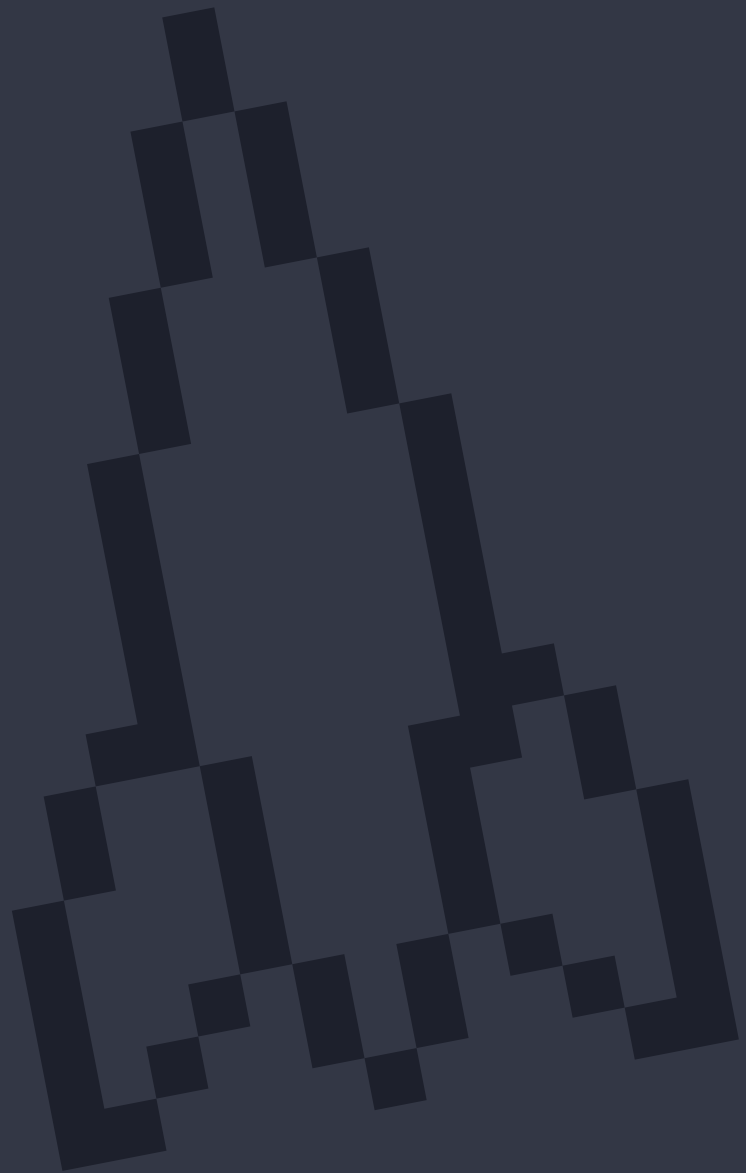

1° CENSIMENTO DEI GAME DEVELOPER ITALIANI



AESVI

ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI



Università Commerciale
Luigi Bocconi

ASK
Art, Science
and Knowledge

INDICE

INTRODUZIONE pag. 2

1° CENSIMENTO DEI GAME DEVELOPER ITALIANI

1. Obiettivi e metodologia della ricerca pag. 3

2. Il profilo dei rispondenti pag. 4

3. Il profilo delle aziende pag. 4

4. Anni di esercizio e forme di finanziamento pag. 4

5. Piattaforme e generi pag. 5

6. Le attività svolte dai Game Developer pag. 5

7. Un'ipotesi preliminare di segmentazione degli attori del settore pag. 6

8. Le condizioni fondamentali per lo sviluppo del settore pag. 6

9. Il ruolo dei Network e delle Smart Community pag. 7

10. Principali evidenze e riflessioni conclusive pag. 8

AESVI pag. 9

ASK pag. 12

INTRODUZIONE

Il mercato dei videogiochi è uno dei settori dell'industria culturale e dell'intrattenimento che ha conosciuto il maggiore sviluppo negli ultimi anni. Il suo valore si attesta oggi a livello internazionale tra i 57 e i 65 miliardi di euro con un tasso medio annuo di crescita dell'11,4% tra il 2006 e il 2011 e che si stima possa registrare nel triennio 2012-2015 una crescita annua del 6,4% (fonte: PWC 2011).

L'Italia rappresenta il quarto mercato in Europa dal punto di vista dei consumi con circa 1 miliardo di fatturato nel 2011, ma sul fronte della produzione di videogiochi è ancora un mercato di nicchia nel contesto competitivo internazionale. Le opportunità per il suo sviluppo sono tuttavia rilevanti soprattutto considerando che i canali digitali, come mobile, online e social media, hanno ridotto notevolmente i costi di accesso al mercato e i tempi per lo sviluppo dei videogiochi, dando la possibilità a un numero più ampio di developer di raggiungere più facilmente la massa dei consumatori e di pubblicare autonomamente i propri videogiochi.

Partendo da queste premesse, nel 2011 AESVI, Associazione di categoria dell'industria dei videogiochi, ha lanciato AESVI 4 Developers, programma dedicato agli sviluppatori italiani di videogiochi. Lo scopo è di costruire un piano programmatico per favorire lo sviluppo di un'industria nazionale del videogioco capace di competere con altri paesi, in cui il talento e la professionalità degli sviluppatori di videogiochi sono adeguatamente valorizzati con politiche pubbliche a livello nazionale e si traducono in opportunità di business concrete nel mercato internazionale.

Il programma si basa su quattro pilastri fondamentali:

- **Rappresentanza.** Assicurare che lo sviluppo di videogiochi in Italia abbia un'adeguata rappresentanza presso le istituzioni e riceva un'adeguata visibilità sui media.
- **Competitività.** Fornire alle aziende italiane gli strumenti per concorrere nel mercato e favorire l'attrazione di investimenti esteri per lo sviluppo di videogiochi in Italia attraverso una riduzione dei costi d'impresa e un miglioramento delle opportunità commerciali.
- **Finanziamenti.** Ottenere investimenti e sistemi di agevolazioni finanziarie sia da parte delle istituzioni che di enti privati a supporto dello sviluppo dell'industria a livello nazionale e, più in generale, dell'innovazione tecnologica e della produzione di contenuti.
- **Formazione.** Investire nella creazione di percorsi formativi che consentano di preparare figure professionali con le competenze adatte per il mercato di riferimento e favorire il collegamento tra mondo della formazione e mondo del lavoro.

Nell'ambito del programma, AESVI ha commissionato una ricerca al Centro ASK dell'Università Bocconi con il duplice scopo di fare una fotografia dello sviluppo dei videogiochi in Italia e di analizzare le esperienze internazionali di successo in cui il settore è cresciuto grazie al supporto di adeguate politiche di sviluppo. Conoscere la realtà italiana del Game Development, e avere contestualmente un quadro di riferimento dei principali modelli seguiti dai paesi che si sono conquistati un posto al sole nel mercato dei videogiochi, è il primo passo necessario per poter sviluppare un programma capace di dare visibilità e di accompagnare le imprese nel percorso di crescita professionale e di affermazione nello scenario competitivo internazionale.

1° CENSIMENTO DEI GAME DEVELOPER ITALIANI

1. OBIETTIVI E METODOLOGIA DELLA RICERCA

Il fenomeno del Game Development sta riscuotendo a livello internazionale una crescente attenzione, quale contesto tra i più interessanti e dinamici per la creatività digitale e l'imprenditorialità culturale. Negli ultimi anni si sono moltiplicati gli studi volti a tracciarne e a monitorarne lo sviluppo con il coinvolgimento di practitioner, policy maker e altri attori istituzionali.

L'indagine presentata all'interno di questo report è parte di un percorso di ricerca sullo scenario del Game Development in Italia, realizzato dal Centro ASK dell'Università Bocconi per conto di AESVI e iniziato nel 2011.

Gli obiettivi della ricerca sono i seguenti:

- Approfondire le condizioni abilitanti per lo sviluppo imprenditoriale del settore del Game Development, a partire dall'analisi dello scenario internazionale
- Delineare lo stato dell'arte dello scenario italiano del Game Development
- Costruire una riflessione sulle potenziali aree di sviluppo per lo scenario italiano e sulle principali azioni a supporto della crescita imprenditoriale e professionale legata al settore

La ricerca è stata suddivisa in due fasi. La prima fase aveva lo scopo di approfondire le caratteristiche specifiche dello scenario del Game Development a livello internazionale ed è stata presentata al Games Forum 2011.

La seconda fase è rappresentata dal censimento dei Game Developer in Italia i cui risultati sono illustrati in questo report. Il censimento è stato realizzato con l'obiettivo di approfondire le caratteristiche e la struttura del settore in Italia e di valutarne il grado di sviluppo.

Dal punto di vista metodologico la ricerca è stata realizzata attraverso la somministrazione diretta di un questionario strutturato alle aziende del settore.

È stato inoltre pubblicato su community dedicate al Game Development come Indievault.it e Gameprog.it. Il questionario è stato compilato da esponenti delle aziende con responsabilità gestionali (es. amministratore delegato, direttore generale o imprenditore nel caso di aziende strutturate, autoimprenditore nel caso di aziende individuali) ed è suddiviso nelle seguenti macrosezioni:

1. Profilo del rispondente (anagrafica, età, formazione)
2. Profilo dell'azienda (forma societaria, anni di attività, occupati, fatturato)
3. Posizionamento (piattaforme, generi)
4. Attività realizzate in relazione al Game Development
5. Altre aree di attività (non relative alla produzione di videogiochi per i consumatori finali)
6. Forme di finanziamento
7. Condizioni fondamentali per lo sviluppo del settore
8. Ruolo delle attività di networking

La somministrazione ha portato alla raccolta di 82 questionari, 72 dei quali sono stati ritenuti validi ai fini dell'indagine.

2. IL PROFILO DEI RISPONDENTI

L'età media dei rispondenti è di 33 anni (Figura 1): si evidenziano particolari concentrazioni nella fascia 36-58 (41%) e nella fascia 30-35 (28%). Il 31% dei rispondenti ha meno di 30 anni. Il livello di istruzione più diffuso (Figure 2 e 3) è la licenza media superiore (64% del campione). Più in dettaglio, l'analisi rileva la netta prevalenza di percorsi formativi legati a ambiti tecnici (es. scuole tecniche e professionali).

Fig 1 | Fascia d'età dei rispondenti

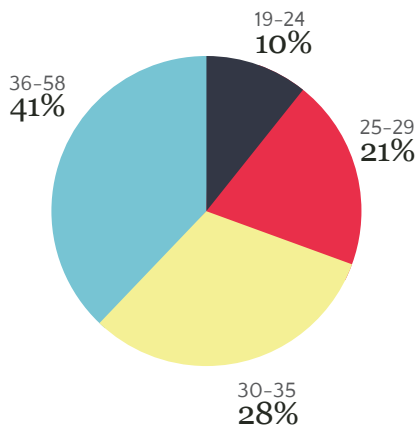


Fig 2 | Livello d'istruzione dei rispondenti

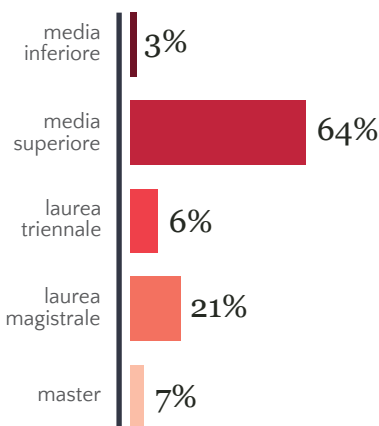
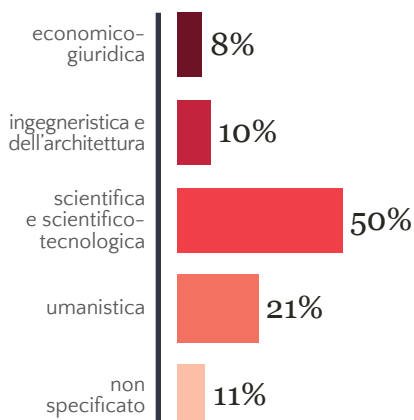


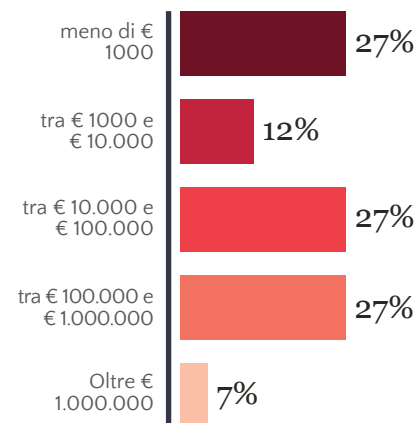
Fig 3 | Area di studio dei rispondenti



3. IL PROFILO DELLE AZIENDE

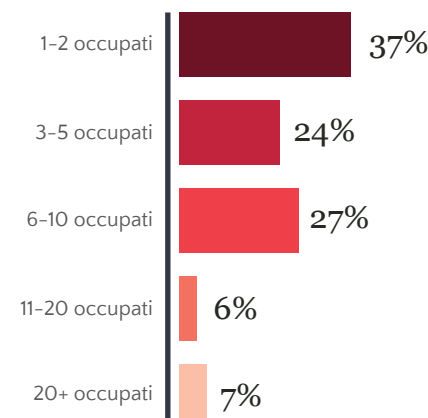
Il profilo delle aziende rilevate all'interno del settore è variegato. Per quanto riguarda il fatturato generato nel 2011, si evidenzia la presenza di tre categorie di maggiore importanza (Figura 4).

Fig 4 | Distribuzione delle aziende per fascia di fatturato generato nel 2011



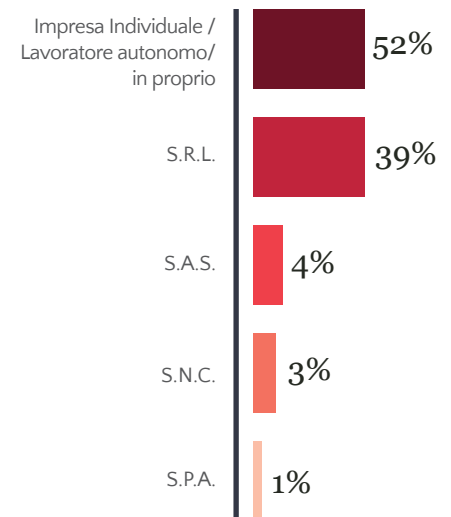
Il 27% delle aziende rientra nella fascia di fatturato inferiore ai 1000 €, il 27% nella fascia di fatturato tra € 10.000 e € 100.000 e un ulteriore 27% ha generato nell'ultimo anno un fatturato fra i 100.000 e il milione di €. Infine, il 6% delle aziende intervistate evidenzia un fatturato superiore al milione di € nel 2011. La distribuzione nelle diverse fasce di fatturato qui evidenziate porta ad una stima del fatturato globale del settore nell'ordine di circa 12-15 milioni di €. La ripartizione delle aziende per persone occupate evidenzia una concentrazione nelle categorie 1-2 occupati (37%) e 6-10 occupati (27%). Il 13% delle aziende ha un numero di occupati superiore a 10 persone (Figura 5).

Fig 5 | Distribuzione delle aziende per fascia di occupati



La forma giuridica prevalente delle aziende è l'impresa individuale (52%), seguita dalla S.R.L. (39%). Le altre forme giuridiche hanno rilevanza marginale (Figura 6).

Fig 6 | Distribuzione delle aziende per forma giuridica



4. ANNI DI ESERCIZIO E FORME DI FINANZIAMENTO

Il comparto del Game Development in Italia è dinamico e in forte crescita. La maggior parte delle aziende (62%) è nata negli ultimi tre anni. Si evidenzia inoltre la presenza di un sottoinsieme (23%) consolidato di aziende, presente nel settore da oltre 8 anni (Figura 7). La maggior parte delle aziende si finanzia autonomamente (90%). Una parte delle aziende (21%) è anche sostenuta dagli editori o da aziende controllanti (16%), mentre il ruolo di istituzioni pubbliche, fundraising e venture capital è ad oggi ridotto (Figura 8).

Fig 7 | Distribuzione delle aziende per anni di esercizio

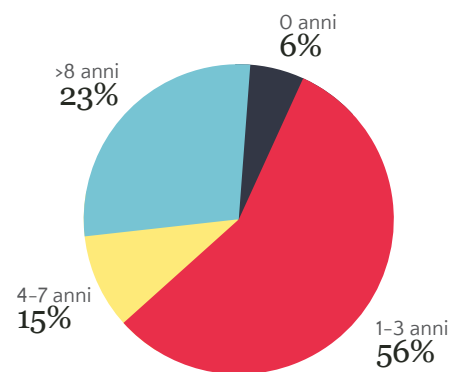
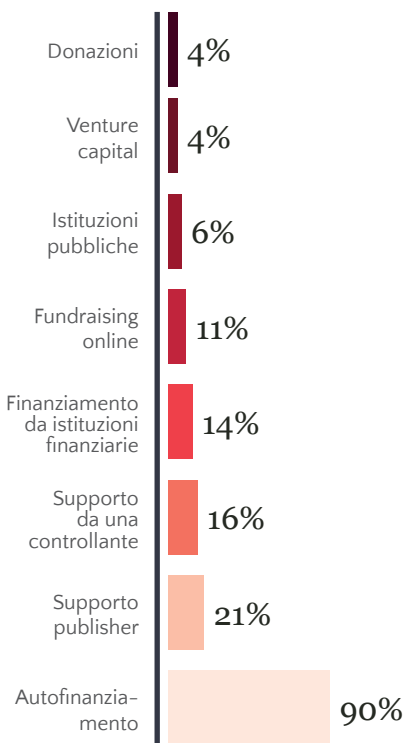


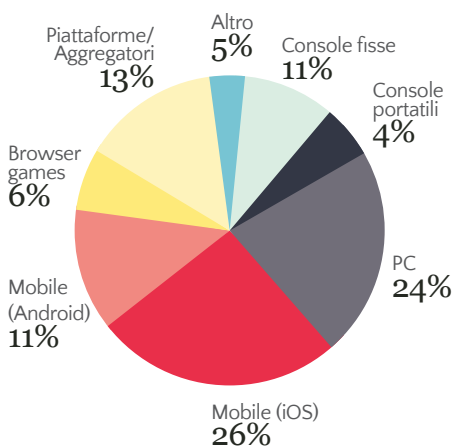
Fig 8 | Forme di finanziamento dell'attività di Game Development



5. PIATTAFORME E GENERI

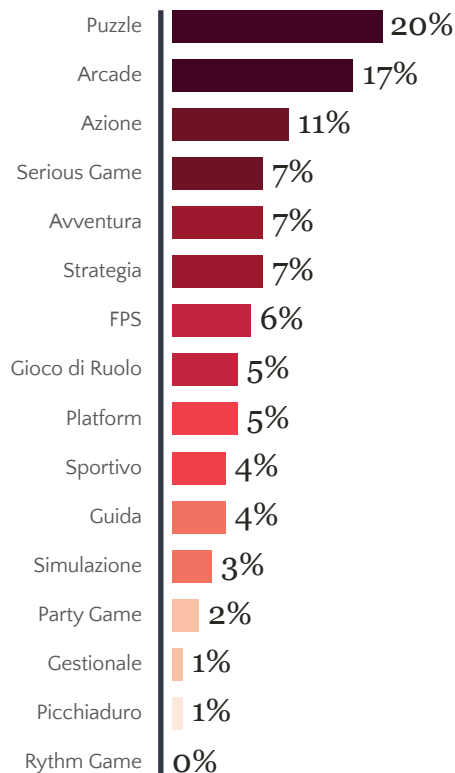
Il 37% delle attività di Game Development si concentra su piattaforme mobile (iOS e Android) e il 24% su PC. Le attività di sviluppo su console (fisse e portatili) riguardano il 15% della produzione del settore (Figura 9).

Fig 9 | Distribuzione delle produzioni per piattaforma



La produzione di videogames si presenta, dal punto di vista dei generi, particolarmente variegata. Si evidenziano particolari concentrazioni relative ai Puzzle Games (20%) e ai giochi Arcade (17%), con una presenza diffusa di tutti gli altri generi (Figura 10).

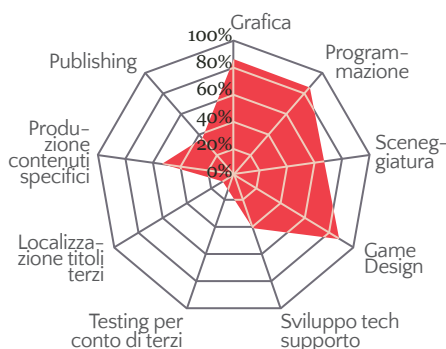
Fig 10 | Distribuzione delle produzioni per genere



6. LE ATTIVITÀ SVOLTE DAI GAME DEVELOPER

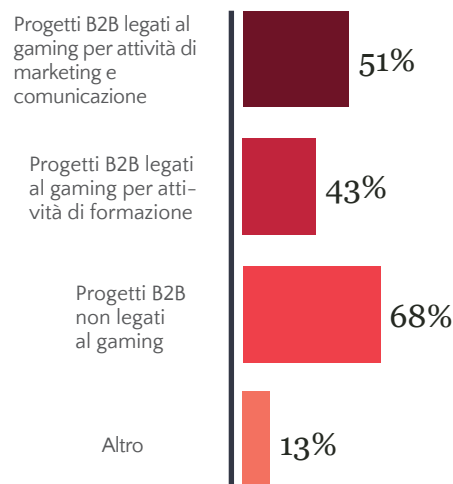
Le attività svolte dai Game Developer intervistati includono in maniera trasversale tutti i processi fondamentali dello sviluppo di un gioco (es. grafica, programmazione, sceneggiatura, game design). Si rileva inoltre la presenza di alcune aziende che si sono specializzate nella produzione di contenuti specifici (es. musiche e colonne sonore) e di tecnologie di supporto¹. Le attività di publishing e localizzazione/testing per conto di terzi hanno un ruolo residuale (Figura 11).

Fig 11 | Le attività svolte dai Game Developer



Oltre alle attività tipiche del Game Development molte aziende del settore realizzano progetti in ambiti correlati. In particolare, il 65% delle aziende intervistate realizza anche attività diverse dal Game Development orientato alla produzione di videogiochi per i consumatori finali. Di questo sottoinsieme di aziende, oltre la metà realizza progetti B2B per gaming finalizzato a attività di marketing e comunicazione e il 43% finalizzato a attività di formazione. Il 68% di queste aziende realizza inoltre progetti B2B non strettamente legati al gaming (Figura 12)².

Fig 12 | Aree di attività non legate al Game Development orientato alla produzione di videogiochi per i consumatori finali



La diversificazione in aree più o meno correlate al Game Development risulta quindi essere un fenomeno diffuso ed è presumibilmente orientata a supportare la sostenibilità delle attività del Game Developer ampliando il portafoglio di clienti e progetti. Si possono inoltre evidenziare effetti di spillover di competenze creative e tecnologiche sviluppate per il Game Development sulla generazione e erogazione di servizi a aziende e istituzioni.

¹ Per Tecnologie di Supporto si intendono le tecnologie specifiche che supportano la realizzazione di un videogioco, quali ad esempio motori grafici / fisici.

² Per progetti B2B per gaming finalizzato a attività di marketing e comunicazione si intendono software videoludici progettati in maniera specifica per un'azienda o istituzione a supporto della promozione/comunicazione di un prodotto o un servizio specifico. Per progetti B2B per gaming finalizzato a attività di formazione si intendono software videoludici progettati in maniera specifica per un'azienda o istituzione per supportare i processi formativi e educativi, come ad esempio simulazioni o business games. Nella categoria progetti B2B non legati al gaming è incluso un insieme diversificato di progetti creativi digitali realizzati per aziende e istituzioni non legati al game development, come ad esempio la realizzazione di siti web, progetti grafici, piattaforme di e-learning, ecc.

7. UN'IPOTESI PRELIMINARE DI SEGMENTAZIONE DEGLI ATTORI DEL SETTORE

L'analisi fin qui condotta ci permette di definire una prima segmentazione degli attori del settore del Game Development in Italia e contestualizzarne il ruolo in base alla dimensione e alla fase del ciclo di vita di sviluppo (Tabella 1):

- **Aziende strutturate:** sono le aziende di riferimento del settore, molte delle quali con un ruolo ormai fortemente consolidato. Si tratta di realtà importanti, sia per i valori economici prodotti, sia per l'occupazione generata all'interno del settore. Rappresentano il 31% delle aziende del campione.
- **Aziende individuali:** sono aziende che hanno raggiunto un certo grado di sviluppo, tuttavia, per caratteristiche e dimensione, sono ancora fortemente legate ai loro fondatori. È importante che trovino progressivamente

la capacità di crescere per raggiungere una dimensione più strutturata. Rappresentano il 36% delle aziende del campione.

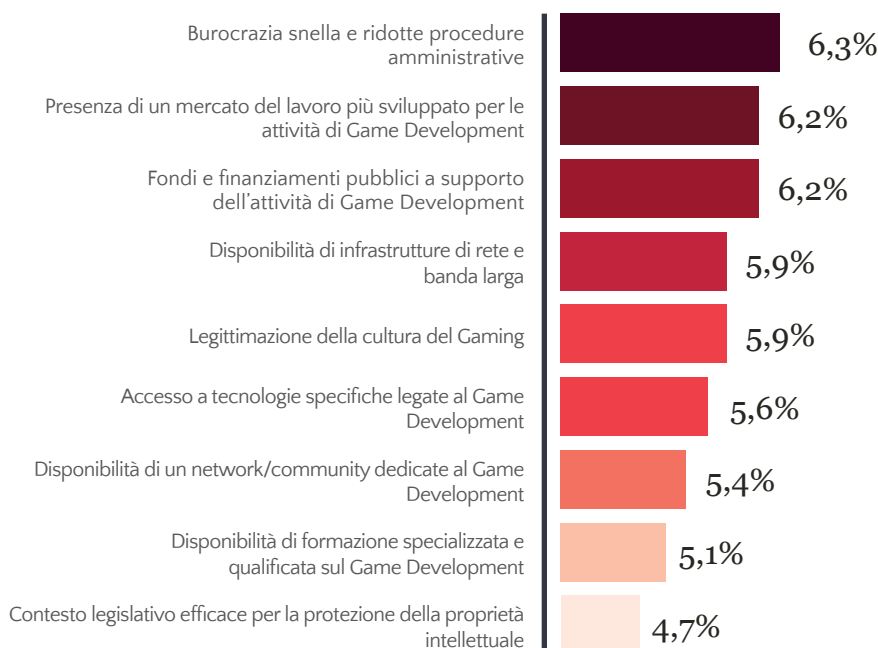
- **Esploratori:** sono in prevalenza startup, molto giovani e poco sviluppate dal punto di vista della dimensione organizzativa e dal punto di vista della forma societaria. Hanno un ruolo importante a livello di settore perché apportano "forze fresche" e nuove energie creative e imprenditoriali. Rappresentano un importante terreno di sperimentazione per lo sviluppo di nuove realtà aziendali e per la maturazione di risorse lavorative che potranno entrare a far parte di realtà aziendali già consolidate. Rappresentano il 33% delle aziende del campione.

Le tre tipologie di aziende qui identificate sono da considerarsi tra di loro sinergiche e possono costituire una base iniziale per lo sviluppo di policy mirate a livello istituzionale che contribuiscano alla crescita del settore.

Tab 1 | Caratteristiche dei tre segmenti identificati

	Esploratori	Aziende individuali	Aziende strutturate
% dei rispondenti	33%	36%	31%
Giochi prodotti negli ultimi 3 anni	2,8	12,4	19
Media degli occupati	2,7	3,5	14,3
Fatturato di riferimento	<1000 €	10k/100k €	>100k €
Età media delle aziende	1,5 anni	3,7 anni	7,2 anni

Fig 13 | Le principali condizioni per lo sviluppo del settore



8. LE CONDIZIONI FONDAMENTALI PER LO SVILUPPO DEL SETTORE

La ricerca ha approfondito l'opinione degli esponenti delle aziende del Game Development in merito alle condizioni fondamentali per lo sviluppo del settore in Italia, con una valutazione in termini di importanza espressa su una scala da 1 a 7 (Figura 13).

I fattori di maggiore rilevanza espressi dai Developer possono essere sintetizzati in due dimensioni principali:

- Condizioni che riguardano l'attività imprenditoriale a livello generale, in particolare relative ad un contesto che faciliti la generazione di nuove iniziative grazie a una burocrazia snella e a ridotte procedure amministrative e ad una migliore disponibilità di infrastrutture di rete e banda larga.
- Condizioni che riguardano l'attività specifica del Game Development, come la necessità di sviluppare un mercato del lavoro più attrattivo e funzionale all'interno del settore e di disporre di fondi e finanziamenti a supporto delle attività di Game Development.

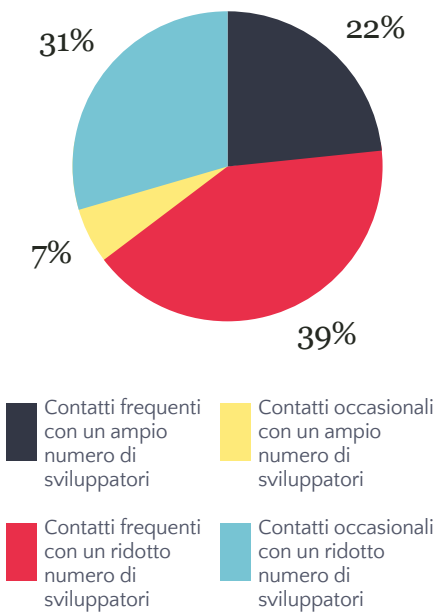
Non meno rilevante risulta inoltre essere la legittimazione generale della cultura del gaming, sia come fenomeno di consumo, sia come ambito potenziale di sviluppo imprenditoriale.



9. IL RUOLO DEI NETWORK E DELLE SMART COMMUNITY

I Network e le Smart Community rivestono un ruolo di particolare importanza all'interno del settore del Game Development in Italia. Il 90% degli intervistati afferma di avere dei contatti con altri sviluppatori, mentre oltre l'80% fa parte di una community online dedicata. La Figura 14 evidenzia come il 57% degli sviluppatori abbia rapporti continuativi con altri sviluppatori (il 22% con un numero molto ampio di interlocutori).

Fig 14 | Frequenza e ampiezza del Networking con altri sviluppatori



L'attività di networking si sviluppa attraverso differenti canali e forme di contatto (Figura 15). In particolare si rileva il ruolo fondamentale delle community online, oltre alle forme più tradizionali come il contatto diretto e gli eventi.

Il Networking è finalizzato in misura prevalente alla condivisione della passione del Game Development (Figura 16). Risulta inoltre essere importante quale fonte di aggiornamento sui trend di mercato (titoli, piattaforme di distribuzione, politiche di pricing e commercializzazione dei propri prodotti) e per condividere conoscenze tecniche. È, infine, il contesto ideale per lanciare e organizzare progetti e collaborazioni con altri sviluppatori.

Fig 15 | Principali canali di Networking

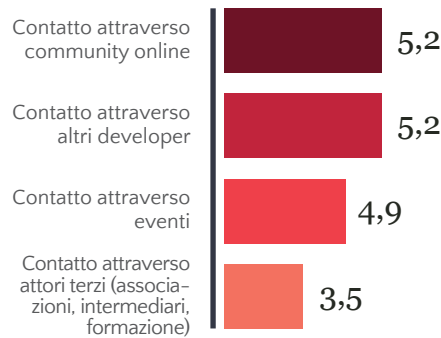


Fig 16 | Obiettivi fondamentali dell'attività di Networking



10. PRINCIPALI EVIDENZE E RIFLESSIONI CONCLUSIVE

Il primo censimento dei Game Developer in Italia ha evidenziato la presenza di 72 aziende rappresentative del settore a livello italiano, 48 delle quali consolidate. Si tratta di uno scenario ancora in una fase iniziale di sviluppo e caratterizzato da tassi di crescita estremamente rilevanti nell'ultimo triennio. Il profilo delle persone che imprendono nell'attività di Game Development si caratterizza per una giovane età (oltre il 30% sotto i 30 anni) e per profili formativi legati alla scuola superiore con profilo scientifico-tecnico. Il Game Development può rappresentare quindi un contesto interessante per valorizzare le competenze acquisite attraverso percorsi di studio professionalizzanti della scuola secondaria.

Le analisi a livello internazionale della prima fase della ricerca hanno evidenziato come i principali operatori del settore ancora oggi privilegino percorsi di apprendimento basati sull'esperienza diretta e sullo scambio all'interno di community, invece dei percorsi formativi accademici. Tuttavia si rileva l'opportunità di riflettere sullo sviluppo di percorsi formativi universitari/master con forte orientamento applicativo e esperienziale a supporto di una maggiore qualificazione e consolidamento delle risorse lavorative del settore.

Le dimensioni delle aziende sono relativamente ridotte (caratteristica comune per il settore a livello internazionale), ma costituiscono per competenze aggregate e attività svolte un ruolo fondamentale per la filiera dei videogames. L'analisi del settore evidenzia la presenza di un sottoinsieme di aziende consolidate (aziende strutturate e aziende individuali), accanto alle quali sta emergendo un patrimonio di start-up ad alto potenziale (esploratori). Questo fermento imprenditoriale richiede un processo di consolidamento, che porti le realtà emergenti a evolvere in aziende strutturate e sostenibili. La presenza prevalente di forme di autofinanziamento può costituire un potenziale ostacolo alla crescita. Un accesso più diffuso a capitali di terzi (es. venture capital) o a forme di finanziamento istituzionale, può rappresentare un'importante leva per lo sviluppo organico del settore. L'attività di Game Development si associa alla realizzazione di altre attività creative e culturali in ambito digitale per aziende e istituzioni. Da una parte questa circostanza è da considerarsi una necessità per garantire la sostenibilità e diversificare il rischio imprenditoriale. Dall'altra è possibile evidenziare il ruolo del Game Development quale contesto di ricerca e spe-

rimentazione per l'innovazione e la crescita di servizi dedicati a aziende e istituzioni.

Le condizioni fondamentali per lo sviluppo e la crescita identificate dai Game Developer sono primariamente legate alla semplificazione e al supporto al "fare impresa" (riduzione burocrazia e sviluppo delle infrastrutture) e al supporto al "fare Game Development" tramite fondi di finanziamento dedicati all'attività di sviluppo e a un generale miglioramento delle condizioni del mercato del lavoro del settore. La ricerca ha inoltre evidenziato il ruolo fondamentale delle Smart Community dedicate al Game Development. In particolare, le community incentivano alla realizzazione di attività di Game Development, sostituiscono ambiti tradizionali di formazione e aggiornamento e rappresentano contesti ideali per la costruzione di partnership e progetti.

Lo scenario italiano, pur essendo fortemente in crescita, si misura ancora con difficoltà nel confronto con i sistemi paese di riferimento del Game Development a livello internazionale (es. Canada, Svezia, Irlanda, Finlandia) che si caratterizzano per la presenza di un numero più ampio di aziende di maggiori dimensioni. La Tabella 2 propone un confronto tra i dati raccolti sullo scenario italiano e le principali realtà a livello internazionale. Per il caso italiano sono state prese a riferimento solo le aziende individuali e strutturate al fine di garantire un coerente livello di comparabilità.

I paesi qui identificati hanno beneficiato nell'ultimo decennio di attenzione e sostegno da parte dell'attore pubblico con policy mirate dedicate al settore, ad esempio:

- Tax Credit volta a supportare l'attività di ricerca e sviluppo nell'ambito del Game Development (es. Finlandia, Canada)
- Sviluppo di Smart Communities territoriali

Tab 2 | I dati del settore del Game Development nel confronto a livello internazionale

	N. aziende	N. occupati	Occupati per azienda (media)
Italia	48	Circa 400	8
Canada *	348	15.700	45
Svezia*	101	1.353	13
Finlandia*	65	1.079	16
Irlanda**	-	1.278	-

*Dati relativi solo al Game Development

** Dati aggregati relativi al Game Development e al Publishing

dedicate al Game Development (es. Canada)

- Attrazione di attori e risorse a livello internazionale (es. Irlanda)
- Supporto allo sviluppo di start-up e incentivi all'imprenditorialità (in tutti i paesi citati)

L'adozione di queste policy ha avuto un effetto rilevante in particolare per quei paesi che solo recentemente hanno acquisito un posizionamento all'interno dello scenario internazionale del Game Development, come ad esempio la Finlandia. In questo paese il numero delle aziende operanti nel settore è cresciuto da 40 aziende nel 2005 a 65 aziende nel 2010 con oltre 1.000 persone occupate e un fatturato complessivo pari a 105 milioni di €.

L'analisi dei dati di sintesi degli altri paesi evidenzia che lo sviluppo del settore del Game Development in Italia non è solo legato all'aumento del numero complessivo di aziende, ma soprattutto al consolidamento delle iniziative imprenditoriali esistenti attraverso una crescita sostanziale in termini di fatturato e occupati per azienda.

AESVI

AESVI è l'Associazione di categoria dell'industria dei videogiochi che rappresenta i produttori di console, gli editori e gli sviluppatori di videogiochi operanti in Italia. L'Associazione nasce nel 2001 per rappresentare, promuovere e tutelare gli interessi collettivi del settore. AESVI conta attualmente 24 membri ed ha una rappresentatività completa del mercato di riferimento. È dotata di un Consiglio Direttivo composto da 8 membri, di un Presidente e di un Segretario Generale. A livello internazionale AESVI aderisce dal 2002 all'Associazione di categoria europea ISFE (Interactive Software Federation of Europe) con sede a Bruxelles e dal 2005 è membro del Board of Directors della medesima. Dal 2010 è socio aggregato di Confindustria Cultura Italia, la Federazione Italiana dell'Industria Culturale.

Per maggiori informazioni su AESVI visitate il sito Internet www.aesvi.it

SOCI AESVI

505 Games | www.505games.co.uk
Activart | www.activart.org
Activision Blizzard | www.activision.com
Adventure's Planet | www.adventuresplanet.it
AlittleB.it | www.alittleb.it
Consorzio Milonga | www.consorziomilonga.com
Digital Bros | www.digital-bros.net
Disney Interactive Studios
www.disney.com/videogames
Double Jungle | www.doublejungle.com
DP Studios | www.dpstudios.it
DTales | www.dtales.it
Electronic Arts Italia | www.ea.com
Forge Reply | www.reply.it
Imagimotion | www.imagimotion.it
Interactive Project | www.interactiveproject.it
Just Funny Games | www.justfunnygames.com
NuOxygen | www.nuooxygen.com
Microsoft | www.microsoft.it
Namco Bandai Partners Italia
www.namcobandaigames.eu
Nintendo Italia | www.nintendo.it
Sony Computer Entertainment Italia
www.scee.net
TIconBlu | www.ticonblu.it
Ubisoft Italia | www.ubisoft.it
Ubisoft Studios Milano | www.ubisoft.it



1



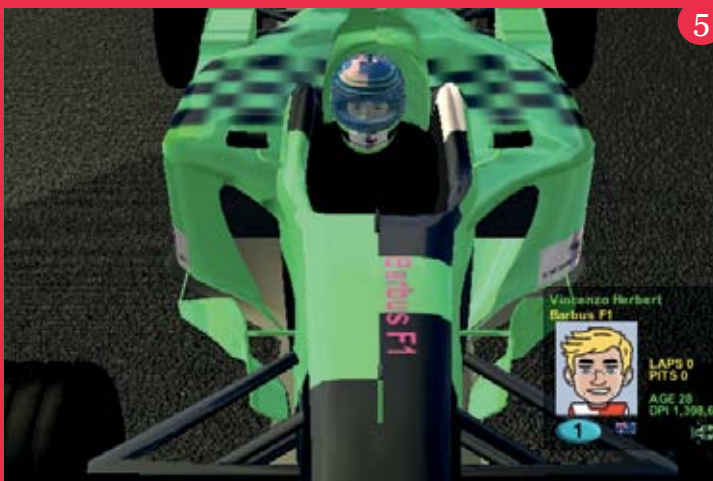
2



3



4



5

1. Sniper Elite V2 – 505 Games

2. L'Eco del Vesuvio – Le Avventure di Nicoli e gli amici del Parco Activart

3. Battleloot Adventure – Digital Tales

4. Nicolas Eymerich, Inquisitore: la Peste – Imagimotion/TIconBLU

5. MyGPTeam – Improve Your Project! – Interactive Project

6. Jake Escapes HD – Just Funny Games

7. Pinocchio 3D – Milonga

8. Master of Alchemy – AlittleB.it

9. Monster Trouble Dark Side – NuOxygen

10. Cerco Lavoro (Museo del Risparmio di Torino) – Forge Reply

11. Just Dance 4 – Ubisoft

12. Shadows on the Vatican – Atto 1: Avarizia – Adventure's Planet

13. Gua-Le-Ni Or: The Horrendous Parade – Double Jungle



6



7



8



9



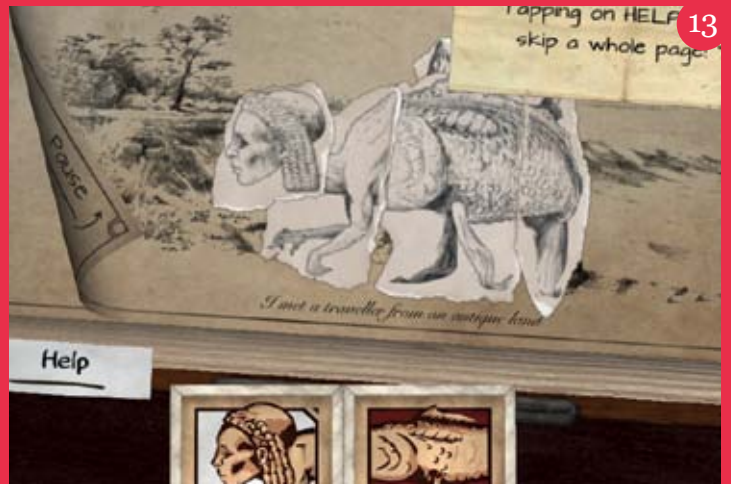
10



11



12



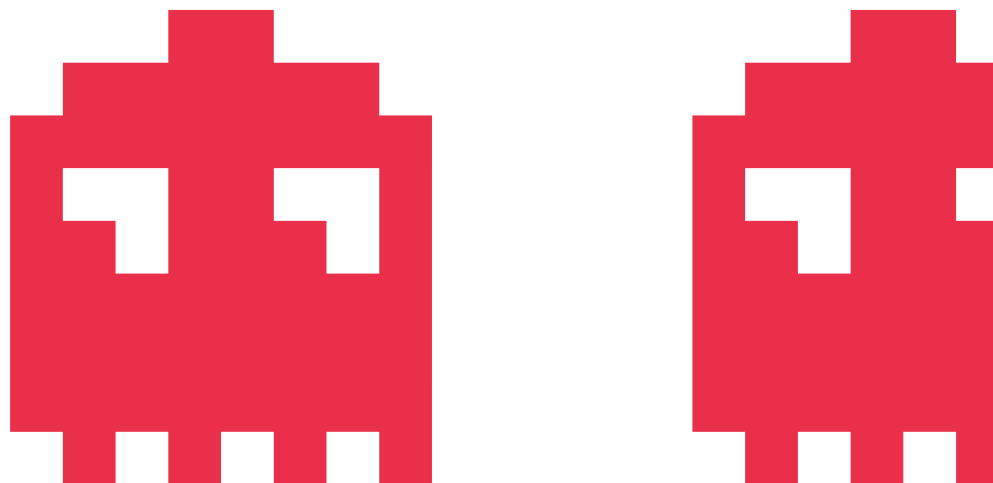
13

ASK

Il **Centro ASK (Art, Science and Knowledge)** è stato fondato nel 2004 all'interno dell'Università Bocconi con l'obiettivo di condurre ricerca teorica ed applicata in una continua dialettica tra arte, cultura e scienze sociali. Il centro di ricerca approfondisce la conoscenza dei settori artistici e delle industrie culturali attraverso la promozione e lo studio delle politiche culturali, del management delle istituzioni e dell'economia della cultura.

Francesco Saviozzi è Ricercatore presso il Centro ASK Bocconi e SDA Professor presso l'Area Strategia e Imprenditorialità della SDA Bocconi. Le sue attività di ricerca si concentrano in particolare sulle Content & Media Industries, i settori TLC e ICT e l'Enterprise 2.0 e la Competitività del Sistema Paese. È coordinatore del Master in Imprenditorialità e Strategia Aziendale SDA Bocconi. Partecipa a Master post-laurea e Corsi Executive come coordinatore e docente. Ha scritto sui temi della Competitività del Sistema Paese, dello scenario ICT e Digital Content e del Corporate Performance Management su pubblicazioni nazionali e internazionali. Partecipa in qualità di chairman e relatore a eventi e convegni a livello nazionale e internazionale.

Niccolò Longoni è Assistant Researcher presso il Centro ASK dell'Università Bocconi e ha sviluppato competenze e attività di ricerca sullo scenario dei Videogames e del Game Development.



AESVI
ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

Segreteria generale

Via Privata Cesare Battisti, 2 - 20122 Milano | Telefono +39 02 54117708 - Fax + 39 02 54118426
Thalita Malagò: thalita.malago@aesvi.it | Ilaria Amodeo: ilaria.amodeo@aesvi.it

Ufficio stampa

Burson-Marsteller - Via Tortona, 37 - 20144 Milano | Telefono +39 02 721431 - Fax +39 02 72143510
Teresa Munaò: teresa.munao@bm.com