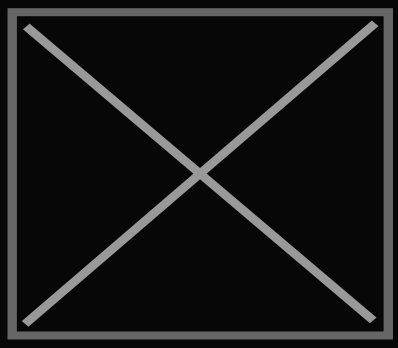
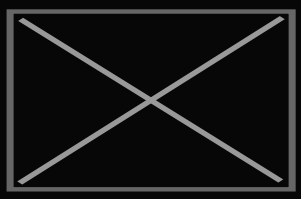
Le mille potenzialità del F&B (anche) nel gaming

gambling-602976-640-a813fbc9

Ne ha fatta di strada il settore del gioco pubblico in questi ultimi quindici anni. Dalla regolamentazione del mercato degli apparecchi da intrattenimento, avviata nel 2003, fino all'anno corrente. Basta guardarsi attorno, valutando l'attuale offerta di molte location di gioco, per vedere i progressi che sono stati compiuti, in termini di offerta di gioco, di proposta di intrattenimento e di cura dell'esperienza utente, come si dice più correttamente in questi casi. Oggi abbiamo sempre più a che fare con location ultra tecnologiche e innovative, ambienti accoglienti, spesso anche accompagnati da un'offerta di food & beverage. Anzi, proprio quest'ultima sembra essere la tendenza più in voga in questo momento, a conferma del fatto che l'industria si stia preoccupando sempre di più dell'esperienza utente, provando a renderla più completa e appetibile, invece di limitarla alla sola offerta di gioco. Del resto, i soldi che vengono spesi con maggiore soddisfazione da parte degli utenti sono proprio quelli destinati all'intrattenimento, nel senso più ampio del termine: che include al suo interno tutto il mondo del "fuori casa", dal gaming alla ristorazione. Due tra le economie più floride nel nostro paese e che non sembrano conoscere crisi. Quindi, perché non unirle e sfruttare questo enorme potenziale, rendendolo ancora più efficace? I dati indicano che oltre il 44 percento dei cittadini tra i 18 e i 75 anni ha giocato almeno una volta nell'ultimo anno. E checché se ne dica, la stragrande maggioranza di cittadini ha un rapporto sereno con il gioco seppur nelle diversità culturali e territoriali. Anzi, bisogna anche contare il gioco senza vincita in denaro, spesso ignorato nelle statistiche, che rappresenta invece una forma di intrattenimento molto presente tra giovani e famiglie ed è molto diffuso nei centri commerciali, Fec (Family Entertainment



Center) e località turistiche. In queste ultime location, non a caso, è già presente un’offerta F&B, spesso anche di alto livello. Ma lo stesso si può individuare in molte location anche dedite al (volgarmente detto) “azzardo”. Più in dettaglio, i luoghi del gioco in Italia sono circa 225.000 e tra questi oltre 4.800 sono punti specializzati che offrono mix di gioco ed intrattenimento. Alcuni si propongono come punti di offerta completa (“One stop shop”) spaziando su varie forme di entertainment (gioco, ristorazione, eventi culturali e spettacolo). E’ quindi più che evidente che l’offerta F&B nei luoghi di gioco sia sempre più importante e che potrà creare nuove opportunità di business per gli operatori della filiera. Per questa ragione Gioco News ha voluto portare a valore la propria esperienza sul mercato del gaming retail e sul mondo dei consumi più in generale, creando (e diffondendo) un’analisi per comprendere il ruolo, le potenzialità e lo sviluppo dell’offerta F&B nei luoghi di gioco, sia dal punto di vista del gestore che dei frequentatori. Si tratta della prima indagine di questo tipo condotta sul settore (anzi, tra i due settori) che parte dal presupposto di sfruttare e valorizzare il fatto che i consumi fuori casa sono un mercato importante, in crescita, e che non ha risentito della crisi. Come riportato da Trade Lab, società specializzata nelle indagini sui canali retail e nel mondo dei consumi, a cui Gioco News ha affidato l’indagine. Non solo. Stando ai dati proposti dalla stessa società, nei paesi commercialmente più evoluti come Regno Unito e Stati Uniti o più simili al nostro come la Spagna, le incidenze dei consumi fuori casa sono maggiori: e ciò significa che anche da noi c’è ancora spazio per crescere. Anche i trend socio-demografici e i cambiamenti delle abitudini di consumo e degli stili di vita sostengono la crescita del mercato globale del F&B e della ristorazione. Allora, è il momento di studiare, tenendo anche conto del cambiamento di scenario che il gioco dovrà comunque affrontare, a causa dei fattori politici e ambientali che condizionano l’evoluzione del business. E chissà che non sia proprio il format più orientato ai consumi di vario genere che potrà garantire la sopravvivenza dei locali del gioco. Per un gaming retail 2.0, e finalmente sostenibile. L’indagine, avviata a fine 2019, grazie al supporto di Sisal, Snaitech e Sks365, è stata completata in questi mesi e verrà presentata al mondo del gaming a breve, attraverso un evento *ad hoc*. Cercando anche un’ulteriore sinergia tra i due comparti e dando anche al mondo del gioco una visibilità fuori dai tradizionali contesti, che certo non guasta. Presentando anche il mondo del gioco come una forma di eccellenza, dal punto di vista del retail.



GiocoNews e il quotidiano online GiocoNews.it rappresentano il network di riferimento per l'industria del gioco pubblico. Il prodotto cartaceo, distribuito in tutte le aziende del settore in Italia e nei principali centri di gioco italiani e dei territori limitrofi, è lo strumento di approfondimento delle più importati tematiche di business, politica, economia, ma anche di costume, società e life style. L'ultimo nato nella famiglia di GiocoNews è il quotidiano del giocatore www.GiocoNewsPlayer.it dove puoi trovare anche il localizzatore degli ambienti di gioco!