

**30 Aprile 2026 - 11:41** di *Maurizio Brodo*

---

[Il forte calo della raccolta nel comparto dell'intrattenimento senza vincita in denaro](#)

riaccende il dibattito su una possibile crisi strutturale del settore. Ma secondo **Marco Raganini**, presidente di ANBI, i numeri vanno letti con cautela e inseriti in un contesto più ampio di cambiamento delle abitudini di consumo. Tra crescita del family entertainment, nuove aperture e integrazione con tecnologie ed esperienze immersive, il settore sembrerebbe attraversare più una fase di trasformazione che di declino. In questa intervista, Raganini analizza i dati, il ruolo del digitale, l'evoluzione dell'offerta e le sfide normative che incidono su investimenti e innovazione.

**I dati mostrano un calo della raccolta da circa 54 a poco più di 31 milioni in due anni. Il crollo del 42% del fatturato nel 2025 segna una crisi ormai "strutturale": anche il bowling e l'intrattenimento family stanno vivendo dinamiche simili. Cosa ci dice questo sulla trasformazione delle abitudini di consumo del pubblico?**

È importante fare una premessa metodologica: il cosiddetto "comma 7" riguarda apparecchi di intrattenimento senza vincita in denaro e, a differenza di altri segmenti del gioco pubblico, non è collegato a sistemi di tracciamento. Questo significa che non esiste un dato diretto e certificato del giocato: i valori di "raccolta" riportati sono stime elaborate dall'Amministrazione e vanno quindi interpretati con cautela. Alla luce di questo, variazioni anche molto rilevanti - come il calo del 42% - non possono essere lette automaticamente come un crollo dei consumi o della domanda. Possono riflettere diversi fattori: cambiamenti nei criteri di stima, aggiornamenti fiscali, riduzione del numero di apparecchi o riclassificazioni amministrative. Detto questo, è evidente che il settore dell'intrattenimento fisico sta attraversando una fase di trasformazione.

ANBI rappresenta il bowling e il family entertainment, comparti che mostrano dinamiche più resilienti perché offrono esperienze sociali, immersive e difficilmente sostituibili dal digitale. Dal nostro punto di vista emerge che siamo di fronte a una redistribuzione di offerta e domanda più che a una contrazione. Infatti, nel 2024 e 2025 registriamo circa un 20% di nuove aperture tra centri chiusi da anni, rinnovati e nuovi. Questo dato sta continuando a crescere nel 2026 ed è in contrasto con l'analisi in questione.

Va inoltre precisato che possiamo parlare solo del “comma 7” presenti nel bowling e nel family entertainment, senza considerare quello delle sale giochi stagionali o di altre attività.

### **Quanto pesa la concorrenza dell'intrattenimento digitale e online rispetto all'offerta fisica tradizionale come sale giochi e bowling?**

Anche su questo possiamo rispondere per il comparto bowling. Non ci sembra che l'innovazione digitale stia creando problemi, come accadde anni fa con l'avvento delle prime console domestiche evolute. Oggi i nostri centri possono essere visti come un baluardo per il ritrovo sociale di giovani e famiglie. Il bowling e, più in generale, il family entertainment offrono un'esperienza sociale, immersiva e condivisa che il digitale non può replicare: non si tratta solo di “giocare”, ma di vivere un momento di aggregazione.

### **Spesso si parla della necessità di “ripensare l'offerta”: per il vostro settore questo significa più tecnologia, più esperienza o un cambio radicale del format?**

Oggi l'offerta proposta dai centri bowling è molto più ampia rispetto al passato, quando le strutture erano piuttosto standard (bowling, bar, biliardi e una presenza limitata di apparecchi comma 7). Attualmente i centri possono includere ristoranti, fast food o lounge bar, aree playground, spazi di realtà virtuale, laser game, escape room, go kart indoor e molto altro. Il bowling rimane il fulcro attorno a cui ruotano attività sempre più evolute.

### **Quanto incide oggi la normativa sull'intrattenimento fisico nel frenare investimenti e innovazione nelle strutture?**

La normativa incide in modo significativo, soprattutto per quanto riguarda gli apparecchi di puro intrattenimento senza vincita in denaro, disciplinati dal cosiddetto comma 7. Si tratta di apparecchi che non presentano rischi dal punto di vista sociale, ma che sono comunque soggetti a procedure di certificazione e omologazione complesse. Anche le procedure di messa in esercizio complicano il lavoro delle PMI meno strutturate.

Questo può rallentare l'introduzione di nuove attrazioni e, di conseguenza, frenare investimenti e innovazione. L'esigenza che emerge dal settore non è tanto una riduzione delle tutele, quanto una semplificazione e un aggiornamento delle regole,

per facilitare la distribuzione e l'importazione di giochi già diffusi in altri Paesi. Un quadro normativo più agile consentirebbe alle imprese di rinnovare più rapidamente l'offerta, rendendo le strutture più attrattive e competitive.

**I giovani sembrano sempre meno attratti da queste forme di intrattenimento: è un problema di linguaggio, di prodotto o di contesto sociale? Il concetto di "ruolo sociale e ricreativo" degli apparecchi è ancora attuale: il bowling può essere il modello su cui ricostruire questo valore?**

Penso che questo tema vada letto in modo diverso.

Oggi i giovani hanno maggiori difficoltà a rapportarsi socialmente dal vivo, sia con i coetanei sia con gli adulti, anche a causa di una mancanza di regolamentazione del loro accesso a Internet. Il fatto che molti di loro frequentino i nostri locali rappresenta uno stimolo a migliorare ulteriormente. Per questo motivo ANBI sta per lanciare, insieme ad altre sigle degli Stati Generali, una campagna di formazione per i centri in collaborazione con l'Osservatorio Nazionale sul Bullismo e sul Disagio Giovanile.

**Guardando ai prossimi anni, vede una possibile integrazione tra amusement tradizionale e nuove tecnologie oppure una selezione naturale che ridurrà drasticamente gli operatori?**

La domanda di spazi di aggregazione sociale rimane elevata e promette un'ulteriore espansione nel prossimo futuro. Più che un conflitto tra intrattenimento tradizionale e innovazione tecnologica, si prospetta una necessaria integrazione. Gli operatori capaci di guidare questa evoluzione, trasformando i locali in centri di socialità ed esperienze condivise, vedranno aumentare le opportunità di business. In quest'ottica la tecnologia funge da facilitatore, mentre il vero vantaggio competitivo risiede nella creazione di ambienti multifunzionali e attrattivi. Non siamo dunque di fronte a un declino del settore, ma a una prospettiva di crescita per chi saprà diversificare l'offerta e intercettare nuovi segmenti di pubblico.

---

**Fonte:** <https://www.jamma.it/?p=351286>