YouGov®

ESPOGAME
III EDIZIONE

15-16 MARZO 2023
FIERA DI RIMINI

ESPOGAME

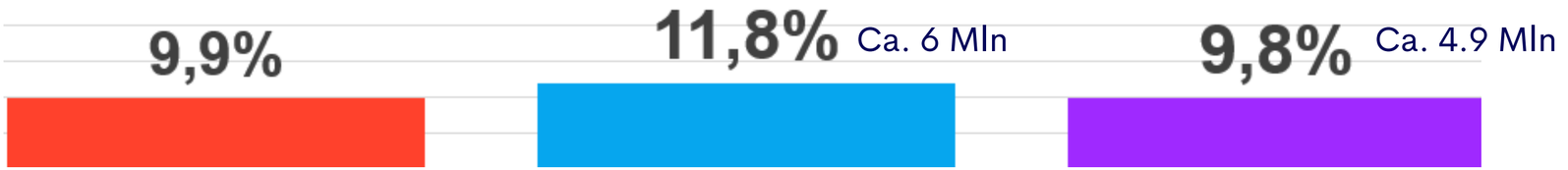
HARDCORE GAMERS ED ESPORTS FANS IN ITALIA

OIES
OSSERVATORIO ITALIANO ESPORTS

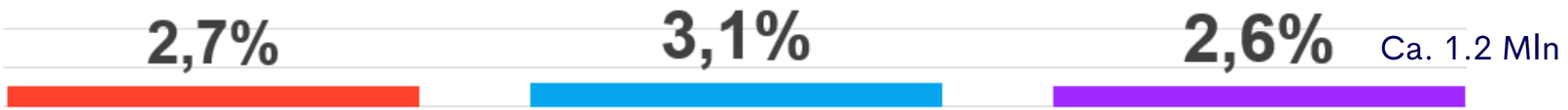
ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

Il 2021 ha visto un aumento degli **eSport fans**, che tuttavia non si è mantenuto nel 2022. A inizio 2023 gli eSport fan stimati in Italia sono quasi 5 milioni (come nel 2020)

eSport fans (molto o abbastanza interessato agli eSport)



Hard-core gamers (21+ ore/sett, possiede una console/PC per giocare)



Nov-20 Sett-21 Feb-23

Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: ca. 25,000 Feb 2023, ca. 21,000 Set 2021, ca. 12,000 Nov 2022 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti alla data indicata

Gli atteggiamenti degli **HC gamers** (rispetto al totale popolazione) verso:

- **LA TECNOLOGIA**

Estremamente ottimisti, ma attenti ai rischi

42% crede che «*esista una soluzione tecnologica a tutti i problemi dell'umanità*» (**vs 22% tot pop**)

35% diffida dalla «*tecnologia 5G in termini di privacy*» dei propri dati (**vs 23% tot pop**)

- **REALTA' AUMENTATA**

53% «*lo **shopping online** sarà molto più divertente con la **realtà aumentata***» (*vs 39% tot pop*)

57% «*la **RA** è utile alle persone per le sue applicazioni nel **mondo reale***» (*vs 44% tot pop*)

Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: n ca. 450. Feb 2023 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti

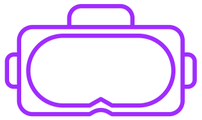
Gli atteggiamenti degli **eSports fan** (rispetto al totale popolazione) verso:

- **LA TECNOLOGIA**

Estremamente ottimisti, ma attenti ai rischi

43% crede che «*esista una soluzione tecnologica a tutti i problemi dell'umanità*» (**vs 22% tot pop**)

33% diffida dalla «*tecnologia 5G in termini di privacy*» dei propri dati (**vs 23% tot pop**)

- **REALTA' AUMENTATA** 

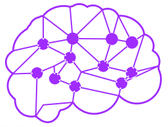
56% «*lo **shopping online** sarà molto più divertente con la **realtà aumentata***» *(vs 39% tot pop)*

62% «*la **RA** è utile alle persone per le sue applicazioni nel **mondo reale***» *(vs 44% tot pop)*

Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: n ca. 1.400-1.800. Feb 2023 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti

Gli atteggiamenti degli **HC gamers** (rispetto al totale popolazione) verso:

- **INTELLIGENZA ARTIFICIALE**



I gamers sono emotivamente pronti…
L'intelligenza artificiale è vista come *«semplicemente il passo successivo nell'evoluzione»*
51% concorda vs 41% totale popolazione

… e preoccupati dell'italiano medio
Nonostante il **50% ritenga** che *«dobbiamo stare attenti affinché lo sviluppo dell'IA non ci sfugga di mano»*
(vs 61% totale popolazione)

Ciò non vuol dire che siano necessariamente più ottimisti della media in Italia
«penso che in futuro l'IA aiuterà l'essere umano nella maggior parte delle sue attività»
60% concorda vs 56% totale popolazione (Δ non sig.)

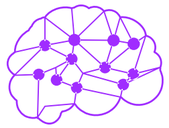
- **CRIPTOVALUTE**

40% pensa che le criptovalute siano «il **futuro delle transazioni finanziarie** online» **(vs 24%)**
19% valuterebbe di chiudere il proprio conto bancario e **passare alle criptovalute** **(vs 7%)**

Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: n ca. 450. Feb 2023 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti

Gli atteggiamenti degli **eSports fan** (rispetto al totale popolazione) verso:

- **INTELLIGENZA ARTIFICIALE**



I gamers sono emotivamente pronti…
L'intelligenza artificiale è vista come *«semplicemente il passo successivo nell'evoluzione»*
55% concorda vs 41% totale popolazione

… e preoccupati dell'italiano medio
Nonostante il **52% ritenga** che *«dobbiamo stare attenti affinché lo sviluppo dell'IA non ci sfugga di mano»*
(vs 61% totale popolazione)

Ciò non vuol dire che siano necessariamente più ottimisti della media in Italia
«penso che in futuro l'IA aiuterà l'essere umano nella maggior parte delle sue attività»
63% concorda vs 56% totale popolazione (Δ non sig.)

- **CRIPTOVALUTE**

44% pensa che le criptovalute siano *«il **futuro delle transazioni finanziarie** online»* (vs 24%)
20% valuterebbe di chiudere il proprio conto bancario e **passare alle criptovalute** (vs 7%)

Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: n ca. 1.400-1.800 Feb 2023 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti

Sociodemografiche degli **HC gamers** (vs totale popolazione)

Fasce d'età	Hard-core gamers 21h+ and console/pc		Nat Rep		Z-Score
18-24	19%	620	8%	57.245	7
25-34	26%	620	13%	57.245	7
35-44	20%	620	16%	57.245	2
45-54	13%	620	19%	57.245	-4
55+	23%	620	44%	57.245	-12

58% uomini vs 42% donne (vs 48% uomini e 52% donne)

Nota: distribuzione per macroaree geografiche non significativamente diversa dal totale popolazione
Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: n=620, Feb 2023 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti

Sociodemografiche degli **eSports fan** (vs totale popolazione)

70% uomini vs 30% donne
(vs 48% uomini e 52% donne)

Fasce d'età	eSports fan top 2	Nat Rep	Z-Score
18-24	16% 2.355	8% 57.382	10
25-34	23% 2.355	13% 57.382	12
35-44	22% 2.355	16% 57.382	7
45-54	18% 2.355	19% 57.382	-1
55+	21% 2.355	43% 57.382	-26

Macro area di residenza	eSports fan top 2	Nat Rep	Z-Score
Nord Ovest	23% 2.355	26% 57.382	-4
Nord Est	18% 2.355	19% 57.382	-1
Centro	19% 2.355	20% 57.382	-1
Sud	27% 2.355	23% 57.382	4
Isole	13% 2.355	11% 57.382	3

Regione	eSports fan top 2	Nat Rep	Z-Score
Campania	12% 2.355	9% 57.382	5
Sicilia	10% 2.355	8% 57.382	4

Nota: distribuzione per macroaree geografiche non significativamente diversa dal totale popolazione
Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: n=2.235, Feb 2023 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti

E chi sono gli **HC gamers** entusiasti delle criptovalute rispetto agli scettici?

Sono più al Sud

Nord Ovest	19% 163	24% 249	-1
Nord Est	19% 163	21% 249	-1
Centro	12% 163	18% 249	-2
Sud	34% 163	23% 249	2
Isole	16% 163	14% 249	1

La «mezza età» è rappresentativa degli HC gamers entusiasti di criptovalute

18-24	19% 163	16% 249	1
25-34	25% 163	25% 249	0
35-44	22% 163	18% 249	1
45-54	17% 163	10% 249	2
55+	16% 163	31% 249	-3

TV user abituali ma non assidui

20% assidui di **Amazon Prime Music** (no Spotify sig…)

37% almeno una volta al giorno ascoltano **podcast** (vs 15%)

29% assidui user di **Facebook**

Nota: distribuzione per macroaree geografiche non significativamente diversa dal totale popolazione
Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: n=2.235, Feb 2023 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti

E chi sono gli **eSports fan** entusiasti delle **criptovalute** rispetto agli scettici?

Sono più al Sud

Nord Ovest	19% 639	23% 817	-2
Nord Est	15% 639	22% 817	-3
Centro	17% 639	19% 817	-1
Sud	32% 639	23% 817	4
Isole	16% 639	13% 817	2

La «mezza età» è rappresentativa degli HC gamers entusiasti di criptovalute

18-24	16% 639	14% 817	1
25-34	22% 639	23% 817	0
35-44	25% 639	21% 817	2
45-54	19% 639	19% 817	0
55+	19% 639	23% 817	-2

TV user assidui

Molto sporadico	14% 563	21% 724	-3
Sporadico	24% 563	22% 724	1
Abituale	47% 563	41% 724	2
Assiduo	11% 563	7% 724	3
Non saprei	2% 563	4% 724	-2
Not Applicable	2% 563	6% 724	-4

20% assidui di **Amazon Prime Music** (no Spotify sig…)

Molto sporadico	2% 571	3% 729	-1
Sporadico	2% 571	4% 729	-3
Abituale	21% 571	16% 729	2
Assiduo	17% 571	11% 729	3
Non saprei	3% 571	4% 729	-1
Not Applicable	56% 571	62% 729	-2

40% almeno una volta al giorno ascoltano **podcast** (vs 15%)

26% assidui user di **Facebook** (vs 20% tot.pop.)

Fonte: YouGov Profiles Italia
Basi campionarie: n ca. 1,450 (ca. 630 eSports fan entusiasti, ca. 820 eSports fan scettici), Feb 2023 – i dati fanno riferimento alla media delle 52 settimane antecedenti

YouGov®

ESPOGAME
III EDIZIONE

15-16 MARZO 2023
FIERA DI RIMINI

ESPOGAME

OIES
OSSERVATORIO ITALIANO ESPORTS

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future