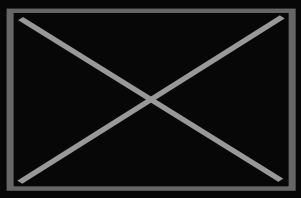
# Un brindisi al gaming retail

gaming-retail-1-67726141

La ricostruzione del gioco pubblico dopo la pandemia propone nuovi scenari e nuove sfide nel retail per la creazione di spazi sicuri, accoglienti e in linea con le nuove esigenze – sanitarie e tecnologiche – dei consumatori. In questa “nuova normalità” del gaming si possono scorgere diverse opportunità, che vale la pena studiare e approfondire, per creare nuovi spazi in grado di ospitare il pubblico abituale di queste location, ma non solo. Provando ad estendere gli orizzonti verso un pubblico generalista, magari anche tra chi non è un giocatore. O, almeno, non lo è ancora. Per una sfida nella sfida che si preparano a dover affrontare gli addetti ai lavori in questo anno di ripartenza, in cui si dovrà ricorrere anche all’uso della fantasia per osare qualcosa in più e provare – perché no – anche ad anticipare qualche tendenza, oltre ad assecondare quelle già in atto. Ma senza relegare lo sviluppo all’improvvisazione: affidandosi, al contrario, alle analisi scientifiche e all’evidenza dei dati. In questo senso rappresenta uno strumento prezioso l’indagine realizzata da TradeLab per Gioco News sulle potenzialità del *Food&Beverage* nel gioco. Un lavoro di ricerca sviluppato nel corso degli ultimi diciotto mesi, di cui avevamo parlato nel numero precedente, descrivendolo come un rapporto completo e dettagliato in cui si possono trovare una serie di spunti interessanti sulla realtà del gaming italiano e – soprattutto – sui desiderata degli utenti che frequentano le sale e tutti i locali in cui si trovano prodotto di gioco. In effetti in questa lunga e approfondita indagine, nata per esplorare le possibilità di creare o sviluppare un’offerta di somministrazione all’interno dei locali di gioco, sono emerse anche altri aspetti che interessano i consumatori, anche in comparazione rispetto a ciò che possono già trovare. Fornendo spunti di primaria importanza per chi è chiamato a ripensare il layout e l’organizzazione delle proprie location di gioco. In questo senso, dunque, la ricerca è finita con l’assumere un senso nuovo e ulteriore con l’esplosione della pandemia, che ne ha modificato – in parti – i tempi di attuazione, ma senza pregiudicarne i risultati. Fornendo, anzi, ulteriori spunti di riflessione che oggi diventano ancora più preziosi. Se, come abbiamo visto anche nei numeri precedenti della rivista, i consumatori presentano oggi nuove esigenze in seguito alla diffusione del virus e alle nuove regole di contenimento che hanno modificato radicalmente l’offerta dei negozi retail di qualunque tipologia, queste nuove tendenze si incrociano con quelle già rilevate durante l’indagine di TradeLab tra i

giocatori, consentendo quindi di analizzare i nuovi bisogni e ricavare l’offerta da ritenere “ideale” per i consumatori della nuova normalità.

## Perché investire nel connubio tra Food & Beverage... & Gaming



***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!***