

I VIDEOGIOCHI IN ITALIA *nel* 2017

*Dati sul mercato
e sui consumatori*



AESVI

ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

INDICE

1. IL MERCATO ITALIANO DEI VIDEOGIOCHI

2. PROFILO DEI VIDEOGIOCATORI ITALIANI

3. UN'INDUSTRIA RESPONSABILE

4. AESVI

INTRODUZIONE



Carissimi/e,

è con piacere che vi presentiamo il nostro rapporto annuale sul mercato e sui consumatori di videogiochi in Italia relativo all'anno solare 2017.

Per la prima volta quest'anno i dati oggetto del rapporto sono stati elaborati con la collaborazione di quattro nuove diverse fonti di ricerca: GSD (Games Sales Data), GameTrack, AppAnnie e IPSOS Connect. Lo scopo è di fornire una visione più precisa del settore di riferimento in tutti i suoi ecosistemi, come console, PC e mobile, e in tutti i suoi formati, dal fisico al digitale. La migrazione verso una nuova metodologia di ricerca è avvenuta sotto impulso di ISFE, la federazione europea dell'industria dei videogiochi, di cui AESVI fa parte, con l'obiettivo di rappresentare in modo sempre più accurato l'evoluzione di un mercato in continuo cambiamento.

Sulla base della nostra rilevazione, il mercato dei videogiochi in Italia conferma nel 2017 l'andamento positivo registrato negli ultimi anni. Sale a quasi 1,5 miliardi di euro il giro d'affari complessivamente generato nel nostro paese. Si rileva un trend di crescita generalizzato che interessa tutti i segmenti, come console, accessori e software, sia fisico che digitale, comprensivo di digital download su console e PC e di app.

In Italia 17 milioni di persone hanno avuto un'esperienza di gioco negli ultimi 12 mesi, di cui 59% uomini e 41% donne. Il gaming è una pratica diffusa trasversalmente in tutte

le fasce d'età, con una concentrazione particolare tra i 25-34 anni. Le parole che gli italiani associano più comunemente ai videogiochi richiamano accezioni positive come divertimento, interazione, competizione, intrattenimento, immersività. Il videogioco è sempre più spesso una forma di svago che trova spazio nelle dinamiche familiari e diventa condivisione tra genitori e figli.

Questa è la fotografia del settore dei videogiochi che emerge dalla nostra ricerca. Il nostro successo è il risultato della complementarità tra innovazione tecnologica, creazione di contenuti e offerta di nuovi servizi ai giocatori che caratterizza da sempre il settore. L'arrivo di nuove console sul mercato come Nintendo Switch e Xbox One X, insieme alla performance di PlayStation 4 e PlayStation 4 Pro, è stato il motore che ha trainato il mercato nel 2017. I nuovi lanci sul fronte hardware sono stati accompagnati dallo sviluppo di accessori in grado di arricchire l'esperienza di gioco rendendola più immersiva e più avanzata dal punto di vista tecnologico e dalle nuove uscite software.

Ancora una volta l'industria dei videogiochi dimostra una dinamica positiva in grado di generare valore. Se il 2017 si è chiuso in modo positivo, il 2018 sarà un anno promettente, stimolante e ricco di novità per il settore!

Paolo Chisari
Presidente AESVI

AESVI
ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

METODOLOGIA: UNA COMBINAZIONE DI VARIE FONTI



La dimensione del mercato italiano dei videogiochi è calcolata attraverso diverse fonti:

- **MERCATO FISICO** (HW, SW, Accessori, Hybrid Toys):
 - Games Sales Data (GSD)
- **MERCATO DIGITALE:**
 - Console e PC (scaricamento giochi completi e acquisti in game): GSD e GameTrack
 - Mobile (scaricamento giochi completi e acquisti in game): App Annie & GameTrack
- **CONSUMATORI**
 - IPSOS Connect

MERCATO FISICO

GSD è un progetto di ricerca specializzato nell'industria dei videogiochi e gestisce un modello di estrapolazione dei dati sofisticato e customizzato per far fronte alla specificità del mercato di riferimento. GSD elabora i dati di vendita relativi a hardware, accessori e software fisico su base settimanale a partire da un panel di retailer e estrapola i dati per coprire il 100% del mercato.

La metodologia di estrapolazione utilizzata da GSD si basa su due elementi principali:

- Utilizzo di campioni di dati di vendita provenienti da editori e produttori di console;
- Utilizzo di modelli di estrapolazione diversi per ogni tipo di prodotto.

MERCATO DIGITALE (CONSOLE E PC)

GSD raccoglie i dati di vendita relativi allo scaricamento di giochi completi dalla maggior parte dei principali editori sulle reti di vendita PSN (PlayStation), Xbox Live (Xbox) e PC.

GameTrack estrapola successivamente i dati GSD per stimare il mercato totale (tutti gli editori, tutte le piattaforme e gli acquisti in game).

La metodologia di estrapolazione di GameTrack si basa su due elementi principali:

- Collaborazione con le piattaforme di download;
- Indagini periodiche on-line su un panel dei consumatori europei calibrate per garantire campioni rappresentativi a livello nazionale con indagini annuali off-line.

MERCATO MOBILE

App Annie è la società di ricerca riferimento internazionale per i dati di mercato delle applicazioni per dispositivi mobili. La metodologia utilizzata da App Annie si basa sui seguenti elementi:

- Classifiche periodiche complete ricevute da Android e iOS;
- Per la stessa periodicità, dati relativi a volumi e valori di più giochi mobile forniti dagli stessi sviluppatori di applicazioni.

I dati raccolti da App Annie attraverso questa metodologia permettono di stimare il valore generato dalle unità vendute e dagli sviluppatori. Per stimare la spesa dei consumatori vengono applicati i tassi di estrapolazione di GameTrack.

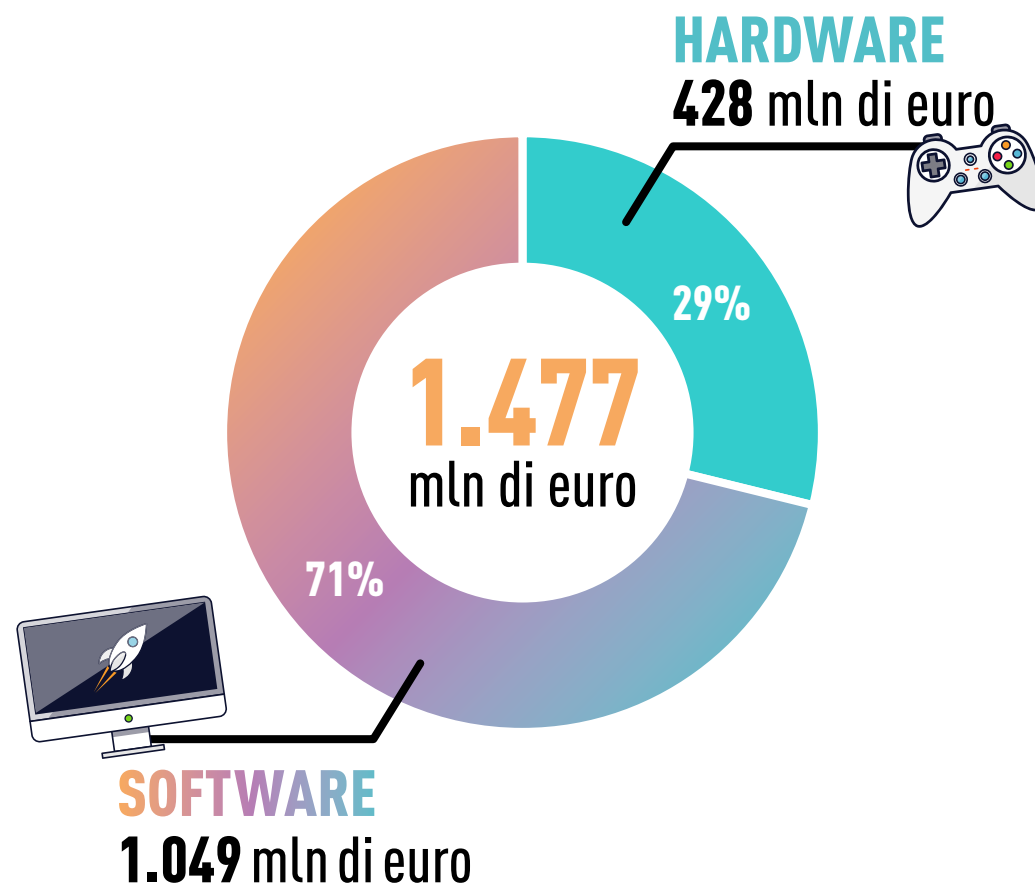
DATI DEMOGRAFICI DEI CONSUMATORI

I dati sui consumatori contenuti nel rapporto sono stati elaborati da Ipsos Connect su commissione della Federazione Europea Software Interattivo (ISFE) in collaborazione con AESVI. La rilevazione è stata progettata per fornire una migliore comprensione del mercato di riferimento e per delineare il contesto in cui i videogiochi vengono utilizzati oggi in Italia. Lo studio si basa su un'indagine online rivolta a intervistati di età compresa tra i 16 e i 64 anni. 1.324 intervistati hanno completato il sondaggio online in Italia nel corso di due settimane nel mese di gennaio 2018. I dati raccolti attraverso l'indagine online sull'Italia sono stati confrontati utilizzando i dati provenienti da indagini omnibus offline di paesi europei simili tramite GameTrack. La definizione di "videogiocatore" utilizzata ai fini dell'indagine comprende chiunque abbia giocato con videogiochi su qualsiasi dispositivo e/o formato negli ultimi 12 mesi.

IL MERCATO ITALIANO DEI VIDEOGIOCHI

TOTALE MERCATO 2017

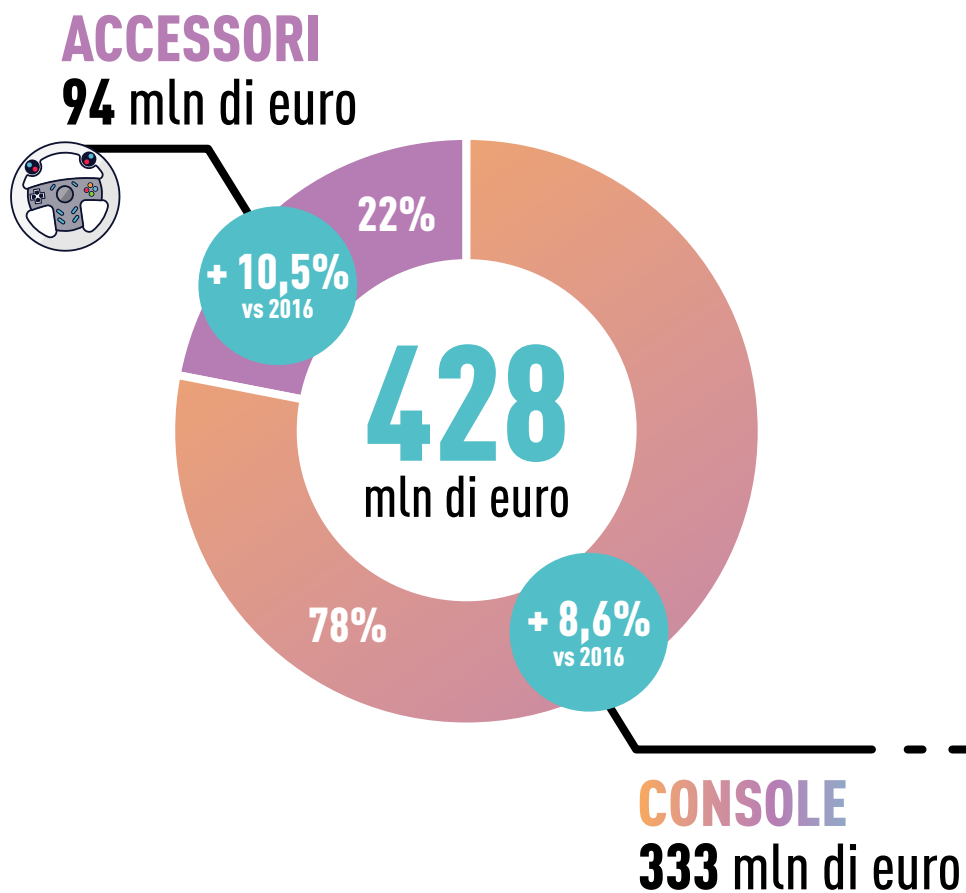
Il giro d'affari del settore, comprensivo di hardware e software fisico e digitale, nel 2017 sfiora il miliardo e mezzo di euro.



Software (fisico, digitale, app) - Hardware (console e accessori)

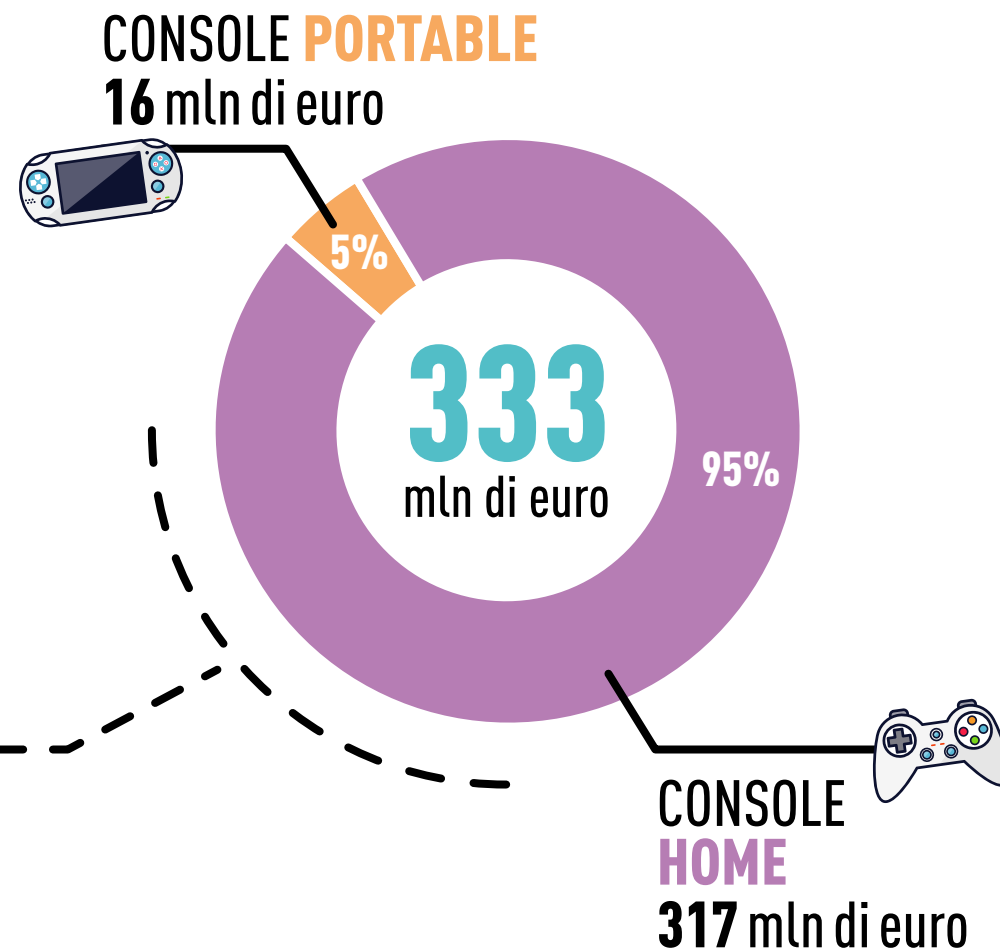
SEGMENTI DI MERCATO: HARDWARE

Totale mercato hardware: console + accessori (a valore)



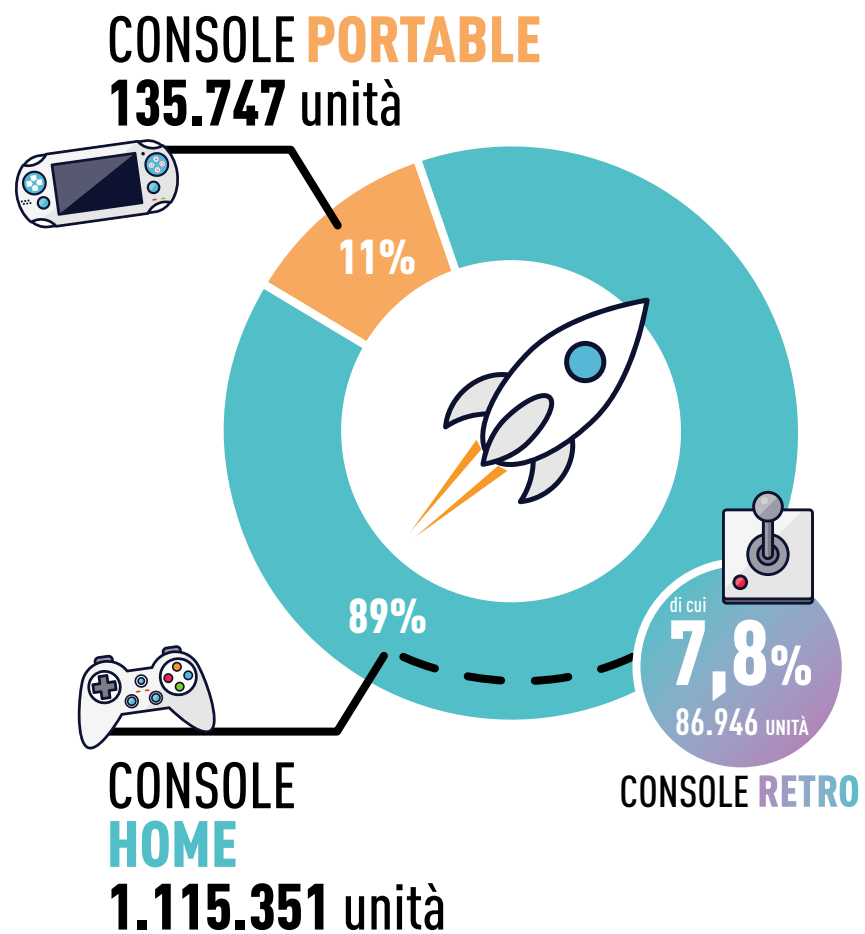
HARDWARE: CONSOLE

Totale mercato console (a valore)



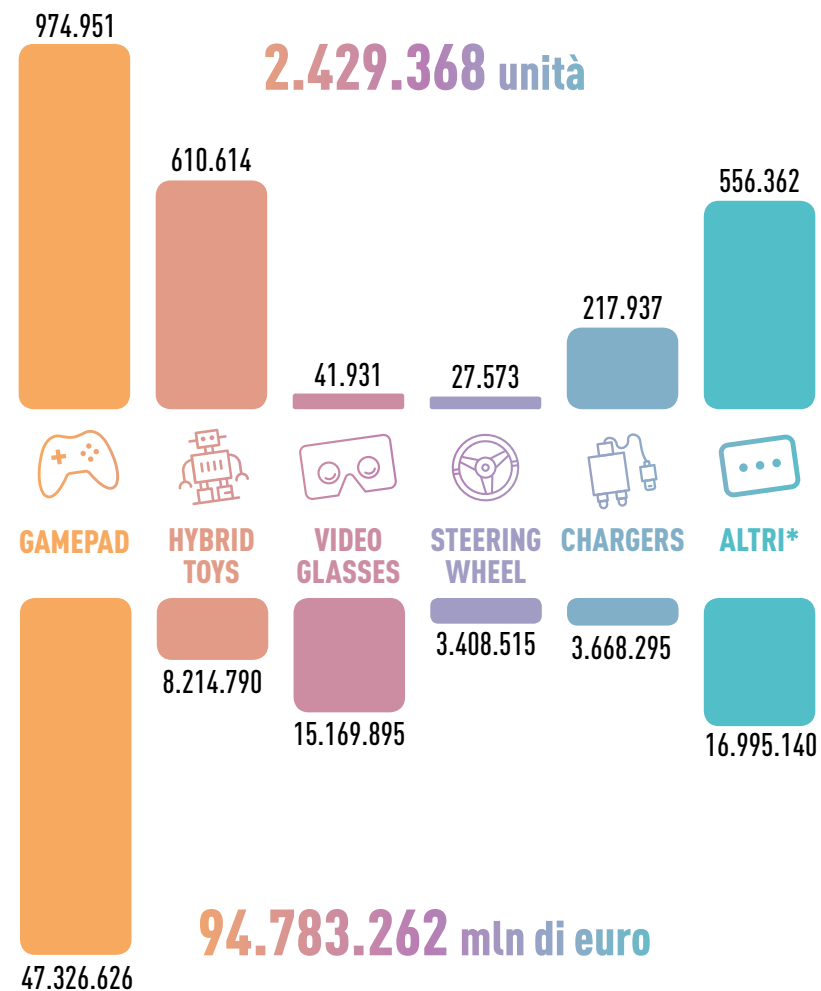
HARDWARE: CONSOLE

Totale mercato console (a volume)



HARDWARE: ACCESSORI

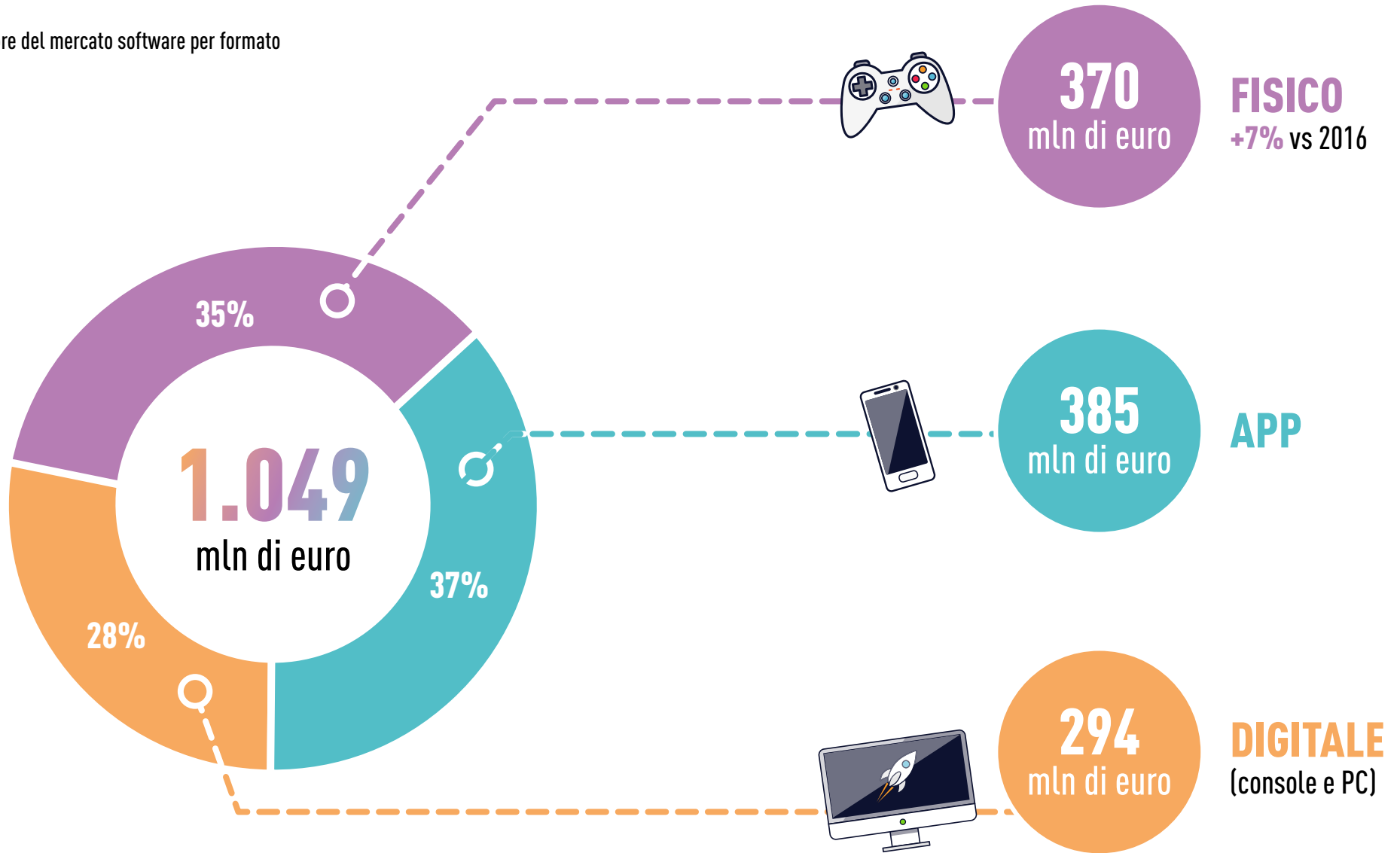
Totale mercato accessori (a volume e a valore)



ALTRI: Audio (speakers, earphones, headsets), Memory (memory cards, hard drive, usb keys), Accessory (gaming related general accessories: gaming chairs, 3DS stylus, screen protectors, etc), Storage (gaming related storage devices, cases)

SEGMENTI DI MERCATO: SOFTWARE

Valore del mercato software per formato




TOP 10 VIDEOGIOCHI

CONSOLE

1
FIFA 18
Electronic Arts



2
CALL OF DUTY: WWII
Activision Publishing



3
CRASH BANDICOOT N SANE TRILOGY
Activision Publishing



4 TOM CLANCY'S RAINBOW SIX SIEGE
Ubisoft

5 GRAND THEFT AUTO V
Rockstar Games

6 FIFA 17
Electronic Arts

7 GRAN TURISMO SPORT
Sony Interactive Entertainment

8 CALL OF DUTY: INFINITE WARFARE
Activision Publishing

9 ASSASSIN'S CREED ORIGINS
Ubisoft

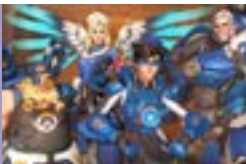
10 HORIZON ZERO DAWN
Sony Interactive Entertainment

PC


1
THE SIMS 4
Electronic Arts



2
OVERWATCH
Blizzard Entertainment



3
CALL OF DUTY: WWII
Activision Publishing



4 CALL OF DUTY: INFINITE WARFARE
Activision Publishing

5 DIABLO III
Blizzard Entertainment

6 WORLD OF WARCRAFT: LEGION
Blizzard Entertainment

7 DESTINY 2
Activision Publishing

8 GRAND THEFT AUTO V
Rockstar Games

9 FOOTBALL MANAGER 2017
SEGA

10 FIFA 18
Electronic Arts


PIÙ VENDUTI NEL 2017

DOWNLOAD

1
TOM CLANCY'S RAINBOW SIX SIEGE
Ubisoft



2
FIFA 18
Electronic Arts



3
GRAND THEFT AUTO V
Rockstar Games



4 CALL OF DUTY: WWII
Activision Publishing

5 CRASH BANDICOOT N SANE TRILOGY
Activision Publishing

6 FIFA 17
Electronic Arts

7 HORIZON ZERO DAWN
Sony Interactive Entertainment


8 DESTINY 2
Activision Publishing

9 SHADOW OF MORDOR
Monolith - Warner Bros Games


10 BATTLEFIELD 1
Electronic Arts

APP


1
CLASH ROYAL
Supercell



2
CANDY CRUSH SAGA
King.com



3
CLASH OF CLANS
Supercell



4 GARDENSCAPES
Playrix Entertainment

5 CANDY CRUSH SODA SAGA
King.com

6 MARVEL: CONTEST OF CHAMPION
Kabam

7 CLASH OF KINGS
Elex Wireless

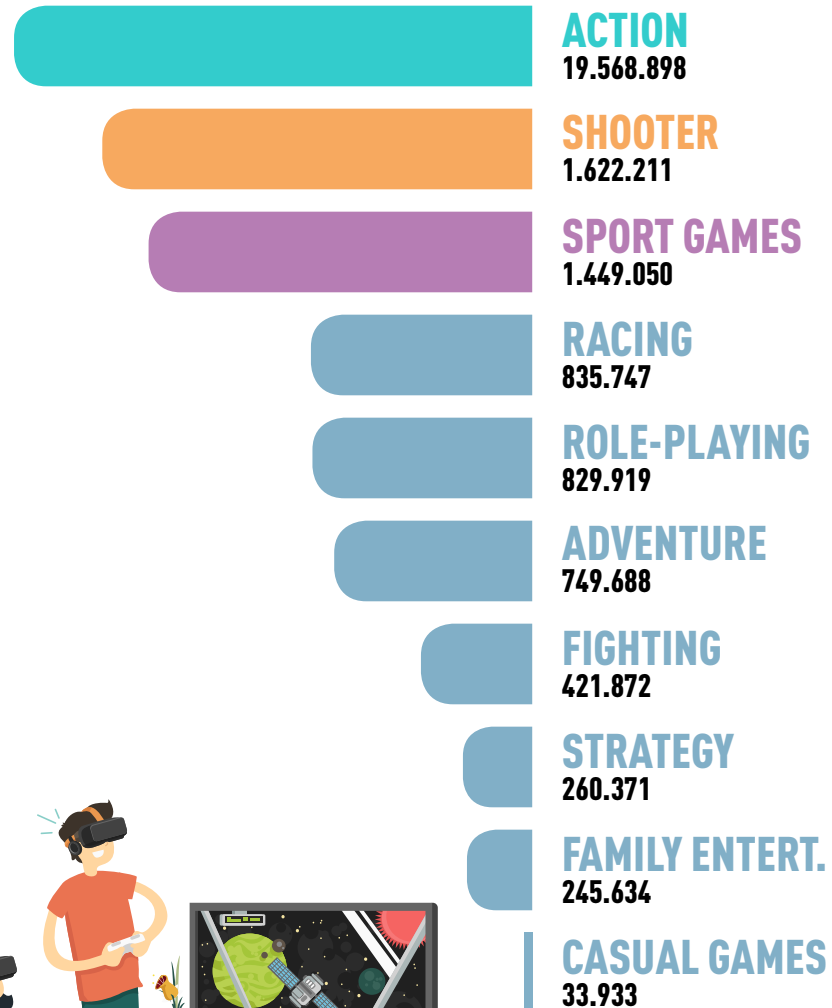
8 SLOTOMANIA
Playtika Ltd.

9 HAY DAY
Supercell

10 CASTLE CLASH
Internet Gaming Gate

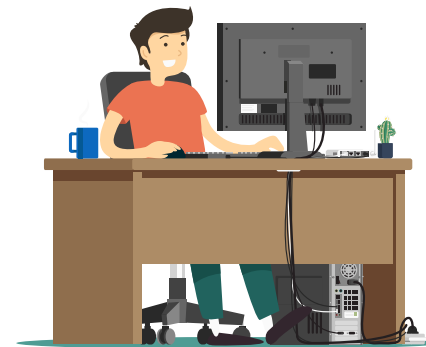
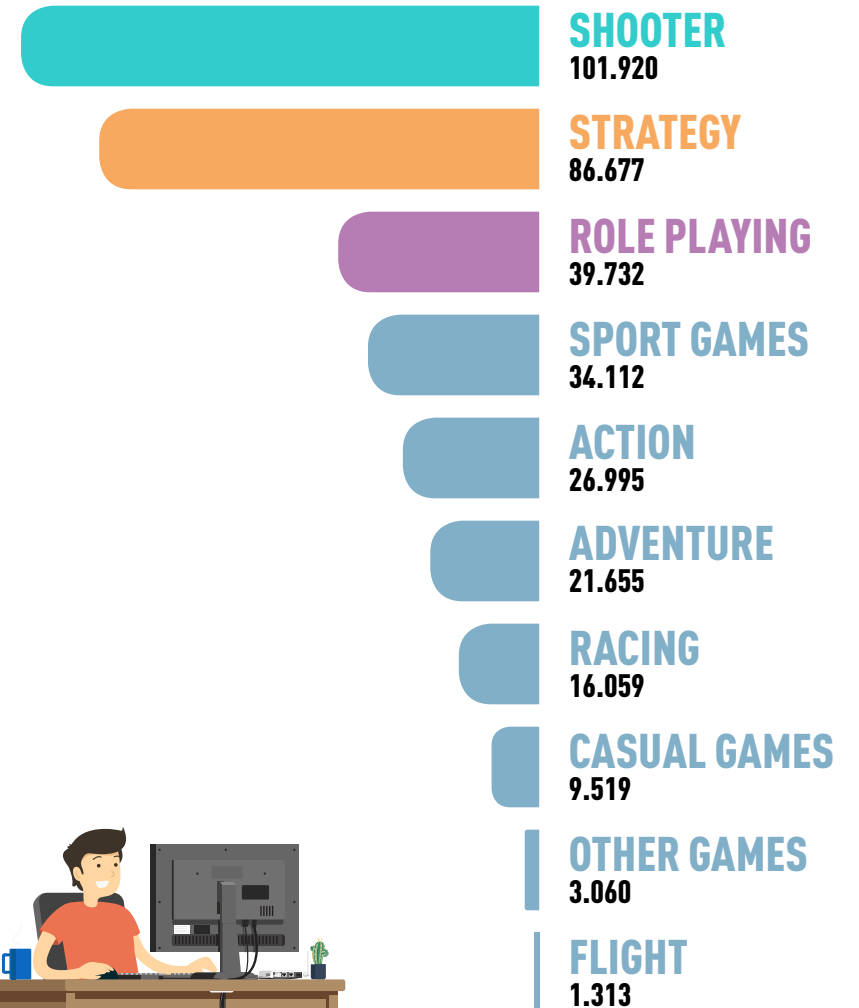
CONSOLE GAMES:

TOP 10 GENERI DI VIDEOGIOCHI PIÙ VENDUTI NEL 2017 IN VOLUME



PC GAMES:

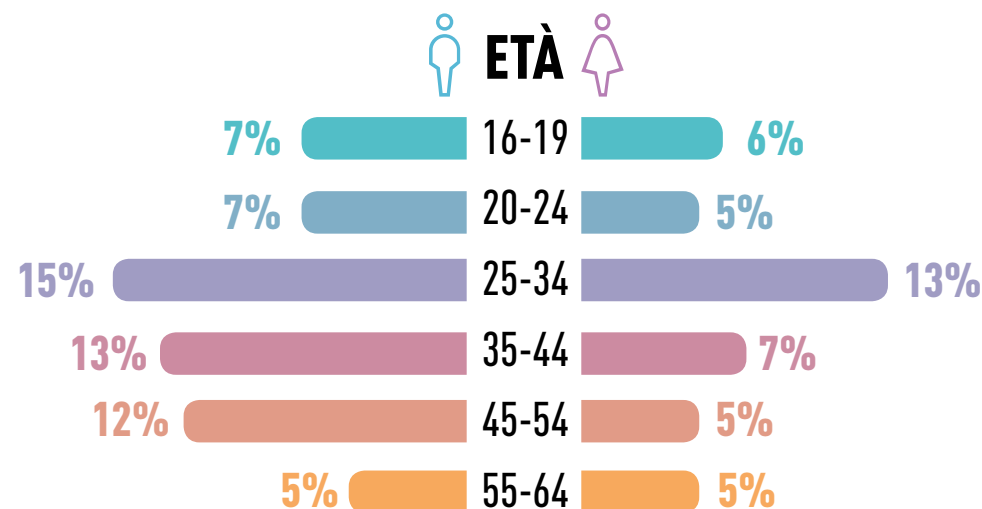
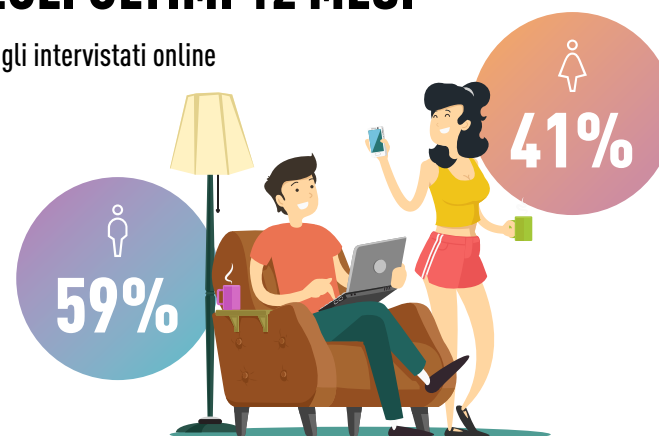
TOP 10 GENERI DI VIDEOGIOCHI PIÙ VENDUTI NEL 2017 IN VOLUME



PROFILO DEI VIDEOGIOCATORI ITALIANI

IL **57%** DELLA POPOLAZIONE ITALIANA TRA I **16 E I 64 ANNI** HA GIOCATO AI VIDEOGIOCHI NEGLI ULTIMI 12 MESI*

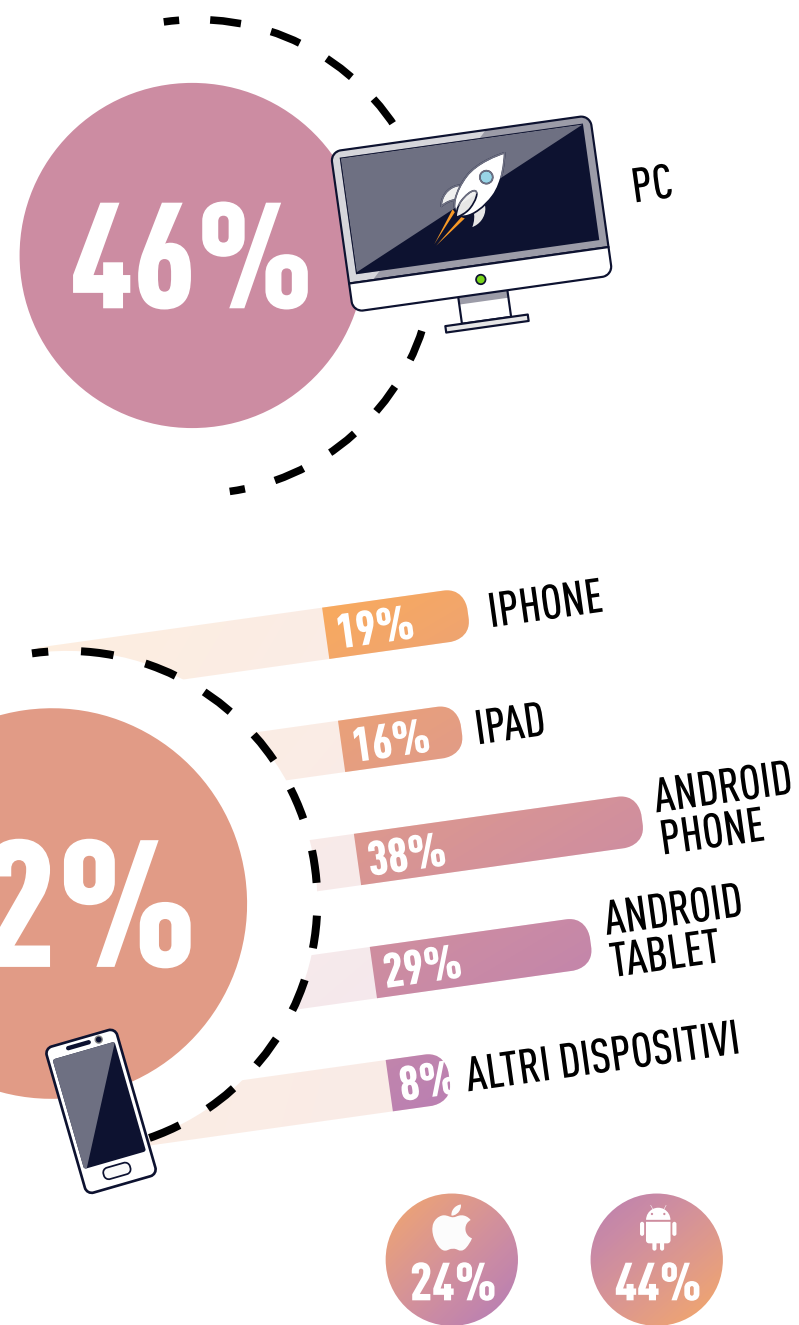
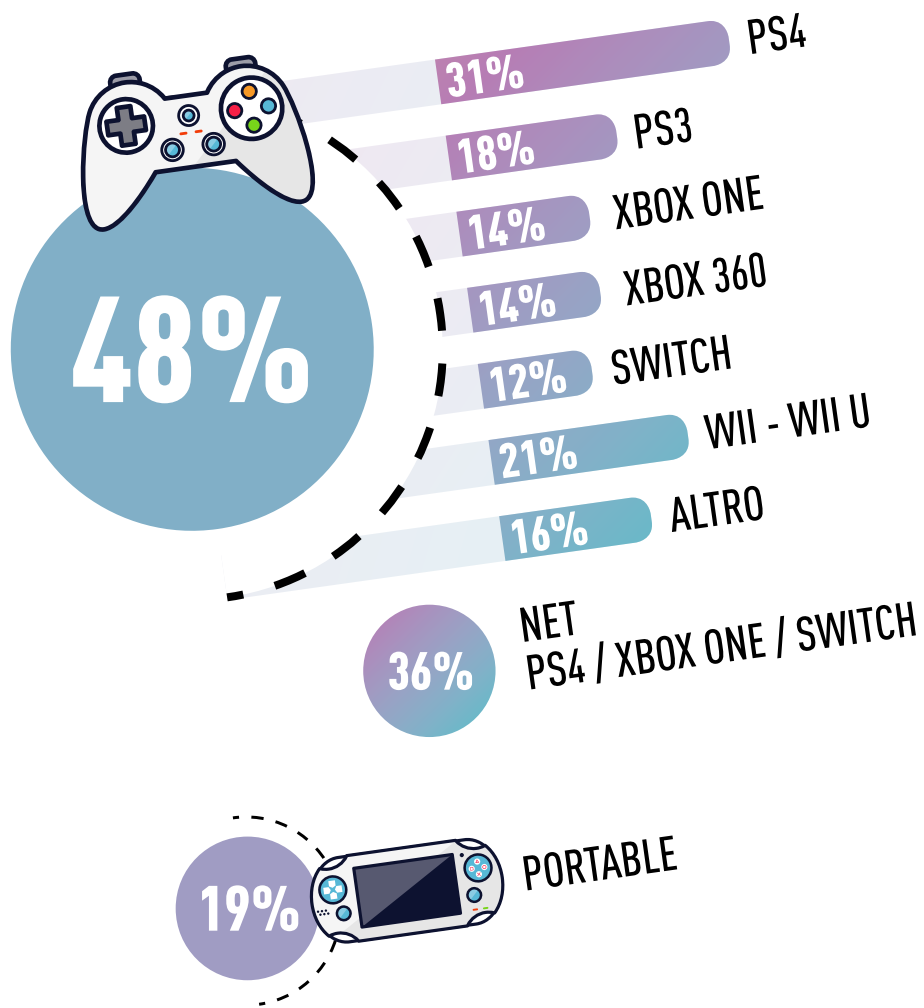
Tutti gli intervistati online



*Il 57% della popolazione di età compresa tra 16 e 64 anni corrisponde a circa 17 milioni di persone.

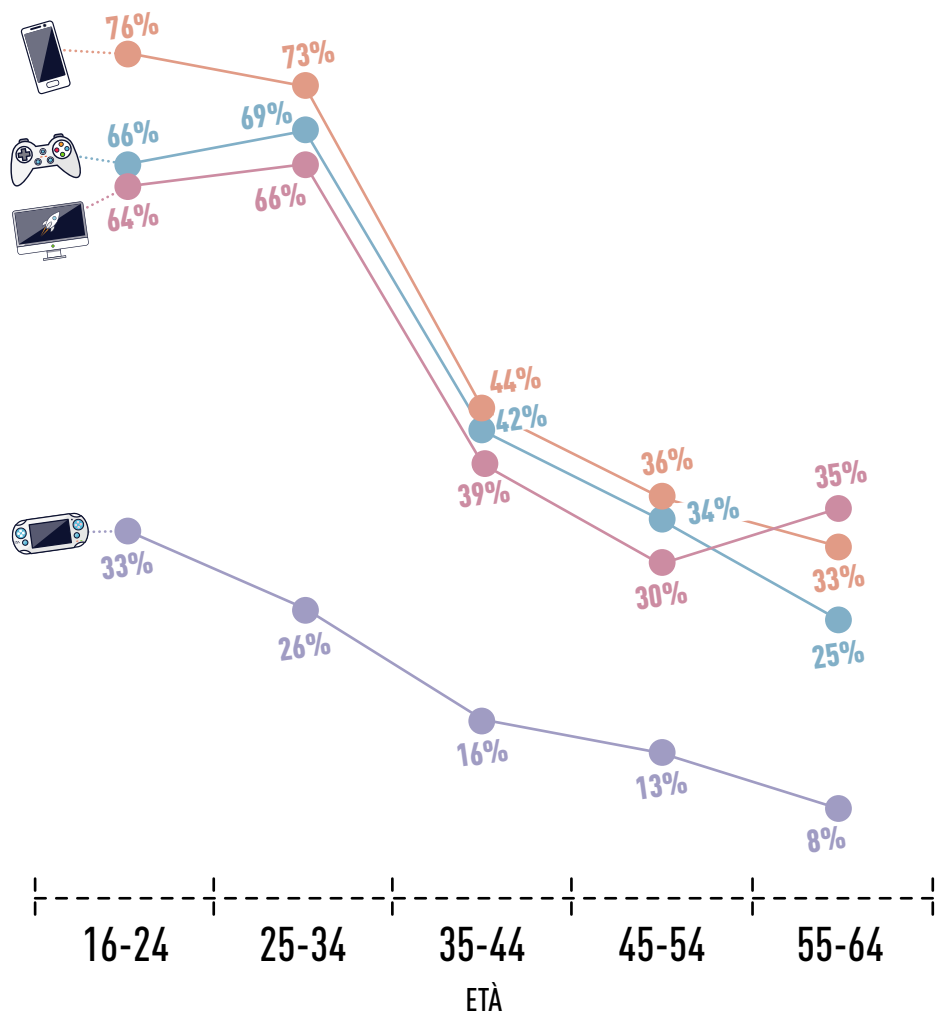
DISPOSITIVI UTILIZZATI PER VIDEOGIOCARRE

Tutti gli intervistati online



DISPOSITIVI UTILIZZATI PER VIDEOGIOCARE IN BASE ALL'ETÀ

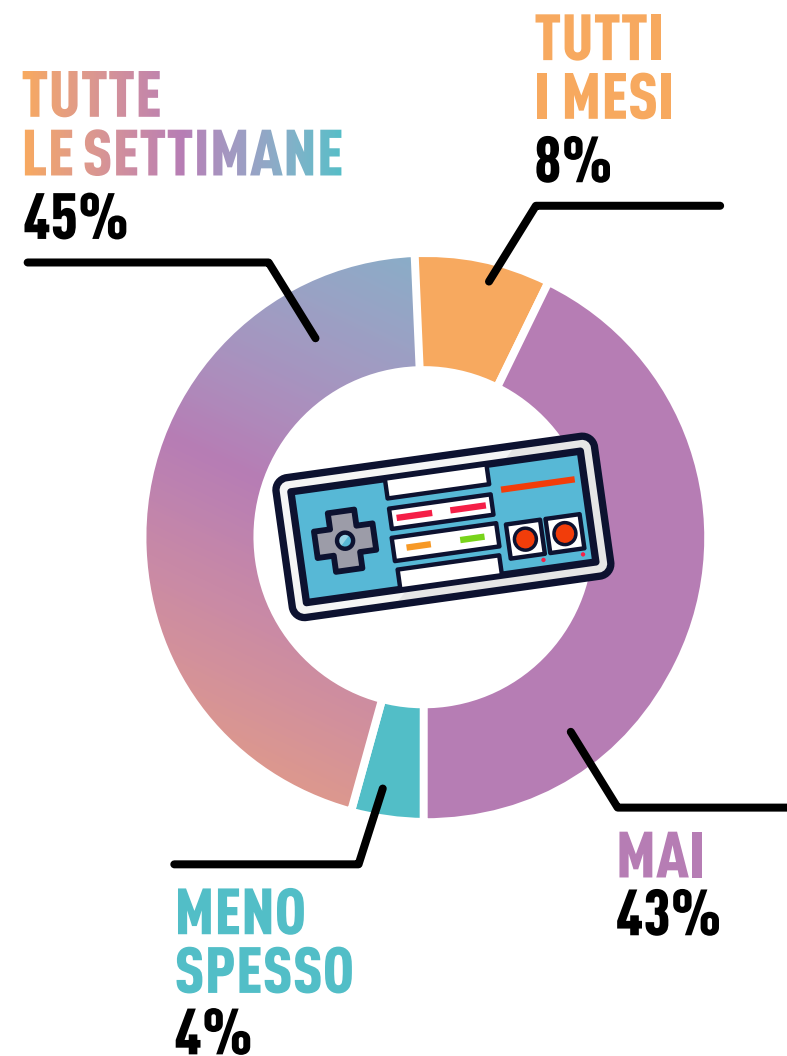
Tutti i videogiocatori



25

FREQUENZA DI GIOCO

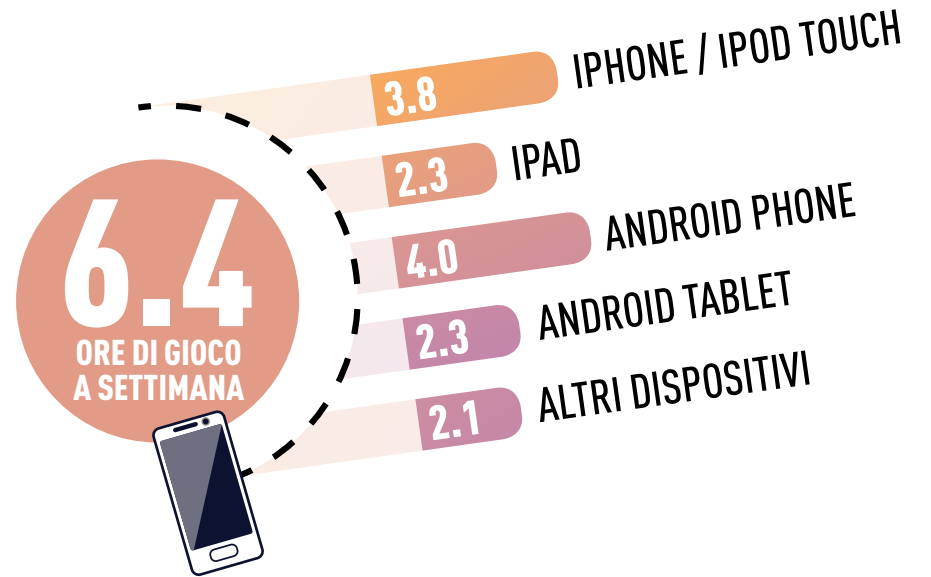
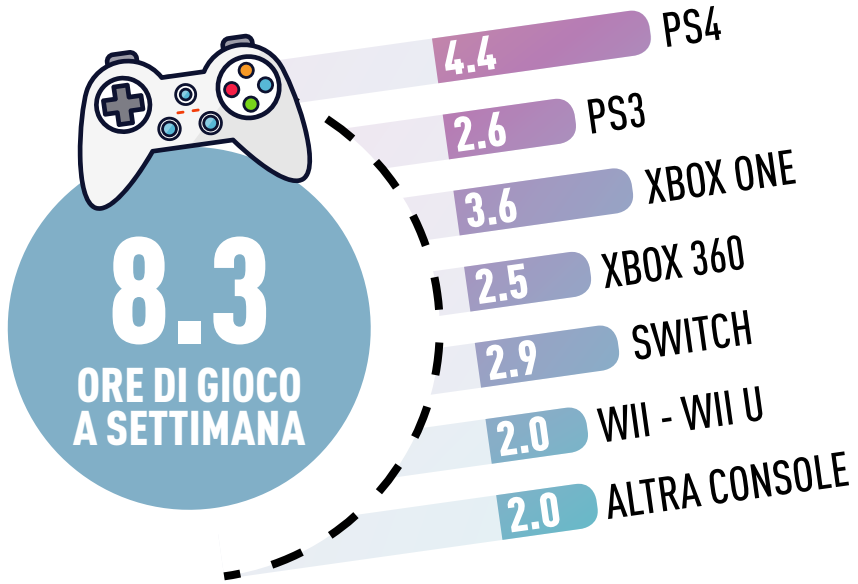
Tutti gli intervistati online



26

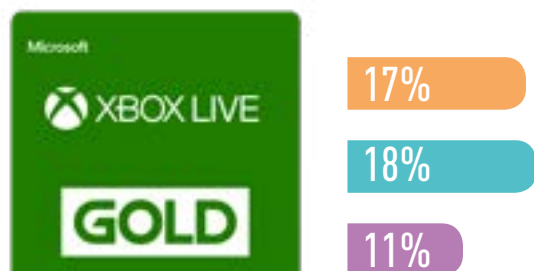
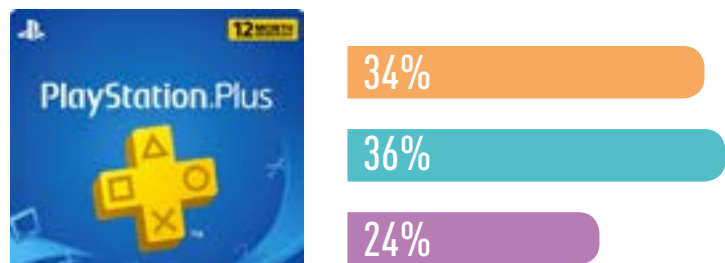
FREQUENZA DI GIOCO SU CIASCUNA PIATTAFORMA

Tutti i videogiocatori



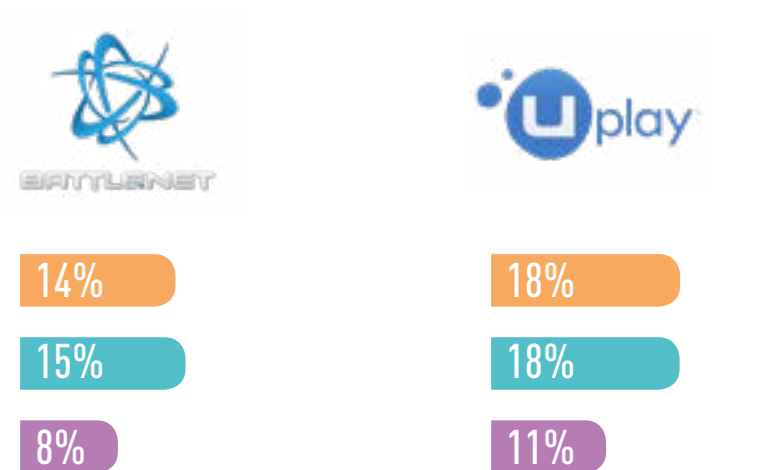
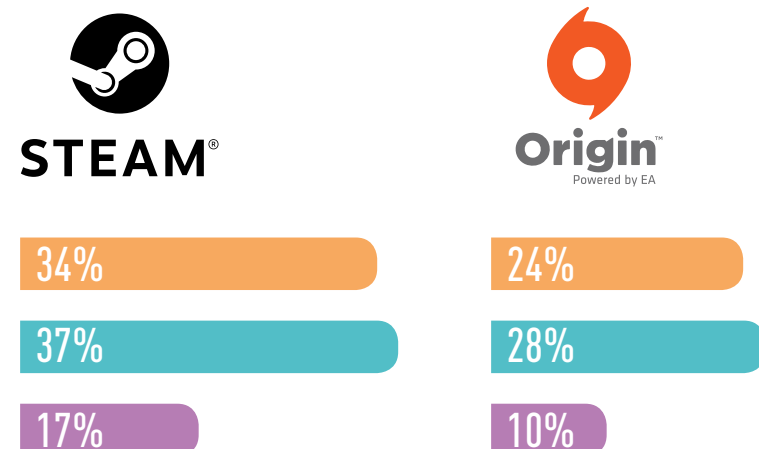
SOTTOSCRIZIONI A SERVIZI A PAGAMENTO CONSOLE

● VIDEOGIOCATORI PS/XBOX ● 16-34 ● 35-64



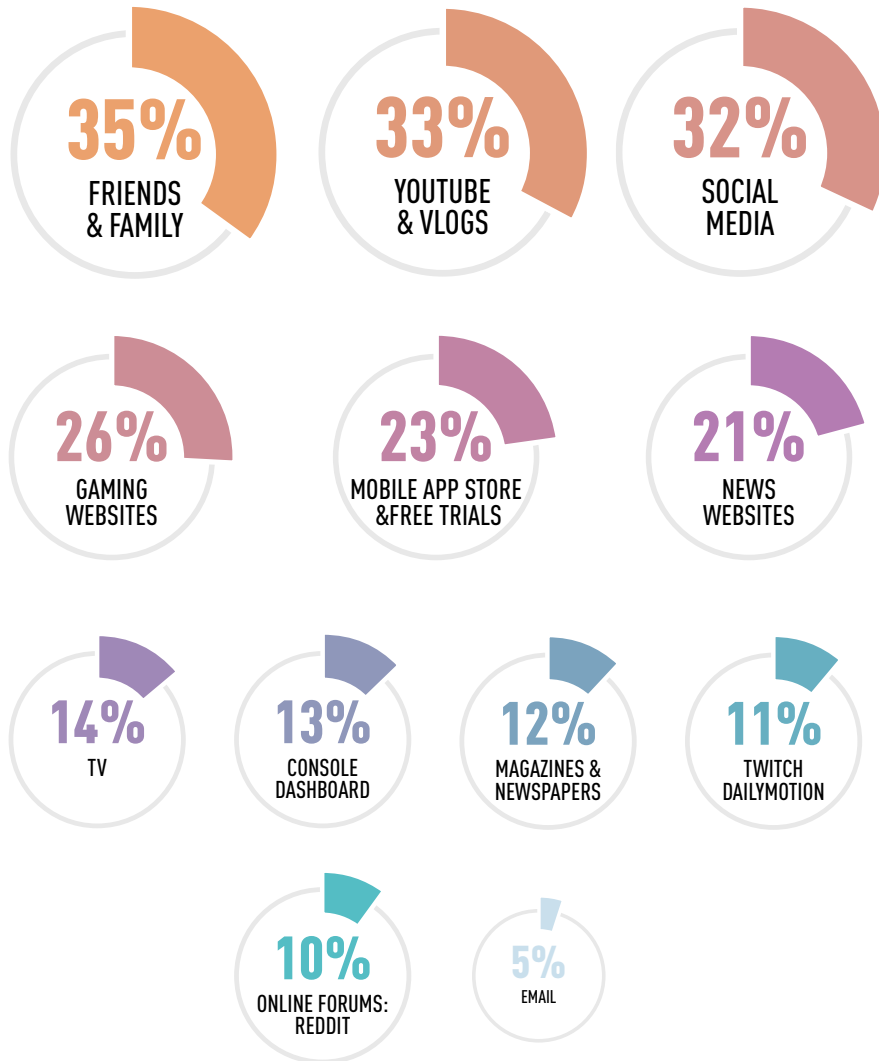
PC

● VIDEOGIOCATORI PC ● 16-34 ● 35-64



FONTI DI INFORMAZIONE SUI VIDEOGIOCHI

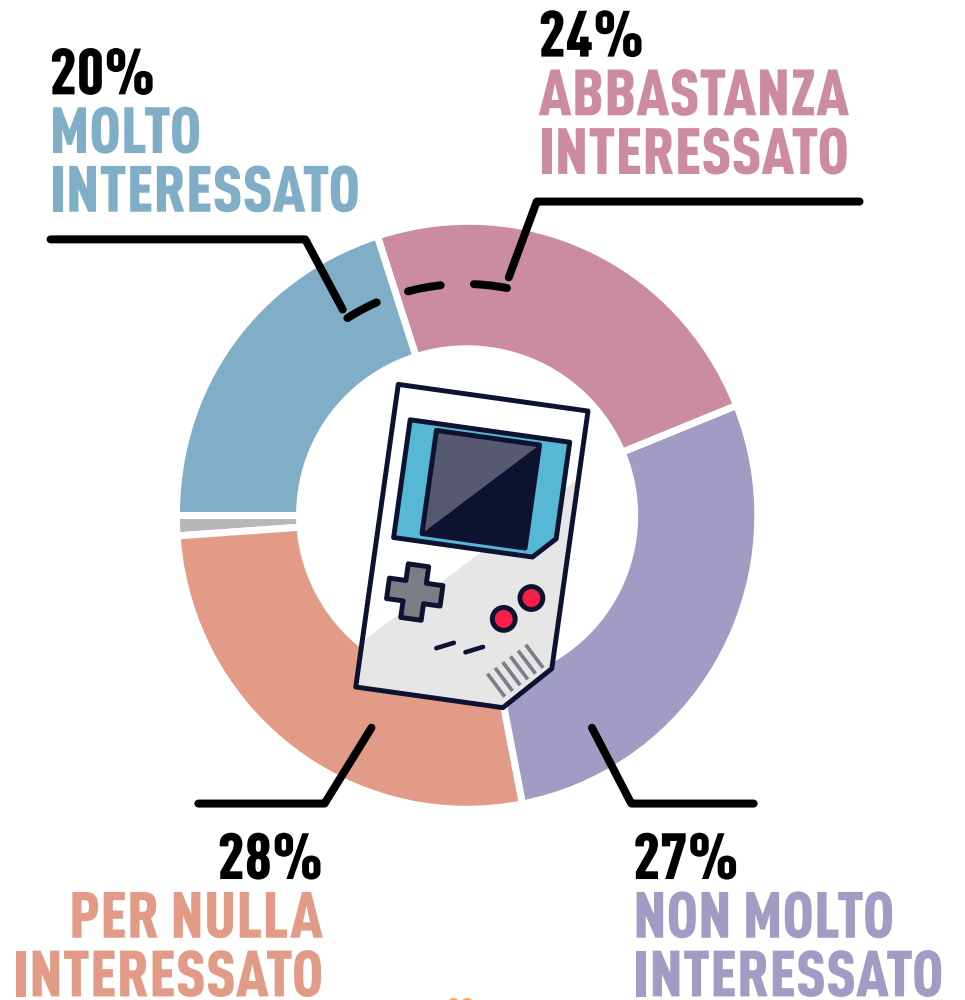
Tutti i videogiocatori



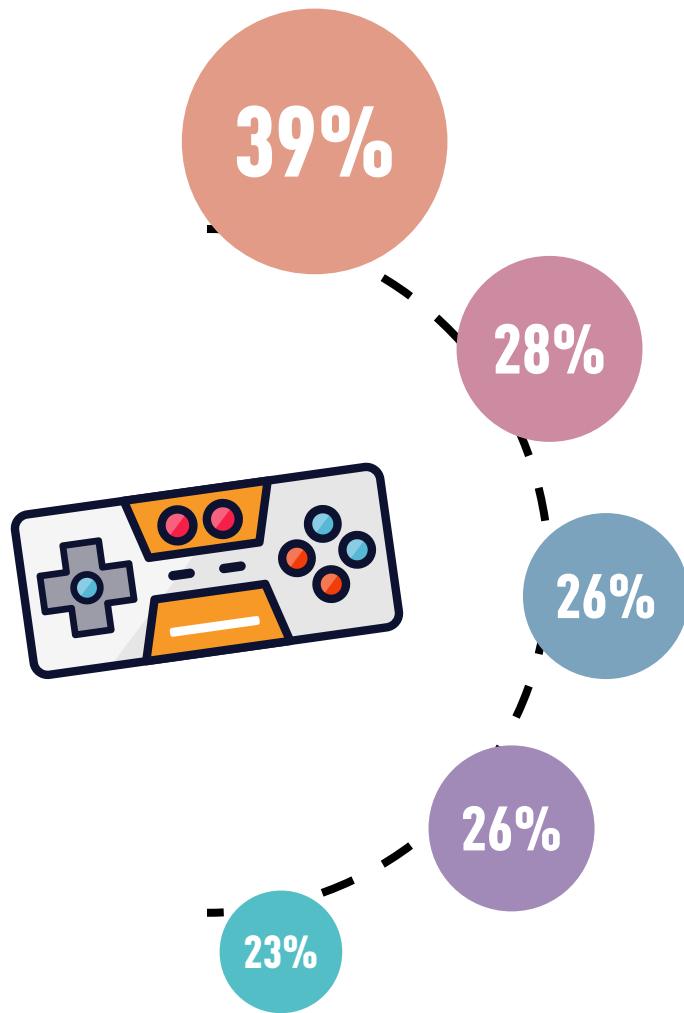
INTERESSE NEI VIDEOGIOCHI

Tutti gli intervistati online

44% DEGLI INTERVISTATI È MOLTO O ABBASTANZA INTERESSATO AI VIDEOGIOCHI



TOP 5: PAROLE ASSOCIATE AI VIDEOGIOCHI



33

DIVERTIMENTO

INTERAZIONE

COMPETIZIONE

INTRATTENIMENTO

IMMERSIVITÀ

34

UN'INDUSTRIA RESPONSABILE

3



Il PEGI è il sistema pan-europeo di classificazione dei videogiochi, progettato per educare i consumatori ad un corretto acquisto dei videogiochi e per proteggere i minori dall'accesso a videogiochi dai contenuti potenzialmente inappropriati per la loro età.

Fornisce informazioni sull'età raccomandata per l'utilizzo dei videogiochi e sui contenuti specifici presenti al loro interno, in modo che i genitori possano fare scelte consapevoli di acquisto. Il PEGI inoltre garantisce che ogni videogioco venga pubblicizzato in modo responsabile.

La classificazione PEGI fornisce indicazioni sull'adeguatezza del contenuto del videogioco in base all'età, non invece sul livello di difficoltà. Questo significa che un videogioco PEGI 3 può risultare complesso e difficile da padroneggiare, mentre un videogioco PEGI 18 può rivelarsi semplice da utilizzare.

Sono quindi le tipologie di contenuti presenti all'interno del videogioco a determinarne la sua classificazione. Le icone di classificazione dell'età vengono usate congiuntamente con dei descrittori che indicano i contenuti in presenza dei quali un videogioco è stato classificato in un determinato modo.

Il PEGI è stato lanciato nel 2003 e da allora ha classificato più di 30.000 videogiochi. Oggi è utilizzato in 38 paesi europei e adottato da tutti i principali editori e sviluppatori di videogiochi che operano sul mercato europeo. Il PEGI si applica a tutti i videogiochi, a prescindere dal formato o dalla piattaforma,

venduti e distribuiti in Europa da qualsiasi operatore del mercato che abbia sottoscritto il codice di condotta su cui si basa lo stesso PEGI. Il sistema è inoltre supportato dalle istituzioni dell'Unione Europea e dalla maggioranza dei governi europei.

Per maggiori informazioni, è possibile visitare il sito Internet www.pegi.info.

CLASSIFICAZIONI PER ETÀ

Ci sono cinque possibili classificazioni per età che indicano l'età minima raccomandata per il videogioco. Le fasce d'età sono: 3, 7, 12, 16 e 18. I simboli sono posizionati sul fronte e sul retro della confezione del videogioco.

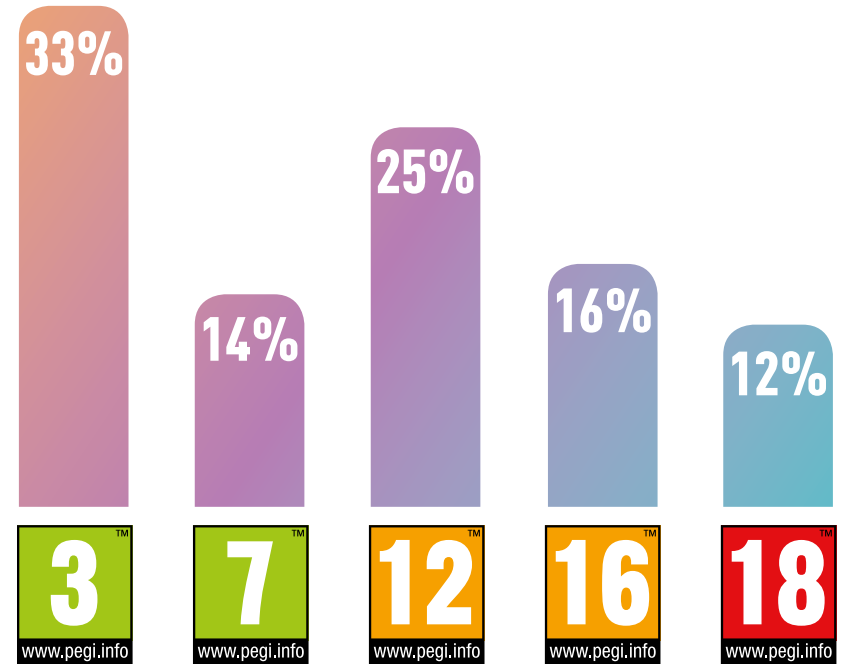


CLASSIFICAZIONI PER CONTENUTO

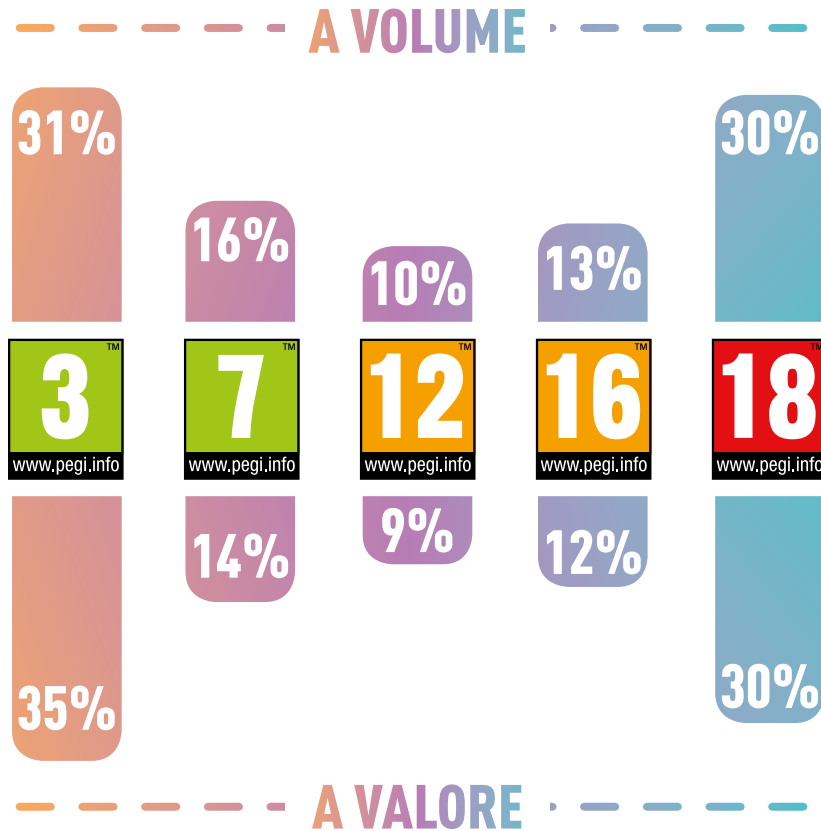
Ci sono otto possibili classificazioni per contenuto che indicano diverse tipologie di contenuti potenzialmente non adatti ad un determinato pubblico. I simboli indicano, quando necessario, la natura del contenuto e sono posizionati sul retro della confezione del videogioco.



OFFERTA VIDEOGIOCHI PER CLASSIFICAZIONE PEGI NEL 2017 (MERCATO FISICO)



VENDITA VIDEOGIOCHI PER CLASSIFICAZIONE PEGI NEL 2017 (MERCATO FISICO)



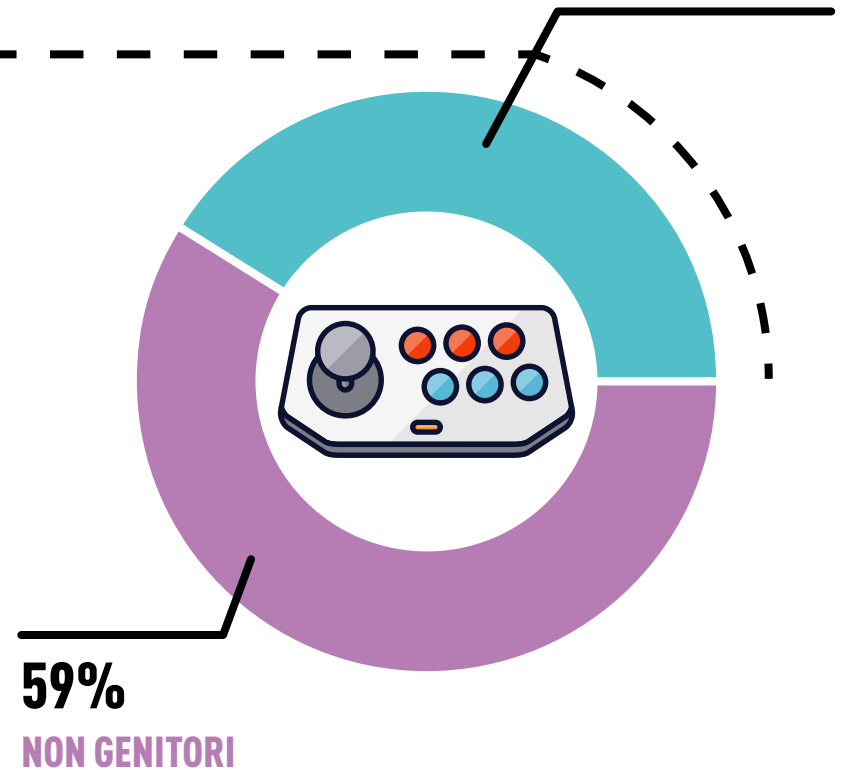
Il 57% dei videogiochi venduti in Italia nel 2017 sono adatti ad un pubblico tra i 3 e i 12 anni (PEGI 12, PEGI 7 e PEGI 3).

GENITORI E FIGLI CHE GIOCANO AI VIDEOGIOCHI (tutti gli intervistati online)

67%
DEI GENITORI
GIOCA AI VIDEOGIOCHI
CON I PROPRI FIGLI

33% NON GIOCA AI VIDEOGIOCHI
CON I PROPRI FIGLI

41%
GENITORI CON FIGLI
SOTTO I 15 ANNI



MOTIVI PER CUI I GENITORI GIOCANO AI VIDEOGIOCHI CON I LORO FIGLI

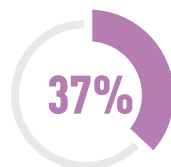
Tutti i genitori che videogiocono con i propri figli



È un'attività divertente per tutta la famiglia



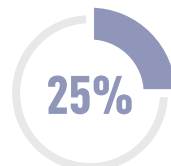
Per passare del tempo con loro



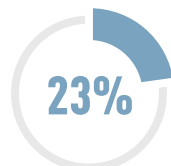
Mi è stato chiesto di farlo da loro



Mi piace giocare con loro



Per monitorare i videogiochi a cui giocano



Per motivi di salute e fitness



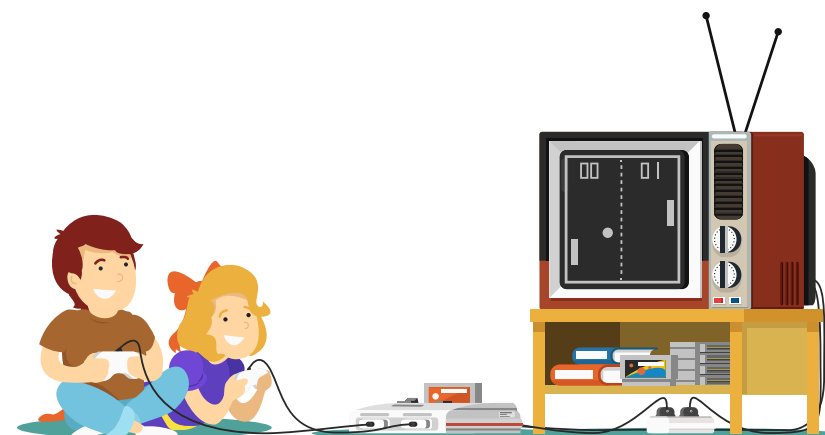
Per benefici educativi



Per monitorare quanto tempo giocano ai videogiochi



Due terzi dei genitori giocano con i loro figli. Le motivazioni più comuni per cui i genitori giocano ai videogiochi con i loro figli sono perché “È un'attività divertente per tutta la famiglia”, “Per passare del tempo con loro” e “Mi piace giocare con loro”. Oltre un terzo dice che i propri figli chiedono di giocare con loro.



AESVI

AESVI
ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

CHI SIAMO

Siamo l'Associazione di categoria dell'industria dei videogiochi in Italia. Diamo identità e voce comune al settore e indirizziamo con un approccio unitario i temi di interesse condiviso.

QUAL È LA NOSTRA MISSIONE

Lavoriamo per creare un contesto favorevole allo sviluppo del settore in Italia e per valorizzare il ruolo del videogioco nel sistema economico, sociale e culturale del nostro paese.

QUAL È LA NOSTRA STORIA

L'Associazione è stata fondata agli inizi degli anni 2000. In origine i nostri soci erano principalmente multinazionali del settore con sede in Italia. Dal 2011, con la nascita di numerosi studi di sviluppo di videogiochi anche nel nostro paese, abbiamo allargato la nostra base associativa alle imprese italiane che producono videogiochi, che oggi rappresentano la larga maggioranza dei nostri soci.

CHI RAPPRESENTIAMO

Attualmente riuniamo circa 65 soci che comprendono i produttori di console per videogiochi, gli editori e gli sviluppatori di videogiochi che operano sul territorio italiano.

COME LAVORIAMO

Siamo un'Associazione agile, snella e orientata al risultato. Il nostro modo di lavorare è molto pragmatico e si basa sul costante coinvolgimento dei nostri soci, in modo da assicurare che la nostra azione sia sempre al passo con la costante evoluzione del settore. I nostri soci sono al centro di qualsiasi scelta e azione dell'Associazione.

QUAL È IL NOSTRO NETWORK

Siamo membri della Federazione di categoria europea del settore ISFE (Interactive Software Federation of Europe).

COSA FACCIAMO

MERCATO E CONSUMATORI

Rilasciamo periodicamente rapporti sull'andamento del mercato dei videogiochi e sul profilo dei videogiocatori in Italia.

MAPPATURA DEL SETTORE

Realizziamo rilevazioni periodiche sugli operatori del settore in Italia, con particolare riferimento al segmento dello sviluppo e della produzione.

ISTITUZIONI

Siamo in costante contatto con le istituzioni pubbliche a tutti i livelli per rappresentare, promuovere e tutelare gli interessi del settore nelle sedi opportune.

BUSINESS

Lavoriamo per creare un ecosistema sostenibile per lo sviluppo del business delle start-up, delle piccole e medie imprese e delle multinazionali che operano in Italia, con una particolare attenzione all'internazionalizzazione.

CULTURA

Promuoviamo la divulgazione della cultura del videogioco attraverso l'organizzazione di diversi eventi e iniziative sul territorio, tra cui il consumer show Milan Games Week (www.milangamesweek.it), il premio di settore Italian Video Game Awards (www.italianvideogameawards.com) e il Games Industry Day, l'annuale momento di confronto con le istituzioni.

FAMIGLIA

Siamo impegnati da anni nel promuovere la conoscenza del sistema di classificazione europeo dei videogiochi PEGI (www.pegi.eu), per fornire alle famiglie le informazioni più opportune per acquistare e utilizzare i videogiochi in modo consapevole.



MILAN GAMES WEEK

Milan Games Week è un punto di riferimento imprescindibile per gli appassionati di videogiochi in Italia e registra anno su anno nuovi record. La settima edizione dell'evento si è svolta dal 29 settembre all'1 ottobre 2017, per la prima volta nei padiglioni di Fiera Milano Rho, e ha visto la partecipazione di quasi 148.000 visitatori e di oltre 700 giornalisti e blogger. Oltre 150 espositori (+50% rispetto al 2016) hanno animato i padiglioni dove il grande pubblico ha toccato con mano oltre 70 videogiochi e 30 anteprime. Novità assoluta del 2017 l'eSports Village con oltre 250 postazioni di gioco nel compresso e un'arena da 900 posti a sedere. In crescita anche la Milan Games Week Indie, lo showcase dedicato alle produzioni videoludiche italiane. Nel 2017 ha ospitato 56 videogiochi da 48 differenti studi di sviluppo. Grande successo anche per il MGW Developer Party, una festa per tutti gli sviluppatori partecipanti all'evento aperta da Tim Schafer, Guru di Milan Games Week 2017. Milan Games Week ha ottenuto il primo premio nella categoria migliore evento pubblico - con riferimento all'edizione 2016 - ai Best Event Awards (BEA), il premio di ADC Group dedicato all'eccellenza degli eventi e della live communication. La prossima edizione è in programma dal 5 al 7 ottobre 2017 a Fiera Milano Rho.





ITALIAN VIDEO GAME AWARDS

Il 14 marzo 2018 presso il Teatro Vetra a Milano è andata in scena la cerimonia di premiazione degli Italian Video Game Awards. La sesta edizione dell'evento, dal respiro internazionale e dal mood elegante, ha avuto un format rinnovato rispetto al passato, con tavoli a cabaret e cena di gala a seguire. In sala erano presenti ospiti della game industry italiana e internazionale, istituzioni e giornalisti, mentre gli appassionati hanno potuto seguire la serata in diretta streaming su Twitch e sui siti di Corriere della Sera, Sole 24 Ore, Multiplayer, Eurogamer, Everyeye e Spaziogames. Fiore all'occhiello dell'ultima edizione le numerose presenze di ospiti internazionali e la partnership con la testata di settore MCV che, non solo ha dato visibilità al premio e ai suoi vincitori, ma ha anche scelto di assegnare due premi speciali alle aziende italiane (MCV Recognition Awards). A chiudere la serata un'esibizione speciale della Cosplay Symphony Orchestra sulle note di Zelda.



Italian
Video Game
Awards



GAMES INDUSTRY DAY

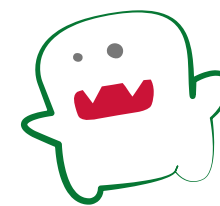
Games Industry Day è l'appuntamento annuale promosso da AESVI come occasione di incontro tra industria e istituzioni per discutere sul presente e sul futuro del settore dei videogiochi in Italia. Il 14 novembre 2017 si è svolta a Roma, presso l'Acquario Romano, la seconda edizione dell'incontro giunto al termine del processo di attuazione della Legge Cinema, approvata alla fine del 2016 in Parlamento, che per la prima volta ha introdotto nel nostro paese alcune importanti misure di sostegno anche per le imprese produttrici di videogiochi. La prossima edizione si terrà a Roma nel mese di novembre 2018.





MISSIONI INTERNAZIONALI

Grazie al sostegno di ICE Agenzia e del Ministero dello Sviluppo Economico, dal 2013 ad oggi AESVI ha partecipato alle più importanti fiere internazionali con delle delegazioni di developer italiani per favorire la crescita del settore in Italia. Sono state organizzate fino ad ora 2 missioni alla Game Connection Europe (Parigi), 2 missioni alla Game Connection America (San Francisco), 4 missioni alla Game Developers Conference (San Francisco) e 3 missioni alla Gamescom (Colonia). A ciascuna spedizione ha partecipato una media di 12 studi di sviluppo. Attualmente in lavorazione la prossima collettiva a Gamescom 2018.



GAMES IN ITALY

SOCI AESVI

34BIGTHINGS

3D CLOUDS

505 GAMES

ACTIVART

ACTIVISION BLIZZARD

AFFINITY PROJECT

ALITTLEB.IT

ANTAB STUDIO

AQUEST

ASUSTEK ITALY

BAD SEED

BANDAI NAMCO ENTERTAINMENT

BIG BEN INTERACTIVE

CARACAL GAMES

CENTOUNOPERCENTO

DIGITAL TALES

DP STUDIOS

EGGON

ELECTRONIC ARTS

EVOCENTRICA

FORGE REPLY

GAMELOFT

INDIECONSTRUCTION

INDIEGALA

INVADER STUDIOS

ITALIAN GAMES FACTORY

JUST FUNNY GAMES

KOCH MEDIA

LEAF GAMES & SOFTWARE

LKA

MASH&CO

MEANGRIP

MELAZETA

MICROSOFT

MILESTONE

MIXEDBAG

NINTENDO ITALIA

OFFICINE TELEMATICHE

OVOSONICO

POLYGON MOON

REAL GAME MACHINE

REDBIT GAMES

REDDOLL

RED KOI BOX

RELUDO

REMOTHERED

RIMLIGHT STUDIOS

SANTA RAGIONE

SMOKING MIRROR

SONY INTERACTIVE ENTERTAINMENT ITALY

STORM IN A TEACUP

STORMIND GAMES

STUDIO CLANGORE

STUDIO EVIL

SYLPHE LABS

TAKE TWO

TINY BULL STUDIOS

TWIN WOLVES STUDIO

UBISOFT

UBISOFT MILAN

UNAMEDIA

UNTOLD GAMES

VIRTEW

WARNER BROS

WE WERE UV

YUMEGEARS

XPLORED

AESVI
ASSOCIAZIONE EDITORI SVILUPPATORI VIDEOGIOCHI ITALIANI

SEGRETERIA GENERALE

VIA COPERNICO, 38
20125 MILANO
TEL: +39 348 557 4564
EMAIL: INFO@AESVI.IT
WWW.AESVI.IT

NOTE