**Uno studio Visa rivela che la spesa dei consumatori** **rende i videogiochi uno dei settori a più rapida crescita in Europa e in Italia**

* I dati Visa rivelano che nel 2024 la spesa dei consumatori per l’intrattenimento nei videogiochi è cresciuta più rapidamente rispetto a settori quali viaggi, moda, teatro e cinema
* In Italia, sette giocatori su dieci (71,54%) spendono regolarmente denaro per il gaming e quasi un quarto di loro (23,79%) afferma che i creator svolgono un ruolo importante nelle decisioni di spesa
* Per supportare la “Creator Economy” in Europa, Visa riconosce i content creator come piccole imprese, permettendo loro di pagare ed essere pagati in modo semplice e sicuro

**Milano, 13 marzo 2025** – Nuovi dati[[1]](#footnote-2) Visa, tra i leader nei pagamenti digitali, rivelano che la spesa dei titolari di carte Visa per i videogiochi in Europa è aumentata del 16,7% su base annua nel 2024, con un tasso di crescita superiore al 40% rispetto alla crescita complessiva della spesa dei titolari di carte Visa.

Gli stessi dati dimostrano come, nell’ultimo anno, la spesa in questo campo sia cresciuta del 60% in più rispetto ai viaggi, del 75% in più rispetto alla moda e dell'85% in più rispetto al teatro e al cinema, rendendolo uno dei settori in più rapida crescita in Europa.

I numeri[[2]](#footnote-3), inoltre, indicano che i gamer spendono di più ed effettuano un numero maggiore di transazioni rispetto al titolare medio di carte Visa in Europa. Una conferma che arriva anche dall’Italia, dove più di otto persone su dieci (83,12%) affermano di giocare ai videogiochi almeno una volta a settimana, con sette giocatori su dieci (71,54%) che spendono regolarmente denaro per il gaming e l’84% che investe in media fino a 60 euro al mese per abbonamenti o donazioni ai content creator.

**Stefano M. Stoppani, Country Manager di Visa Italia,** ha spiegato*: "I gamer in Europa costituiscono una fascia demografica rilevante e altamente competente nel digitale, e il gaming rappresenta una fonte importante di connessione e creatività, soprattutto tra i più giovani. Il ruolo dei content creator nel settore del gaming sta diventando sempre più rilevante, anche in Italia, grazie a un potenziale straordinario che consente loro di promuovere costantemente attività economiche positive. In Visa siamo impegnati a supportare questi creator, assicurando loro la possibilità di pagare ed essere pagati in modo semplice e sicuro.”*

**La crescita della gaming creator economy**

La ricerca di Visa[[3]](#footnote-4) evidenzia come, anche nel nostro Paese, l’influenza dei content creator sugli acquisti legati al gaming sia in aumento: quasi un quarto dei gamer (23,79%) afferma che i creator svolgono un ruolo importante nelle loro decisioni di spesa e più della metà (51,89%) interagisce con loro almeno una volta a settimana.

Ma con la crescita della domanda di contenuti legati al gaming, anche l’offerta aumenta. Il 13,64% dei creator trasmette contenuti in streaming e il 21,72% li condivide sui social media. Tra coloro che creano contenuti, il 14,5% si considera un "gaming content creator", mentre più della metà (54,68%) prenderebbe in considerazione l’idea di diventarlo in futuro. Sempre secondo lo studio, infatti, più di nove persone su dieci (94,32%) ritiene che la carriera da influencer nel mondo del gaming sia diventata più attraente negli ultimi tre anni.

Attualmente, oltre un terzo dei gamer (36,68%) genera entrate dalla condivisione dei propri contenuti e un ulteriore 60,7% prevede di farlo in futuro. Le principali fonti di ricavo includono lo streaming (46,43%), i contenuti sponsorizzati (38,1%) e gli acquisti in-app da parte dei consumatori (36,9%). A livello di guadagni, il 25% dei gamer riscuote un reddito di circa 1.185 euro al mese, ma il 91,67% ritiene che le loro entrate aumenteranno significativamente nel prossimo anno.

Tuttavia, nonostante i segnali di crescita incoraggianti della gaming economy, molti creator si trovano ad affrontare sfide significative quando si tratta di monetizzare dalla propria fanbase. Le principali difficoltà per chi guadagna dalla creazione di contenuti riguardano la comprensione delle regole delle piattaforme (39,29%), l’accettazione dei pagamenti da consumatori/follower (35,71%) e la stipula di sponsorizzazioni o partnership con i brand (35,71%).

Per i creator che generano contenuti senza riceverne ancora i guadagni, le sfide principali includono: la stipula di sponsorizzazioni o partnership con i brand (43,88%); l’accettazione di pagamenti da consumatori/follower (38,13%) e la gestione degli aspetti tecnici (37,41%).

Consapevole dell’impatto che hanno sull’economia digitale[[4]](#footnote-5), Visa riconosce i content creator come piccole imprese e si impegna ad aiutarli a essere pagati in tempi rapidi. Oggi, i creator possono pagare e ricevere pagamenti in modo facile e sicuro grazie agli stessi strumenti finanziari, alle risorse e ai prodotti di Visa disponibili per le piccole imprese in tutto il mondo.

**Supportare i gamer nel raggiungere il loro potenziale**

La ricerca Visa mostra che il settore del gaming non sta solo dando impulso all’economia, ma sta migliorando anche le competenze di chi gioca. Il 77% di essi ritiene che giocare, guardare o creare contenuti di gaming o eSports migliori la loro capacità di problem-solving. Anche molti content creator condividono questa visione: il 66% ritiene che questa attività permetta loro di migliorare le proprie capacità nell’ambito della progettazione web, dello sviluppo e delle competenze digitali.

**\*\*\***

**Visa**

Visa (NYSE: V) è tra i leader mondiali nei pagamenti digitali e facilita transazioni tra consumatori, esercenti, istituzioni finanziarie e governi in più di 200 Paesi e territori. La nostra missione è quella di connettere il mondo attraverso la rete di pagamenti più innovativa, conveniente, affidabile e sicura, che consenta a privati, aziende ed economie di prosperare. Crediamo infatti che le economie capaci di includere tutti ovunque possano far crescere tutti ovunque e riteniamo l’accessibilità fondamentale nella movimentazione del denaro del futuro. Per maggiori informazioni, visita <https://www.visaitalia.com/>

**Disclaimer**

I casi di studio, le statistiche, le ricerche e le raccomandazioni sono forniti “COSÌ COME SONO” e sono intesi esclusivamente a scopo informativo e non devono essere utilizzati come consigli operativi, di marketing, legali, tecnici, fiscali, finanziari o di altro tipo. Visa Inc. non fornisce alcuna garanzia o dichiarazione in merito alla completezza o all'accuratezza delle informazioni contenute nel presente documento, né si assume alcuna responsabilità che possa derivare dall'affidamento a tali informazioni. Le informazioni contenute nel presente documento non sono da intendersi come consulenza legale e i lettori sono invitati a rivolgersi a un professionista legale competente qualora tale consulenza sia necessaria.

**Visa Press Office Contacts**

Enrica Banti, Senior Manager Corporate Communication, Visa Italy bantie@visa.com

Matteo Rasset, DAG Communication mrasset@dagcom.com +39 333 8032644

Elena Gioia, DAG Communication egioia@dagcom.com +39 327 7734872

Vincenzo Virgilio, DAG Communication [vvirgilio@dagcom.com](mailto:vvirgilio@dagcom.com) +39 392 3400166

Gabriele Sciuto, DAG Communication gsciuto@dagcom.com +39 335 5993284

1. I dati sono stati analizzati dalla rete globale VisaNet nel 2024 [↑](#footnote-ref-2)
2. I dati sono stati analizzati dalla rete globale VisaNet confrontando il 2023 con il 2024. [↑](#footnote-ref-3)
3. Sondaggio online su 5.565 consumatori tra i 18 e i 65 anni che giocano ai videogiochi almeno una volta al mese. Paesi: Francia, Germania, Italia, Polonia, Regno Unito. Questionari effettuati a febbraio 2025 [↑](#footnote-ref-4)
4. 12/11/2024: Visa riconosce i creator come piccole imprese <https://www.visaitalia.com/visa/sala-stampa-visa/press-releases.3354187.html> [↑](#footnote-ref-5)