisi degli operatori che offrono scommesse sia sportive che su base ippica.

Così come per le poker room abbiamo avuto difficoltà a recuperare tutte le informazioni necessarie solo dai siti internet delle società e quindi è stato necessario registrarsi ed aprire un conto gioco per

quasi tutte gli operatori la maggior parte dei quali però permette di avere un unico conto gioco per le diverse tipologie di gioco così per quegli operatori con un'offerta multipla di giochi non è stato necessario aprire un nuovo conto ma abbiamo potuto sfruttare quello aperto per l'analisi del gioco del poker e viceversa.

Abbiamo considerato le seguenti voci:

- scommesse offerte;
- tipologia scommesse;
- servizi aggiuntivi offerti.

3.2.14 Scommesse offerte

Secondo quanto stabilito dalla legislatura italiana il palinsesto delle scommesse è stabilito da AAMS e riguarda :

- sport diversi dall'ippica;
- sport ippici;
- eventi, tra cui possiamo ricordare le scommesse sul vincitore del festival di San Remo, della premiazione degli oscar o sull'uscita del 6 al Superenalotto.

Nel nostro censimento abbiamo considerato i seguenti campi:

- calcio;
- pallavolo;
- pallacanestro;
- tennis;
- altri eventi sportivi;
- altri eventi non sportivi.

3.2.15 Tipologie scommesse

Il giocatore può scegliere tra due tipologie di scommesse che differiscono tra loro per la modalità con cui si gioca:

- antepost, modalità classica con cui il giocatore fa la puntata sulla previsione di un evento futuro con quote prestabilite dal concessionario. Ad esempio il risultato di una partita, il vincitore di una competizione;
- live, modalità recente con cui il giocatore può scommettere su un evento in corso con quote variabili a seconda dell'andamento dell'evento stesso.

3.2.16 Servizi aggiuntivi offerti

In questo campo abbiamo considerato i servizi aggiuntivi che ciascun operatore offre a supporto della scommessa. I servizi censiti sono:

- Live score, servizio che permette di avere un riassunto dell'evento in tempo reale;
- statistiche, permette di avere delle statistiche e uno storico dell'evento;
- lastminute, è solitamente una sezione a parte del sito internet degli operatori che mette in evidenza gli eventi che si svolgeranno nel breve tempo. In questo modo il giocatore non perde di vista gli eventi più vicini;
- tutorial, è un supporto ai giocatori inesperti o alla prima scommesse che mostra come effettuare le giocate grazie a delle animazioni;
- news, informazioni relative all'evento.

3.3 Poker Room

In questa parte del censimento abbiamo analizzato le Poker room presenti nel mercato italiano. Per Poker room intendiamo il sottoinsieme degli operatori che offre, in maniera esclusiva o insieme ad altri giochi, il poker online nelle sue diverse modalità previste dalla legge italiana. Le informazioni sono state raccolte consultando i siti degli operatori e visionando la lobby, ossia il client che permette agli utenti di giocare. Come già detto in precedenza in molti casi è stato necessario registrarsi ed aprire un conto gioco per poter accedere alla lobby.

Questo censimento è stato diviso in due parti. Nella prima parte ci siamo concentrati sull'analisi del client o dell'applicativo per il gioco. Nella seconda parte invece, ci siamo concentrati sul palinsesto dei tornei offerti.

3.3.1 Analisi client/applicativo

Nell'analisi del client ci siamo concentrati sugli aspetti relativi alla piattaforma di gioco e ai sistemi di fidelizzazione e acquisizione del cliente. In particolare abbiamo considerato:

- piattaforma di gioco;
- Sistemi di fidelizzazione;
- sistemi di acquisizione nuovi clienti;
- gioco sicuro;
- servizi aggiuntivi;
- sistemi di personalizzazione grafica;
- gioco for fun.

3.3.1.1 Piattaforma di gioco

Sotto questa voce vengono raggruppate due informazioni relative alla struttura attraverso la quale la poker room genera la propria offerta:

1. network: è l'architettura telematica attraverso la quale le informazioni relative al gioco vengono trasferite tra il client dell'utente, i server degli operatori e i server dell'ente normatore;
2. interfaccia: è l'applicazione che l'utente utilizza per accedere e giocare alla piattaforma dell'operatore.

Queste due informazioni sono state unite in un solo campo in quanto, nella quasi totalità dei casi, software e network sono realizzati da un unico fornitore, vista anche l'elevata interconnessione tra i due elementi.

3.3.1.1.1 Network

L'architettura telematica, nella maggioranza dei casi, viene realizzata dagli stessi proprietari del network, una rete di operatori che utilizzano la stessa piattaforma di gioco. Il vantaggio che deriva da questa scelta è l'aggregazione dei giocatori provenienti dalle diverse poker room. Questo permette un numero di partecipanti ai diversi tornei maggiore rispetto al caso di operatore singolo. Un alto numero di partecipanti garantisce, come vedremo, una riduzione dei tempi di attesa per la partenza dei tornei non programmati e la possibilità di montepremi più alti.

3.3.1.1.2 Interfaccia

Come riportato precedentemente, l'utente per giocare utilizza un'interfaccia che gli operatori realizzano in due modalità:

1. applicazione/client: per poter accedere alla piattaforma di gioco dell'operatore deve essere scaricato e installato un applicativo eseguibile;
2. modalità browser: in questo caso si può accedere alla piattaforma di gioco tramite il proprio browser (ad esempio Internet Explorer).

3.3.1.2 Sistemi di fidelizzazione

I sistemi per la fidelizzazione del cliente sono principalmente due:

- vip program;
- classifiche;

3.3.1.2.1 Vip program

Il vip program è una particolare promozione che consiste nel premiare i giocatori più fedeli e assidui. Nella maggior parte dei casi questo programma è basato su un sistema a punteggi dove il giocatore riceve un ammontare diverso di punti, in base al valore della quota d'iscrizione del torneo e al livello raggiunto all'interno del vip program. In questo modo il giocatore accumulerà punti che solitamente potrà utilizzare nello shop virtuale dell'operatore e potrà utilizzare i punti per:

- premi monetari: trasforma i punti in denaro che vengono aggiunti al saldo del conto gioco;

- premi non monetari: i punti vengono utilizzati per acquistare premi materiali (ad esempio prodotti di elettronica di consumo, abbigliamento, libri, automobili, etc.) e non (ad esempio la possibilità di sfidare un campione professionista).

Questo sistema a punteggi prevede dei level cap che permettono di suddividere in categorie tutti i giocatori in base ai punti guadagnati nel periodo considerato. In questo modo giocatori di livello superiore, ossia i giocatori più assidui ed esperti, potranno godere di benefici superiori rispetto agli altri. I benefici si possono tradurre essenzialmente in due modi:

- maggiori punti guadagnati a seconda del livello del giocatore a parità di torneo (ad esempio: giocatore di livello A guadagna 20 punti per un torneo da 100€, mentre un giocatore di livello B guadagna 10 punti per lo stesso torneo).
- Migliori tassi di conversione, sempre a seconda del livello del vip program (ad esempio giocatore di livello B guadagna 20 punti per un torneo da 100€, come il giocatore di livello A, ma quest'ultimo può utilizzare questi punti più efficacemente, ossia trasformare gli stessi punti in premi del shop virtuale più costosi).

In definitiva l'obiettivo del vip program è quello di fidelizzare il giocatore e incentivarlo a giocare maggiormente.

3.3.1.2.2 Classifiche

Le classifiche sono una delle promozioni più utilizzate dagli operatori. Come il vip program l'obiettivo da parte delle poker room è quello di far giocare il cliente di più. Secondo varie metodologie i giocatori vengono classificati in base ai loro risultati nei tornei e a seconda della loro posizione riceveranno dei premi in denaro. Le classifiche variano in base:

- all'estensione del periodo considerato (settimanale, bi-settimanale, mensile ed annuale);
- al valore dell'iscrizione ai tornei (ad esempio ci sono classifiche per tornei con iscrizione minore di 50€ e dai 50€ ai 100€).

3.3.1.3 Sistemi di acquisizione nuovi clienti

Con questa voce abbiamo raggruppato tutti i sistemi con cui gli operatori cercano di attrarre il nuovo cliente. Tutte le poker room hanno scelto di adottare due sistemi: Bonus primo deposito e Tornei Satelliti per Live.

3.3.1.3.1 Bonus primo deposito

Si tratta di incentivi che l'operatore carica sul conto gioco del giocatore al primo deposito. Si tratta di cifre che variano dai 100 ai 500 € e possono essere :

- fissi, ovvero viene accreditato un bonus fisso indipendentemente dalla cifra depositata dal giocatore;
- percentuale, il bonus è proporzionale alla cifra depositata dal giocatore con una percentuale che varia da operatore a operatore. È previsto però un limite massimo, ad esempio se il bonus è pari al 100% del deposito e il limite è di 400 € non potrà essere accreditato un bonus superiore al limite se il primo deposito è di 500€

La cifra ricevuta tramite bonus è tale che può essere solo spesa per il gioco e mai può essere prelevata.

3.3.1.3.2 Tornei Satelliti per Live

I satelliti sono particolari tornei che mettono in palio non premi in denaro ma ticket per accedere a tornei con un costo d'iscrizione superiore. In particolare alcune poker room permettono di accedere a tornei live, ovvero tornei che si disputano dal vivo presso casinò più o meno prestigiosi, vincendo ticket nei loro tornei satelliti.

Alcuni operatori offrono ticket per tornei live che appartengono al circuito da loro organizzato e gestito.

3.3.1.4 Gioco sicuro

In questa sezione abbiamo considerato i mezzi che l'operatore offre al giocatore per contrastare la dipendenza dal gioco. Tali sistemi ad oggi non sono obbligatori ma sono consigliati da AAMS e sono principalmente due:

- Auto-esclusione: i clienti hanno in ogni momento la possibilità di escludersi dall'utilizzo dei prodotti di gioco o di richiedere per e-mail il blocco del conto. Il giocatore può stabilire un tempo limite di gioco continuo definendo a priori un orario, una data o un tempo da cui ci si vuole astenere dal gioco.
- Auto-limitazione: possibilità di ridurre ulteriormente il limite di versamento standard stabilito dalla società e da AAMS. Le richieste di riduzione del limite avranno naturalmente effetto immediato. Il limite può essere sia temporaneo che definitivo.

3.3.1.5 Servizi aggiuntivi

In questa sezione abbiamo considerato alcuni servizi aggiunti della piattaforma che naturalmente non sono strettamente necessari per il gioco ma sono un valido supporto allo stile di gioco personale o tutt'al più un arricchimento dell'offerta che porta ad un miglioramento dell'immagine stessa della poker room. Questi servizi aggiuntivi sono:

- resoconto della mano, un servizio che permette di avere uno storico sia della mano appena giocata;
- resoconto tornei, permette di avere uno storico dei tornei giocati con le relative posizioni, le giocate eseguite e altre opzioni;
- statistiche di gioco, diverse informazioni riguardo il torneo e la hand history della mano in corso o di quelle salvate;
- gestione appunti sugli avversari, possibilità di prendere note e appunti sugli avversari e di salvarli per avere una descrizione personale dei giocatori per tornei futuri.
- possibilità multitavolo, permette di giocare su più tavoli contemporaneamente.

3.3.1.6 Personalizzazione grafica

Abbiamo considerato la personalizzazione grafica, in maniera distaccata dai servizi aggiuntivi poiché non permette di migliorare il gioco personale ma permette esclusivamente di migliorare la grafica del tavolo attraverso diverse opzioni:

- personalizzazione tavolo e carte;
- personalizzazione audio;
- personalizzazione avatar/immagine giocatore.

3.3.1.7 Gioco for fun

Per ogni operatore è stata verificata la possibilità di giocare nella modalità cosiddetta for fun, ovvero utilizzare soldi finti per accedere ai tornei.

3.3.2 Palinsesto dei tornei

In questa parte del censimento relativa al poker ci siamo concentrati sui tornei offerti. Il palinsesto dei tornei è soggetto a modifiche continue, perciò è stato importante raccogliere i dati del censimento nel minor tempo possibile. In questo modo è stato possibile, con una certa accuratezza, confrontare i dati relativi ai diversi operatori e ricavare informazioni attendibili.

I tornei censiti si dividono fondamentalmente in due tipologie: sit&go e tornei programmati. Nel primo caso è bastato accedere alle lobby e verificare tutte le possibili tipologie di sit&go offerti, mentre nel secondo caso, dal momento che i tornei programmati hanno un orario predefinito di partenza, è stato necessario censire sia l'offerta giornaliera di tutti gli operatori più tutti i tornei con cadenza settimanale, bi-settimanale, mensile, etc., che non erano già stati presi in considerazione nell'offerta giornaliera. Questa analisi è risultata particolarmente problematica in quanto molti operatori non presentano palinsesti esaustivi dei tornei programmati sui propri siti, ed inoltre nelle lobby viene visualizzato, salvo alcuni casi, solo ed esclusivamente l'elenco dei tornei relativo alle sole 24 ore successive. Per cercare di risolvere il problema è stato necessario controllare l'offerta continuamente per un periodo di tempo più ampio, evitando così di perdere informazioni relative a tornei programmati non quotidiani.

Il database si compone così dei seguenti campi:

- Tipologia torneo;
- nome torneo;
- variante poker;
- costo iscrizione;
- fee (rake);
- satellite;
- Informazioni specifiche dei tornei programmati:
 - orario di inizio;
 - garantito;
 - numero giocatori per sit&go.

3.3.2.1 Tipologia torneo

Come già accennato precedentemente, ad oggi si può giocare a poker nella modalità torneo. Questa modalità prevede che, a fronte di un costo d'iscrizione, il giocatore riceva un ammontare di chip iniziale da utilizzare nel corso del torneo. Una volta terminate le chip il giocatore uscirà dal torneo e eventualmente avrà diritto ad un premio, in base alla posizione raggiunta.

Si evidenziano due tipologie di torneo:

- sit&go;
- tornei programmati.

La differenza tra sit&go e tornei programmati è che i primi partono solo ed esclusivamente una volta raggiunto il numero di giocatori prestabilito, mentre i tornei programmati iniziano nell'orario prestabilito indipendentemente dal numero di giocatori iscritti.

3.3.2.2 Nome torneo

Si riferisce al nome completo del torneo come indicato nella lobby. Nel nome possono comparire riferimenti al costo d'iscrizione, all'eventuale presenza di un garantito, alla variante di poker, alla tipologia di torneo e alla sua struttura e nel caso di sit&go anche il numero di giocatori.

3.3.2.3 Variante poker

Questo campo si riferisce alla variante di poker alla quale si giocherà nel torneo in oggetto. Le varianti individuate nel censimento sono:

- Texas Hold'em;
- 5 Card Draw;
- 5 Card Draw 7-A;
- Badugi;
- Mix;

- Omaha High;
- Omaha Hi/Lo;
- Razz;
- Single Draw;
- Stud;
- Stud Hi/Lo;
- Triple Draw.

La differenza tra queste varianti sta nel numero di carte coperte per giocatore, la presenza o meno di carte comuni, la possibilità di scartare, prendere altre carte e naturalmente la modalità con cui si stabilisce la combinazione vincente.

3.3.2 .4 Iscrizione

Questo campo si riferisce all'esborso che un utente deve versare per partecipare al torneo in oggetto. L'iscrizione è composta da una quota che costruisce il montepremi in palio e una quota che va nelle casse della poker room.

Come stabilito dalla normativa, il costo dell'iscrizione parte da un minimo di 0,50€ ed arriva ad un massimo di 100€

3.3.2 .5 Fee

La fee o rake è quella parte del costo d'iscrizione, minoritaria, che va nelle casse dell'operatore. Corrisponde al costo del servizio che gli operatori offrono ai propri clienti. Come stabilito dalla normativa, la fee non può essere maggiore al 20% del costo di iscrizione del torneo in questione e il 3% del costo totale d'iscrizione, presente nella fee, va nelle casse dello stato.

3.3.2 .6 Satelliti

Un satellite è un torneo che ha come premi dei ticket che permettono di accedere a dei tornei con un costo d'iscrizione maggiore.

3.3.2 .7 Garantito

Abbiamo considerato, per ogni torneo programmato, il montepremi garantito laddove era previsto.

3.3.2 .8 Numero giocatori per sit&go

Per ciascun torneo sit&go abbiamo considerato il numero di partecipanti.

3.4 Le fonti

La ricerca delle informazioni ha riguardato esclusivamente canali online e in particolare i seguenti siti.

Siti con informazioni generali sul gambling online:

- www.aams.it ;
- www.agicoscommesse.it ;
- www.jamma.it.

Siti specifici per il poker:

- www.pokerlistings.it ;
- it.pokernews.com .

Siti specifici per le scommesse:

- www.pronostitalia.com;
- www.sportytrader.it;
- www.scommesse-quotenews.com.

Siti operatori:

- www.puntoscommesse.it ;
- www.105game.it;
- www.3jolly.it;
- www.giocopiu.it;
- www.mygames.it ;
- www.zonabet.it ;
- www.youbet.it;
- www.italiapuntoscommesse.it ;
- www.allinbet.it ;
- www.asterone.it ;
- www.aycons.it ;
- www.qvinci.it ;
- www.betplus.it ;
- www.puntomatch.it ;
- www.bancosport.it ;
- www.baribetpoint.it ;
- www.giocasempre.it ;
- www.bet33.it ;
- www.betclit.it ;
- www.betfair.it ;
- www.betpoint.it ;
- www.betshopitalia.com ;

- www.betting2000.it ;
- www.bigpoker.it ;
- www.bbet.it ;
- www.smartgames.it ;
- www.bpgonline.it ;
- www.bwin.it ;
- www.peterhumper.it ;
- www.carfilbet.it ;
- www.clickandplay.it ;
- online.casinosanremo.it ;
- www.casinowin.it ;
- www.golbet.it ;
- www.powerpoker.it ;
- www.agenziascommesse.it ;
- www.maxipoker.it ;
- www.dollarobet.it ;
- www.gfpoker.it ;
- www.endemolplay.it ;
- www.giocacerto.it ;
- www.eurobetpoker.it ;
- www.eventogioco.it ;
- www.betime.it ;

- www.millionbet.it ;
- www.vincitubet.it ;
- www.fivebet.it ;
- www.italiansbet.it ;
- www.flybet.it ;
- www.casino.it ;
- www.poker.4a.com ;
- www.gam-x.it ;
- www.gbet.it ;
- www.cubet.it ;
- www.allinpoker.it ;
- www.betpro.it ;
- www.giocogarantito.it ;
- www.betscore.it ;
- www.BetItaly.it ;
- www.giadabet.it ;
- www.giocacomodo.it ;
- www.giocodigitale.it ;
- www.giocalice.it ;
- www.giocosportivo.it ;
- www.goalsbetitalia.it ;
- www.playwin.it ;

- www.happybet.it ;
- www.goalbetting.it ;
- www.hitstarsbets.it ;
- www.hoasibet.it ;
- joyamo.microgame.it ;
- www.indexbet.it ;
- www.pokerinside.it ;
- www.intralot.it ;
- www.bettiamo.it ;
- www.italgames.it ;
- www.italypoker.it ;
- www.alibet.it ;
- www.king.com ;
- poker.ladbrokes.it ;
- www.multibet.it ;
- www.betmatch.it ;
- www.lottomatica.it ;
- www.mediabet.it ;
- www.merkur-win.it ;
- www.minniebet.it ;
- www.misterbet.it ;
- www.mybet3760.it ;

- www.mywin.it ;
- www.superbet.it ;
- www.newgioco.it ;
- www.newgioco.it ;
- www.pakundobet.it ;
- www.fastpoker.it ;
- www.allbets.it ;
- www.partypoker.it ;
- www.bullpoker.it ;
- www.peoples.it ;
- www.pgobet.it ;
- www.puntoscommesse.it ;
- www.tokenscasino.it ;
- www.bancosport.it ;
- www.pointbet.it ;
- www.poker-bet.it ;
- www.pokernazionale.it ;
- www.pokerstars.it ;
- www.okbet.it ;
- www.kingbet.it ;
- www.quigioco.it ;
- www.millebet.it ;

- www.billybet.it ;
- www.replatz.it ;
- www.bettybet.it ;
- www.pokeriamo.it ;
- www.betman.it ;
- www.tuttoscommesse.it ;
- www.bet4bet.it ;
- www.scommesseitalia.it ;
- www.sbancami.it ;
- www.scommettendo.it ;
- www.futurbet.it ;
- www.andobet.it ;
- www.12bet.it ;
- www.scommettendocasino.it ;
- www.networkbet.it ;
- www.scommesseandromeda.it ;
- www.match-point.it ;
- www.mediatelbet.it ;
- www.atlantisbet.it ;
- www.smashpoker.it ;
- www.pokersnai.it ;
- www.sportandgames.it ;

- www.sportbet.it ;
- www.sportingbet.it ;
- www.1betplus.it ;
- www.starbetplus.it ;
- www.stravinci.it ;
- www.area scommesse.it ;
- www.thenicehand.it ;
- www.giochi24.it ;
- www.totosi.it ;
- www.strikescommesse.it ;
- www.isibet.it ;
- www.dpoker.it ;
- www.clickbet.it ;
- www.primapoker.it ;
- www.skillbet.it ;
- www.unibet.it ;
- www.Uniqplat.it ;
- www.venetianbet.it ;
- www.centrobetting.it ;
- www.virginpoker.it ;
- www.winnerbet.it .

Motori di ricerca:

- www.google.it ;
- www.virgilio.it ;
- www.yahoo.it .

3.5 Analisi dei risultati

La nostra indagine ha portato un insieme di 153 operatori di dimensioni molto diverse tra loro sia in termini di fatturato e quota mercato sia di numero di giocatori.

Tra questi abbiamo riscontrato un caso molto interessante che ha creato anche diversi problemi per l'analisi. Si tratta del caso Microgame. Questa è una società service provider italiana, concessionaria dello stato per tutte le tipologie di gioco. Riunisce in un grandissimo network ben 104 operatori, formando un vero e proprio mondo all'interno del settore. Per quanto riguarda il Poker e gli Skill Games utilizzano la piattaforma People's poker mentre per le scommesse e gli altri giochi utilizzano il sistema Bos Microgame. L'offerta grafica e di gioco è la medesima per tutti i suoi clienti che evidentemente comprano il pacchetto completo dell'offerta della società. A causa di questa anomalia in alcuni casi abbiamo considerato gli operatori clienti di Microgame come un unico operatore o, come nel caso dell'analisi delle poker room, abbiamo considerato l'aggregazione in network.

3.5.1 Operatori

In questa sezione vengono presentati i risultati emersi dal censimento, relativi agli operatori e alle loro caratteristiche principali.

Per chiarire la metodologia utilizzata nella realizzazione del censimento, riportiamo un esempio preso direttamente dal database che riguarda le caratteristiche di un operatore.

Operatore	Sisal
-----------	-------

Url	www.match-point.it
Tipologia operatore	concessionario
Canale	Internet, Fisico, Mobile, Telefono
Provenienza	Italiano
Giochi offerti	Poker,Scommesse, Superenalotto...
Customer Support	Email,FAQ,Telefono tradizionale...
Metodi di deposito	Carte di credito, PostePay, Bonifico, eWallet...
Metodi di prelievo	PostePay, Bonifico, Bonifico domiciliato

Tabella 3.1- Profilo dell'operatore Sisal estratto dal DB

3.5.1.1 Tipologie operatore

Nel mercato italiano c'è una netta prevalenza di operatori domestici: 134 (86% del totale) sono italiani e 19 (14%) provengono da mercati esteri, di cui quasi la totalità, ben 18, provengono dal settore giochi. Riguardo il settore di provenienza, 147 operatori in totale provengono dal quello del Gioco mentre 4 provengono dal settore Mobile e 2 da quello dei Media.

Le aziende che non rientrano nel mondo Microgame sono in totale 49. Di queste 45 provengono dal settore Gioco mentre dai settori Media e Mobile provengono 2 operatori per ciascuno. Continuando con l'analisi abbiamo evidenziato che tra questi ben 34 società sono italiane mentre 15 straniere.

Analizzando la tipologia dell'operatore è emerso che in totale solo 31 operatori sono Concessionari mentre i restanti si dividono tra Skin e Titolari di sistema, con netta prevalenza di questi ultimi. Questo dato è molto interessante per capire le dinamiche del mercato e dei rapporti di concessione tra le diverse società.

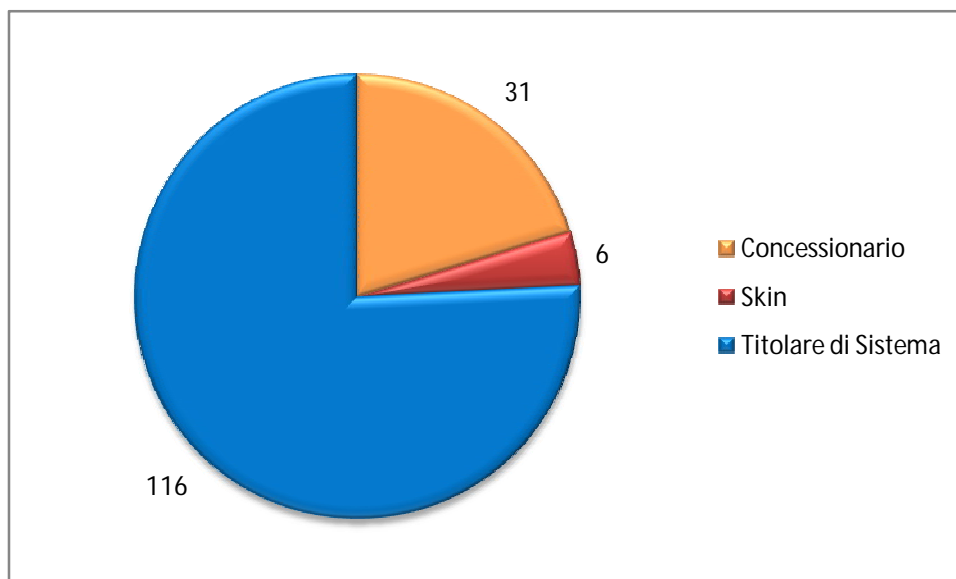


Figura 3.1- Tipologia degli operatori

In particolare si può vedere in Figura 3.1 tra le società analizzate abbiamo 31 concessionari, 6 skin e 116 titolari di sistema. Nel corso della ricerca abbiamo constatato che questo dato deriva dal fatto che Microgame riunisce nel suo network quasi tutti titolari di sistema.

Se escludiamo le società clienti di Microgame , infatti , abbiamo 29 concessionari, 5 skin e 15 titolari di sistema . Come si può ben vedere questa è un dato completamente diverso rispetto a quanto analizzato sul totale degli operatori. C'è una netta preponderanza di concessionari. Ciò significa che la maggior parte dei concessionari che è entrata nel mercato e dispone del capitale necessario per partecipare al bando di concorso per le concessioni, non sceglie poi di diventare cliente Microgame ma preferisce sviluppare o affittare piattaforme diverse.

Ci focalizziamo ora sui clienti Microgame. Tra questi ci sono 100 società italiane e solo 4 estere. Tra queste 102 provengono dal settore Gioco, di cui 98 italiane e 4 estere, e solo 2 dal settore Media. I concessionari sono soltanto 2, c'è solo 1 Skin mentre i Titolari di sistema sono ben 101. Questo dato ci ha permesso di capire com'è strutturato il mondo di Microgame. Quasi tutti i clienti sono piccoli operatori che fanno perno sulla presenza fisica sul territorio per spingere anche l'offerta online, si tratta in sostanza di agenzie per il gioco fisico, già clienti per un altro concessionario, che per il gioco a distanza hanno scelto di creare un proprio sito web e offrire giochi attraverso le concessioni e la piattaforma Microgame.

3.5.1.2 Canale di fruizione

Trattandosi di gioco a distanza tutti gli operatori censiti hanno come canale di fruizione dei loro servizi il web, non mancano però società che operano su altri canali. Il 54 % degli operatori censiti offre servizi anche sul canale fisico, il 46 % offrono giochi via telefono, in particolare le scommesse e il 9 % ha iniziato ad offrire giochi su mobile.

Possiamo dividere le società in due gruppi: operatori multicanale, ovvero quelli che offrono giochi su più canali; Pure player, ovvero quelli che sono focalizzati solo sul canale internet.

I Multicanale sono 132 di cui 33 non clienti Microgame, i Pure player sono 21 di cui 16 non clienti Microgame. In Figura 3.2 sono riportate le percentuali riguardanti i canali scelti dagli operatori

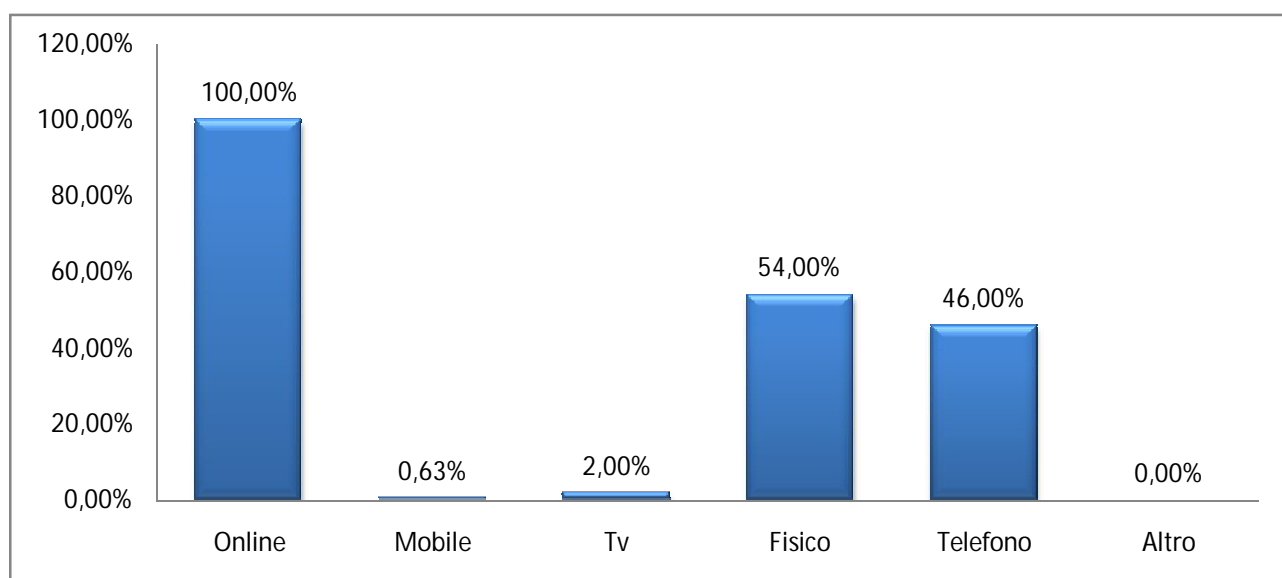


Figura 3.2 - Canali di distribuzione del gioco

3.5.1.3 Principali raggruppamenti strategici

Per comprendere ruolo e strategie possiamo classificare gli operatori sulla base di due dimensioni:

- mercato di riferimento, suddiviso in internazionale, nazionale e locale. Si suppone che operatori provenienti dall'estero abbiano il loro business concentrato sullo scenario internazionale mentre le piccole agenzie clienti di Microgame abbiano un focus locale;

- canali utilizzati, abbiamo distinto i gruppi Multicanale e Pure Player.

Incrociando queste due dimensioni, gli operatori del mercato possono essere raggruppati in 5 cluster principali, a cui corrispondono diversi pesi in termini di raccolta complessiva come mostrato nella Tabella 3.2.

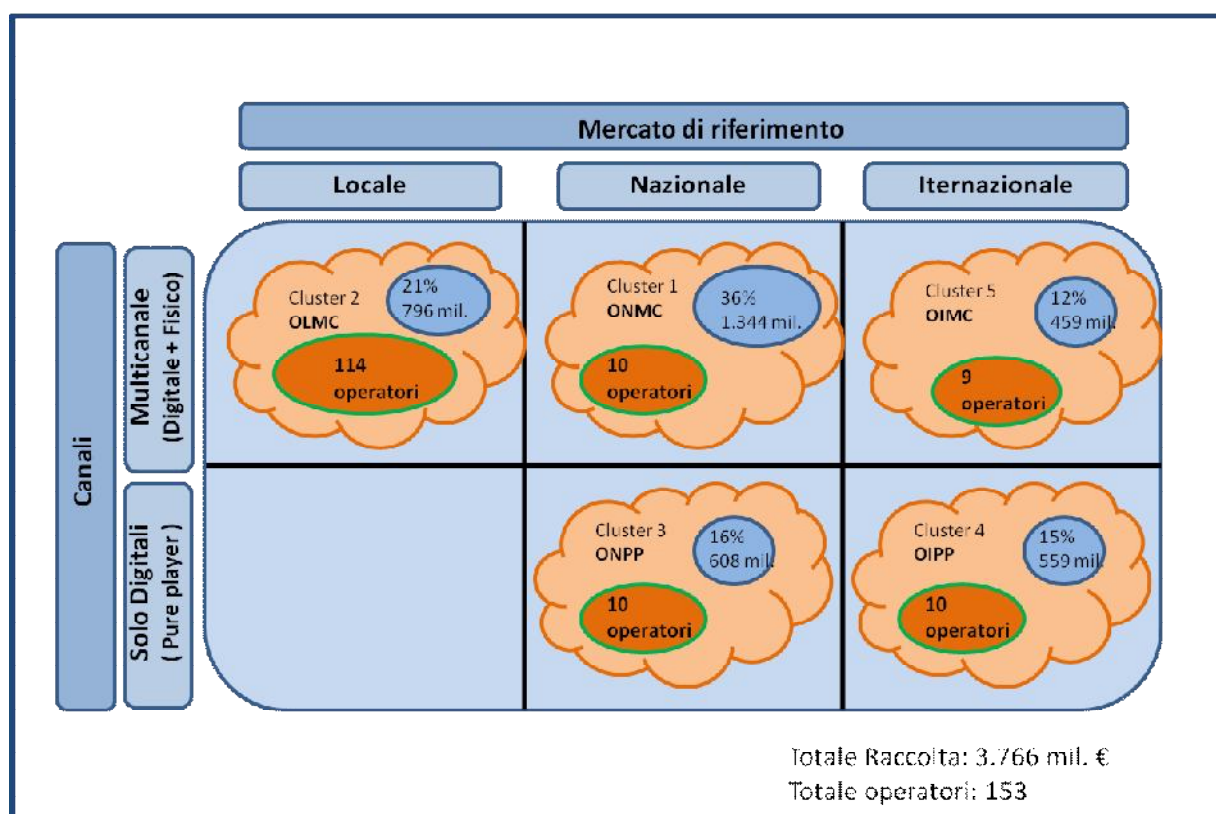


Tabella 3.2 - La segmentazione degli operatori di gioco

Riportiamo di seguito l'elenco dei cluster in ordine decrescente di peso sulla raccolta complessiva ed una sintetica descrizione tratta dal report "Gioco online: è boom. Tra innovazione e regolamentazione" dell'Osservatorio Gioco Online del 21 Aprile 2010.

- Cluster 1 – Operatori Nazionali Multicanale (ONMC): sono complessivamente 10 le imprese che si collocano in questo raggruppamento e concentrano il 36% della raccolta. Si tratta di quegli operatori tradizionalmente presenti nel settore dei giochi con un'offerta di prodotti per la rete fisica (scommesse, slot, etc.) e che successivamente hanno integrato la propria presenza con un'offerta online. Player principali: Sisal, Snai, Lottomatica.

- Cluster 2 – Operatori Locali Multicanale (OLMC): la maggior parte delle imprese collocate in questo cluster provengono dal mondo Microgame e dal circuito LSP. Sono in tutto 114 e generano il 21% della raccolta: si tratta di piccoli operatori che fanno perno sulla presenza fisica sul territorio per spingere anche l'offerta online. La maggior parte di questi operatori, in realtà, non dispone di una concessione diretta ma sono più spesso titolari di sistema o Skin.
- Cluster 3 – Operatori Nazionali Pure Player (ONPP): sono una decina e rappresentano il 16% del mercato. Questi operatori, a differenza di quelli del cluster 1, sono entrati nel settore dei giochi solo nel momento in cui si è aperto il mondo online. Principale Player è Gioco Digitale.
- Cluster 4 – Operatori Internazionali Pure Player (OIPP): appartengono a questo cluster i grandi player internazionali specializzati nell'offerta online di Skill games. Sono 10 e generano il 15% della raccolta. I player principali sono Bwin, Pokerstars e Partypoker.
- Cluster 5 – Operatori Internazionale Multicanale (OIMC): le imprese internazionali incluse in questo raggruppamento si differenziano da quelle del cluster 4 perché provengono dal mondo del gioco tradizionale e sono entrate inizialmente in Italia con un'offerta di gioco basata su rete fisica. Sono 9 e rappresentano il 12% del mercato. I principali player sono Eurobet, Ladbrokes, Intralot.

3.5.1.4 Giochi offerti

La maggior parte degli operatori offrono molteplici giochi, in particolare la Figura 4.3 ci mostra con quali percentuali vengono offerti i diversi giochi. Al primo posto nella classifica dei giochi offerti ci sono il Poker e le Scommesse sportive, offerte dal 90% dei siti censiti. A seguire ci sono scommesse ippiche e gratta e vinci con il 76%, concorsi pronostici e bingo e altri skill games con circa il 70% e infine il superenalotto con il 19%.

Il numero di operatori che offre il Superenalotto risulta basso a causa della sua introduzione, avvenuta solo a luglio del 2009, mentre non compare l'offerta di Win For Life in quanto introdotto dopo il periodo di censimento.

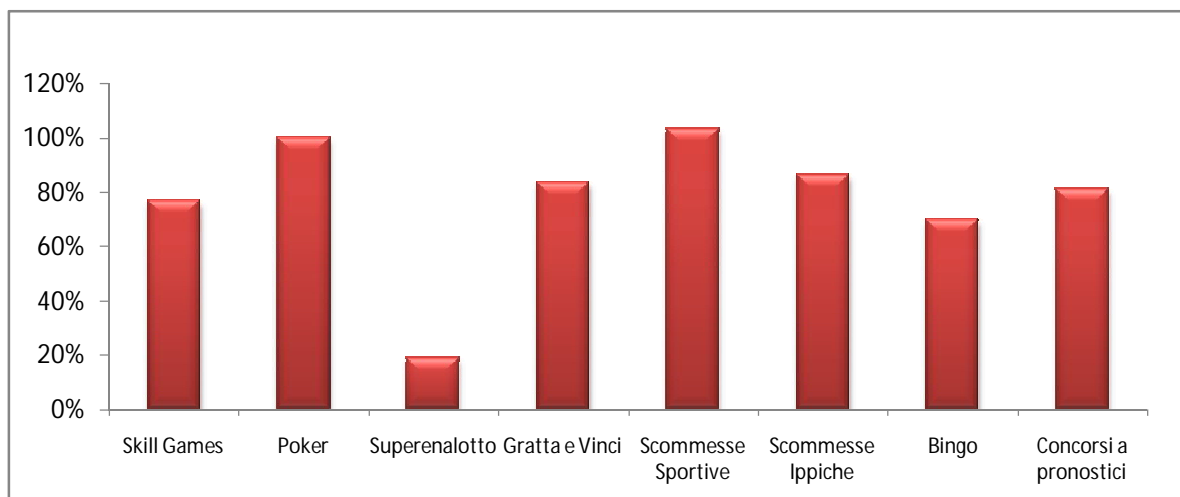


Figura 3.3 - l'offerta dei giochi

3.5.1.5 Gestione conto gioco

3.5.1.5.1 I sistemi di deposito

I dati riportati nel grafico di Fig.4.4 mostrano la fotografia dei possibili metodi di deposito a disposizione degli utenti. È stata utilizzata la base completa di 153 operatori, i risultati sono influenzati dall'ampio numero di operatori che aderiscono alla piattaforma di Microgame, i quali adottano gli stessi metodi di deposito.

La varietà di metodi di deposito messi a disposizione è molto importante, in quanto un utente che preferirebbe sfruttare i servizi offerti da un operatore, potrebbe decidere di abbandonarlo perché non è presente un metodo di deposito a lui congeniale. In assoluto i metodi più presenti sono i bonifici bancari e la PostePay, la carta di credito prepagata aderente al circuito Visa Electron, molto diffusa in Italia perché erogata dalle Poste Italiane, che infatti risultano essere presenti su rispettivamente il 97% e il 92% degli operatori.

Altri metodi rilevanti sono le altre Carte di credito offerti dal 73%, gli strumenti di pagamento online noti con il nome di eWallet offerti dal 36%, le Scratch Card offerti dal 33% e altri sistemi di deposito offerti dal 28% degli operatori.

Nella voce Altri metodi abbiamo inserito metodi di deposito non a distanza come contanti e la ricarica da Totem che necessitano di punti fisici per ricaricare il conto di gioco; la carta azienda, una metodologia particolare di deposito che è utilizzata esclusivamente da Lottomatica attraverso la propria carta aderente al circuito Visa denominata Lottomaticard; ricariche virtuali.

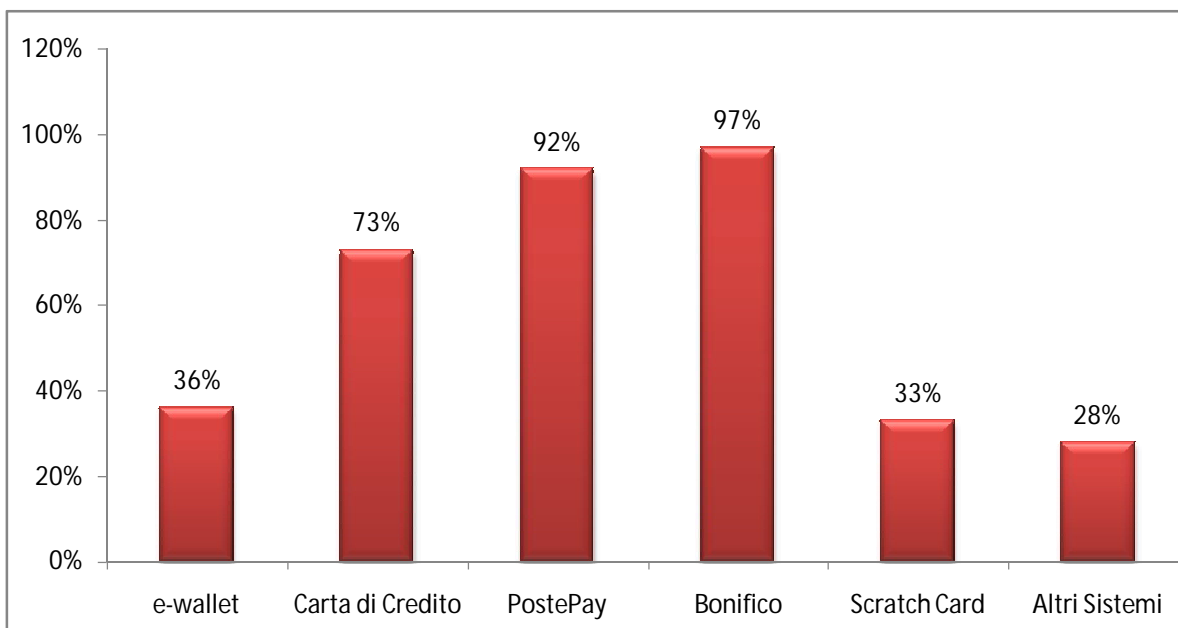


Figura 3.4 - i sistemi di deposito

Abbiamo voluto approfondire l'analisi del dato riguardante gli eWallet e abbiamo constatato che questi metodi sono offerti per lo più da operatori più grandi, per riuscire ad attrarre un maggior numero di giocatori. Nel mondo del Gioco Online, tra gli eWallet prevalgono Clickandbuy e Moneybrokers con rispettivamente il 71% e il 60% di presenza, e a seguire Neteller, Paysafecard e altri con percentuali inferiori all'11%. Da sottolineare che Paypal, molto diffuso nel settore dell'eCommerce, non gioca ancora un ruolo importante avendo adottato una strategia di ingresso "prudenziale". I dati relativi sono visibili in Figura 3.5.

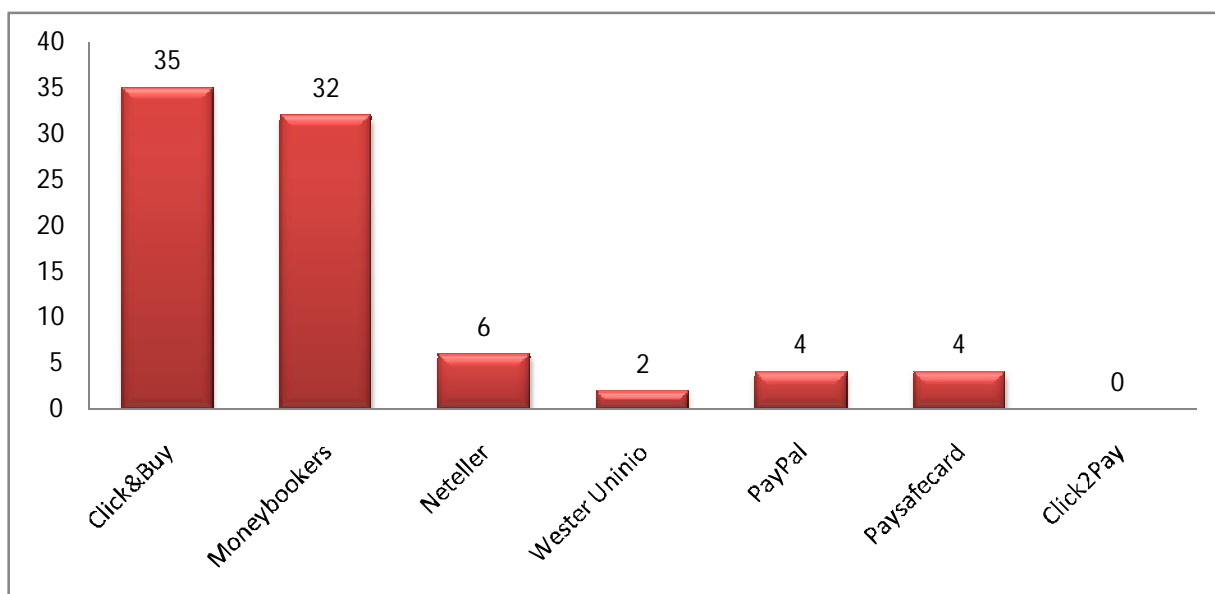


Figura 3.5 - E-Wallet offerti per sistemi di deposito

Gli operatori locali oltre a proporre spesso gli eWallet offrono, in un caso su tre, anche le Scratch Card, che sono facilmente vendibili quando si dispone di un punto di commercializzazione o di ricevitorie fisiche.

In sintesi appare chiaro come offrire un elevato numero di sistemi di deposito sia fondamentale per permettere al maggior numero possibile di giocatori di depositare denaro sul conto gioco, motivo per cui il 67% degli operatori offre 3 o 4 diversi sistemi come si può vedere in Figura 4.6.

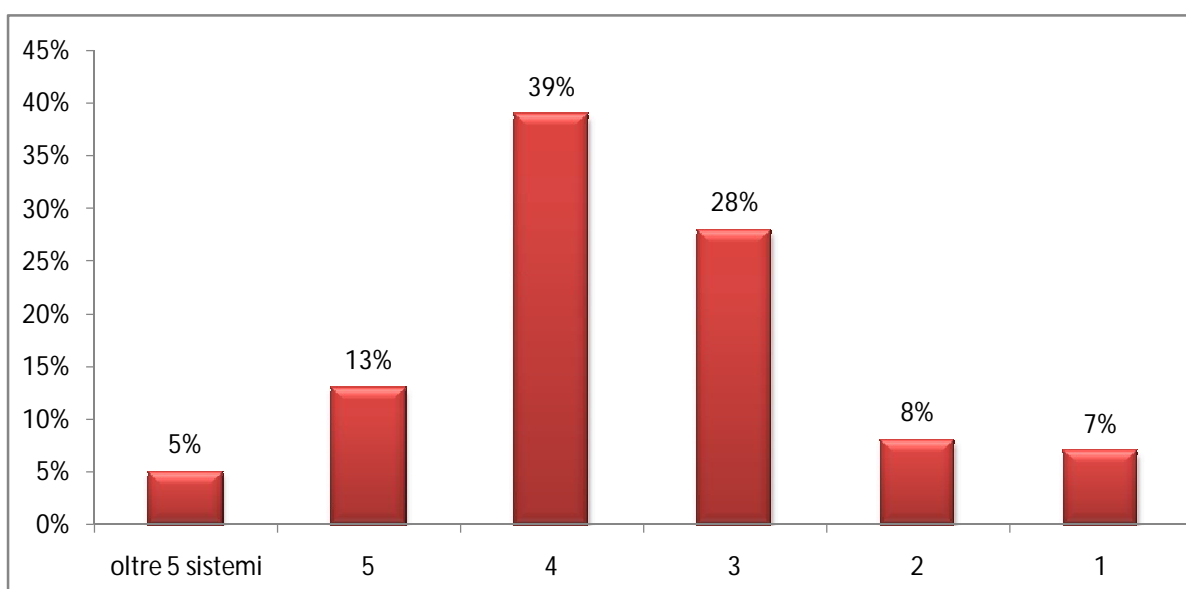


Figura 3.6 - i sistemi di deposito medi per operatore

3.5.1.5.2 I sistemi di prelievo

Specularmente a quanto detto per metodi di deposito, in questa sezione vengono presentati i metodi di prelievo disponibili. La situazione è un po' diversa rispetto al deposito come si può vedere nella Figura 4.7. Il Bonifico e la Postepay rimangono di gran lunga i sistemi più diffusi, rispettivamente 95% e 80%, c'è però una minore offerta di alternative. In particolare, per le sue caratteristiche intrinseche, come l'accredito a fine mese, è difficile utilizzare la carta di credito come strumento di prelievo. Abbiamo quindi che la diffusione degli altri sistemi si ferma al 23%, quella degli eWallet al 20% e come detto le Carte di credito al 13%.

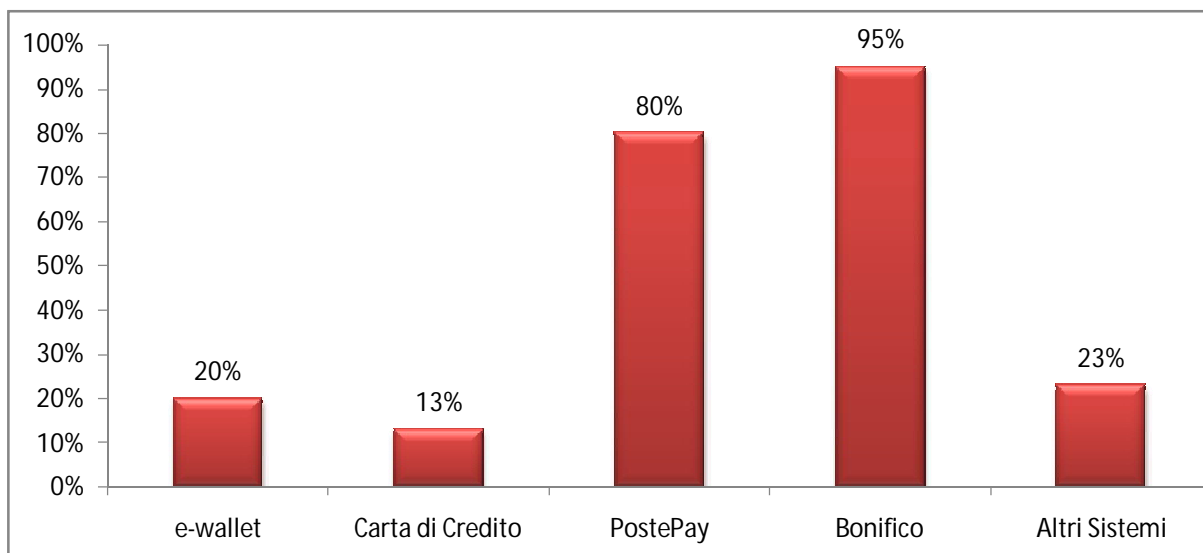


Figura 3.7 - i sistemi di prelievo

Nella voce “altri sistemi” prevale nettamente un metodo esclusivo per il prelievo, ovvero il bonifico domiciliato e le ricariche virtuali diffuse soprattutto per gli operatori locali.

La Postepay è molto diffusa soprattutto negli operatori più piccoli e questo dato deriva dalla facilità di accredito rispetto ad una normale carta di credito.

È interessante notare come la diffusione degli eWallet come sistemi di prelievo sia inferiore a quella registrata come strumenti di deposito. Tra questi il più diffuso è Moneybokers con il 79% seguito da Clickandbuy con il 38%. In generale comunque il numero di sistemi di prelievo mediamente offerti è inferiore a quello dei sistemi di deposito, infatti più della metà degli operatori propone solo un paio di alternative come si può vedere in Fig.4.8.

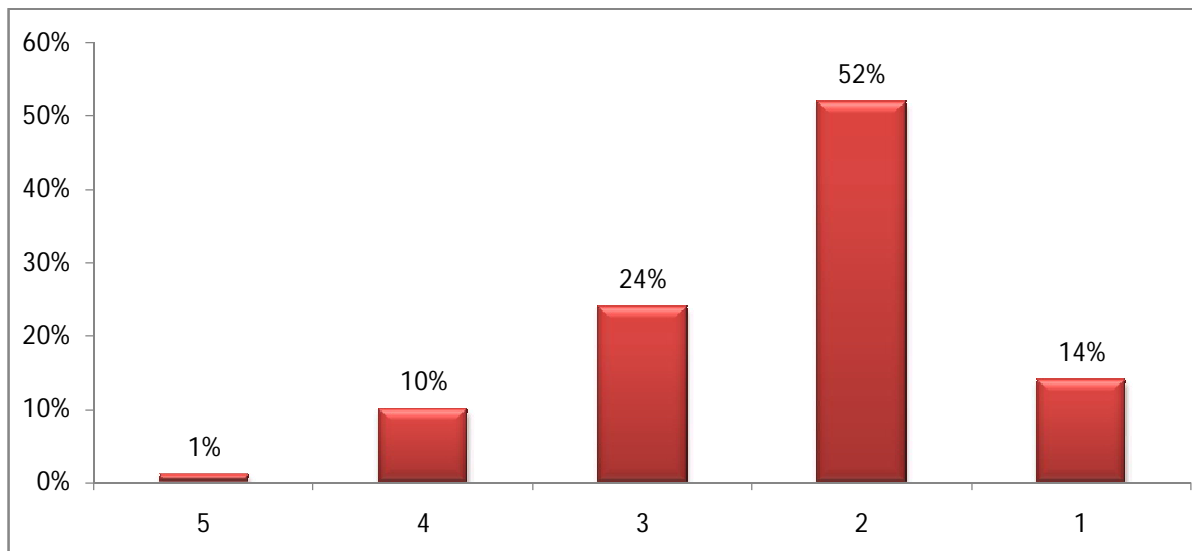


Figura 3.8 - il numero di sistemi di prelievo medi per operatore

3.5.1.5.3 Sintesi sistemi di deposito e prelievo

Nell'analisi dei diversi sistemi abbiamo voluto approfondire la tematica relativa alla provenienza degli operatori.

In particolare abbiamo analizzato per ciascun metodo, sia di prelievo che di deposito, quanti sono offerti da operatori domestici e quanti da operatori esteri. Il dato sottolinea come gli operatori esteri siano delle realtà già affermate nel settore del Gioco Online che abbiano già puntato sui sistemi più diffusi nel resto del mondo per i business online. In particolare il metodo più diffuso risulta essere quello degli eWallet per il deposito e la carta di credito per il prelievo.

Gli operatori domestici invece, avendo più esperienza della realtà italiana ed essendo per lo più legati alla realtà locale delle agenzie fisiche, puntano più sui sistemi tradizionali come il Bonifico e la Postepay.

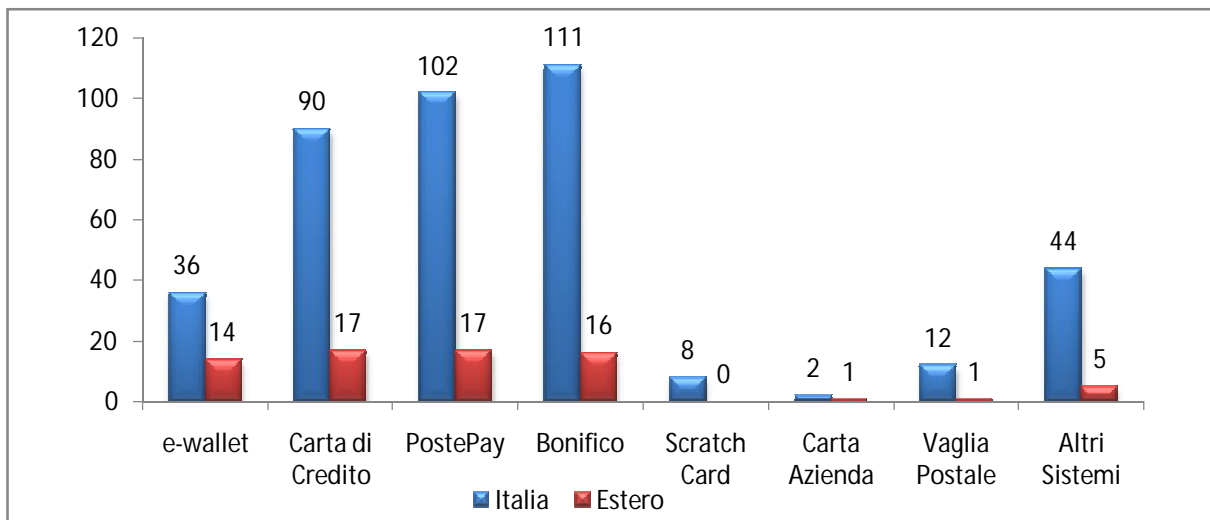


Figura 4.9 - Distribuzione sistemi di deposito per provenienza degli operatori.

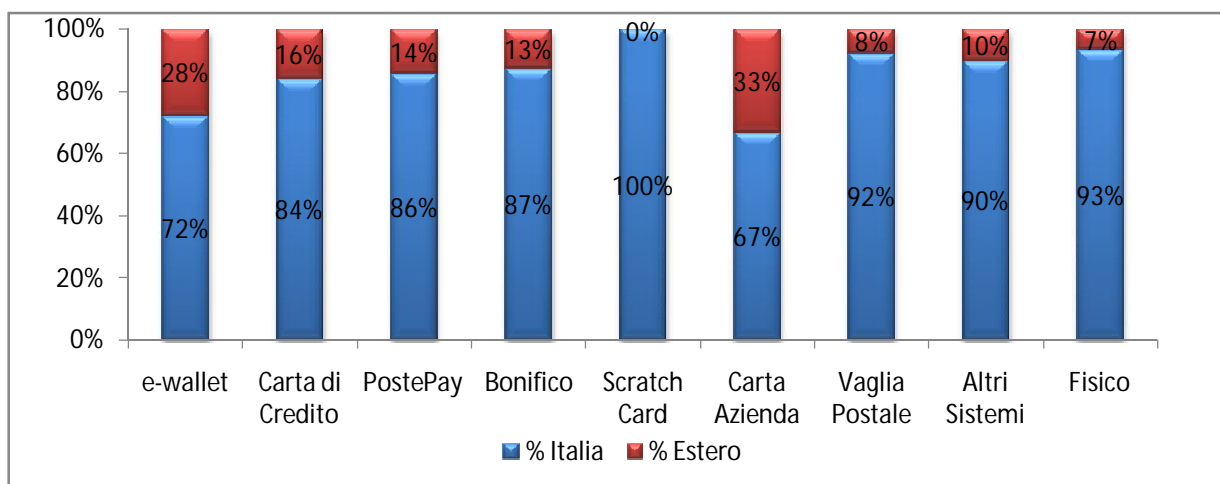


Figura 3.10 - Percentuale di distribuzione sistemi di deposito per provenienza degli operatori

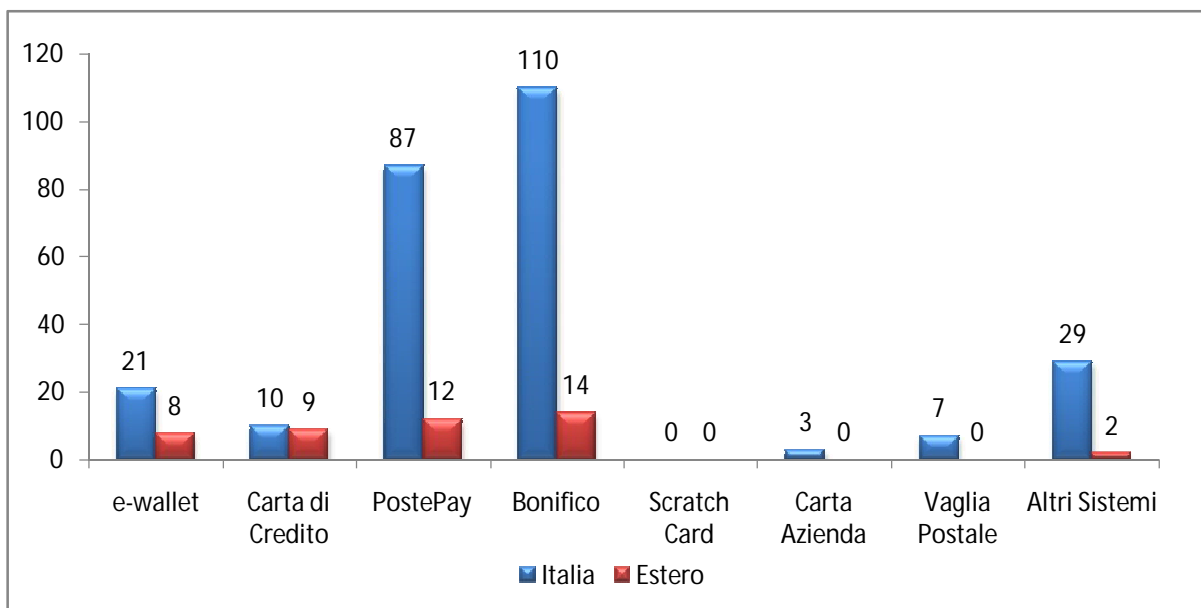


Figura 3.11- Distribuzione sistemi di prelievo per provenienza degli operatori

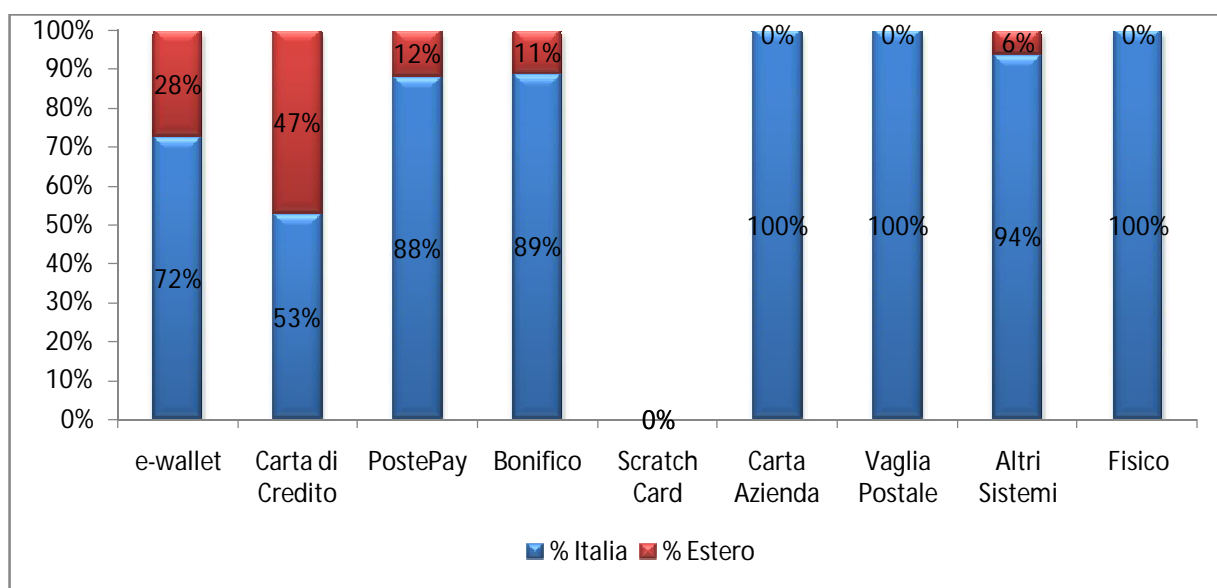


Figura 3.12- Percentuale di distribuzione sistemi di prelievo per provenienza degli operatori

3.5.1.6 Gli strumenti di customer service

Gli strumenti di customer support utilizzabili dagli utenti sono gli stessi presenti in altri settori dell' e-business. Nella nostra indagine abbiamo riscontrato che la quasi totalità degli operatori offre supporto ai propri clienti tramite la posta elettronica che è presente nel 92% dei casi, mentre nel 75% dei casi viene offerta la modalità di aiuto via Fax.

Abbiamo poi il 69% dei siti censiti che offre assistenza telefonica attraverso un numero tradizionale a pagamento, mentre quelli che sono dotati di un numero verde sono invece il 18%. Seguono Format email , FAQ e Chat offerti rispettivamente nel 53% , 29% e 4% dei casi. Dati in Figura 4.13

Il sistema di FAQ, acronimo di Frequently Asked Questions, è un metodo di supporto che consiste in un elenco di domande prestabilite con relativa risposta, scelte tra le più frequenti. Questo è un sistema utilizzato soprattutto dagli operatori maggiori che sono anche tra quelli che danno la possibilità di scegliere tra un maggior numero di sistemi. Gli operatori locali di piccola grandezza, legati soprattutto a Microgame, offrono quasi esclusivamente aiuto telefonico o via fax.

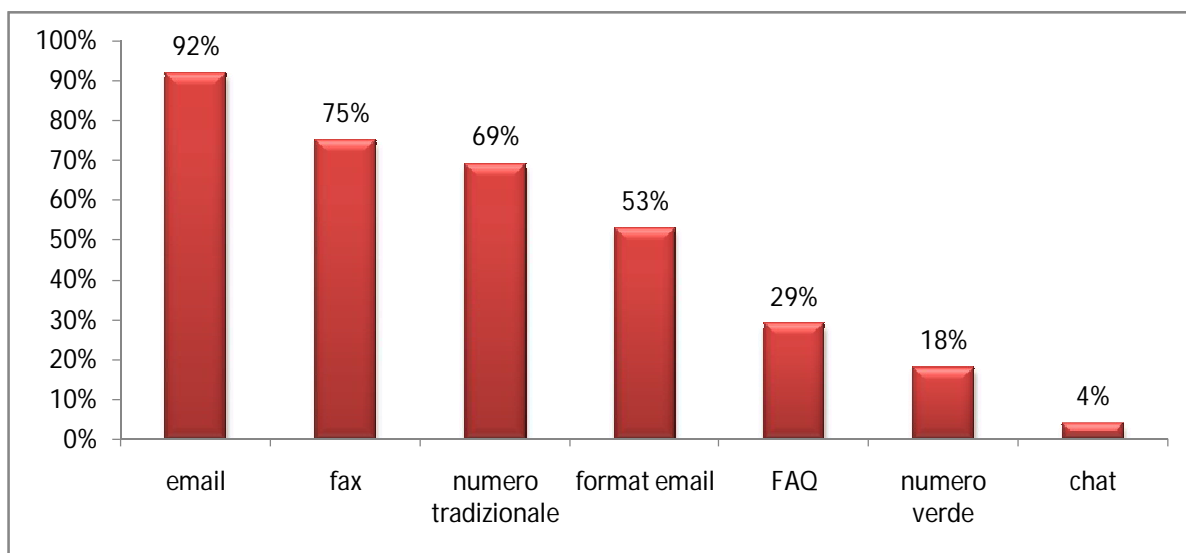


Figura 3.13- gli strumenti di customer support

3.5.2 Analisi Poker Rooms e Network

In questa sezione sono descritte le principali informazioni relative alla poker rooms presenti nel mercato italiano.

Come già scritto nei paragrafi precedenti, il 100% degli operatori del mercato del gioco a distanza offre il gioco del Poker, che qui abbiamo considerato a parte rispetto agli altri Skill Games, seppure per legge rientri nella categoria di questi ultimi. La sua presenza all'interno del settore è così rilevante da giustificare la nostra scelta.

Gli operatori utilizzano piattaforme di gioco proprie o fornite da società service provider, molto spesso il proprietario della piattaforma coincide con il gestore del network. Molti operatori infatti, hanno scelto di far parte di un network di poker rooms per avere un bacino di utenti maggiore e garantire così montepremi maggiori ma soprattutto ridurre i tempi di attesa per l'inizio dei tornei, soprattutto i Sit&go.

Nella figura 3.13 sono riportate tutte le reti con le poker rooms aderenti.

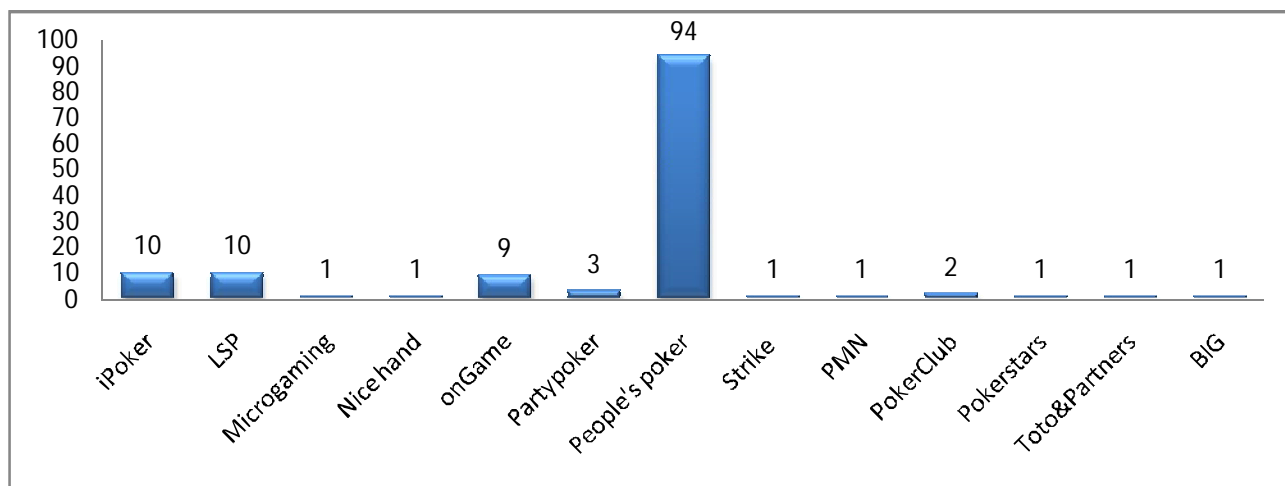


Figura 3.13- Network e operatori aderenti

Se si esclude Microgame il numero medio di operatori per network è poco più di tre.

In realtà, nel grafico solamente sei soggetti sono veri network, dal momento che racchiudono al loro interno almeno due operatori. Mentre PokerStars, Best in Game, Nice Hand e Ladbrokers (Microgaming) e gli altri sono operatori che in Italia sono presenti con una piattaforma di gioco che non fa parte di alcun network.

Per semplicità di analisi però d'ora in poi anche questi singoli player verranno chiamati e considerati network.

Il rapporto tra operatori e network è di circa dieci a uno e il motivo di ciò dipende, in particolar modo, dalla presenza del network di Microgame (People's Poker) che viene utilizzato da ben 93 operatori differenti. Il totale dei network è quindi 13.

Il network onGame è di proprietà di Bwin ed è stato realizzato di recente dopo l'acquisizione di Gioco Digitale, unendo la rete precedente con Telegaming, la rete di proprietà di GD. Oltre a quest'ultimo, viene utilizzato anche da Click&Play, poker room del casinò di Venezia, e da Smash Poker, Gbet, Betpro, Fastpoker, Tuttoscommesse e Sportingbet.

Il network iPoker, per la precisione iPoker.it per distinguerla dalla rete internazionale, è stato realizzato da Playtech, uno dei leader mondiali nel settore del gaming online, e comprende i seguenti operatori: Snai, Sisal, Cogetech, Eurobet, Betclie, GF Poker Maxipoker, Cubet, Gamenet e Virgin. A differenza degli altri network iPoker.it racchiude al suo interno importanti operatori di fama nazionale con brand affermati.

Poker Club è il network realizzato da Boss Media, società controllata da Lottomatica, che oltre a quest'ultima comprende anche TotoSì, altra controllata di Lottomatica.

Leonardo Service Provider è un fornitore italiano di piattaforme di gioco online che offre i propri servizi a piccoli operatori quali Betting 2000, SistersBet, Max 96 s.a.s. e FlyBet.

Microgame è uno dei più importanti service provider di betting e gambling a livello internazionale ed offre i suoi servizi a 93 operatori, la maggior parte dei quali sono di piccola dimensione. Solo per citare i principali, ricordiamo: People's, Unibet.it e QuiGioco.it.

Nel corso della nostra indagine abbiamo riscontrato molti problemi con l'operatore Alibet, il quale fa parte del circuito Strike di Toto 2000. Dati i rilevanti problemi abbiamo potuto censire solo la parte delle informazioni comuni tralasciando la parte relativa ai tornei.

3.5.2.1 Sistemi di fidelizzazione

Dalla nascita del poker in Italia, il sistema di fidelizzazione più diffuso è stato Vip Program . A livello internazionale una delle promozioni più importanti del Vip Program è definita Rakeback. Essa consiste in una promozione attraverso la quale una poker room decide di restituire al giocatore parte del guadagno incassato attraverso le fee, sotto forma di bonus in denaro. Di solito la Rakeback varia tra il 10% e il 40% della fee d'iscrizione al torneo, a seconda del Vip Program e del livello raggiunto dal giocatore. Per questo motivo il Vip Program risulta essere molto oneroso per gli operatori e la maggior parte di essi, in particolare i più piccoli e meno focalizzati sui giocatori più assidui, non offrono tale promozione.

La nostra indagine ha però messo in evidenza come questo sistema si accompagna sempre al sistema delle classifiche che premiano i giocatori migliori. A differenza del Vip Program le classifiche elargiscono un montepremi stabilito in precedenza dall'operatore che può consistere in bonus, denaro contante caricato sul conto o punti per la vincita di premi. Le classifiche generalmente hanno costi inferiori rispetto al vip program ma all'aumentare della base utenti attivi il divario aumenta.

Dal grafico si nota come il 45% degli operatori offre entrambe le possibilità ai propri utenti mentre solo il 11% non offre né l'uno né l'altro sistema. Il 44% preferisce offrire solo classifiche mentre si può vedere come il sistema di Vip program non sia mai offerto da solo.

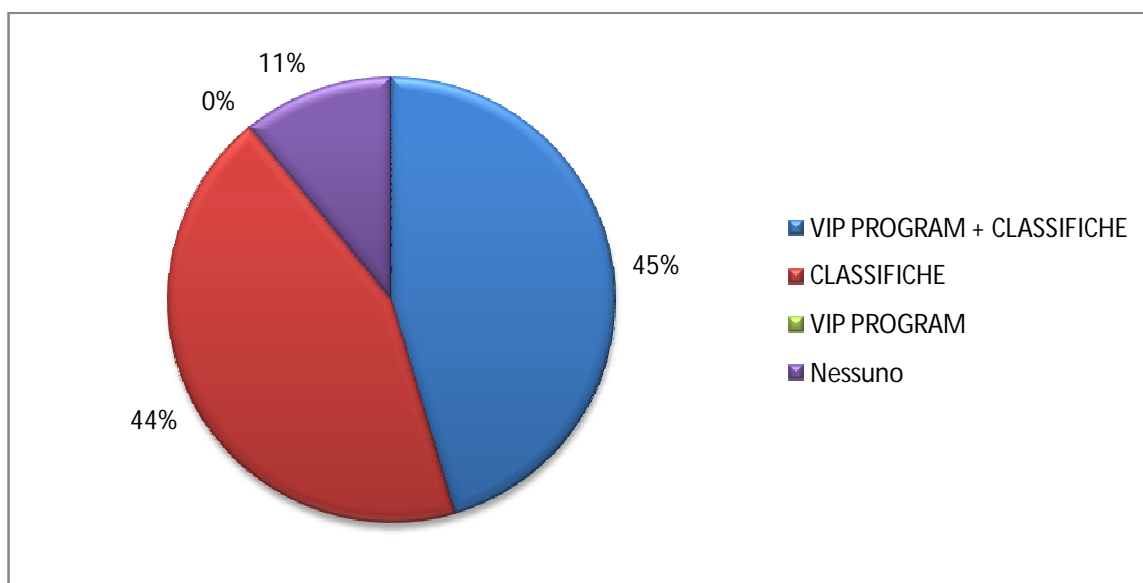


Figura 3.14- Sistemi di fidelizzazione

3.5.2.2 Sistemi di acquisizione nuovi clienti

Tra i sistemi per acquisire nuovi clienti il più diffuso è senz'altro il bonus per il primo deposito. Questo viene offerto in diverse modalità ma per lo più è rappresentato da bonus aggiuntivi erogati in seguito al primo deposito effettuato sul conto gioco. Il valore arriva fino al 400% erogato però non in denaro contante ma in denaro virtuale utilizzabile solo per il gioco e quindi solo per i buy-in dei tornei.

L'altro importante sistema di acquisizione è rappresentato dai tornei satelliti per tornei live, ovvero tornei giocati "fisicamente" presso importanti casinò. Questo sistema è sempre più diffuso in seguito al successo che i tornei di poker live riscuotono in Tv grazie a programmi come Pokermania.

Dal grafico si può vedere come i due sistemi spesso sono associati, ben il 69% degli operatori offre sia bonus che satelliti live, mentre sono solo il 7% gli operatori offrono solo satelliti live e solo il 2% solo bonus. È sorprendente il fatto che ancora il 22% degli operatori non offra nessun tipo di sistema.

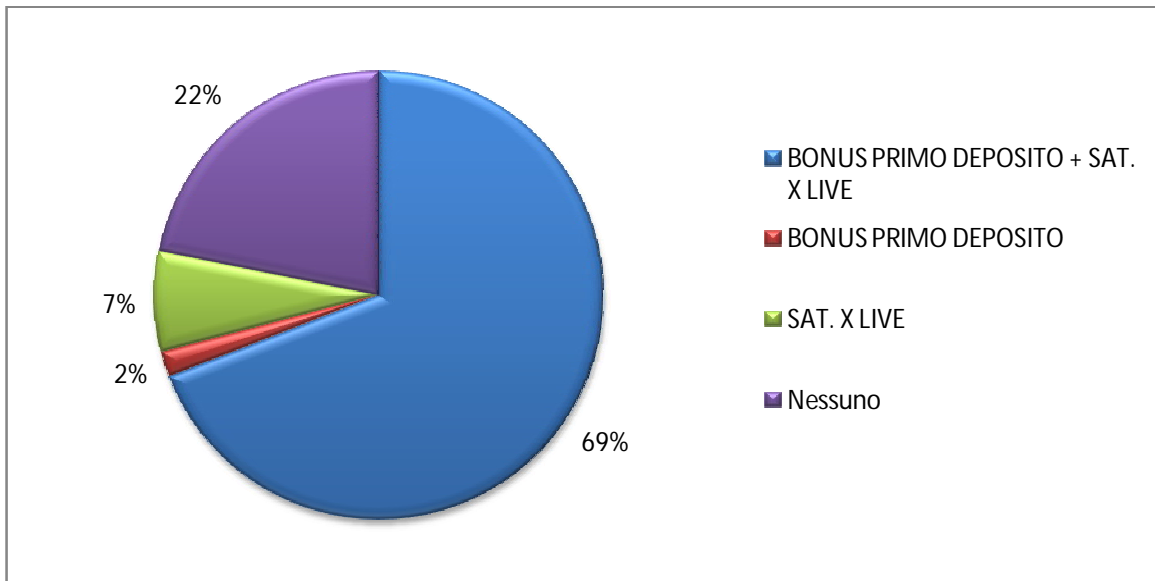


Figura 3.15- Sistemi di acquisizione nuovi clienti

3.5.2.3 Interfaccia

L' 80% degli operatori permette ai propri clienti di usufruire dei servizi attraverso un applicativo client che può essere eseguito in un ambiente Windows, o anche su sistema Mac OS. Il restante 20% ha deciso di implementare la propria interfaccia esclusivamente tramite il browser. Abbiamo però riscontrato la presenza di operatori che offrono entrambe le modalità, perciò nel grafico si può vedere come il 49% degli operatori offre il gioco solo tramite client mentre il 31% offre la possibilità di gioco sia su client che su browser.

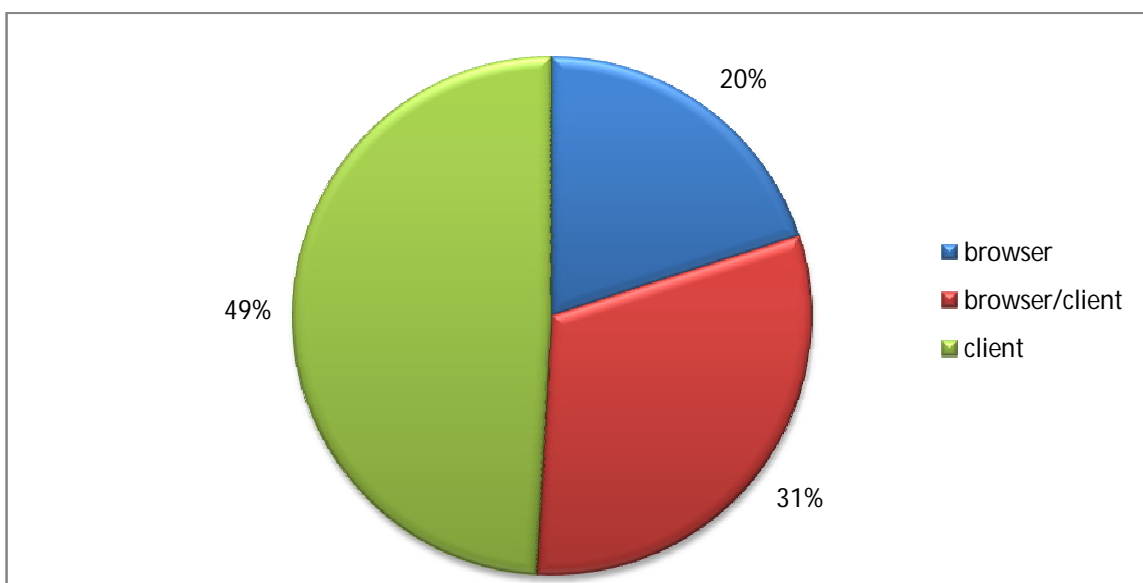


Figura 3.16 - Tipologia interfaccia

3.5.2.3.1 Personalizzazione grafica

Molti operatori offrono la possibilità di personalizzare graficamente il client o il browser per venire incontro ai gusti dei giocatori. In particolare abbiamo riscontrato come il gioco offerto tramite browser è solitamente meno ricca a livello grafico, nonostante risulti più portabile perché può essere eseguita anche su sistemi operativi diversi da Windows.

Possiamo vedere come il 64% delle poker rooms offre la possibilità di personalizzare il tavolo o le carte da gioco, il 67% invece offre la possibilità di personalizzazione dei suoni e infine il 62% offre la possibilità di giocare con un proprio avatar. In particolare ci sono poker room come ItalyPoker che legano la possibilità di sbloccare avatar graficamente più elaborati a seconda del livello di gioco raggiunto dal giocatore, in un modo analogo a molti videogame d'azione.

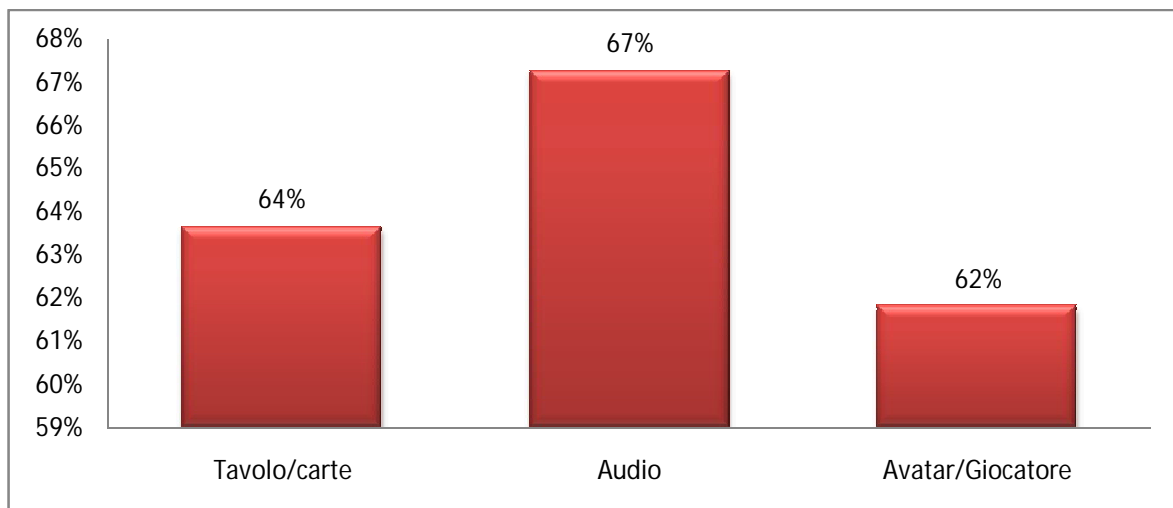


Figura 3.17- Personalizzazione grafica

3.5.2.4 Gioco responsabile

Molti operatori, sostenuti e spinti da AAMS, hanno scelto di lanciare campagne di comunicazione con la quale si impegnano attivamente nella prevenzione delle forme di gioco a potenziale rischio per il giocatore. Oltre però alla semplice comunicazione alcuni operatori offrono delle opzioni per la gestione del conto gioco per prevenire comportamenti distruttivi per i giocatori più sensibili al gioco d'azzardo. Tali opzioni sono sistemi di autosclusione e di autolimitazione. Il 15% degli operatori gli offre entrambi mentre il 5% offre solo sistemi di

autoesclusione. La maggior parte però ancora non offre nessun metodo per favorire il gioco responsabile.

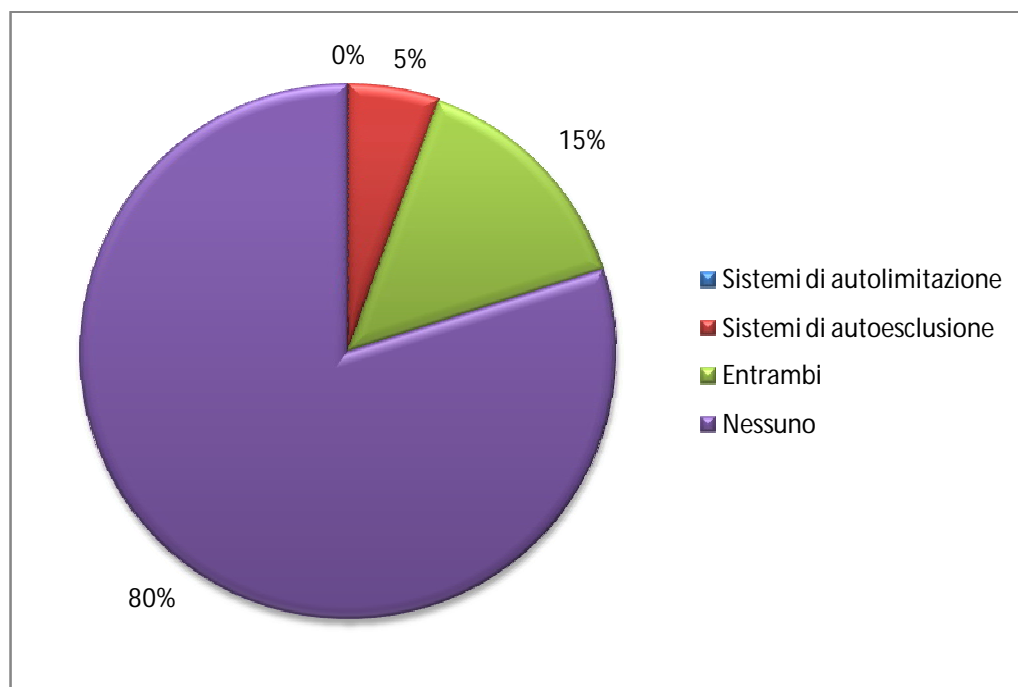


Figura 3.18 - Sistemi per favorire il gioco responsabile

3.5.2.5 Funzionalità aggiuntive

Tra le possibilità aggiuntive che gli operatori offrono per arricchire la propria offerta spiccano le modalità di gioco for fun e il resoconto della mano che sono offerti rispettivamente dal 98% e dal 95% delle poker room. La presenza del gioco for fun è spesso associabile a metodi di acquisizioni clienti poiché alcuni operatori, PokerStars in primis, offre la possibilità di accumulare soldi virtuali da spendere per l'iscrizione a particolari tornei che mettono in palio vincite reali, bonus o ticket per tornei satelliti.

Le altre possibilità offerte sono il gioco in modalità multi tavolo, 82% poker room, statistiche di gioco e resoconto del torneo offerti rispettivamente dal 71% e dal 67% degli operatori e infine il 53% delle poker room offrono la possibilità di gestire appunti sugli avversari.

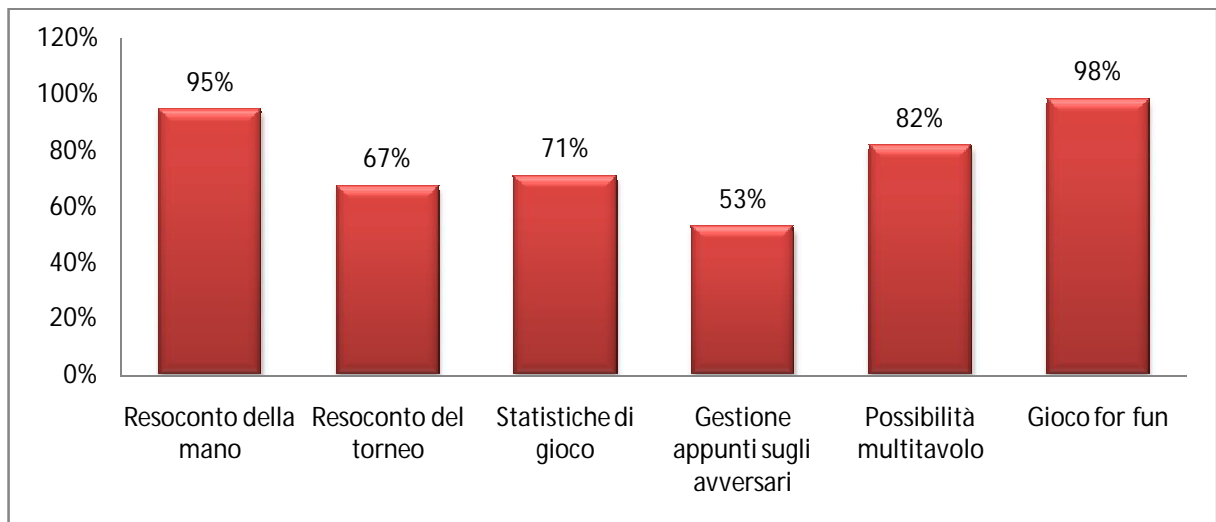


Figura 3.18- Servizi aggiuntivi

3.5.3 Analisi tornei poker

La nostra indagine ha portato come risultato un insieme di 12220 tornei. Come già spiegato, molti dei tornei censiti sono risultati identici in quanto gli operatori aderiscono ad uno stesso network, per questo motivo per analizzare gli aspetti dell'offerta di questa parte della ricerca abbiamo utilizzato i network come base discriminante, per non incorrere in errori di ridondanza. Secondo questo punto di vista, sono stati censiti 12 network e circa 1.800 tornei differenti. Come già riportato nei paragrafi precedenti Alibet.it ha adottato la piattaforma e il circuito Strike creato dalla Toto2000 Srl ma per problemi con il sito non è stato possibile censirlo. La base di riferimento è stata quindi di 12 network. Ci riferiamo naturalmente all'insieme dei tornei unici offerti dagli operatori, che per una o più caratteristiche specifiche risultano essere differenti l'uno dall'altro. Proprio per questo motivo, ad esempio, lo stesso torneo offerto dallo stesso network che ha inizio tutti i giorni alla stessa ora, è stato considerato una sola volta.

Come già accennato precedentemente, si può giocare a poker nella sola modalità torneo. Il giocatore riceve un ammontare di chip iniziale, a fronte di un costo d'iscrizione, da utilizzare, una volta terminate le chip il giocatore uscirà dal torneo e eventualmente avrà diritto ad un premio, in base alla posizione raggiunta.

Si evidenziano due tipologie di torneo:

- sit&go;
- tornei programmati.

La differenza tra sit&go e tornei programmati è che i primi partono solo ed esclusivamente una volta raggiunto il numero di giocatori prestabilito, mentre i tornei programmati iniziano nel giorno e all'orario prestabilito indipendentemente dal numero di giocatori iscritti e possono o meno avere un montepremi minimo garantito a carico della poker room o del network.

Avendo già riportato i dati riguardanti le relazioni tra operatori e network vogliamo qui elencare i nomi degli operatori o dei circuiti che abbiamo utilizzato come base delle nostre elaborazioni:

- iPoker;
- onGame;
- People's poker di Microgame;
- LSP, Leonardo Service Provider;
- Microgaming, a cui appartiene Ladbrokes;
- Nice hand;
- Partypoker;
- PMN, Poker Mondial network;
- PokerClub, di Lottomatica;
- Pokerstars;
- Toto&Partners;
- BIG, Best in Games.

Nel periodo del censimento il numero di tornei programmati analizzati, come si può vedere dal grafico in figura 4.18, è inferiore a quello dei Sit&go, 734 tornei programmati contro 1065 tornei Sit&go.

Per i tornei programmati non sono stati considerati tornei identici che hanno luogo in giorni differenti mentre i tornei sit&go sono stati differenziati sulla base del numero di partecipanti.

Non è stato possibile fare un confronto tra il numero totale di tornei partiti e conclusi all'interno di un preciso arco temporale data la natura dei tornei sit&go. Tali tornei, infatti, non hanno alcuna indicazione sull'orario di inizio, dal momento che iniziano quando il numero di giocatori necessari è raggiunto e perciò non è possibile stabilire il numero di tornei sit&go che iniziano e finiscono entro un certo arco temporale.

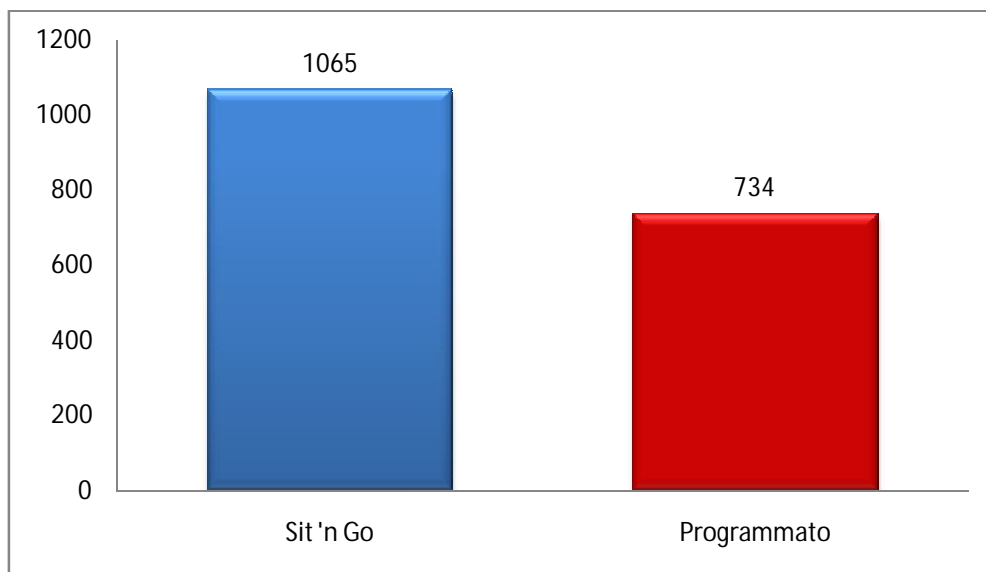


Figura 3.19 - Tornei offerti

Sia per l'una che per l'altra tipologia di torneo tutti gli operatori censiti offrono tornei satelliti.

3.5.3.1 Variante poker

Le varianti di poker offerte nei palinsesti delle poker room sono di seguito riportate. La variante più popolare è il Texas Hold'em che risulta presente su tutti gli operatori. Questa variante è stata, sia in Italia che nel resto del mondo, l'artefice del successo del poker spesso viene definito come "poker all'americana".

La seconda variante più presente è l'Omaha High mentre le altre varianti, risultano essere ancora poco presenti nei palinsesti degli operatori in Italia.

Tra gli operatori è una volta PokerStars a spiccare grazie ad un palinsesto che comprende tutte le varianti ad eccezione della variante 5 Card Draw 7-A.

A seguire troviamo PokerClub, il circuito di Lottomatica e della sua controllata Totosì, con un'offerta composta da 4 varianti. I network iPoker.it e PartyGaming, il circuito di Partypoker, offrono ai giocatori anche l'Omaha High oltre alla variante Texas Hold'em, mentre i restanti network offrono esclusivamente il Texas Hold'em.

VARIANTI POKER												
	Texas	5 Card	5 Card	Badugi	Mix	Omaha	Omaha	Razz	Single	Stud	Stud	Triple
	Hold'em	Draw	Draw 7-A			Hi/Lo	High		Draw		Hi/Lo	Draw
BIG	√											
onGame	√						√					
iPoker	√						√					
LSP	√											
PokerClub	√		√				√			√		
People's Poker	√											
Nice Hand	√											
PartyPoker	√						√					
Pokerstars	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√
Toto&Partners	√											
PMN	√											
Microgaming	√											

Tabella 3.2 - Varianti Poker

Ancora una volta emerge l'anomalia Microgame che pur offrendo un'unica variante di gioco detiene il primato della quota di mercato, assestata al primo semestre 2010 intorno al 29%. Mentre Pokerstars e gli altri nonostante la maggior offerta di gioco non riescono ancora a scavalcare il service provider italiano.

3.5.3.2 Buy-in

Il buy-in è il costo del torneo. Per i sit&go offerti sul mercato italiano il suo valore medio è pari a 23,70€ e in particolare i valori medi dei diversi circuiti risultano essere compresi tra i 2,08€ di

Poker Mondial Network che offre però pochissimi tornei e i 36,68€ di Leonardo Service Provider. Nel grafico seguente è possibile vedere i buy-in medi per ciascun network.

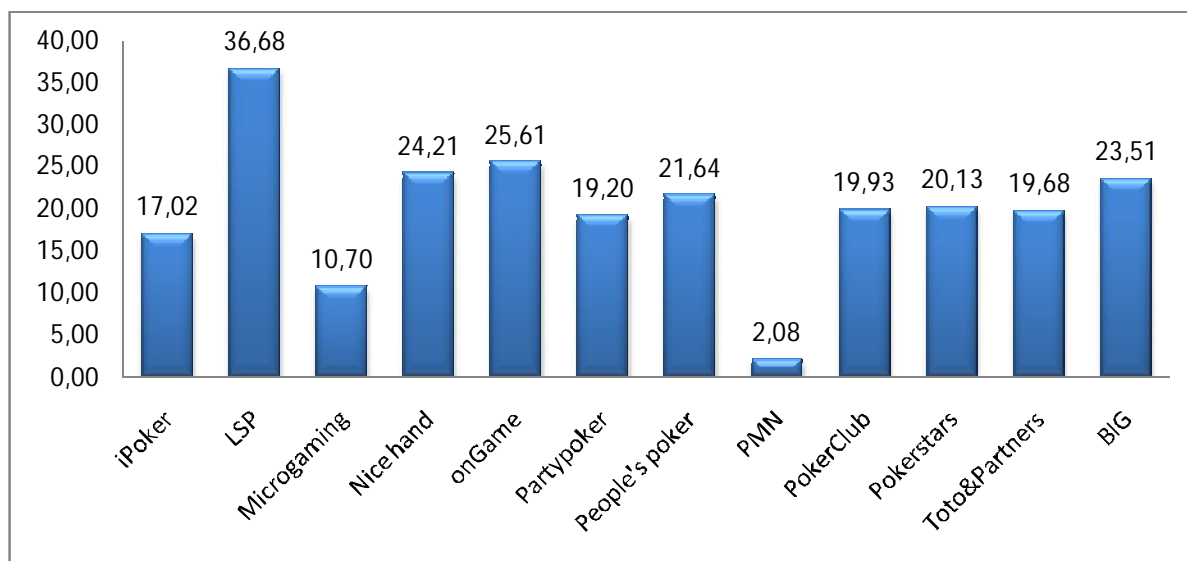


Figura 3.10 - Buy-in medi per tornei Sit&Go

Questi risultati dipendono principalmente dai limiti imposti dalla normativa, dal momento che impone costi d'iscrizione compresi tra 0,50€ e 100€. Nonostante ciò la media si discosta significativamente dalla soglia dei 50€, come si potrebbe pensare in un primo momento, in quanto l'offerta dei tornei è più dettagliata per bassi costi d'iscrizione. Si possono trovare, infatti, al di sotto dei 50€ tornei da 0,50€, 1€, 2€, 3€, 5€, etc. mentre al di sopra di tale soglia ci sono solitamente solo pochi tornei con un costo d'iscrizione diverso, ad esempio 70€ e 100€

Per quanto riguarda i tornei programmati, la nostra indagine ha riscontrato un prezzo di iscrizione medio globale pari a 15,03€. Il prezzo medio del singolo network più basso è anche qui quello di PMN, pari a 0,5€, ma questo circuito offre un solo torneo. Il buy-in più alto risulta essere quello di onGame che ha un prezzo di iscrizione medio pari a 23,64€. Nel grafico seguente è possibile vedere i buy-in medi per ciascun network. Si noti come non ci sia un vero e proprio allineamento dei prezzi come nel caso dei sit&go, perché l'offerta ha una maggiore differenziazione dei costi di iscrizione sia al di sopra che al di sotto dell'ipotetica soglia media dei 50€.

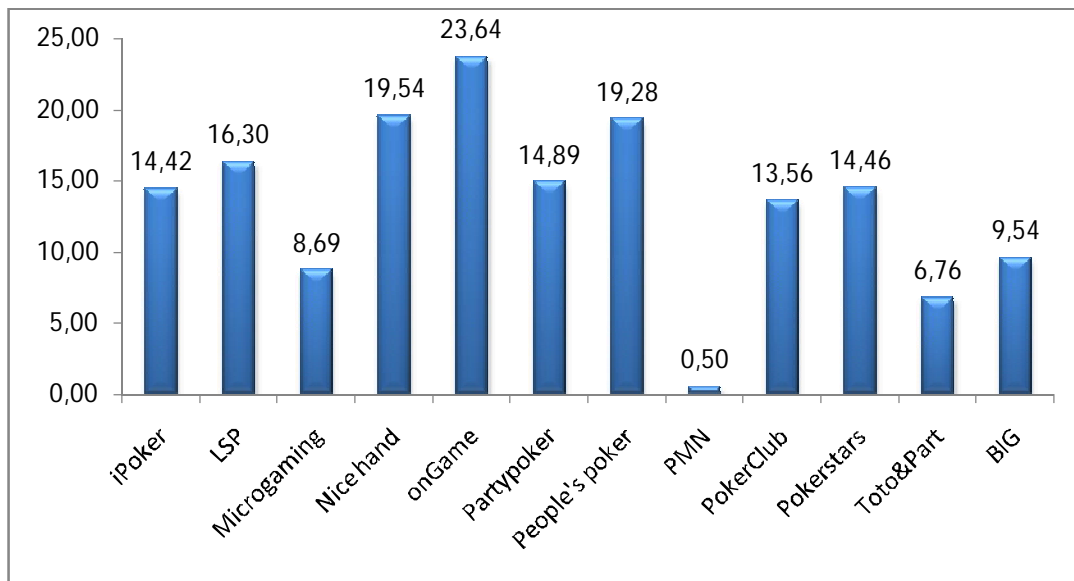


Figura 3.21- Buy-in medi per tornei programmati

Il motivo per cui, tra i network, spicca onGame, può essere ricercato in una base utenti che conta un maggior numero di clienti che giocano a tornei con elevati costi d'iscrizione. Viceversa altri operatori non possono mettere in palinsesto troppi tornei con buy-in elevato, per evitare di avere tornei con pochi partecipanti e rischiare di non coprire i montepremi garantiti con le iscrizioni.

È interessante notare le differenze tra i valori medi del network Leonardo Service Provider, che sono più alti per quanto riguarda i sit&go mentre per i tornei programmati sia al di sotto di molti altri operatori.

In Figura 3.22 viene riportato un grafico in cui illustriamo il numero di tornei censiti cumulati secondo il costo d'iscrizione, e dimostra quanto detto in precedenza, ovvero che l'offerta di tornei per costi d'iscrizione bassi è molto più variegata. Quanto detto è confermato maggiormente se si pensa che, dei 1800 tornei censiti, i tornei con costo di iscrizione inferiore o uguale a 10€ sono 1107, mentre i restanti 693 tornei sono spalmati nel restante range di 90€

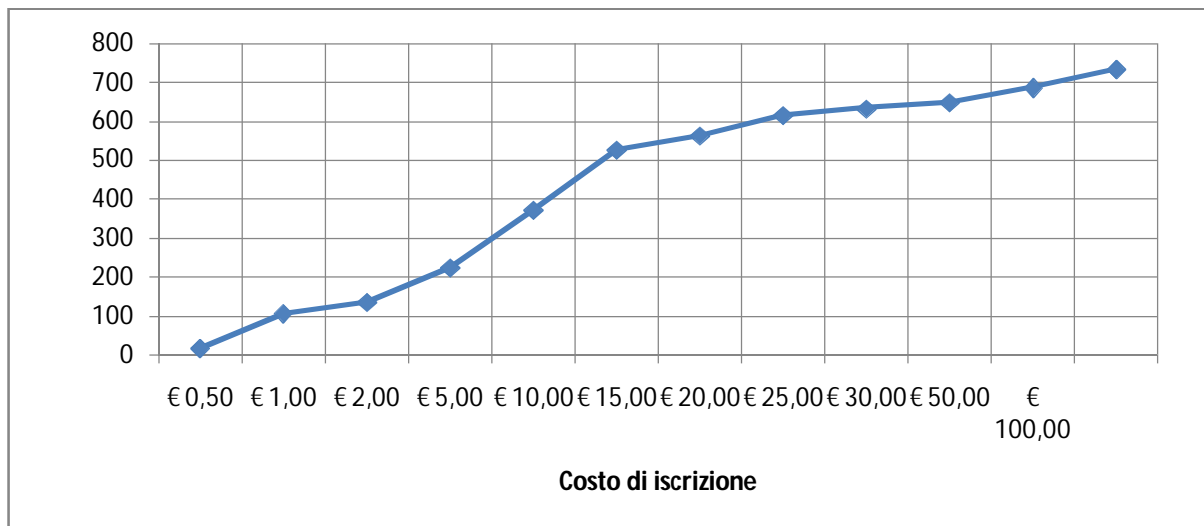


Figura 3.22 - Curva cumulata dei tornei programmati per il costo di iscrizione

3.5.3.3 Fee

Nel grafico in Figura 3.23 viene riportato del valore percentuale medio della fee in base al costo d'iscrizione al torneo. Per realizzare questo grafico sono stati utilizzati i dati riferiti non ai singoli valori di buy-in ma i rispettivi range, per evitare fee percentuali che possano essere dipese da pochi tornei offerti magari da un solo operatore. Ad esempio un buy-in di 60€ è presente solo sul network di Microgame e perciò non è stato utilizzato nel grafico ma è stato considerato nella fascia di buy-in compresa tra 50€ e 100€

L'andamento della fee percentuale ha una tendenza verso il ribasso al crescere del buy-in. La fee media percentuale varia da un minimo di 9,01% per i tornei da 100€ ad un massimo del 19,33% per i tornei da 0,5€. È stato riscontrato un dato anomalo che spezza la tendenza verso il ribasso, è quello relativo alla fascia 20-30€ a causa del rake più alto per i tornei offerti da iPoker e da Best in Game e del minor numero di tornei offerti in generale, evidentemente perché è una fascia meno apprezzata dai giocatori.

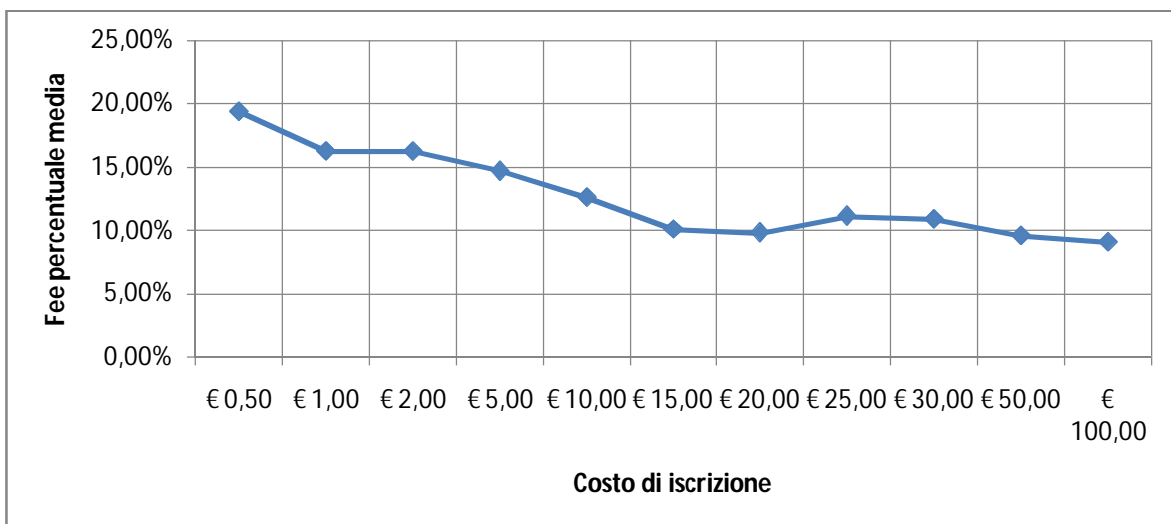


Figura 3.23- Fee media percentuale per fasce di costo

Nel grafico in Figura 3.24 è rappresentata la fee media percentuale, calcolata come media delle fee percentuali di tutti i tornei programmati che gli operatori percepiscono sui costi d'iscrizione. La fee percentuale per un determinato torneo è pari al valore della fee diviso il valore del costo d'iscrizione. La fee percentuale non è stata calcolata come il rapporto tra la somma delle fee e la somma delle iscrizioni per tutti i tornei censiti, per evitare che il peso di tornei con un buy-in più elevato, a cui corrispondono in termini assoluti fee più elevate ma minori in termini percentuali, come indicato nel grafico precedente, possano impattare maggiormente sul risultato finale.

Sarebbe molto interessante considerare la fee percentuale in relazione alla somma delle iscrizioni di tutti i tornei giocati in un certo lasso temporale. Questo dato ci direbbe qual è il ricavo percentuale del network e di conseguenza dell'operatore relativamente alla raccolta realizzata. Purtroppo è risultato impossibile reperire tali dati.

Ricordando che secondo la normativa la rake massima non può superare il 20% del costo d'iscrizione, si può vedere dal grafico che Poker Mondial Network è il circuito che mediamente ricava di più, in termini percentuali, dalla propria raccolta pari a 18% seguito dal network di Toto&Partners che opera attraverso Isibet, che ha una fee percentuale media pari a 17,54%. Seguono poi BIG con una fee media pari a 16,98% e altri operatori che hanno una fee compresa fra l'10,19% di Nice Hand e il 15,49% di Microgame con il suo People's Poker. Nice Hand ha la più bassa fee media per la scelta aziendale di non fornire bonus sotto forma di classifiche, vip program, etc. ma di puntare sull'attrattività fornita appunto dalla bassa rake. Gli altri sistemi di fidelizzazione infatti rappresentano dei costi per la poker room, abbassando perciò i ricavi percentuali sui buy-in.

Ovviamente valori percentuali maggiori di fee rappresentano uno svantaggio per i giocatori, i quali devono dividersi montepremi minori.

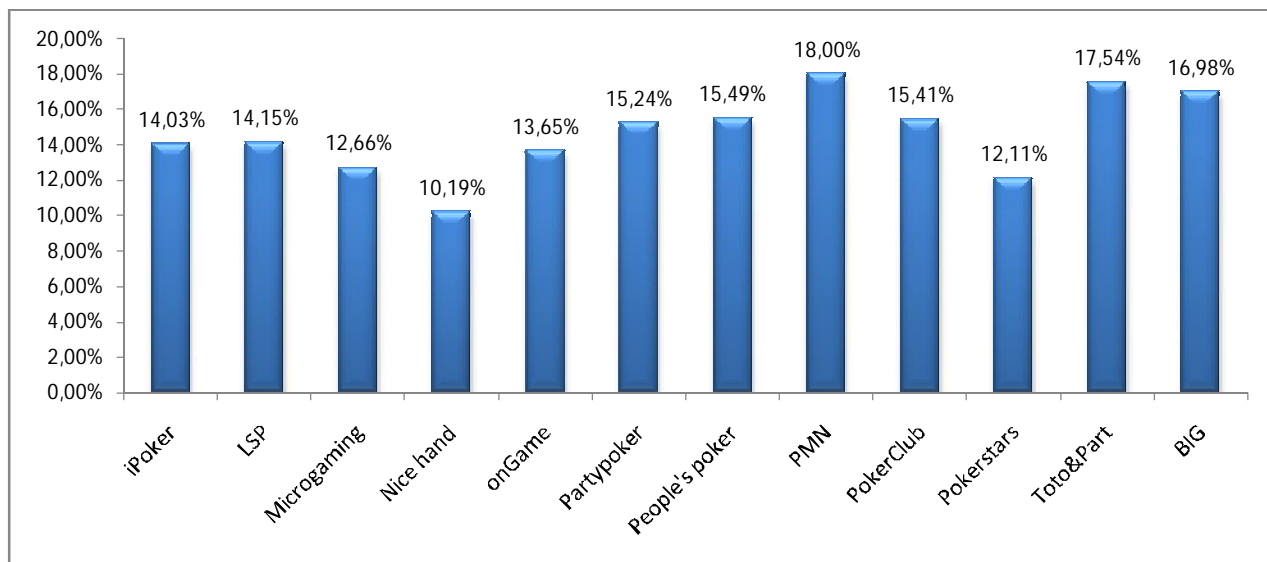


Figura 3.24 -Fee media percentuale per i network

3.5.3.4 Informazioni specifiche dei tornei programmati

Andando ad analizzare il numero di tornei programmati offerti si può notare come anche qui Pokerstars presenta il palinsesto più ricco con ben 189 tornei settimanali. Come si può vedere questo è un dato che si discosta molto dagli altri circuiti, iPoker e Partypoker in particolare. Fa eccezione PMN che come già detto presenta un solo torneo settimanale in programma.

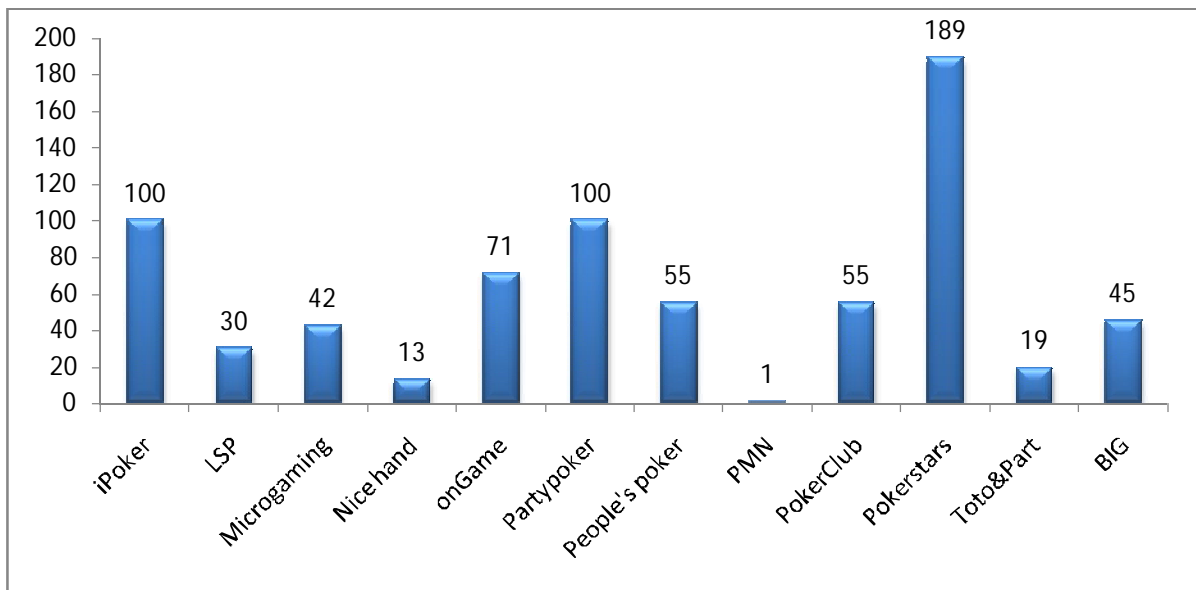


Figura 3.25 - Numero di tornei programmati offerti.

Un incentivo vincente per spingere i giocatori ad iscriversi ad un determinato torneo può essere l'offerta di un montepremi garantito, cioè il network garantisce un livello minimo per il montepremi indipendentemente dal numero di giocatori raggiunto. Naturalmente la presenza di un montepremi garantito rappresenta un costo molto alto per gli operatori, perciò solo quelli più grandi possono permettere valori garantiti alti.

Il grafico in Figura 3.26 seguente ci mostra il numero di tornei garantiti offerti ogni settimana dai diversi network e il successivo invece mostra il valore del "garantito" settimanale.

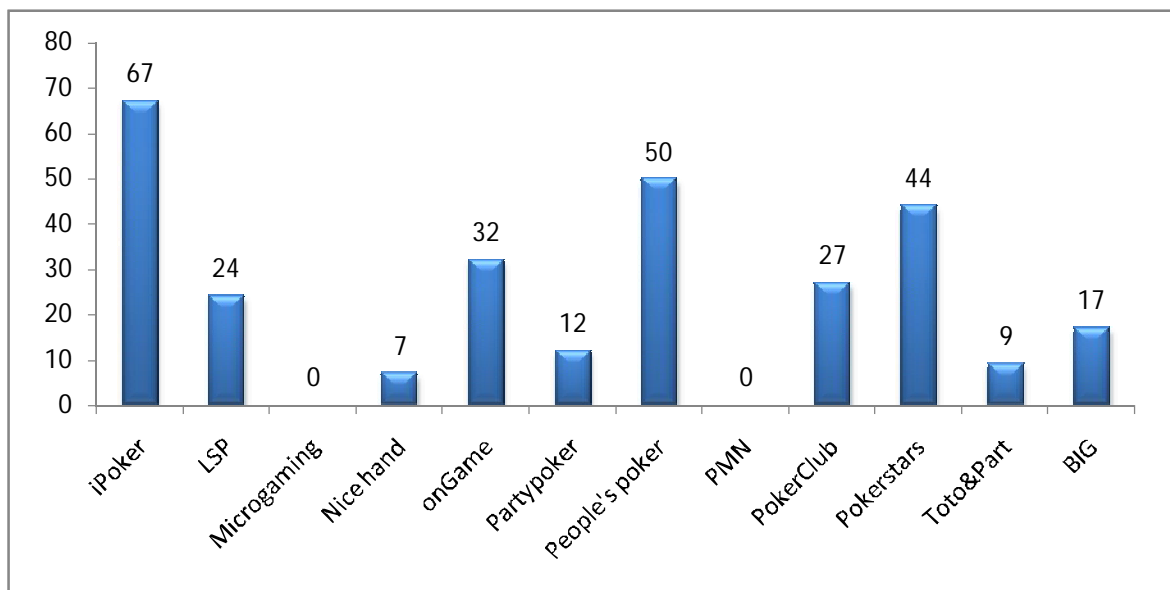


Figura 3.26- Numero di tornei programmati con garantito

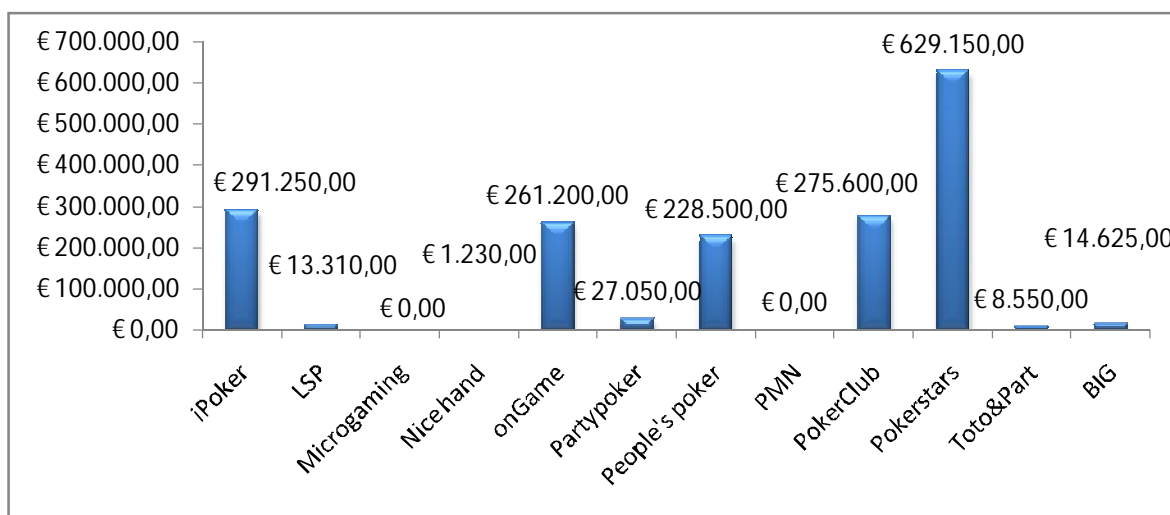


Figura 3.27- Montepremi garantito settimanale

Come si può vedere in Figura 3.27 il valore del montepremi garantito non dipende dal numero di tornei offerti, esso dipende dalle strategie in relazione alla propria clientela. Ad esempio iPoker offre il maggior numero di tornei con garantito ma con montepremi inferiori, poiché questi tornei hanno un costo d'iscrizione o un numero di partecipanti inferiore. Invece Pokerstars offre un numero di tornei con garantito di gran lunga inferiore a fronte però di un livello minimo di montepremi molto alto, pari a poco più di 629 mila euro.

Per capire meglio le dinamiche di mercato è interessante analizzare il numero di tornei offerti per fascia oraria e per fascia di costo.

3.5.3.3.1 Fascia oraria

Per quanto riguarda la distribuzione dei tornei nell'arco della giornata abbiamo considerato 6 fasce orarie da quattro ore ciascuna a partire dalle 4 del mattino fino alle 4 del giorno successivo. Abbiamo considerato le ore a cavallo della mezzanotte come facenti parte dello stesso giorno secondo le abitudini dei giocatori.

Si può vedere nel grafico in Figura 3.28 come il numero dei tornei offerti aumenti nell'arco della giornata rimanendo basso fino alla fine della giornata lavorativa, tipicamente le 18, per poi subire un'impennata che porta verso il massimo giornaliero offerto alla sera tra le 20 e la mezzanotte. Da notare anche come sia relativamente il numero di tornei "notturni" giocati fino alla mattina seguente. Infatti bisogna ricordare che i tornei non si chiudono in poco tempo, spesso durano diverse ore se non giorni per i tornei più grandi e quindi i tornei notturni sono offerti a giocatori che non fanno parte della categoria dei lavoratori comuni.

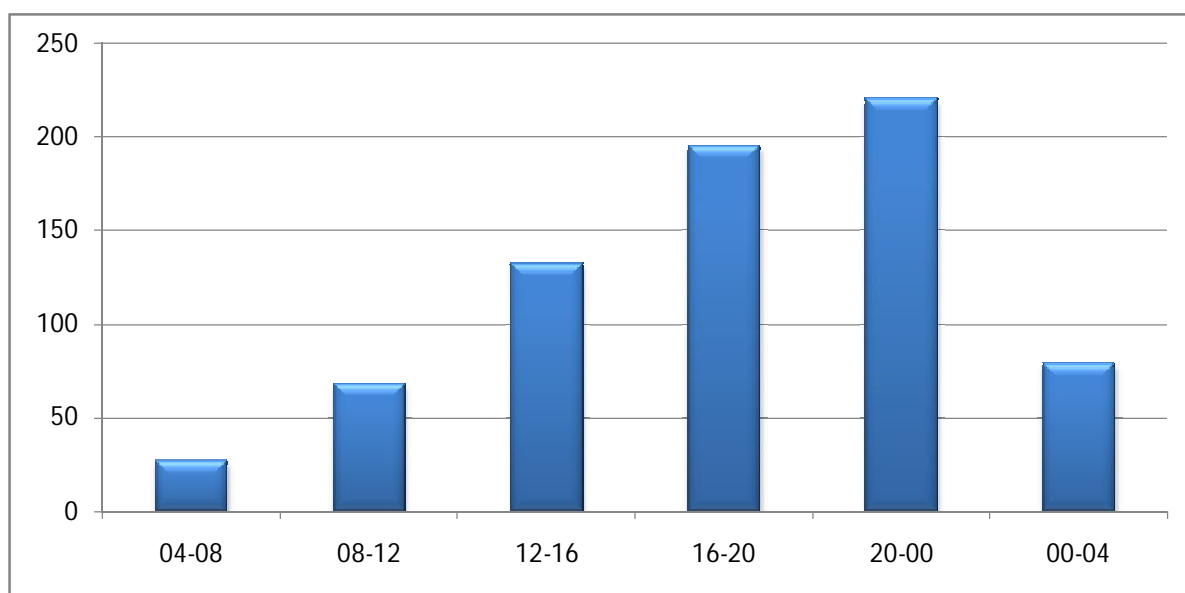


Figura 3.28 - Distribuzione dei tornei per fasce orarie

3.5.3.3.2 Fascia di costo

Per analizzare i tornei offerti nelle diverse fasce di costo abbiamo aggregati tornei da costi di iscrizione differenti, poiché ci sono tornei offerti a buy-in particolari presenti solo su un network. Perciò abbiamo individuato 12 fasce di costo, create considerando tutti i tornei con buy-in compreso tra il prezzo con cui è indicata la fascia e quello precedente. Ad esempio, per la fascia 25€ ci sono tutti i tornei offerti ad un prezzo compreso tra 20 e 25€. Nel grafico in Figura 3.29 si può notare come la maggior parte dei tornei offerti rientri nella fascia tra i 5€ e i

10€ mentre un numero notevole di tornei viene offerto a 1€ o a 3€. Se supponiamo che l'offerta va incontro ai gusti dei clienti, vorrà dire che i giocatori apprezzano maggiormente i tornei con un costo non elevato, con molta probabilità, invece, i tornei dal prezzo superiore saranno giocati da professionisti, esperti e da altri giocatori più audaci.

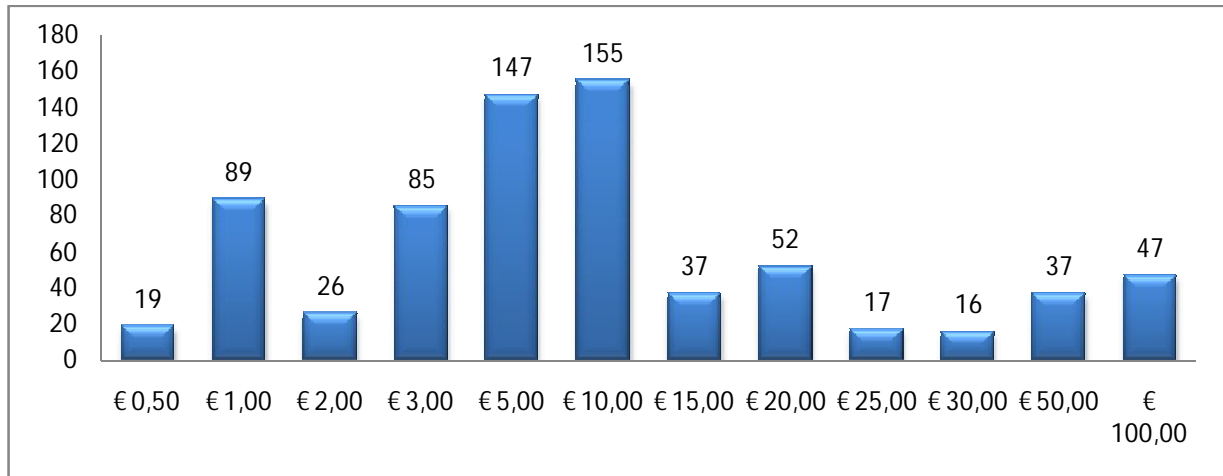


Figura 3.29 - Distribuzione dei tornei per fasce di costo

Di seguito riportiamo i grafici della distribuzione del numero di tornei per fasce di buy-in per i quattro maggiori network del mercato italiano.

In particolare si può vedere come la concentrazione dei tornei offerti da Microgame si attesti in una fascia di costo media. People's infatti, non offre tantissime opzioni per i propri clienti rispetto ai suoi concorrenti, evidentemente perché il suo giocatore target è solito giocare tornei di prezzo medio.

Diversamente Pokerstars offre moltissime opzioni di scelta del torneo in base al costo ma anche in questo caso come si può ben vedere la maggior parte dei tornei è offerta ad un prezzo medio, confermando il trend del mercato. Da notare anche come il numero di tornei di fascia maggiore sia inferiore rispetto al leader del mercato, People's.

Mentre iPoker si allinea completamente al trend del mercato, onGame rappresenta un'eccezione poiché è il network che offre la maggior parte di tornei per fasce di costo alte, quindi tra i 30€ e i 100€. Il giocatore di onGame, quindi di Bwin e Gioco Digitale in sostanza, evidentemente sono molto più esperti e abituati al gioco e possono permettersi tornei molto più importanti rispetto ai giocatori degli altri circuiti.

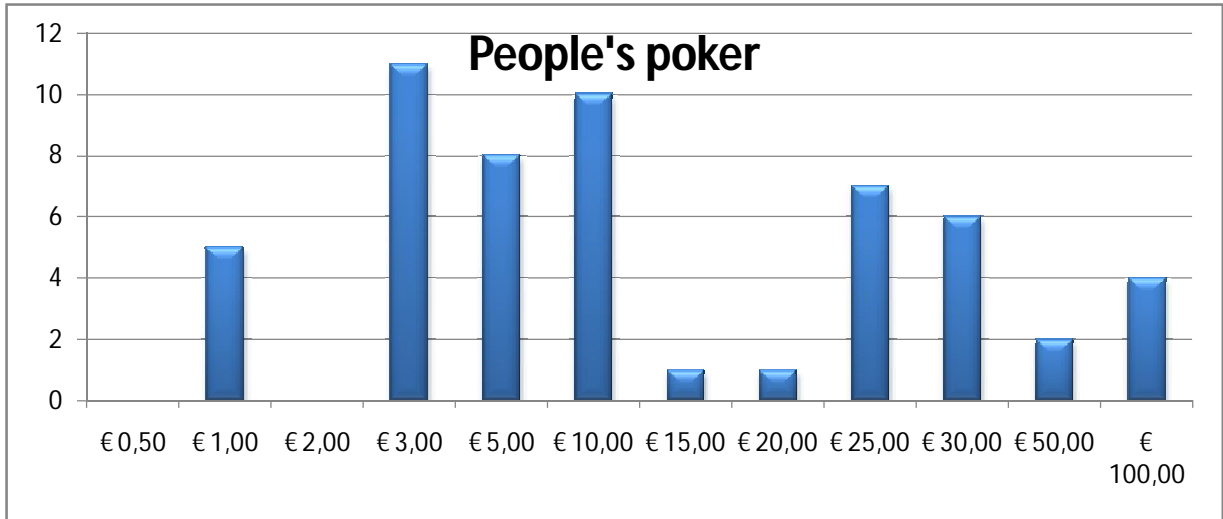


Figura 3.30 - Distribuzione dei tornei per fasce di costo per People's Poker

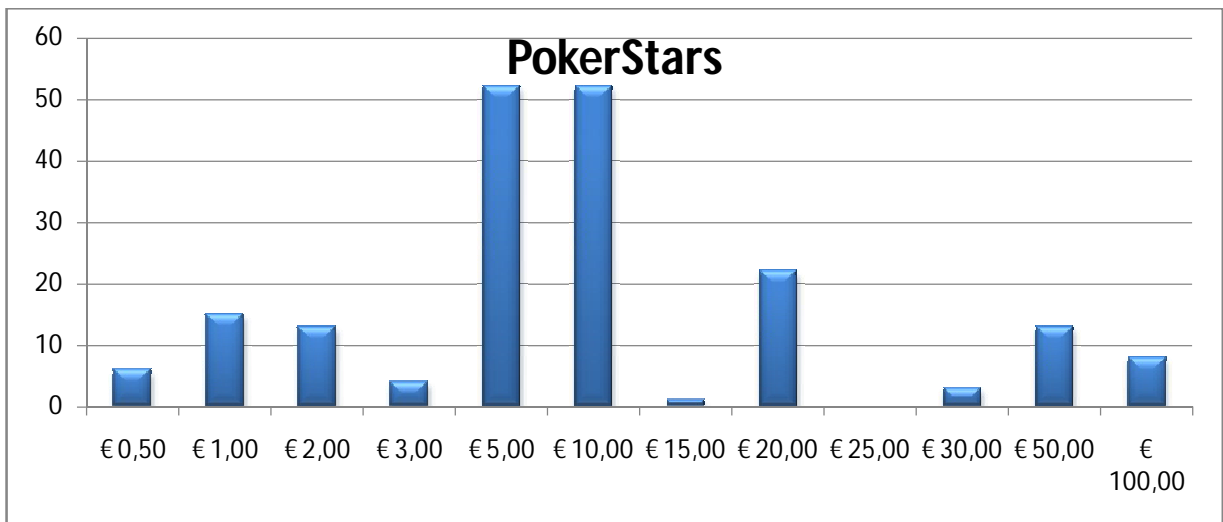


Figura 3.31- Distribuzione dei tornei per fasce di costo per Pokerstars

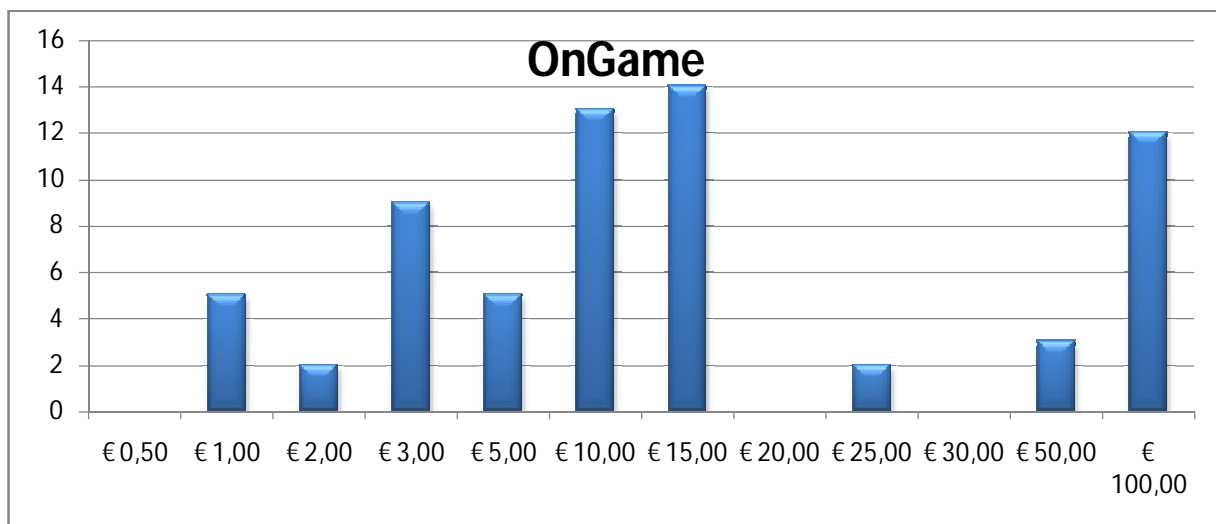


Figura 3.32 - Distribuzione dei tornei per fasce di costo per onGame

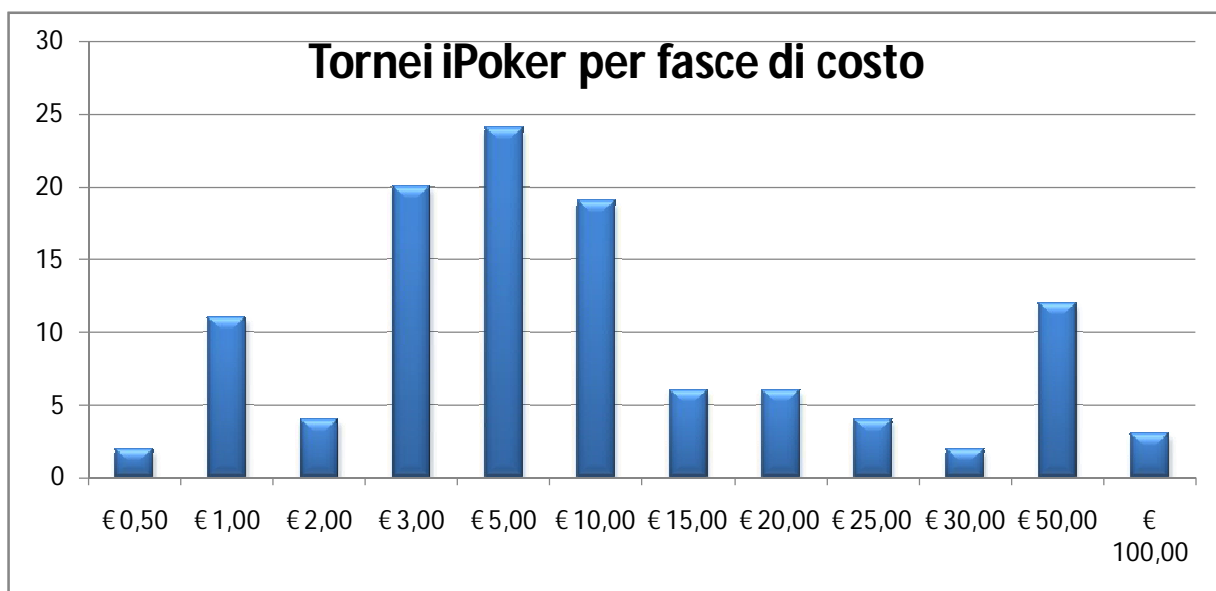


Figura 3.33 - Distribuzione dei tornei per fasce di costo per iPoker.it

3.5.4 Analisi risultati indagine su scommesse

Il censimento degli operatori che offrono scommesse è stato l'ultimo passo del nostro lavoro di ricerca.

Dall'indagine emerge che in Italia ci sono 134 operatori che offrono scommesse a distanza, ovvero l'88% delle società censite. Quasi la totalità, il 99%, proviene dal settore del gioco, un dato che sottolinea le diverse strategie delle società provenienti dal settore Media e Mobile che

puntano al mercato degli Skill Games, evidentemente a causa delle maggiori competenze e dei costi più alti richiesti dal gioco delle scommesse.

Tra i 134 operatori, 14 provengono dall'estero e 120 sono Italiani. Tra quelli esteri però, ci sono per lo più grandi gruppi o società già leader in altri paesi, mentre la maggior parte degli operatori italiani è rappresentata da piccole agenzie fortemente localizzate che si affidano alla piattaforma Bos di Microgame. Tra queste fanno parte anche 4 società provenienti dall'estero tra cui spicca, per fatturato e per numero di clienti, Unibet.

Per valore di fatturato, dimensioni e numero di conti gioco possiamo distinguere tra le società che provengono dall'estero Bwin, che recentemente ha acquisito l'italiana Gioco Digitale, Unibet, Ladbrokes, Intralot, Merkur Win, Betcltic, Betplus ed eurobet. Tra i principali operatori italiani possiamo distinguere, oltre la già citata Gioco Digitale, Snai, Sisal, Lottomatica e la controllata Totosì, e infine Microgame che riunisce una moltitudine di titolari di sistema e skin che utilizzano per il settore delle scommesse la piattaforma di proprietà Bos.

Ben 42 aziende, ovvero il 31%, offre il gioco delle scommesse solo tramite un unico canale, il web. Le restanti 95, circa il 69% società censite, offrono il gioco su più canali. Oltre il canale internet tramite il quale tutti offrono i propri servizi, le scommesse sono offerte tramite canale Fisico dal 50% degli operatori, tramite Telefono dal 46% e tramite piattaforma Mobile per il 40%.

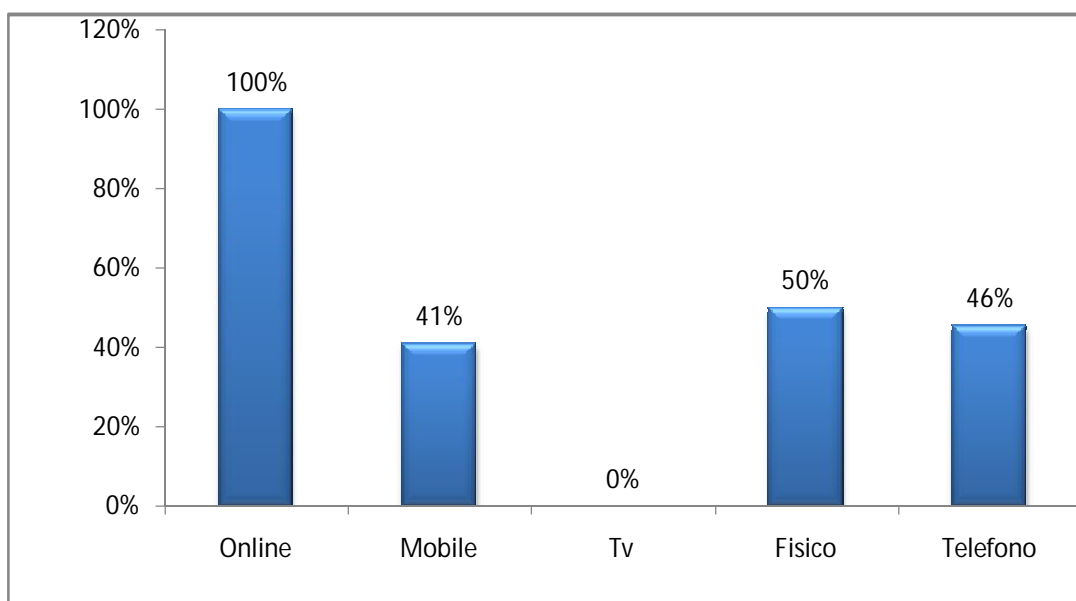


Figura 3.34 - Canali distributivi per le scommesse

3.5.4.1 Tipologie scommesse offerte

Tutti gli operatori offrono scommesse sportive sul gioco del calcio e su quello della pallacanestro. Per le altre tipologie di scommesse abbiamo il Volley, offerto dal 97% degli operatori, Tennis dal 60% e Altri eventi sportivi dal 99% tra cui spiccano le scommesse su Formula uno e Motomondiale. Infine il 6% delle società offre scommesse su eventi non sportivi, in particolare su eventi come la premiazione degli Oscar e sul Festival di San Remo per il periodo oggetto della nostra indagine.

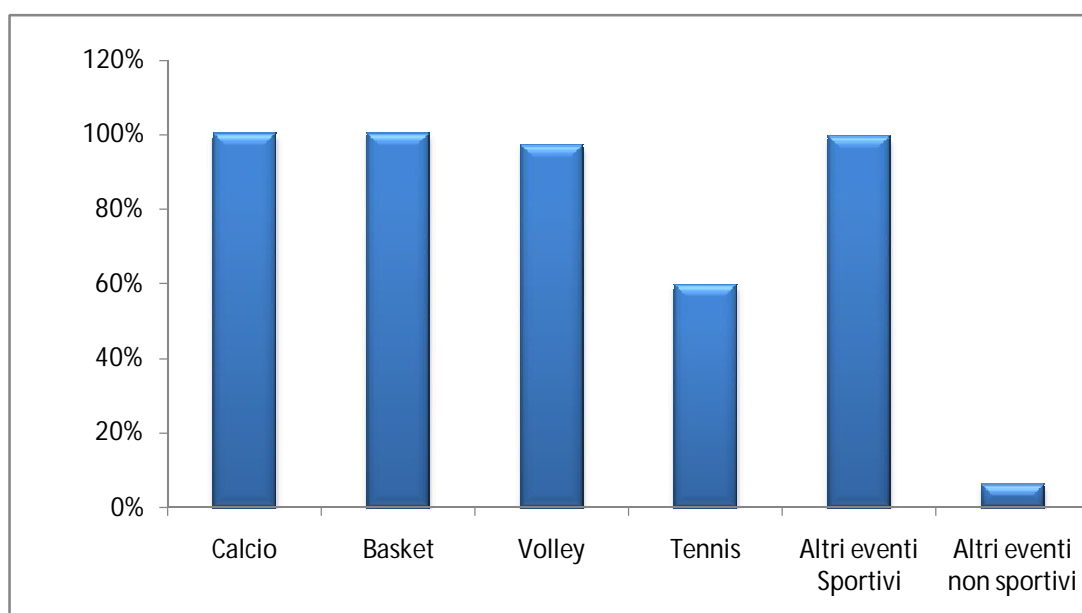


Figura 3.35 - Scommesse offerte

Tutti gli operatori offrono la possibilità di giocare antepost mentre la percentuale di società che offrono invece la possibilità di giocare scommesse live si ferma al 95% con solo 7 operatori di piccole dimensioni.

3.5.4.2 Servizi aggiuntivi

I servizi aggiuntivi al gioco delle scommesse sono diversi e sono sfruttati dagli operatori per arricchire la propria offerta.

Il 93% delle società analizzate offre statistiche a supporto della scommessa, queste possono essere uno strumento utile per il giocatore per la scelta dell'evento. Le statistiche riguardano sia l'evento specifico sia i partecipanti all'evento stesso.

Tra i servizi seguono poi il live score e le news con rispettivamente il 42% e il 25% seguite dai servizi di lastminute con il 9% e di tutorial con il 5%.

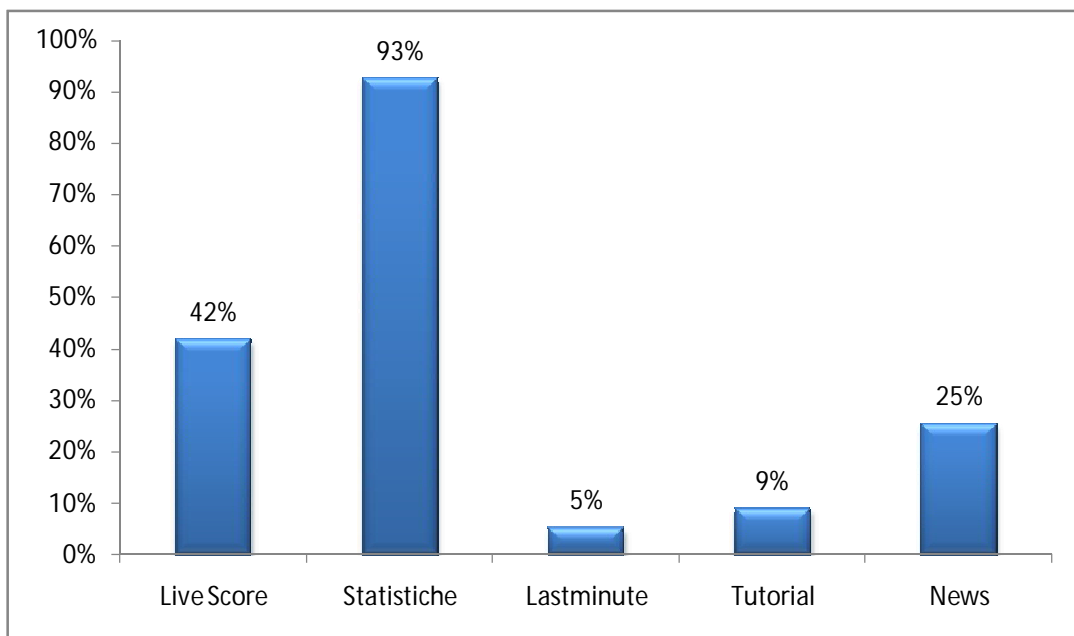


Figura 3.36 - Servizi aggiuntivi

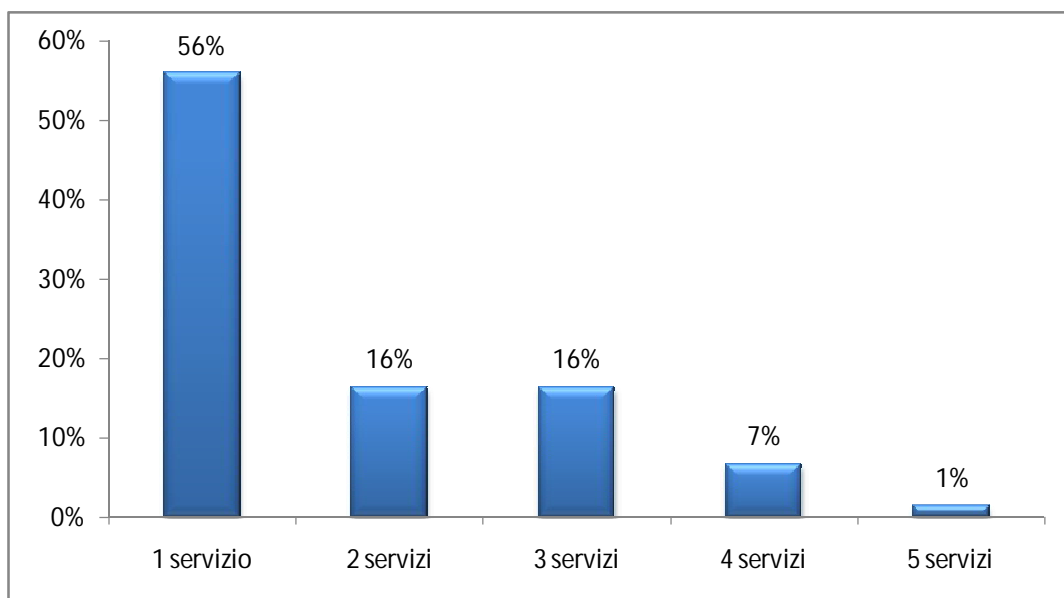


Figura 3.37 - Numero di servizi aggiuntivi offerti da un operatore.

Possiamo vedere in Figura 4.37 come la maggior parte degli operatori offra un unico servizio aggiuntivo, quello delle statistiche per la precisione, mentre il 16% circa offre fino a 2 o 3

servizi mentre poche, appena il 7% ne offre 4 e solo l'1% offre tutti i servizi aggiuntivi da noi analizzati.

Questo dato è caratterizzato soprattutto dalla presenza dei numerosi operatori che utilizzano al piattaforma di Microgame per i quali l'offerta e i siti internet sono, grafica a parte, del tutto simili e che per l'appunto offrono solo un servizio aggiuntivo.

I siti internet che offrono il servizio di Tutorial sono solamente 3, ovvero Sisal, che offre il gioco delle scommesse tramite il marchio Match-point, e Lottomatica, con il marchio Better, e Totosì.

3.5.5 Conclusioni

Nel corso di questo paragrafo vengono sintetizzati e commentati i principali risultati del censimento comparandoli qualitativamente, ove possibile, con l'offerta degli operatori internazionali.

3.5.5.1 Operatori

La competizione tra i diversi operatori è diversa in base alla grandezza dell'operatore stesso. Infatti, possiamo fare una distinzione tra siti di media e bassa grandezza, tipicamente le agenzie con sito Microgame, e tra siti appartenenti a grandi gruppi.

Tra le società medio-piccole, composte come detto da agenzie fisiche che hanno ampliato la loro offerta creando un sito internet e aderendo ad un circuito o ad una piattaforma predefinita, la competizione è relativamente bassa, il loro target principale è la clientela locale.

La vera competizione si svolge invece tra i grandi gruppi italiani e stranieri. Da un lato ci sono infatti Snai, Sisal e Lottomatica che operano a tutto campo nel settore dei giochi, dall'altra ci sono i grandi "stranieri" come Bwin, Ladbrokes, Intralot, Eurobet etc.. In mezzo a questi due gruppi possiamo poi inserire LSP e Microgame che grazie alla potenza dei loro network riscuotono un enorme successo.

Data la natura fortemente regolamentata del settore, la competizione non viene giocata a livello di prodotto ma sui servizi aggiunti, sulle caratteristiche dei siti, sui diversi canali e infine sul marketing. In particolare le società cercano di offrire un portafoglio prodotto.

Per quanto riguarda la caratteristica del sito dobbiamo far riferimento anche alla piattaforma. Oltre caratteristiche secondarie ai fini del gioco come grafica e servizi aggiuntivi, come visto nel poker, risultano molto importanti per l'attrazione del cliente la disponibilità dei sistemi di deposito e prelievo, la disponibilità e i tempi di risposta delle piattaforme di gioco.

Un altro punto molto importante su cui si svolge la competizione è senz'altro la possibilità di utilizzare uno stesso conto per giocare su giochi differenti. Questo discorso però non riguarda i giochi di abilità, che hanno un target completamente diverso da quello delle scommesse o di altri giochi numerici.

3.5.5.2 Network e operatori poker

Il network di Microgame, il People's Poker network, è come abbiamo visto quello che conta il maggior numero di operatori, la maggior parte dei quali sono italiani e di piccola dimensione nel panorama del gambling in Italia. La realizzazione di un network che permettesse a molti piccoli operatori di interfacciarsi e di portare quindi la propria clientela a giocare sulla piattaforma è stato ed è tutt'ora il punto di forza di Microgame. Questa strategia ha permesso a Microgame di diventare il primo operatore sul mercato italiano del poker online.

I risultati eccellenti del network di Microgame sono ancora più rilevanti se si confronta l'offerta di Microgame con quella degli altri principali competitor (Pokerstars, iPoker e onGame in primis). Infatti Microgame non ha un'offerta paragonabile a quella dei due concorrenti citati dal momento che:

- il palinsesto dei tornei è meno ricco e le tipologie di torneo, sia programmato che sit&go;
- la fee media è più alta;
- le promozioni offerte agli utenti del People's Poker network sono anch'esse inferiori alla concorrenza. Ad esempio Microgame non ha un vip program per i suoi clienti più fedeli;

Inoltre Microgame è meno attiva nelle costose operazioni di marketing che coinvolgono, invece, fortemente Gioco Digitale, PartyPoker e soprattutto PokerStars. Da questa situazione emerge che il cliente tipico del network di Microgame è un casual gamer, meno attento agli aspetti collegati all'offerta nel poker online.

E' molto probabile che nel prossimo futuro il numero di network presenti si riduca grazie a delle fusioni/acquisizioni dal momento che non tutti i network hanno, o avranno, una base utenti sufficiente da giustificare i costi e i ricavi connessi a questo segmento di mercato.

3.5.5.3 Scommesse

Il segmento delle scommesse online rappresenta ancora una piccola parte del fatturato del gioco a distanza, dominato come detto dagli Skill Games. Il contesto in continua evoluzione e le strategie degli operatori stanno però cambiando il trend di mercato. Infatti sempre più gli operatori uniscono i conti gioco per poter giocare sia agli skill games e agli altri giochi. In questo modo un cliente non deve aprire un conto specifico per ogni tipologia di gioco come avveniva in precedenza. In particolare lo scenario futuro può cambiare poiché gli operatori concedono sistemi di fidelizzazione e di acquisizione clienti anche per le scommesse, ad esempio con la restituzione di una percentuale di quanto giocato in caso di perdita o di bonus per il primo deposito.

Attualmente il mercato delle scommesse a distanza è dominato da Snai e Lottomatica che sono state anche le prime a muoversi sul mercato. Seguono Microgame e Bwin che grazie alla grossa campagna promozionale riesce a tenere testa ma altri operatori come Sisal e Eurobet non riescono ancora ad intaccare la quota del leader.

La leadership di Snai sul canale fisico non è stata confermata anche nel gioco a distanza, infatti Snai è partita lentamente anche se in breve tempo ha saputo sfruttare la propria esperienza sul fisico. Ha lanciato una importantissima campagna promozionale in vista dei Mondiali 2010 che prevede anche la creazione di una nuova piattaforma e nuove modalità di gioco attraverso la Snai Card. Ad oggi è terza, dietro Microgame e Lottomatica. Anche qui, quindi, la posizione di Microgame è anomala e spesso è stato contestato l'operato dei suoi PDC e dei suoi clienti. Come abbiamo visto l'offerta di questo operatore non si discosta molto dagli altri operatori e la sua piattaforma risulta essere poco facile da utilizzare. Al contrario le piattaforme di Lottomatica, elaborata però da Totòsì, e di Sisal risultano essere le migliori.

4. Casi di studio

4.1 Lottomatica

4.1.2 Profilo d'impresa



Figura 4.1: Logo Lottomatica

Lottomatica è il leader in Italia nel settore dei giochi essendo concessionaria esclusiva dello Stato, dal 1993, di una delle lotterie principali al mondo ovvero il “Lotto” e dal 2004 dalle lotterie istantanee (Gratta e vinci) e differite.

Nell’ Agosto del 2006, Lottomatica attraverso un investimento di 3,6 miliardi di euro, mette a segno la seconda maggior acquisizione di una società italiana negli USA rilevando GTech Corporation, operatore leader a livello mondiale nel settore dei sistemi di processing ad alta sicurezza per le Lotterie on-line. Grazie all’acquisizione del colosso statunitense, il Gruppo Lottomatica è oggi l’unico operante nel settore delle lotterie a poter offrire una gamma completa di servizi a clienti privati e pubblici (come governi nazionali e federali). Nel 2007 viene fondata Lottomatica Scommesse s.r.l., società del gruppo Lottomatica Giochi e Servizi, che entra nel settore delle scommesse attraverso il brand Better prima, da fine agosto 2007, come operatore per la raccolta fisica grazie a 1700 punti vendita (corner) sparsi per tutto il territorio nazionale e in seguito, da Novembre 2007, anche come operatore telematico per la raccolta di scommesse a distanza. Contemporaneamente viene lanciato il Gratta e Vinci online. Ad agosto 2008 avviene l’acquisizione di Totosì.it, leader nel mercato delle scommesse e primo operatore ad offrire scommesse sportive via web e via telefono. Grazie a questa acquisizione Lottomatica diventa rapidamente il secondo operatore nel settore delle scommesse nel mercato italiano.

Successivamente Lottomatica amplia il proprio portfolio prodotti con i Giochi Sportivi (Totocalcio, Totogol, Big Race) e l’Ippica. A Novembre 2008 viene lanciato Poker Club, la piattaforma, in network con Totosì, che permette il gioco a distanza del poker che cresce rapidamente oltre i 100.000 giocatori attivi permettendo a Lottomatica di diventare tra i protagonisti in questo segmento. Ad aprile 2009 il portfolio viene ampliato con l’aggiunta, attraverso il marchio Skill Club, dei giochi di abilità online che permettono agli utenti di confrontarsi su più di 100 giochi. I giochi sono offerti con la collaborazione di King.com, leader internazionale per quanto riguarda la realizzazione di Skill Games.

Lottomatica opera anche nel settore delle soluzioni di gioco, in cui il Gruppo gestisce e fornisce soluzioni, prodotti, e servizi ai terminali per le videolotterie (VLT) e sistemi per il mercato

regolamentato, slot machine a cilindri meccanici tradizionali, video e sistemi per il mercato commerciale dei giochi.

Il gruppo Lottomatica è quotato alla borsa di Milano ed è controllato dal gruppo De Agostini S.p.A., azionista di maggioranza con una quota del 59,7%. Il gruppo svolge le proprie attività in oltre 50 paesi ed opera con circa 7704 dipendenti. La società ha una struttura organizzativa divisa in due aree: un'area “giochi” che si occupa in modo più stretto dei business e un'area “tecnologie” suddivisi in quattro principali mercati, sia con approccio B2C (Business to Consumer), che con approccio B2B (Business to Business):

- attività core di gestione delle Lotterie, che include il Gioco del Lotto e le Lotterie Tradizionali e Istantanee. Lottomatica e GTech, nelle rispettive aree di azione, sono orientate a cogliere le opportunità che nascono dalla propensione dei governi a ricorrere alle entrate derivanti dal gioco. L'aggiudicazione di nuove giurisdizioni e l'esportazione del modello Gratta e vinci in altri paesi rappresentano gli obiettivi di questo segmento di mercato;
- Apparecchi da Intrattenimento, che include la fornitura e la gestione delle Gaming Machines, l'obiettivo perseguito è quello di rafforzare l'offerta tecnologica sfruttando le competenze complementari di Lottomatica e di GTech;
- Scommesse Sportive con buoni margini di espansione in Italia e in Europa, l'azienda intende sfruttare questi margini di espansione anche valorizzando l'esperienza positiva in Italia di “Better”;
- Canali interattivi, in cui l'attività B2B è affidata a GTech e consiste nel fornire piattaforme e servizi ad operatori in un mercato caratterizzato da alta crescita, mentre l'attività B2C affidata a Lottomatica consiste nello sfruttare in modo ottimale il potenziale dei canali interattivi in Italia.

4.1.3 Modello di Business

Il portafoglio di giochi a distanza reso disponibile da Lottomatica per i propri clienti è il seguente:

- scommesse sportive;
- scommesse ippiche;

- Gratta e Vinci;
- Superenalotto;
- schedine sportive;
- poker online;
- fantacalcio;
- skill games.

L'offerta di Lottomatica è una delle più complete fra tutti gli operatori del mercato italiano.

Lottomatica è l'unica, fra i concessionari, a proporre un gioco molto popolare in Italia, ovvero il fantacalcio, che può essere giocato in una formula for money diversa dal classico torneo con premi finali.

Il formato del Gratta e Vinci è di proprietà di Lottomatica la quale ha realizzato una piattaforma per la distribuzione telematica utilizzata anche dagli altri. Le scommesse ippiche si dividono nei formati del Tris e del V7.

Il poker online è stato fornito attraverso il marchio "Poker Club". È stato creato un blog in collaborazione con giocatori professionisti, sponsorizzati da Lottomatica, per pubblicizzare il marchio Poker Club nei tornei che si svolgono dal vivo.

Le scommesse sportive sono presenti anche nella versione live e sul sito online si possono trovare informazioni come risultati e statistiche degli eventi sportivi. Il brand associato alle scommesse, Better, ha raggiunto una base di circa 200.000 clienti iscritti in poco più di due anni. Le schedine sportive che possono essere giocate sono Totocalcio, Totogol, Big Match e Big Race.

Gli skill games sono un elemento distintivo nell'offerta di Lottomatica dal momento che i competitor che offrono tali giochi sono pochi e con un'offerta decisamente inferiore a quella di Lottomatica. Infatti Lottomatica con il marchio "Skill Club" propone decine di giochi a cui fa da contorno una community realizzata per migliorare la user experience dei propri clienti e puntando ad una mission rassicurante che non esalta il tipo di gioco compulsivo ma verso una dimensione più soft e ludica.

L'offerta è fruibile su vari canali:

- Web;
- Mobile;
- Telefonico;
- Totem;
- Punti vendita.

Sul sito web www.lottomatica.it si possono acquistare tutti i giochi del portafoglio telematico di Lottomatica, oltre a leggere news sportive e, ovviamente, entrare nel proprio conto gioco per svolgere le normali operazioni. L'azienda inoltre è stata la prima ad introdurre una piattaforma per la fruizione del gioco attraverso il canale Mobile e attualmente è possibile effettuare scommesse sportive, acquistare i gratta e vinci e giocare ad alcuni skill games, in particolare con un applicativo per il poker in modalità single-player, per poter giocare a poker contro giocatori virtuali; successivamente a questo lancio verrà valutata la redditività della modalità multi-player con soldi veri. Il canale mobile è stato realizzato attraverso un sito wap ottimizzato per la maggior parte dei device sul mercato. L'offerta, relativamente alle scommesse sportive, è la stessa presente sul sito web. Sono presenti alcune feature aggiuntive tra cui, per esempio, una demo che permette di effettuare scommesse con soldi virtuali. Sempre tramite il canale mobile è possibile, leggere le news, controllare il saldo ed effettuare depositi e prelievi con la Lottomaticard. Lottomatica ha deciso di non effettuare accordi con gli operatori telefonici, per poter apparire sui loro portali, sia perché le percentuali in revenue sharing richieste dagli operatori erano considerate eccessive sia perché l'accordo con un operatore precludeva accordi con i restanti

Il canale telefonico è attivo esclusivamente per le scommesse sportive (telebetting): tramite l'utilizzo di un numero gratuito si può contattare un operatore e comunicargli la scommesse che si vuole effettuare, dopo aver digitato i dati personali relativi al proprio conto. Questo canale è attivo dalla mattina (ore 9.00) alla sera (ore 22.00) e questo rappresenta una limitazione rispetto ad altri canali; inoltre la scommessa deve avere un importo minimo di 10 euro.

Il canale Tv era attivo sulla piattaforma Sky ma le modalità di gioco ad oggi non permettono una diffusione di questo canale poiché per giocare è necessaria l'installazione di un cavo di ritorno che solo pochi utenti hanno.

Oltre a questi canali telematici si può giocare nei punti vendita, tramite gli operatori presenti, oppure utilizzare il canale self service grazie ai 600 totem, presenti nei punti vendita, con i quali si può scommettere, visualizzare movimenti e giocate ed effettuare prelievi qualora si sia possessori di una Lottomaticard.

Sono 51 le persone che si occupano della parte telematica, lato business.

4.1.4 Prestazioni dei servizi

Il gruppo Lottomatica ha realizzato nel 2009 è stato di 2.176.857.000€ con un incremento del 5,7% rispetto al 2008 quando il fatturato è stato pari a 2.058.940.000 € in aumento del 24% rispetto l'anno precedente.

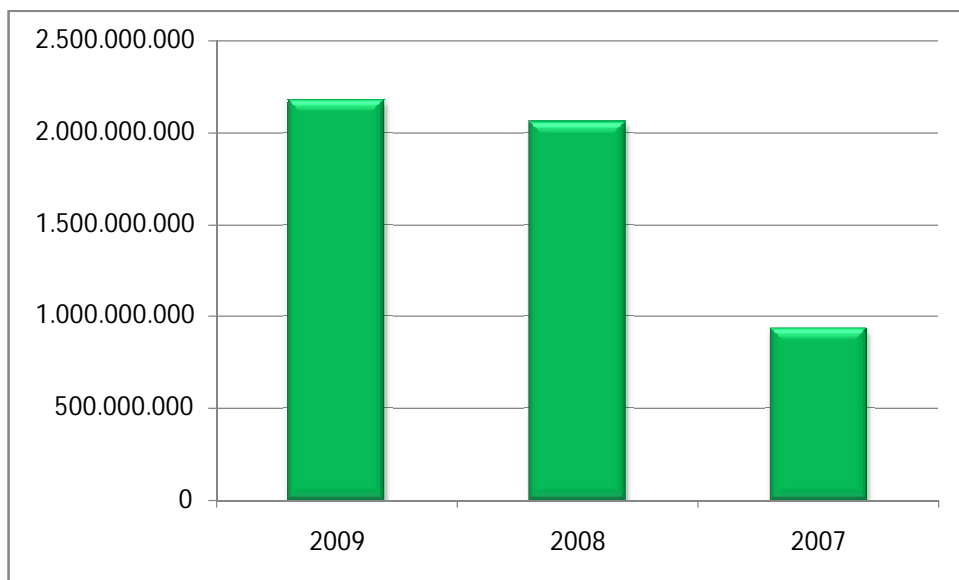


Figura 4.1 - Fatturato in mln € del gruppo Lottomatica nel periodo 2007-2009 (fonte: Annual report Lottomatica 2009)

L'utile raggiunto nel 2009 è stato di 112.354.000€ con una riduzione pari a -18,51% rispetto al 2008 in seguito all'andamento negativo dei mercati finanziari.

Da notare che l'utile del 2006 è pari 822.000 € a causa principalmente dei costi connessi all'acquisizione di GTECH.

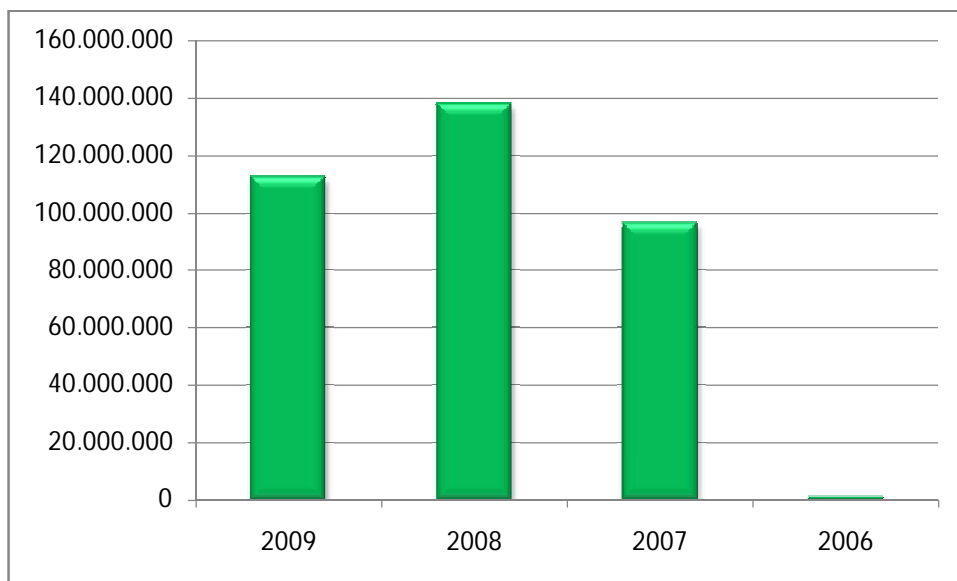


Figura 4.2 - Utile in mln di € del gruppo Lottomatica nel periodo 2006-2009 (fonte: Annual report Lottomatica 2008)

I settori in cui opera il gruppo Lottomatica sono:

- lotterie (tradizionali e istantanee): fornitura e gestione di una gamma completa di servizi, tecnologia e prodotti per le Lotterie, istantanee e tradizionali autorizzate dallo Stato.
- Soluzioni di gioco: fornitura e gestione di soluzioni, prodotti e servizi relativi alle videolotterie (“VLTs“) ed agli apparecchi da intrattenimento (“AWP“), nonché sistemi per VLTs per il mercato regolamentato dallo Stato, apparecchi da intrattenimento tradizionali e video, nonché sistemi per il mercato commerciale dei giochi.
- Scommesse sportive: fornitura e gestione di prodotti e servizi di vendita, anche attraverso internet, call center, televisione e tecnologia mobile, per le scommesse sportive a quota fissa, scommesse a totalizzatore, live betting e concorsi pronostici.
- Interattivi: prodotti e servizi d'intrattenimento multi-canale incluso bingo, poker, casinò, i c.d. quick games, transazioni real-time ed un sistema informativo per il mercato delle scommesse sportive.
- Servizi commerciali: servizi quali la vendita di schede e ricariche telefoniche, di biglietti, pagamento utenze, multe e tributi, nonché servizi di processing per terzi.

In base a questa suddivisione sono riportati nella tabella sottostante i dati sui ricavi dei vari settori nel biennio 2008-2009:

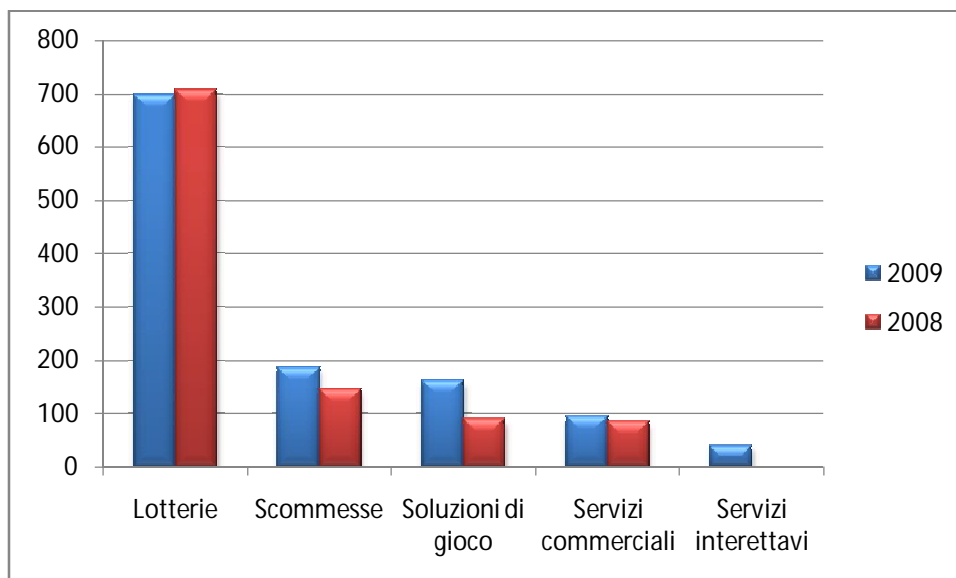


Figura 4.3: dati sui ricavi nei vari settori nel biennio 2007-2008 (fonte: Annual report Lottomatica 2009)

Relativamente al primo semestre del 2010, i ricavi sono diminuiti del 6% rispetto allo stesso periodo del 2009, mentre gli utili sono anch'essi diminuiti del 50%.

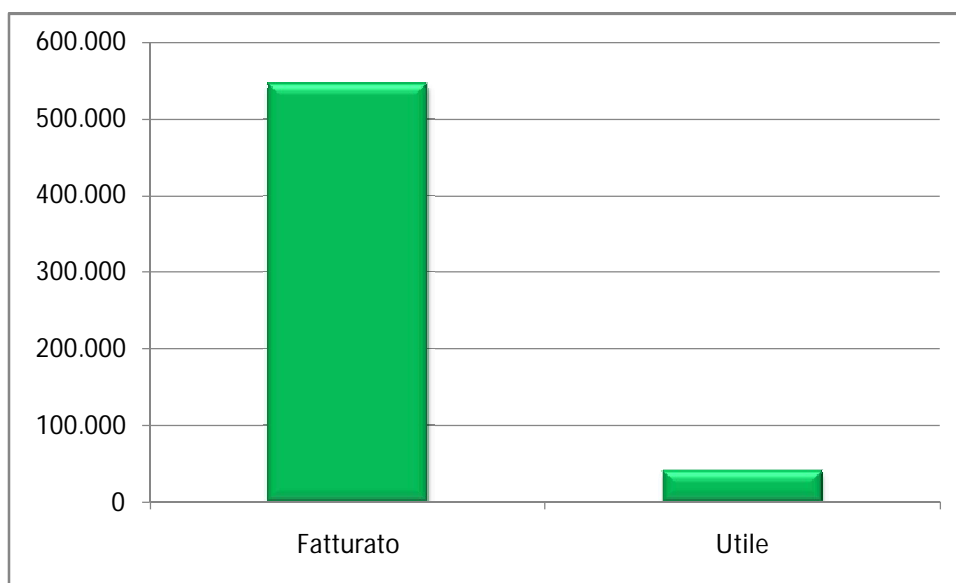


Figura 4.4: Fatturato e utile del primo semestre 2009 (fonte 1Q report Lottomatica 2010).Dati in migliaia di Euro

Lottomatica è uno dei principali leader anche sul canale online. Nel poker online Lottomatica è attiva dal novembre 2008 ed è il quarto operatore con una raccolta a Giugno di 26,1 milioni di euro pari al 10,85% del mercato. La quota di mercato ha oscillato entro un range tra il 10% e il 16% in seguito all'aumento della competitività nel segmento in questione.

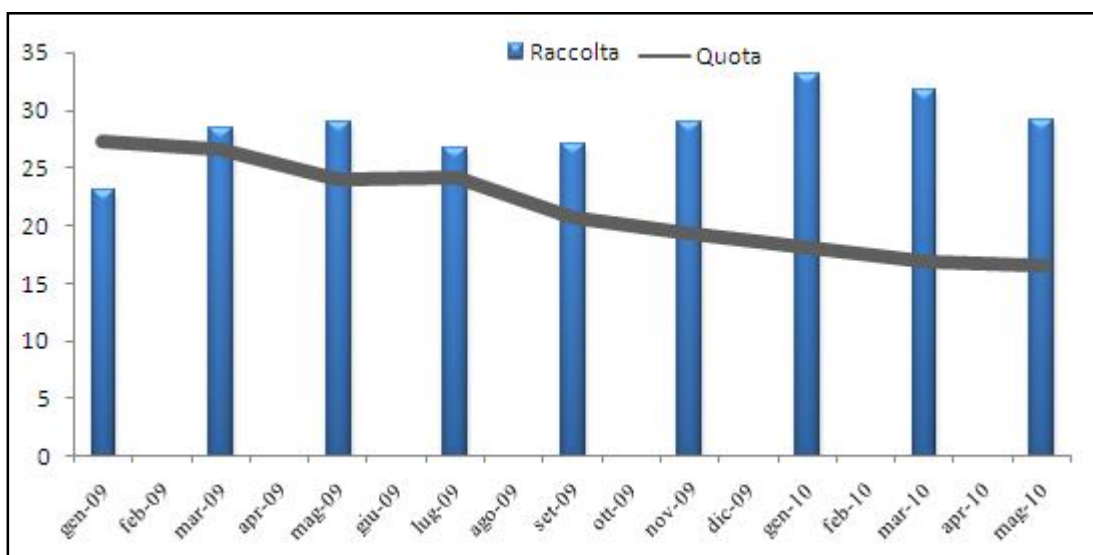


Figura 4.5: Raccolta e quota di mercato di Lottomatica nel poker online. Dati in Milioni di Euro (fonte: rielaborazione personale su dati Aams)

Lottomatica è leader da inizio 2009 nel segmento dei Gratta e Vinci online con una quota di mercato che ha oscillato stabilmente attorno al 30% in un mercato che nel primo quadrimestre del 2010 ha raccolto 24,6 milioni di Euro.

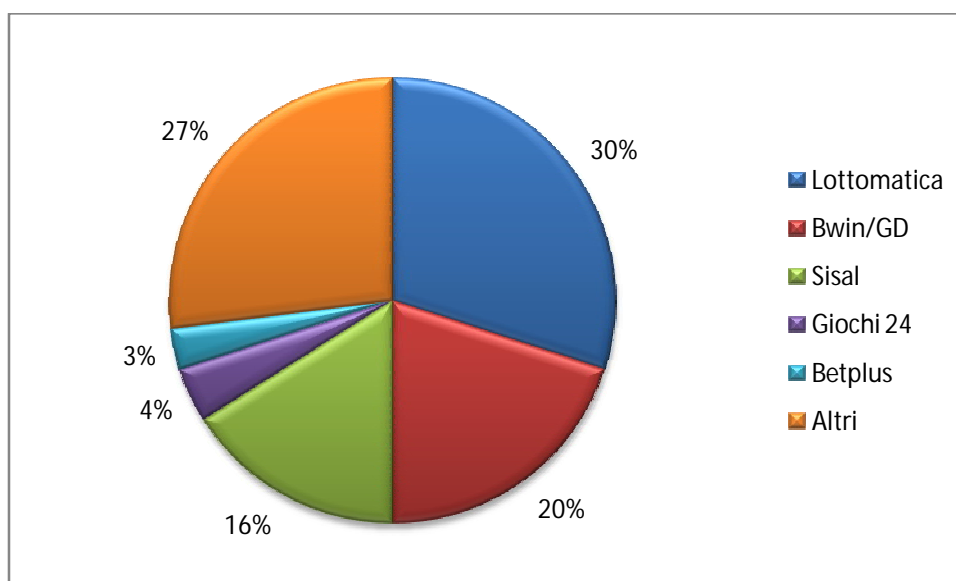


Figura 4.6: Quote di mercato 2009 nei Gratta e Vinci online. (Fonte Aams)

Nel comparto delle scommesse sportive Lottomatica è stabile in seconda posizione dietro a Microgame per quanto riguarda il solo canale online mentre su canale fisico è sempre seconda dietro a Snai. A Marzo 2010 ha raccolto 34,0 milioni di euro “a distanza” che sommati alla raccolta dei punti vendita portano ad un totale di 125,5 milioni di euro. La quota di mercato online è pari al 24,3%

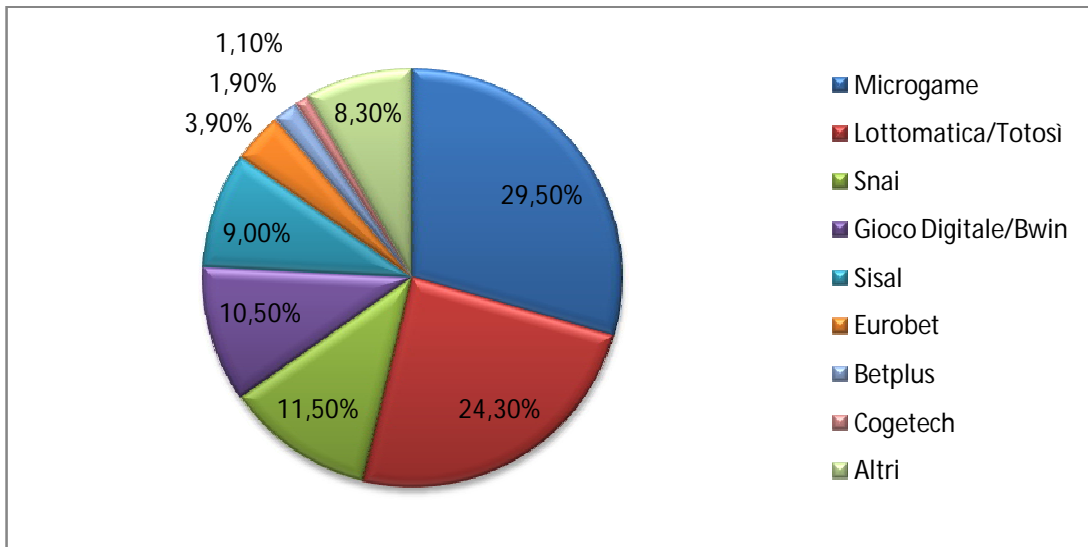


Figura 4.7: Quote di mercato a Marzo 2010 nelle scommesse sportive online (fonte rielaborazione personale su dati Aams)

La quota di mercato globale nel segmento delle scommesse sportive è del 21%.

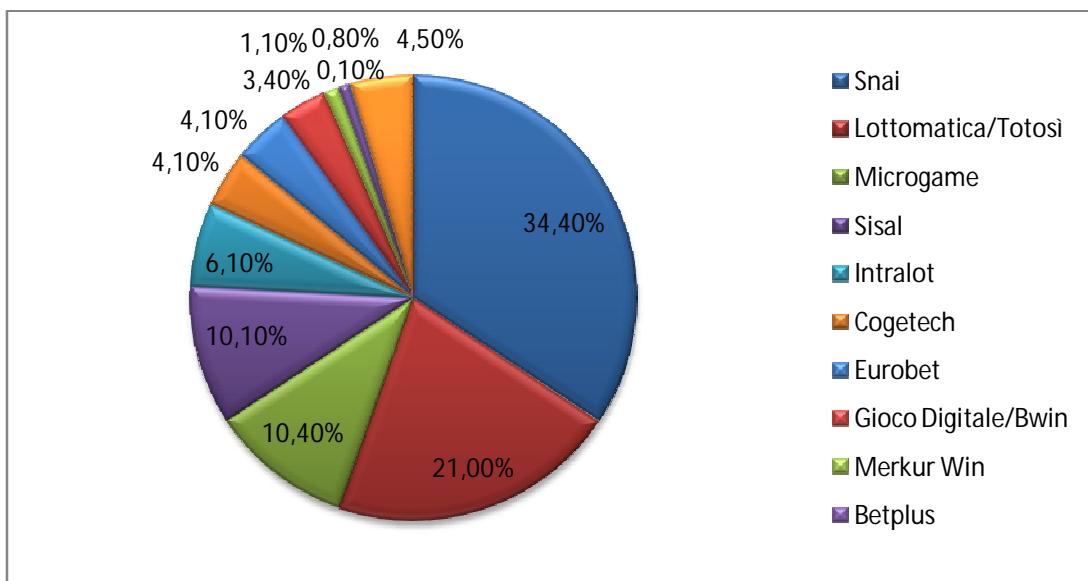


Figura 4.8: Quote di mercato nel segmento delle scommesse sportive nel mese di Marzo 2010 (fonte rielaborazione personale su dati Aams)

Nel grafico seguente sono riportate le raccolte generate nei tre principali giochi online da Lottomatica nel mese di Marzo 2010.

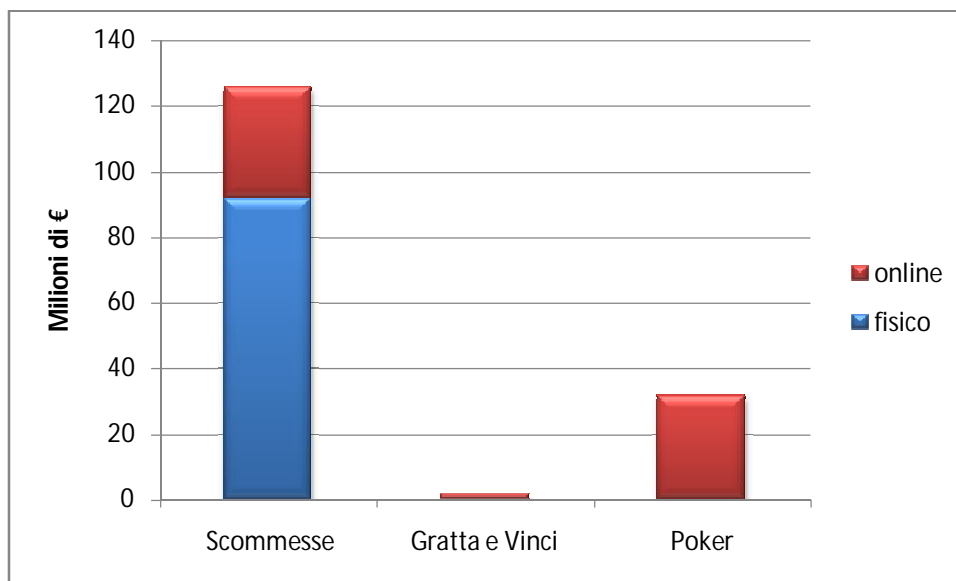


Figura 4.9: Raccolta di Lottomatica nei tre principali giochi online a Marzo 2010 Dati in Milioni di Euro(fonte: rielaborazione personale su dati Aams)

4.1.5 La filiera

Lottomatica è integrata sia orizzontalmente che verticalmente sulla filiera del settore del gambling a livello visto il suo ampio portafoglio e per molti giochi, tra cui Gratta e Vinci, scommesse, poker online e fantacalcio alle attività svolte come creazione della piattaforma, gestione dei giochi, distribuzione degli stessi e servizi di assistenza ai clienti.

Negli altri giochi mancano le attività a monte perché o sono stati acquisiti i diritti per la vendita al dettaglio (come avviene per le schedine e il Superenalotto) o vengono venduti grazie all'utilizzo di piattaforme fornite da terze parti (come avviene per gli skill games dove la piattaforma è fornita da King.com Italia Srl).

Processi come sviluppo di nuovi giochi e marketing vengono spesso realizzati tramite esternalizzazione.

4.1.6 Competenze e risorse

Lottomatica ritiene che alcuni dei fattori critici di successo siano:

- 1 aver puntato sui corner piuttosto che sulle agenzie per la costruzione della rete fisica di raccolta: questo avrebbe permesso, sempre secondo Lottomatica, di avvicinarsi al cliente ed evitare che questi associasse alle scommesse e agli altri prodotti offerti un'immagine

negativa dal momento che era possibile scommettere in un luogo familiare come per esempio il bar o la tabaccheria che vengono frequentati quotidianamente. Questa strategia ha portato Lottomatica ad diventare, in meno di 3 anni, il secondo operatore nazionale nelle scommesse dietro a Snai.

- 2 Aver evidenziato la sicurezza, l'affidabilità e la fiducia che il cliente può riscontrare nell'usufruire dei prodotti di Lottomatica perché, soprattutto quando entrano in gioco canali come quello web e strumenti come le carte di credito, bisogna limare la diffidenza, la paura e la mancanza di sicurezza che il cliente percepisce.
- 3 Aver puntato subito sulla multicanalità riuscendo nel giro di sei mesi ad offrire i propri prodotti sui canali TV, self service, Mobile e telefonico oltre ai canali più tradizionali (fisico e web). Questo permette di dare ai clienti più possibilità e al tempo stesso aumenta la visibilità di Lottomatica. L'ulteriore vantaggio della multicanalità è quello di far percepire il brand Lottomatica ai clienti come un brand all'avanguardia a livello tecnologico.
- 4 La creazione della Lottomaticard, una carta di credito che permette agli utenti di ricaricare il conto gioco e prelevare da esso in modo istantaneo senza dover attendere i classici 2-5 giorni che tutti gli altri mezzi comportano. Inoltre è possibile utilizzare la Lottomaticard come una normale carta di credito per effettuare acquisti, etc..

4.2 Microgame

4.2.1 Profilo d'impresa



Figura 4.10: Logo Microgame

mercato italiano del betting e del gambling.

La società viene è stata fondata nel 1996 dall'ing. Fabrizio D'Aloia, attuale presidente, e aveva come principale attività sviluppo di applicazioni web.

Nel 1998 Microgame entra come uno dei pionieri nel mondo del betting online e negli anni successivi, si consolida come uno dei maggiori service provider in Italia per il gioco a distanza ed inizia ad operare anche a livello internazionale. Nel 2007 Microgame diventa società per azioni ed apre il capitale delle azioni al fondo di private equity di diritto inglese Cambria Ltd. (FSA regulated) ed altri investitori istituzionali. Oggi il gruppo Microgame include diversi società di gaming in Italia, Gran Bretagna e Malta così come un Istituto di moneta elettronica in Italia.

Nonostante il business principale riguardi l'ambito B2b, in qualità di fornitore di piattaforme per il gaming ai concessionari, Microgame è anche nel business B2c con un'offerta diretta ai clienti finali, realizzata attraverso il brand People's.

Attualmente Microgame fornisce i propri servizi a più di 104 operatori di cui 93 operanti anche nel segmento del Poker.

4.2.2 Modello di Business

Il business principale di Microgame è il service providing: viene fornito ai clienti concessionari una piattaforma di gioco per il gioco a distanza denominata BOS (Betting Operating System), sviluppata internamente, che permette di offrire un prodotto parametrizzato e personalizzato secondo il modello di business dei clienti. L'API (Application Programming Interface) del sistema mette l'operatore di gioco in condizione di avere un open solution per tutte le aree chiave del suo business.

Le caratteristiche di questo sistema sono:

- modulo amministrativo completo: il modulo amministrativo (back-office) comprende dettagliati report per la gestione dei depositi e prelievi e report per i saldi contabili e il reso conto cassa per le agenzie. I dati di tutti i report possono essere esportati e sono quindi compatibili con i programmi di gestione amministrativa più comuni già utilizzati dall'operatore di gioco.
- Offerta di gioco personalizzabile: l'operatore di gioco ha la facoltà di offrire ai suoi utenti tutti o alcuni dei giochi della piattaforma BOS personalizzati con il proprio look, tornei personalizzati e/o privati, gestire in esclusiva il rapporto con i propri utenti. Inoltre, l'operatore di gioco può proporre nuovi giochi sviluppati da terze parti da inserire nella

piattaforma e decidere se tali giochi saranno disponibili solo per i propri utenti oppure per tutta la community della piattaforma.

- CMS autonomo per il sito web: BOS Evolution è un applicativo software completamente integrato con la piattaforma di gioco BOS con il quale gli operatori di gioco possono gestire facilmente e in modo autonomo il layout e i contenuti del proprio sito web. Inoltre, BOS Evolution permette di disporre di strumenti evoluti di marketing e di definire e gestire promozioni mirate per i propri clienti.
- Gestione di diversi siti web: la piattaforma permette all'operatore di gioco di gestire più siti web che si distinguono sia per il layout sia per l'offerta di gioco tramite dei back-offices separati.
- Ampia base di giocatori: tutti i giochi di abilità e del bingo condividono la liquidità aggregando virtualmente in un'unica community, il People's Network, i clienti di tutti gli operatori di gioco serviti da Microgame. L'ampia base d'utenti garantisce successo economico all'operatore di gioco e un'esperienza di gioco soddisfacente all'utente.
- Affiliate management: il sistema permette all'operatore di gioco di creare e monitorare la propria rete di Business Partner. L'operatore può definire tramite numerosi parametri profili di provvigioni specifici per ogni singolo gioco. Il sistema gestisce poi automaticamente i pagamenti e produce dettagliati report suddivisi per settore di gioco.
- Statistiche web: tramite dei report specifici, l'operatore di gioco è in grado di conoscere il comportamento dei visitatori del proprio sito e può sfruttare queste informazioni per ottimizzare la propria offerta online.
- Sicurezza: le misure di tutela del giocatore adottate dalla piattaforma di gioco Microgame, assicurano sia al giocatore sia all'operatore di gioco correttezza e trasparenza nel gioco.
- Comunicazione con altre piattaforme: la progettazione della piattaforma di Microgame rende possibile anche la comunicazione con piattaforme di gestione conti di gioco di altri Service Provider.



Figura 4.11: La piattaforma BOS di Microgame

La piattaforma BOS permette di offrire il gioco su una molteplicità di canali:



Figura 4.13: Canali a disposizione

In particolare Microgame, per prima in Italia, ha lanciato il progetto mobile permettendo agli utenti la possibilità di effettuare scommesse sportive attraverso il canale mobile. E' stata utilizzata, all'inizio, la modalità wap che è poi stata sostituita da un applicativo realizzato in Java

tramite la collaborazione con Quibet, società specializzata in applicativi di mobile betting. La raccolta effettuata attraverso il canale mobile è in crescita dal 2005 ma rimane comunque una quota trascurabile rispetto al totale (circa lo 0,1%). Microgame pensa che questi risultati siano principalmente imputabili a due fattori: all'utilizzo della modalità wap che privilegia il testo, la velocità, la compatibilità con numerosi device ma che penalizza eccessivamente la grafica e l'interattività oltre che alla natura stessa della scommessa sportiva, che non richiede tempestività. Per questi motivi l'utente preferisce utilizzare il computer e l'accesso via web per effettuare la propria giocata dal momento che questo canale risulta il più confortevole relegando l'utilizzo del canale mobile solo in situazioni di reale necessità. E' in programma l'introduzione del Gratta e Vinci sul canale mobile sia nella versione interattiva che in quella sms, dove l'acquisto del gratta e vinci e l'informazione di ritorno al cliente, relativamente all'eventuale vincita, passa attraverso dei messaggi istantanei. La successiva evoluzione del canale mobile riguarda l'introduzione di un client per il poker online, tuttavia la strategia dietro questo lancio non è basata sull'aumento della raccolta ma sulla maggiore visibilità. Questa scelta deriva anche dalla considerazione di Microgame per la quale l'attuale rete di telefonia mobile non permetta un'adeguata user experience sui giochi, tra cui il poker, in cui più persone partecipano contemporaneamente. In queste tipologie di giochi è richiesto un certo livello di interattività e la richiesta di banda può portare ad alcune disconnessioni che non permettono all'utente di effettuare la propria azione. L'applicativo per il poker via mobile, in modalità cash game, dovrebbe vedere la luce nel primo trimestre del 2010; le stesse tempistiche riguarderanno il lancio del Gratta e Vinci mobile. Al canale mobile lavora una persona all'interno di Microgame, anche se part time visto il suo impiego in altri progetti.

La piattaforma BOS presenta un software per Back Office evoluto che garantisce report dettagliati per vari aspetti gestionali:

- Gioco:
 - report puntate per tutti i tipi di gioco;
 - report risk management per le scommesse a quota fissa.
- Amministrazione:
 - gestione dei depositi e dei prelievi;
 - saldo dei conti contabili;

- calcolo delle imposte;
- fatturazione.
- CRM:
 - registrazione e controllo dei conti di gioco;
 - help desk ;
 - communication center.
- Marketing:
 - gestione delle promozioni;
 - gestione di commissioni e programmi di affiliazione per i business partner;
 - statistiche web.

I giochi integrati nel sistema BOS sono:

- scommesse sportive;
- giochi al totalizzatore;
- Gratta e Vinci;
- skill Games;
- bingo online.

Le scommesse sportive sono realizzate tramite lo sportsbook presente nel BOS ovvero una soluzione completa per le scommesse a quota fissa e utilizzabile su tutte le piattaforme di accesso come il web, interactive TV, mobile devices, call center e agenzie. Inoltre può gestire eventi live, raccogliere e gestire i risultati degli eventi automaticamente, creare e gestire eventi e quote automaticamente, attribuire le vincite, gli annulli e i rimborsi automaticamente ed infine gestire il rischio.

I clienti finali possono utilizzare, sempre per quanto riguarda le scommesse, BetBroker, un servizio di brokeraggio di scommesse a quota fissa sugli operatori di gioco serviti da Microgame che permette all'utente finale di effettuare scommesse anche di importo elevato alle migliori quote disponibili tramite un unico conto di gioco. La principale caratteristica è quella di

raccogliere le informazioni sulle quote, sui bonus e sui parametri di accettazione definiti da tutti gli operatori aderenti. L'utente può effettuare dal suo conto di gioco la scommessa sull'operatore di gioco che offre la quota complessiva migliore. Se l'importo della puntata supera i massimali di accettazione impostati dall'operatore, BetBroker ripartisce automaticamente l'importo su più operatori selezionati in funzione della quota complessiva migliore.

I giochi al totalizzatore offerti riguardano le scommesse ippiche con Tris e V7, le scommesse sportive con Totocalcio, Totogol, Big Match, Big Race e Big Show ai quali si aggiunge il SuperEnalotto.

Gli skill games vengono offerti tramite il People's Network, che aggrega i clienti e la liquidità di tutti gli operatori di gioco serviti da Microgame. Il People's Network comprende l'offerta per gli skill games (People's BlackJack), la poker room (People's Poker) e il bingo online (People's Bingo). Il network conta un milione di utenti registrati e più di 35.000 giocatori simultanei nei periodi di maggior traffico. Microgame si occupa del clearing e settling dei pagamenti tra gli operatori di gioco membri del network e delle attività di anti-collusion. Il network People's Poker garantisce un'ampia base utenti, un client realizzato in Java con cui è possibile giocare tramite il browser web, la realizzazione di eventi live e trasmissione televisive. Viene scelto annualmente un *People's Poker Team* in base ai risultati ottenuti dai giocatori sul network al quale si aggiunge il *Team Pro* composto da 4 giocatori professionisti: le due squadre vengono sponsorizzate per partecipare ai tornei di poker nazionali e internazionali.

Con People's Bingo, l'operatore di gioco ha a disposizione diversi strumenti per differenziare e personalizzare la propria offerta dei giochi. Infatti l'operatore può disegnare un look unico per la sua interfaccia del bingo, in modo tale da distinguersi da tutti gli altri operatori competitori e creare delle bingo room private per i propri utenti.

I clienti di Microgame possono usufruire di diversi servizi di gestione:

- soluzione "chiavi in mano": per gli operatori di gioco che sono semplicemente interessati alla commercializzazione dei prodotti proposti da Microgame, la soluzione "chiavi in mano" comprende tutti i servizi necessari all'operatore di gioco per gestire interamente tutto il ciclo aziendale.
- Gestione accounts: comprende la gestione di conti di gioco e conti Business Partners, la gestione dei depositi e prelievi e l'assistenza clienti.

- Servizi e-commerce: comprende la gestione delle carte di credito, carte prepagate, Microgame card e altri sistemi di pagamento
- Servizi scommesse a quota fissa: comprende quota di apertura, risk management, ed eventi live.
- Servizi Skill games e Bingo: comprende la gestione del palinsesto, l'attività di anti-collusion e il clearing and settlement.

Il business secondario viene realizzato tramite il brand People's, con il quale vengono offerti tutti i giochi a distanza, realizzati da Microgame, direttamente ai clienti finali.

4.2.3 Prestazioni dei servizi

Grazie al network realizzato, Microgame è il principale player attivo sul mercato italiano del gambling online generando per il primo trimestre del 2010 circa 66 milioni di Euro, con un incremento del 27% rispetto al medesimo periodo del 2009 e una raccolta complessiva di oltre 387 milioni di Euro. Nel 2009 la raccolta totale è stata di 1,049 miliardi di Euro, con una variazione pari a +113% rispetto l'anno precedente e un utile pari a 11,74 milioni di Euro.

E' leader nel poker online con una quota di mercato che a Maggio 2010 si attesta al 29,4% in un segmento che ha raccolto 278,1 milioni di Euro. Microgame ha aumentato la propria raccolta di mese in mese (ad eccezione dei mesi estivi) e nel 2009 Microgame ha raccolto più di tutti: 547 milioni di euro.

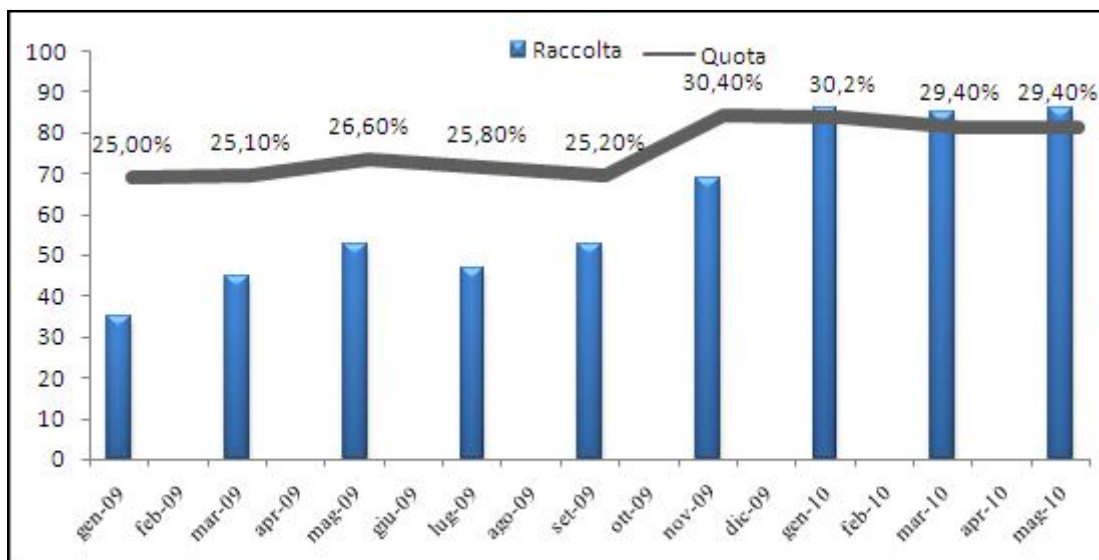


Figura 4.14: Andamento raccolta e quota mercato di Microgame nel poker online (fonte: rielaborazione personale su dati Aams)

Nel segmento dei Gratta e Vinci online Microgame è sul podio fra i migliori operatori in termini di raccolta generata. Nel 2009 ha conquistato una quota di mercato del 18% dietro a Lottomatica e Bwin/Gioco Digitale e a Maggio 2010 la raccolta è stata pari a 1,1 milione di euro.

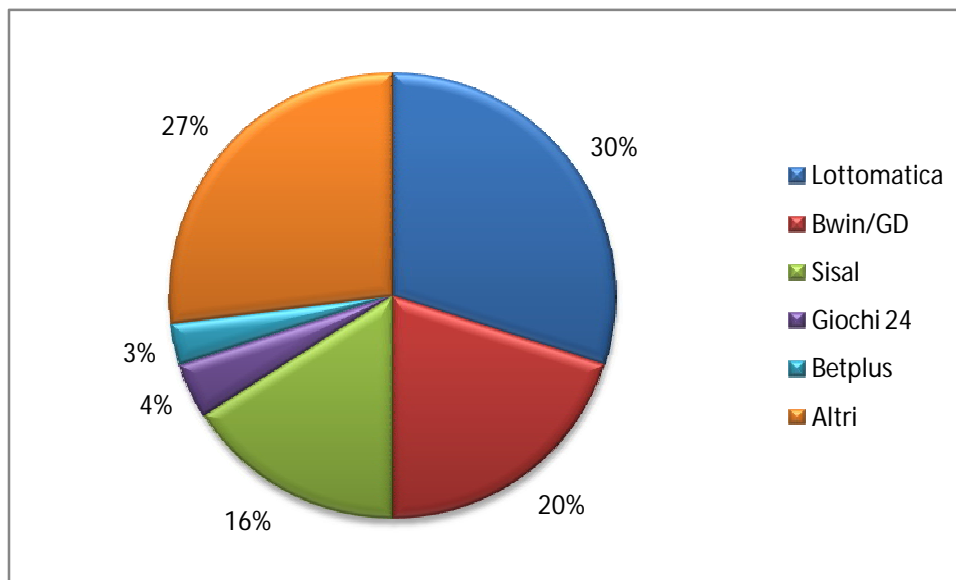


Figura 4.15: Quota di mercato di Microgame nel segmento dei Gratta e Vinci online nel 2009 (fonte: rielaborazione personale su dati Aams)

Anche nel comparto delle scommesse sportive online Microgame è leader di mercato con una quota del 29,5% a Maggio 2010 con una raccolta di 41,2 milioni di Euro. La quota scende al 10% circa se si considera anche il canale fisico dove deve cedere il passo ai colossi Snai, Lottomatica e Sisal.

Nella figura seguente sono riassunti i dati di fatturato di Microgame.

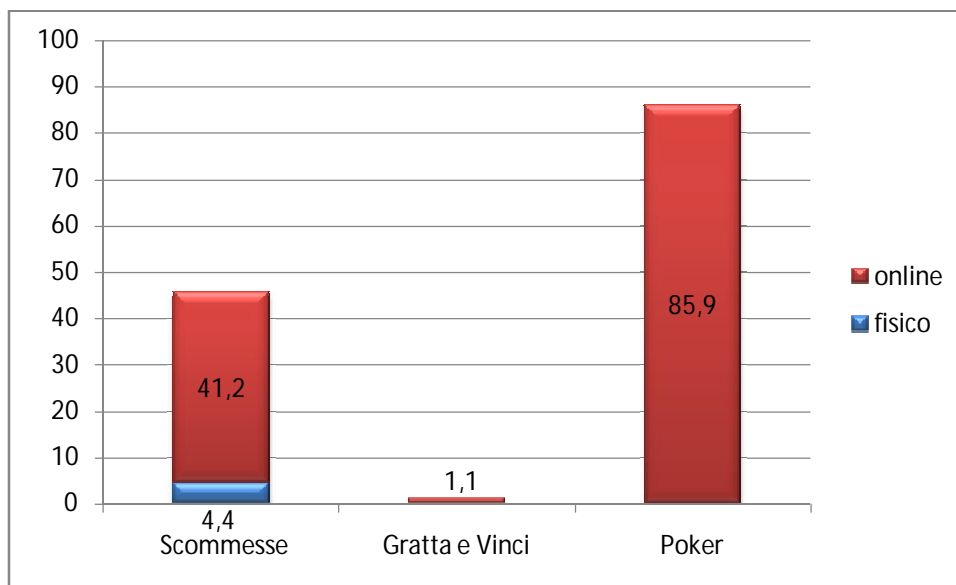


Figura 4.16: Raccolta generata da Microgame nei tre principali giochi online a Maggio 2010 (fonte: rielaborazione personale su dati Aams)

4.2.4 La filiera

Microgame presidia tutte le attività presenti nella filiera del gioco a distanza per tutti i giochi offerti con una maggiore focalizzazione sulle attività a monte di sviluppo e gestione, ad eccezione del Gratta e Vinci online che si limita a distribuire su concessione di Lottomatica.

4.2.5 Competenze e risorse

Microgame può contare su un forte know how nel settore del gioco a distanza dal momento che è stato il primo operatore ad entrare sul mercato italiano. A questo si aggiunge una completa padronanza delle tecnologie necessarie alla gestione dei giochi: nessun operatore concorrente ha sviluppato e/o gestisce in modo autonomo tutto il proprio portafoglio prodotti, al contrario Microgame che ha realizzato internamente e gestisce le piattaforme che supportano tutti i giochi ad eccezione del Gratta e Vinci per il quale la normativa impone che sia utilizzata la piattaforma fornita dal proprietario Lottomatica.

L'essenza del successo di Microgame dipende inoltre dalla struttura del network che ha realizzato: grazie all'unione di una moltitudine di piccole società è riuscita a generare un'elevata base utenti, non riscontrabile in nessun altro operatore, e questi due aspetti hanno generato una serie di vantaggi:

- nelle scommesse sportive è possibile, per i clienti, piazzare scommesse fino a 50.000€ grazie al sistema di ripartizione della scommessa in vari operatori. Inoltre i clienti possono consultare più quote e scegliere quelle più vantaggiose;
- Per il poker e il blackjack la raccolta realizzata è correlata in modo esponenziale al numero di giocatori attivi;
- Microgame non ha investito, al contrario dei concorrenti, ingenti somme nelle costose attività di marketing per pubblicizzare i propri prodotti;
- Microgame può contare su un forte potere contrattuale con i propri clienti concessionari

4.3 Sisal

4.3.1 Profilo d'impresa



Figura 4.18: Logo Sisal

Sisal S.p.A. è una società attiva nel settore dei giochi da circa 60 anni quando introdusse in Italia nel 1946 il mercato moderno dei giochi tramite il concorso a pronostici “schedina Sisal” divenuta poi Totocalcio. Fu fondata nel 1945 da Geo Molo, Fabio Jegher e Massimo Della Pergola.

Due anni dopo, nel 1948, Sisal crea il Totip ovvero un concorso a pronostici legato alle corse dei cavalli che è stato poi sospeso nel 2007. Successivamente Sisal ampliarà la propria offerta con ulteriori giochi a pronostici quali Totogol, Tris, Big Match e Big Race. Nel 1997 inventa il SuperEnalotto, un gioco che riscuote fin da subito un enorme successo e che ha portato nel 2009 alla vincita record in Europa di quasi 148 mln di euro. Nel 2010 ha introdotto un nuovo gioco, Win For Life che da subito ha riscosso enorme successo.

Nel 2004 Sisal ha acquisito Matchpoint, società nata nel 1998 attraverso l’apertura di 31 agenzie dove poter effettuare scommesse sportive. L’acquisizione di Matchpoint è stata cruciale per lo sviluppo nel ramo delle scommesse attraverso la rete fisica ed inoltre il brand Matchpoint è stato

utilizzato da Sisal per entrare nel mondo dei giochi telematici avvenuto nel 2005, all'inizio offrendo la possibilità di effettuare scommesse via web e poi aumentando gradualmente l'offerta fino al lancio del poker e del SuperEnalotto online del 2009.

Nel luglio del 2006 Sisal lancia Sisal Slot con un accordo con il gruppo Magic Matic, operatore nel settore delle NewSlot. Nel 2007 Sisal è entrata nel settore del bingo attraverso la costituzione di Sisal Bingo S.p.A., qualificandosi in tal modo come il partner dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) più consolidato in termini di conoscenza del mercato e completezza del portafoglio prodotti.

Sisal opera sul territorio italiano grazie ad una rete fisica composta da 19.000 ricevitorie, che le permettono di avere una copertura del 97% dei comuni italiani a cui si vanno ad aggiungere 130 agenzie. Nelle ricevitorie sono presenti anche i cosiddetti Totem, ovvero strumenti che permettono di effettuare scommesse in modalità self service quindi senza l'ausilio di un operatore. In circa 14.000 punti vendita è presente Sisal TV, un canale satellitare di proprietà di Sisal che trasmette per circa 14 ore al giorno. Su Sisal TV scorrono programmi di intrattenimento, ultime dai campi, informazioni e consigli di gioco, news, le immagini in diretta delle corse Tris e Totip+, oltre alle informazioni di servizio per i ricevitori. Inoltre, un teletext (Sisal Text) completa la dotazione di dati e informazioni utili al ricevitore e al suo pubblico di clienti.

La famiglia Molo ha mantenuto la maggioranza assoluta della società fino al 2005, dopo questa data infatti la Giochi Holding S.p.A., cordata controllata congiuntamente da Clessidra SGR S.p.A. e da JackPot S.a.r.l (50% Permira Europe III Fund e 50% Apax Partners Worldwide LLP) ha rilevato il 97,15% delle azioni Sisal. Oggi il capitale sociale di Sisal S.p.a. è di 21.217.954,00 euro.

Sisal offre occupazione a circa 1000 persone, suddivise fra le diverse società del gruppo, di questa segnaliamo la presenza di un call center composto da 40 operatori attivi 12 ore al giorno per 365 giorni l'anno e di un ufficio per la gestione delle quote delle scommesse composto da 15 dipendenti. Mentre le persone dedicate, anche se non in modo esclusivo, ai canali telematici in Sisal sono tre.

4.3.2 Modello di Business

Sisal opera nel comparto dei giochi sia attraverso il canale fisico sia attraverso il canale telematico. L'offerta fruibile varia leggermente a seconda del canale, ed è composta principalmente da giochi e scommesse ma anche da servizi non collegati a questo settore, in particolare Sisal offre:

- 5 scommesse sportive;
- 6 scommesse ippiche;
- 7 Totocalcio e Totogol;
- 8 poker online;
- 9 skill games;
- 10 Gratta e Vinci;
- 11 SuperEnalotto;
- 12 Win for Life;
- 13 New Slot.

Tranne le New Slot che sono fruibili solo su canale fisico, tutti gli altri sono fruibili anche per via telematica con l'eccezione degli skill games che sono ovviamente disponibili solo per via telematica.

Le scommesse sportive online sono supportate da diversi servizi già analizzati nel capitolo 2, tra questi vi è il Live Cast, un sito web dedicato appositamente alle competizioni calcistiche tramite il quale è possibile seguire in diretta con la cronaca, i commenti e le statistiche in real time le partite di calcio in programma. L'obiettivo principale di questo servizio è incentivare gli scommettitori soprattutto nelle scommesse live e offrire loro un valido strumento per controllare in ogni momento l'andamento delle partite. Un altro servizio aggiuntivo molto interessante è la trasmissione in streaming di tutti gli eventi del palinsesto ippico che avvengono negli ippodromi italiani con il commento di esperti del settore.

Il poker online di Sisal, come già detto, aderisce al circuito iPoker.it sviluppato e gestito da Playtech, mentre la piattaforma che permette di giocare agli skill games è fornita da Game Account Network. Sisal ha creato il Team Sisal Poker Pro, un gruppo di giocatori di poker tra cui spicca la presenza di Dario Alioto, che vengono sponsorizzati per partecipare a tornei dal vivo con l'obiettivo di pubblicizzare il proprio marchio.

Per quanto riguarda i servizi, Sisal permette ai clienti, che si rechino nelle ricevitorie, di effettuare ricariche di vario genere (ricariche telefoniche, carte telefoniche, carte per TV digitali), effettuare pagamenti (bollette, multe, tributi, acquistare biglietti, pagare pedaggi,...) ed infine accedere a servizi finanziari (ricariche di carte prepagate come PostePay e invio/ricezione di denaro tramite Western Union).

Il canale web si realizza tramite i siti online www.sisal.it e www.match-point.it, che registrano circa 30.000.000 di page view e 1.600.000 visitatori ogni mese.

Il canale mobile via wap, raggiungibile dal proprio cellulare all'indirizzo www.match-point.mobi, è a disposizione dei clienti che possono acquistare:

- scommesse sportive;
- gratta e vinci.

Questo canale è attivo, con le scommesse sportive, dal 2008 e l'obiettivo era quello di capire se poteva essere un business indipendente o un'estensione del servizio: gli scarsi risultati motivati principalmente dalla necessità di “studiare” la scommessa, dalla lentezza dell'operazione e dai costi aggiuntivi per il cliente (nonostante gli accordi fatti con Tim, Wind e H3g per poter essere presenti sui loro portali) hanno spinto il mobile, in questo segmento, verso un'ottica di estensione del servizio. Per agevolare l'utilizzo del device mobile tra gli scommettitori, Sisal ha creato le “scommesse flash”, ovvero delle schedine precompilate con più incontri, che possono essere consultate e giocate immediatamente dagli utenti, togliendo all'utente stesso la parte di navigazione delle scommesse disponibili e la compilazione della schedina. La raccolta generata tramite il canale mobile viene stimata nell'ordine del 1,5% rispetto al totale della raccolta telematica.

Un'altro canale utilizzabile dai clienti è quello telefonico, ovvero il telebetting, che è utilizzabile dai clienti per effettuare:

- scommesse sportive;

- scommesse ippiche.

Tramite il numero telefonico a pagamento 848-845-845, si può contattare un operatore Sisal che effettuerà le scommesse. Questo canale genera una raccolta di circa il 10% rispetto alla raccolta telematica totale.

Fino al 2009 era disponibile anche il canale TV, dove si potevano effettuare solo scommesse sportive. Sisal aveva stipulato un accordo con Mediaset per permettere ai clienti possessori del digitale terrestre di effettuare scommesse tramite il proprio televisore ma la raccolta sempre più bassa ha spinto Sisal ad abbandonare questo canale. Le cause sono soprattutto riconducibili ad una tecnologia non ancora ben sviluppata.

4.3.2 Prestazioni dei servizi

Sisal entra nel segmento del poker online a fine dicembre del 2008 ed ha generato in tutto il 2009 una raccolta di 102,9 milioni di euro pari a circa il 4,5% del mercato, settimo operatore. A Maggio 2010 ha raccolto 13 milioni di euro con una quota di mercato del 4,8% diventando però il sesto operatore.

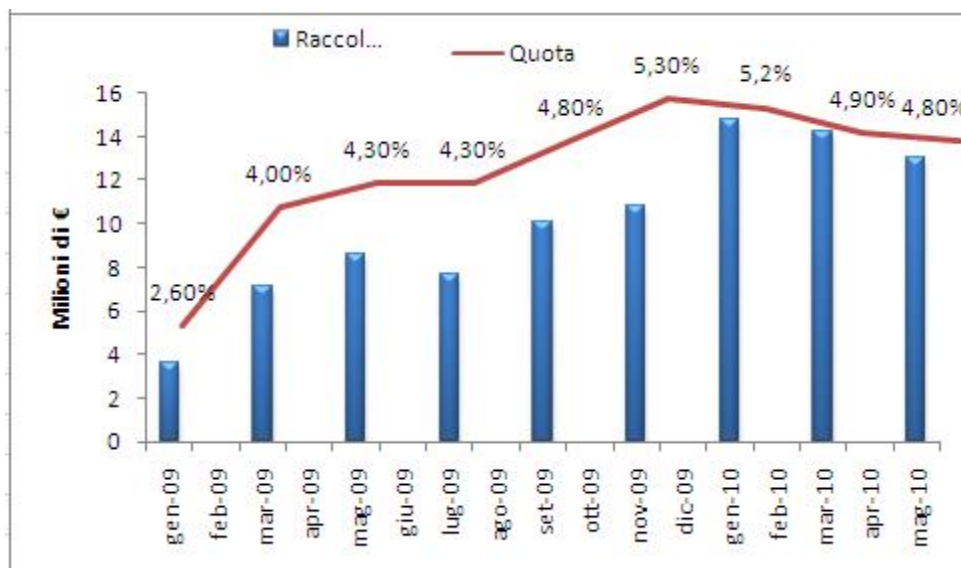


Figura 4.19: Raccolta e quota di mercato di Sisal nel poker online (fonte: rielaborazione personale su dati Aams)

Sisal è il secondo player, in termini di raccolta, operante sul network iPoker.it con una quota di quasi il 33,68%.

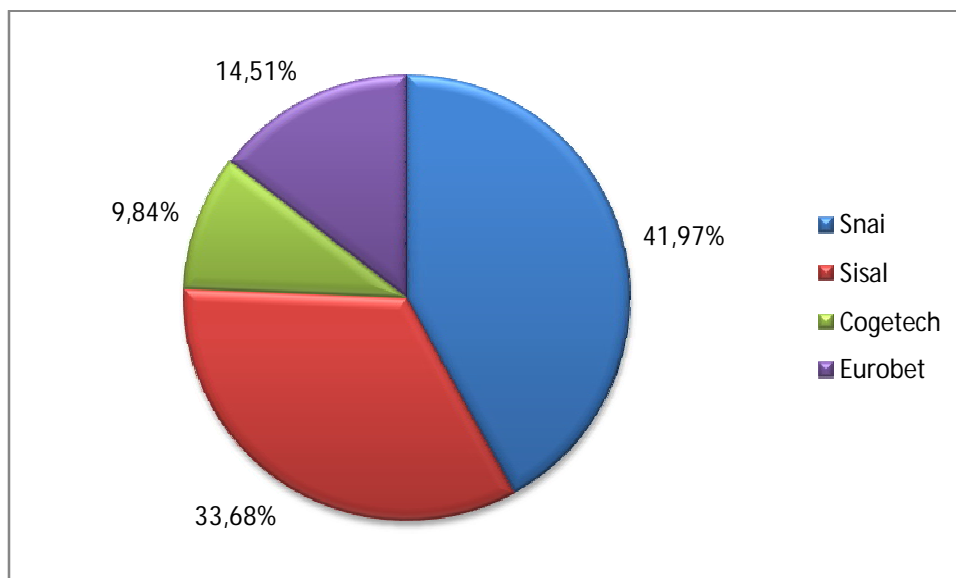


Figura 4.20:Quote dei vari operatori all'interno del network iPoker.it

Per quanto concerne il segmento dei Gratta e Vinci online, Sisal è il terzo operatore sul mercato nel mese di aprile 2010 con una raccolta di 900mila euro, in questo mese però c'è stata una flessione di tutto il comparto pari ad una quota del 16%. Sisal ha tenuto nei primi sei mesi del 2009 una quota di mercato attorno al 12%, rimanendo ai margini del podio, ma poi ha incrementato fortemente la sua posizione nel segmento in oggetto conquistando a luglio 2009 una quota di mercato di circa il 20%. La raccolta generata in tutto il 2009 è di circa 9,5 milioni di euro, valevoli la quarta posizione tra gli operatori con una quota di mercato pari a circa il 15%.

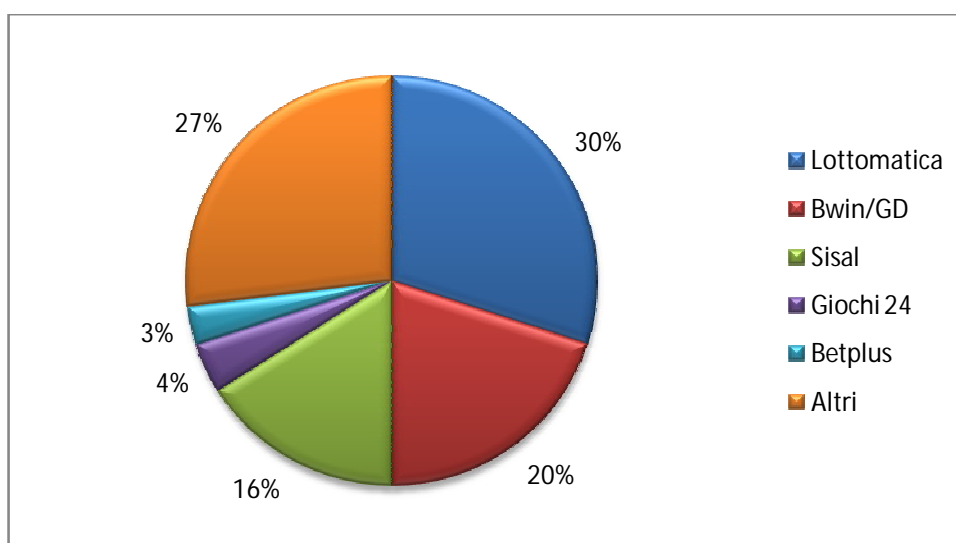


Figura 4.21: Quota di mercato di Sisal nei Gratta e Vinci online ad Aprile 2010 (fonte: rielaborazione personale su dati Aams)

Sisal ha raccolto 12,6 milioni di euro tramite le scommesse sportive online confermandosi quarto operatore con il 9% del mercato nel mese di Marzo 2010. Se viene considerato anche il canale offline, Sisal guadagna una posizione grazie alla raccolta generata di 44,1 milioni di euro pari al 10,9% circa del mercato globale delle scommesse sportive, un settore però ancora in forte crescita.

4.3.3 La filiera

Sisal è attiva nella filiera di settore in modo diverso a seconda sia del canale di distribuzione sia del gioco offerto.

Per quanto riguarda il canale fisico Sisal distribuisce i propri prodotti avvalendosi di agenzie e ricevitorie autorizzate che dispongono di un “Portale dei ricevitori”, ovvero un sito internet (www.ricevitoresisal.it), progettato da Sisal per facilitare l'attività di gestione tecnica e commerciale. Sisal gestisce la trasmissione dei dati di ogni giocata in modo telematico tramite Sisal Extrema, sistema sviluppato internamente. Quindi, per quanto riguarda il canale fisico, Sisal si occupa della parte di sviluppo e gestione dei giochi a monte, lasciando alle agenzie e alle ricevitorie la parte a valle di vendita dei servizi. Secondo Sisal lo sviluppo di una cooperazione tra la Società e le agenzie è la base del suo successo. In particolare Sisal ha puntato molto sulla gestione del rischio delle scommesse lasciando un certo margine di libertà alle agenzie, in questo modo il rischio viene ripartito e bilanciato da una più equa spartizione dei guadagni tra società e agenzie.

Per quanto riguarda i canali telematici non c'è distinzione, perciò Sisal si occupa di tutta la filiera, dall'ideazione dei giochi, allo sviluppo e gestione ed infine alla distribuzione. Per i canali mobile, Sisal si avvale delle partnership con gli operatori telefonici, che garantiscono la presenza del brand Sisal-Match Point sui loro portali

Alcuni giochi sono stati ideati da Sisal come il Totocalcio, il SuperEnalotto e l'ultimo arrivato Win for Life. Per questi giochi Sisal è presente su tutta la filiera dallo sviluppo alla distribuzione. Anche nelle scommesse Sisal è presente su tutta la filiera partendo dallo sviluppo del palinsesto e dalla generazione delle quote fino alla distribuzione.

Per altri giochi Sisal si occupa solo delle attività più a valle come acquisizione clienti, marketing, distribuzione e supporto ai clienti. E' il caso del poker online dove Sisal si appoggia alla piattaforma di cui è proprietaria Playtech che offre il proprio software e il network

sottostante. Lo stesso discorso vale per gli skill games, dove la piattaforma è fornita da Game Account Network, e per il format dei Gratta e Vinci online in cui la proprietaria Lottomatica concede la possibilità agli altri operatori di distribuirli.

4.3.4 Competenze e risorse

La forza principale di Sisal deriva dalla sua storia: infatti Sisal opera da più di 60 anni nel mercato italiano del gambling ed è considerata, insieme a Lottomatica, uno dei maggiori operatori nel settore.

Ciò permette a Sisal di avere una serie di vantaggi:

- elevata esperienza e competenze nel settore del gambling;
- elevata affidabilità e sicurezza percepita nei confronti del brand Sisal da parte dei clienti: questo aspetto è da considerarsi distintivo, soprattutto per quel che riguarda i canali telematici, visto che può essere visto come non sicuro o a rischio truffa da parte dei clienti italiani, in taluni casi ancora restii al suo utilizzo per questi motivi;
- stabilità finanziaria affermata a differenza di molti altri competitor che sono da poco nel settore o addirittura sono start up.

4.4 Snai

4.4.1 Profilo d'impresa

Il gruppo Snai S.p.A nasce nel 1990 con la costituzione della Snai servizi s.r.l. (acronimo di Società Nazionale Agenzie Ippiche), società originariamente dedita alla gestione di impianti ippici e alla fornitura di servizi amministrativi e logistici per la raccolta telefonica delle scommesse ippiche.



Figura 4.22: Logo Snai

Grazie a partecipazioni azionarie ed acquisizioni societarie Snai servizi si è evoluta ed ha costituito, nel 1999, il Gruppo Snai, leader in Italia e in Europa nella fornitura di servizi telematici ad alto contenuto tecnologico per la raccolta e la gestione di

scommesse ippiche, sportive e non sportive, concorsi pronostici e apparecchi automatici da intrattenimento.

Nel giugno 2003 diventa concessionario per la gestione dei concorsi a pronostico totocalcio e totogol e, dal 2004, anche per le scommesse al totalizzatore (big match, big race, big show).

Nel 2004 diventa concessionario dell'amministrazione autonoma dei monopoli di stato per l'attivazione e la conduzione operativa della rete per la gestione telematica del gioco mediante new slot, gli apparecchi da divertimento e intrattenimento. Snai S.p.A mantiene comunque il vecchio ruolo di provider nei confronti dei circa 400 concessionari clienti che hanno mantenuto la titolarità delle proprie concessioni ed ai quali la società fornisce i servizi necessari allo svolgimento dell'attività di raccolta e promozione delle scommesse.

Nel 2008 il gruppo avvia gli skill games e le arricchisce l'offerta delle scommesse via internet anche con l'ippica nazionale, le scommesse a base sportiva erano offerte già dagli inizi del 2002, e inoltre offre via web i concorsi a pronostico e sulle scommesse sportive a totalizzatore.

Oggi Snai S.p.A possiede e gestisce 342 negozi e 864 corner per scommesse sportive e 99 negozi e 3.787 corner per scommesse ippiche, con una copertura territoriale omogenea e capillare su tutto il territorio nazionale, con un punto Snai in media ogni 10.000 abitanti riconfermando così l'azienda come il principale operatore del mercato italiano delle scommesse.

Le azioni sono quotate presso la Borsa Italiana e ciascuna azione dà diritto ad un voto in assemblea e la società è controllata da Snai Servizi s.r.l che detiene il 50,68% delle azioni, mentre non sono registrate partecipazioni azionarie di grande rilevanza.

4.4.2 Modello di Business

Snai opera nel settore dei giochi attraverso sia il canale fisico che quello telematico, ovvero internet.

A seconda del canale, l'offerta di Snai è composta principalmente da giochi e scommesse ma anche da altri servizi collegati a questo settore, in particolare Snai offre:

14 scommesse sportive;

15 scommesse ippiche;

16 Totocalcio e Totogol;

17 poker online;

18 skill games;

19 SuperEnalotto;

20 Win for Life;

21 New Slot.

Tra questi giochi, naturalmente, tutti gli Skill Games, il Superenalotto e win for life sono offerti via internet, mentre le scommesse sportive e ippiche sono fruibili anche su canale fisico a cui si aggiungono le new slot che sono offerte esclusivamente tramite questo canale tradizionale.

Il canale fisico è il punto di forza di Snai, grazie alle sue agenzie, Punti Snai e corner riesce a coprire capillarmente tutto il territorio italiano e fornire scommesse sia a base sportiva che ippica. In particolare bisogna segnalare il forte legame tra Snai e Ippica, la società ha ancora oggi la proprietà e la gestione degli ippodromi di Milano, Roma, Pisa e Firenze.

Il canale telematico vede la sola offerta via internet dei giochi, in particolare Snai offre tutte le tipologie di scommesse, gratta e vinci, Superenalotto e Win for Life e infine il poker e gli altri Skill Games. Il poker viene offerto tramite piattaforma Playtech aderendo così al network iPoker. Gli Skill Games sono offerti su due piattaforme differenti, in particolare Snai si rivolge a Game Account per il gioco della Briscola e a Gioconline per gli altri giochi. A differenza di altri operatori non ha costituito un gruppo Pro per il poker, ovvero un gruppo di giocatori professionisti, ma ha comunque creato una community. Snai ritiene il Team Pro molto importante ma non fondamentale.

Il canale Tv non è più attivo in quanto, come per altri operatori, non era profittevole. Snai aveva un contratto con Sky per la fornitura di scommesse tramite decoder satellitare. La società mantiene ancora la collaborazione con Sky, in particolare per il proprio canale satellitare, Snai TV su cui scorrono programmi di intrattenimento, ultime dai campi, informazioni e consigli di gioco, news, le immagini in diretta delle corse Tris e Totip+, oltre soprattutto tutte le informazioni riguardo le corse dei cavalli e la loro trasmissione in diretta. Snai ha anche un sito internet su cui è possibile vedere in streaming le corse dei cavalli e tutte le news sportive.

Snai non offre una modalità di gioco via mobile ma è in progetto una fornitura di giochi d'abilità, tra cui il poker, in collaborazione con Playtech.

Un'altro canale utilizzabile dai clienti è quello telefonico (telebetting) è utilizzabile dai clienti per effettuare sia scommesse sportive che scommesse ippiche. Tramite il numero telefonico a pagamento 199-126-621 si può contattare un operatore Sisal che effettuerà le scommesse.

4.4.3 Prestazioni dei servizi

Il segmento dei giochi d'abilità, fruibile solo sul canale telematico, è quello con il maggior tasso di crescita. La raccolta totale per l'anno 2009 è stata pari a 2,3 milioni di euro, il 93% dei quali proviene dal gioco del Poker.

La raccolta del Gruppo Snai è aumentata nell'ultimo anno ed è stata pari a 157,5 milioni e la quota di Snai è stata del 6,69%. Come per le altre società, la gran parte del volume di gioco è stato generato dal poker, 155,41 milioni di euro seguito dagli altri skill games che hanno generato una raccolta di 2,06 milioni. La raccolta del mese di Maggio 2010 è stata pari a 16,2 milioni di Euro per una quota di mercato del 6,3%

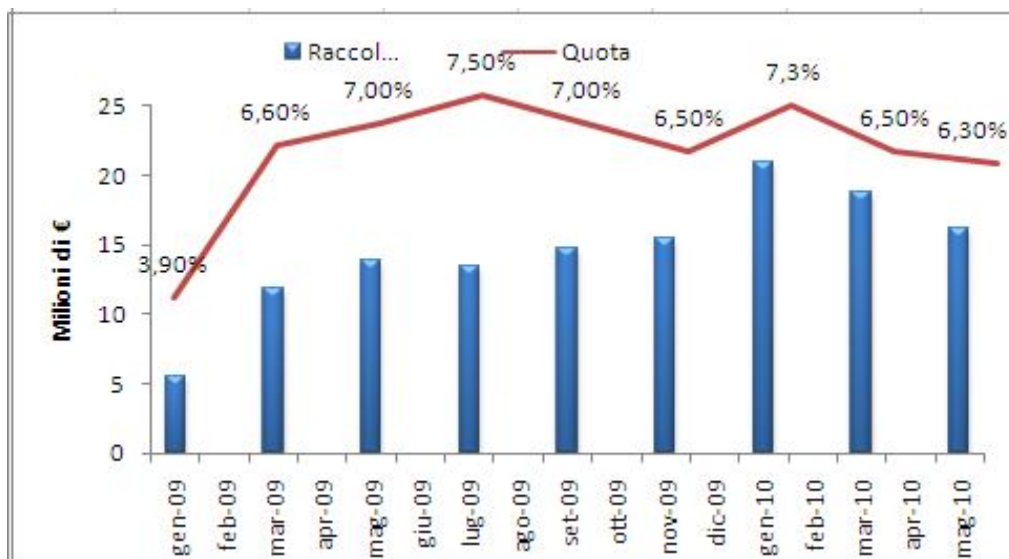


Figura 4.23: Raccolta e quota di mercato di Snai nel poker online (fonte: rielaborazione personale su dati Aams)

All'interno del network iPoker Snai è il primo operatore con una quota di mercato pari al 41,97%.

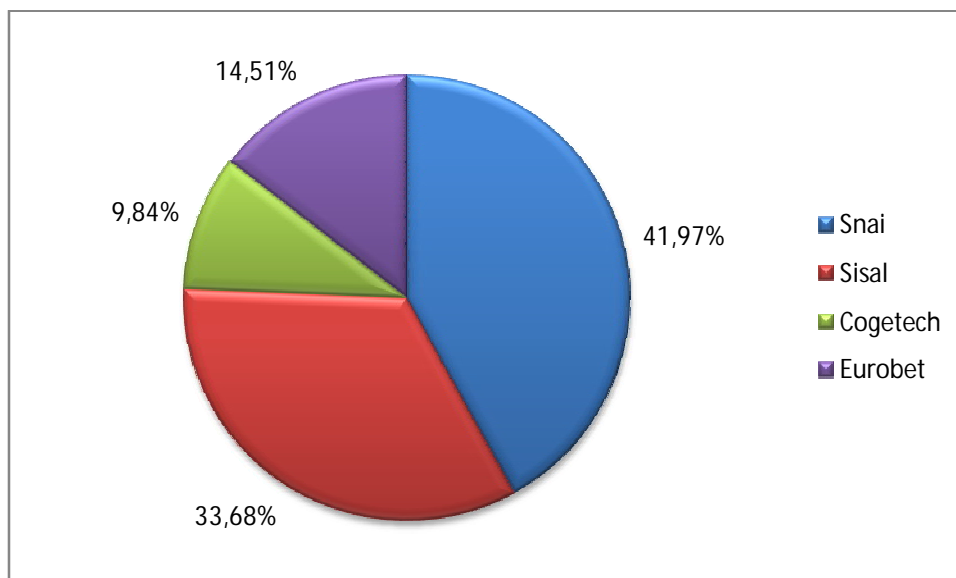


Figura 4.24:Quote dei vari operatori all'interno del network iPoker.it

Snai che gode del primato assoluto nel segmento delle scommesse su canale fisico con una quota del 34,40% non riesce a confermarsi anche sul canale telematico dove a Marzo 2010 si attesta all'11,50% al terzo posto dietro Microgame e Lottomatica, con una raccolta pari a 16 milioni di Euro, mentre per il 2009 la raccolta totale è stata pari a 233 milioni. In totale nel settore scommesse a marzo 2010 Snai ha raccolto 150 milioni di euro.

La raccolta di Snai per il 2009 si suddivide così tra i canali fisico e telematico, come si può vedere la raccolta del canale telematico è pari al 10% del totale.

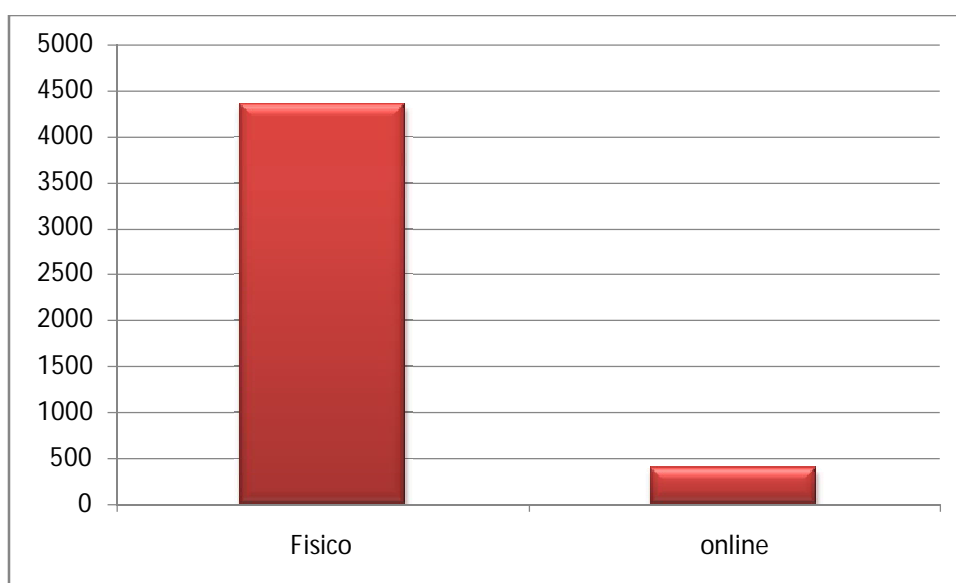


Figura 4.25:Raccolta Snai nei diversi canali. Fonte Bilancio Snai

4.4.4 La filiera

Snai è attiva nella filiera di settore in modo diverso a seconda sia del canale di distribuzione sia del gioco offerto.

Per quanto riguarda il canale fisico Snai è fortemente integrata verticalmente. Infatti, tramite le diverse società controllate opera da monte a valle, quindi dalla creazione di sistemi di IT per la fornitura di servizi alla fornitura di soluzioni tecnologiche, inoltre fornisce anche le apparecchiature, gestisce ippodromi e controlla direttamente molte delle agenzie della sua rete. Le agenzie sono infatti controllate dalla Punto Snai S.p.A, mentre i corner e le filiali sono affidate a distributori in revenue sharing.

Per il canale telematico invece, Snai opera solo a valle gestendo il sito internet e il rapporto con la clientela, in particolare per le attività di marketing, vendita e post vendita. Per il Poker Snai si affida alle soluzioni tecnologiche e alla rete di Playtech (iPoker), per il backgammon, domino, blackjack, poker ai dadi e ginrummy si affida alla britannica Game Account mentre per il burraco ed il sudoku si affida all'italiana Giocaonline.

Snai opera anche sul canale Tv gestendo direttamente, tramite la controllata Teleippica il canale televisivo. Infine opera direttamente, senza ricorso all'outsourcing, alle attività di assistenza, post vendita e raccolta telefonica di scommesse tramite al controllata Festa S.p.A.

4.4.5 Competenze e risorse

Le risorse chiave di Snai derivano dalla sua storia: infatti Snai è nata come società per la gestione delle scommesse ippiche e si è presto confermata anche nelle scommesse ippiche. Perciò il brand stesso di Snai viene identificato con la scommessa e di conseguenza è ad oggi il punto di forza del gruppo. Possiede naturalmente elevata esperienza nel settore e elevata affidabilità, nonché sicurezza. Quest'ultimi sono degli aspetti rilevanti soprattutto per i canali telematici, in cui il cliente vuol affidare il proprio conto gioco ad un operatore che percepisce come sicuro. Un altro punto di forza naturalmente è la stabilità finanziaria affermata a differenza di molti altri competitor che sono da poco nel settore. Infine, l'ultimo punto di straordinaria importanza è la diffusione dei punti Snai e delle agenzie sul territorio, tale diffusione permette anche una più facile comunicazione anche per il gioco a distanza arrivando a clienti che sono altresì difficilmente raggiungibili.

4.5 4A The Poker suite – Dada

4.5.1 Profilo d'impresa

4A The Poker Suite è una Poker room italiana entrata nel mercato nel Novembre 2009 e controllata, attraverso varie partecipazioni, dal gruppo RCS-Rizzoli Corriere della Sera. In particolare la suite è un marchio di proprietà del gruppo Fueps S.p.A, il primo sito italiano di casual gaming e fornisce il gioco del poker online attraverso una concessione di Partypoker, del gruppo Partygaming Italia.



La Fueps S.p.A è una società che fa parte di Dada S.p.A. Dada nasce nel gennaio del 1995 dall'iniziativa imprenditoriale di Paolo Barberis, Angelo Falchetti, Jacopo Marelli e Alessandro Sordi dopo anni di ricerca nel campo della comunicazione digitale. Acronimo di Design Architettura Digitale Analogico, Dada avvia la propria attività con l'offerta di un servizio di connettività a pagamento e lo sviluppo di un portale, Dada Web City, che si presenta come il luogo in cui i naviganti trovano spazio per sviluppare gli interessi più diversi.

Figura 4.26: Logo 4° The Poker Suite

Già nel 1997, la Società propone al mercato italiano le prime soluzioni per il commercio elettronico attraverso la propria Web Agency "Dada Work Shop" e per rispondere alle esigenze di un mercato in costante evoluzione, la Società amplia la gamma dei servizi offerti e diviene in breve tempo una Internet Company globale. Dada è fra i primi operatori italiani a proporre servizi e prodotti a valore aggiunto nell'ambito di hosting, housing e web development professionale. Questo posizionamento di Dada viene confermato dalla scelta di ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) che nel giugno 1999 ha individuato Dada quale prima Società italiana ammessa allo Shared Registry System per la registrazione dei domini generali .com, .org e .net.

Nel 2007 rafforza la sua presenza nell'entertainment grazie alla joint venture paritetica "Dada Entertainment LLC", frutto dell'alleanza tra Dada e SONY BMG MUSIC ENTERTAINMENT e nel 2009, nell'ambito dello sviluppo di una più ampia partnership, Dada e Sony Music hanno perfezionato un accordo strategico che prevede l'acquisizione da parte di Sony Music di una

partecipazione pari al 13% del capitale sociale di Dada.net a fronte del conferimento della propria quota detenuta nella Joint Venture Dada Entertainment nella stessa.

In data 26 giugno 2009, Dada ha siglato accordi preliminari relativi all'acquisizione del 51% del capitale di Fueps S.p.A..

Dada è quotata al mercato MTA di Borsa Italiana nel segmento STAR ed è controllata per il 50,7% da RCS MediaGroup. Conta attualmente oltre 600 collaboratori, con sedi a Firenze, Milano, Bergamo, New York, Barcellona, Parigi, Londra, Worcester, Rio de Janeiro.



The Poker Suite

4.5.2 Modello di Business

Dada è organizzata attorno a 2 aree di business: Dada.net (Digital Music, Entertainment & On-line Gaming usufruibili via web e mobile) e Dada.pro (servizi professionali per la presenza e la pubblicità in Rete).

In particolare per l'area giochi opera attraverso il marchio Fueps tramite il quale offre giochi di intrattenimento e naturalmente skill games, poker compreso.

I canali utilizzati sono:

- Mobile
- Internet

Su canale Mobile ad oggi non è ancora possibile usufruire dei giochi a pagamento ma sono in sviluppo soluzioni per consentire ai clienti di giocare a poker o agli altri skill games direttamente dal proprio smartphone.

Su canale internet, invece, è possibile giocare a diversi giochi di abilità e in particolare per il Poker, Dada ha sviluppato la prima vera suite in Italia.

4° The Poker Suite è infatti una Skill di PartyPoker, ovvero utilizza la sua concessione e la sua piattaforma avendo però ampi margini di personalizzazione dell'offerta del client e della gestione del brand. La suite è stata concepita per essere la migliore poker room per i giocatori che vogliono avvicinarsi al poker online senza rischi per il proprio portafogli. Punta perciò ad un target, quello dei clienti attratti dalla componente ludica, che già acquista i servizi di Dada per altri mercati e allo stesso tempo cerca di attrarre giocatori semiprofessionisti. Per il suo

marketing, la Società ha puntato il suo marketing soprattutto su due fronti. Da una parte offre a tutti gli iscritti un esclusivo bonus cash di 10€ accreditato direttamente nel conto di gioco dall'altra invece, 4A The Poker Suite è tra le più attive room anche nel mondo del poker live, puntando sin da subito ad inserire nel proprio palinsesto tornei satellite che mettono in palio pacchetti premio per prestigiosi eventi live, quali WPT e WSOP ed ha affidato i primi posti del suo Team Pro a due giocatori emergenti e molto promettenti nel panorama del poker italiano: Dario Nittolo ed Alioscia Oliva.

4.5.3 La filiera

Dada opera in maniera diversa nella filiera produttiva a seconda del mercato servito. Se per le soluzioni musicale e per gli altri servizi di intrattenimento opera sia a monte che a valle della filiera, nel mercato del poker opera esclusivamente a valle, nella commercializzazione, nel marketing e nel rapporto con il cliente, lasciando a Partypoker la gestione della piattaforma e del network mantenendo però un controllo sulla gestione del marchio e del client.

4.5.4 Competenze e risorse

Dada è una delle prime società operanti su internet in Italia, perciò ha una grande esperienza del settore dell'e-commerce e dei servizi internet based. Cerca di sfruttare queste competenze e soprattutto la conoscenza della clientela per rafforzare il suo business in un settore in forte crescita attraverso la collaborazione di un altro importantissimo partner tecnologico, Partygaming appunto, che è leader mondiale del settore giochi.

La società ritiene che per la diffusione del gioco del poker sia importantissimo lo sviluppo di una community e l'affidabilità e la sicurezza della piattaforma.

Un altro punto di forza naturalmente è rappresentato dalla possibilità di sfruttare le sinergie tra i business del gruppo all'interno della macro area di business dell'intrattenimento a distanza.

4.6 Paypal

4.6.1 Profilo d'impresa



Figura 4.26: Logo Paypal

Paypal è stata fondata nel 1998 e successivamente è stata acquisita da eBay Inc. nel 200. Oggi PayPal (Europe) S.à r.l. & Cie, S.C.A è un istituto di credito lussemburghese munito di regolare licenza ed è soggetta alla supervisione prudenziale dell'autorità di vigilanza del Lussemburgo.

PayPal è disponibile in 190 Paesi e territori, con 84 milioni di conti attivi, a fine marzo 2010. Secondo i dati della società, ogni secondo PayPal elabora pagamenti per un valore di 2.641 dollari.

PayPal è presente in Italia dal 2005, ha sede a Milano e conta 4 milioni di conti aperti ed è il metodo di pagamento più usato su eBay. Il sito italiano di PayPal dal 2005 ha conosciuto una crescita straordinaria: Nielsen/Netratings lo colloca fra i web finanziari più visitati, circa 1,2 milioni di visitatori unici in aprile 2010.

4.6.2 Modello di Business

Paypal è un sistema di pagamento online che permette a qualsiasi azienda o consumatore che disponga di un indirizzo email di inviare e ricevere pagamenti in maniera sicura previa registrazione gratuita. È possibile associare al proprio account una o più carte di credito, una carta prepagata, oppure si può ricaricare senza spese dal conto corrente bancario.

Nel settore del gambling figura come uno dei metodi di pagamento eWallet più diffusi ma non ha ancora saputo replicare il successo avuto nel campo dell'e-commerce dove è il elader del mercato. La società ha infatti optato per una strategia attendista per l'entrata in questo settore.

PayPal, però, è l'unica società di pagamento online che ha anche una Carta Prepagata accettata in tutto il mondo, che opera su circuito MasterCard, ed emessa da Lottomatica.

Oltre che il canale internet, Paypal è leader anche su canale Mobile con un metodo innovativo di Mobile Payment che sempre più si sta diffondendo in Italia. PayPal da tempo investe in questo settore e i suoi utenti possono inviare e ricevere denaro in modo sicuro e controllare il saldo del conto PayPal attraverso il proprio telefono cellulare WAP o smartphone e con il proprio iPhone attraverso l'applicazione Send Money per iPhone.

4.6.2 Filiera

Paypal opera a tutto campo nella filiera del web payment sviluppando, a monte, nuove soluzioni sia B2B che B2C e a valle concentra la sua attività nel marketing e nel rapporto con il cliente, in particolare nel B2B.

4.6.3 Competenze e risorse

Inizialmente Paypal aveva scelto di non entrare nel settore del gambling a seguito della politica statunitense per il contrasto del gioco d'azzardo. Dal 2007 però, in seguito al cambio di rotta dei paesi europei, Inghilterra e Italia in primis, è tornata a guardare di buon occhio questo mercato e nel 2009 è entrata ufficialmente, con un netto ritardo però, nel settore del gambling italiano.

Le competenze sviluppate in questi anni hanno però aiutato questo ingresso, infatti Paypal non offre una soluzione progettata appositamente per il mercato del gioco ma riesce ad applicare adeguatamente il proprio sistema già utilizzato nell' e-commerce. In particolare la Società punta sull'affidabilità e sulla sicurezza del suo sistema.

La sicurezza, oltre che dai normali sistemi di individuazione di frodi, è garantita anche dal monitoraggio back office sulle transazioni. Dal punto di vista del gambling sono monitorate sia le transazioni da giocatore a operatore, sia da operatori a giocatori o altri operatori.

L'affidabilità è garantita dalla politica di Paypal incentrata sulla scelta accurata del proprio cliente, lato B2B. La strategia del 2010-11 è quella di continuare a selezionare gli operatori con cui lavorare, con un processo di acquisizione interno complesso finalizzato a scremare tutti quegli operatori che potrebbero risultare poco affidabili. Inoltre, per presidiare al meglio le transazioni Paypal esige da contratto che il proprio sistema venga messo a disposizione sia tra i sistemi di deposito che di prelievo. Attualmente i partner principali di Paypal sono Bwin e Lottomatica, con la quale ha sviluppato la propria carta prepagata. Questo prodotto va incontro alle scelte dei giocatori italiani che preferiscono le carte ricaricabili ad altri sistemi di pagamento.

Infine, la Società punta molto sulla base di clienti già serviti per sfruttare così sinergie. Il cliente target di Paypal, che ben si sposa con gli operatori scelti, è diverso da quello di altre società che

offrono metodi di pagamento eWallet, infatti l'Azienda si riferisce ad un target di giocatori che fa ricariche basse del proprio conto per una fascia che va dai 5 ai 50€

4.7 Moneybrookers

4.7.1 Profilo d'impresa



Figura 4.27: Logo Moneybrookers

Moneybrookers è una compagnia di trasferimento di denaro, fondata il 18 giugno 2001 dalla Gatcombe Park Ventures Ltd di Londra, è membra della Electronic Money Association ed è regolamentata dalla Financial Services Authority del Regno Unito (FSA). Oggi ha ancora base nel Regno Unito, essa permette agli utenti di mandare e ricevere soldi via e-mail.

Ad oggi la società ha 380 dipendenti e secondo i dati ufficiali del 2008 ha raggiunto 4,5 milioni di account di cui 350mila in Italia.

4.7.2 Business Model

La società opera esclusivamente sul canale online nel settore dei servizi per il pagamento. In particolare si è specializzata negli anni nell'offerta di servizi per il pagamento per siti di gioco online ma opera anche nel settore dell'e-commerce.

Per usufruire dei servizi offerti da Money Bookers il giocatore deve registrarsi al sito, dododichè è necessario, con un versamento tramite diversi sistemi di pagamento, inserire del denaro nell'account, per iniziare a poterlo gestire tramite Money Bookers. L'invio e la ricezione di denaro funzionano esclusivamente via e-mail: al mittente basta, tramite il sito, indicare l'indirizzo e-mail del beneficiario al quale verranno recapitati i soldi.

Moneybrookers inserisce un nuovo livello intermedio tra cliente e operatore di gioco, offrendo così una soluzione di pagamento che garantisce maggiore sicurezza e riservatezza. Permette al cliente di depositare e prelevare tramite un ampio portafoglio di possibilità:

- carte di credito: Visa, Mastercard, American Express, JC, Diners e CartaSì;
- bonifico bancario: vanta il maggior numero di contratti con le banche italiane.

Da lato operatori offre delle soluzioni che presentano alte fee, mediamente il 4% delle movimentazioni, ma a fronte di un livello di sicurezza maggiori. Nei confronti delle singole società di gioco online si relaziona sia con le società service provider che con gli operatori finali. In particolare, le società service provider, come Playtech e Microgame, integrano il modulo di Moneybrookers nel loro back-end ma non possono switchare completamente il modulo di Moneybrookers su tutte le loro licenze. Dev'essere il licenziatario che deve firmare un contratto con la nostra Società.

4.7.3 Filiera

Moneybrookers opera a tutto campo nella filiera dei servizi di pagamento con attività sia a monte che a valle. In particolare a monte progetta nuovi sistemi di pagamento specifici per il settore richiesto e a valle si occupa soprattutto della comunicazione e del recruiting di nuovi clienti nonché dell'account management.

4.7.3 Risorse e competenze

Moneybrooker ha come business principale il settore dei servizi per il pagamento, con un forte focus però sul gambling. Infatti il 75% del loro fatturato deriva proprio dal gambling mentre il restante 25% deriva da quello dell'e-commerce.

I punti di forza della Società sono diversi. In primis possiamo distinguere la dinamicità con cui Moneybrookers opera e si relaziona con i suoi clienti, sia B2B che B2C, una caratteristica che ricorda quasi le start-up.

Molta importanza viene poi data alla sicurezza, con un Team anti frodi dedito sia alla prevenzione che al controllo degli account già aperti. Il team infatti controlla le transazioni già avvenute, incrociando i dati con quelle delle società clienti ma allo stesso tempo controlla ogni nuovo cliente incrociando i dati con quelli di società party providers stilando una specie di profilo di affidabilità del cliente. Questo naturalmente non è pari al profilo che viene creato da una banca ma permette di avere un riscontro su eventuali comportamenti illegali che il cliente ha avuto nel passato.

Un altro fattore chiave nel successo fin qui ottenuto da Moneybrookers in Italia sta nel rapporto che la società ha con i vari istituti finanziari del paese. Rapporto che si concretizza in una più ampia gamma di metodi di pagamento e contemporaneamente con lo sviluppo di nuovi sistemi creati appositamente per il settore. Proprio nel 2010 Moneybrooker ha lanciato un sistema creato internamente chiamato Bonifico Bancario Istantaneo, che permette al cliente di inserire i dati del conto corrente bancario sul sistema ed istantaneamente l'azienda muove il denaro dal suo conto corrente al suo conto gaming. Questo sistema è ottimo soprattutto per i giocatori VIPS perché si hanno minori limiti rispetto ad altri sistemi di deposito/prelievo. Tale sistema comporta anche un margine superiore per Moneybrookers che non deve relazionarsi con i diversi provider ma direttamente con le banche.

La base clienti rappresenta un buon punto di partenza per rafforzare la presenza anche nell'e-commerce. Infatti l'idea di Moneybrookers è quella di diffondersi tra i giocatori i quali possono sfruttare il conto già aperto anche per acquisti online evitando così lo switch tra un sistema ed un altro.

Infine, Moneybrookers è il leader dei sistemi e-wallet nel mercato del gambling e riesce a sfruttare il suo potere contrattuale anche per il proprio marketing. Infatti è l'unica società nel suo genere a concedere dei bonus, in accordo con gli operatori suoi clienti, se il primo deposito viene effettuato tramite il suo sistema. In questo modo riesce ad ampliare la base dei propri clienti.

4.8 ClickandBuy

4.8.1 Profilo d'impresa



Figura 4.28: Logo ClickandBuy

ClickandBuy è un'azienda tedesca che offre un sistema di pagamento on-line, operante nel settore da circa dieci anni. Opera in 23 paesi differenti ed è entrata nel mercato italiano nel 2009.

ClickandBuy è un metodo di pagamento utilizzato in molti negozi on-line come Apple iTunes Store, Steam, bwin e iStockphoto.

4.8.2 Business Model

ClickandBuy presenta un modello di business simile a quello di altre società e-wallet, offrendo un sistema di pagamenti online che aumenta il livello di sicurezza e di riservatezza del cliente.

Il guadagno deriva dalle revenues pagate dagli operatori ma le fee sono più basse rispetto ad altri comeptirors, in particolare partono dal 2,5% e scendono a seconda dei volumi e dalle dimensioni dell'operatore.

4.8.3 Filiera

Clickandbuy è concentrata soprattutto a valle della filiera dei sistemi di pagamento mantenendo però un certo grado di presidio sulle attività a monte grazie a collaborazioni per la creazione di sistemi ad hoc con istituti di credito come Banca Sella.

4.8.4 Risorse e competenze

Clickandbuy punta molto sugli aspetti della sicurezza e della riservatezza del giocatore, affidando il controllo delle transazioni ad un ufficio specifico.

Inoltre vuole rafforzare la sua presenza nel settore del gambling grazie alla creazione di strumenti specifici come il nuovo sistema sviluppato appositamente. Tale sistema è un incrocio tra un e-wallet classico e una banca, con vantaggi dei wallet in termini di riservatezza e vantaggi della banca in termini di tempistica, infatti si può depositare o prelevare denaro dal conto di gioco in tempo reale, in maniera completamente sincrona. La transazione avviene in tempo reale come fosse il gateway della banca, con movimenti dalla carta di credito all'e-wallet e infine sul conto di gioco in una sola operazione in tempo reale.