

Innovazione & trasformazione digitale nel management sportivo

8° modulo:

GLI ESPORTS E I NUOVI CANALI

28 - 29 maggio 2021

Modalità online - Piattaforma Microsoft Teams Edu

28 maggio		
15.00 - 17.00	<i>Definizione di eSports. Le opportunità negli eSports per le Federazioni Sportive</i>	Hisham Shebabi
17.00 - 19.00	<i>L'ecosistema eSports e la sua crescente importanza per lo sport</i>	Enrico Gelfi
29 maggio		
09.30 - 11.00	<i>Creazione e gestione di un evento eSports</i>	Tommaso Maria Ricci
11.00 - 12.00	<i>Attivazioni di sponsorizzazioni negli eSports</i>	Enrico Novari
12.00 - 13.30	<i>eSports, Twitch e TikTok. I nuovi canali per la generazione Z</i>	Agostino Piacquadio

Relatori

Hisham Shebabi	<i>Chief Operating Officer at N3XT SPORTS</i>
Enrico Gelfi	<i>Co-Founder OIES</i>
Tommaso Maria Ricci	<i>Co-Founder MCES</i>
Enrico Novari	<i>Brand Strategy, Media & Multimedia Entertainment Eventi & Commercial Sponsorship</i>
Agostino Piacquadio	<i>Marketing Specialist at Unilever</i>

Temi affrontati

<p><i>Definizione di eSports. Le opportunità negli eSports per le Federazioni Sportive</i></p>	<p>Gli eSports sono un fenomeno già ampiamente radicalizzato a livello globale. Negli ultimi tempi, tuttavia, l'interruzione forzata dello sport dovuta alla diffusione della pandemia da COVID-19 e la quarantena che si è resa necessaria per contrastarne la diffusione, hanno di fatto facilitato la diffusione di questa disciplina. Cosa sono di fatto, però, gli eSports? Come vengono implementati dalle federazioni?</p>
<p><i>L'ecosistema eSports e la sua crescente importanza per lo sport</i></p>	<p>Gli eSports, infatti, costituiscono senza dubbio uno strumento d'importante risonanza mediatica, grazie al quale è stato possibile, in questo momento più che in passato, coinvolgere atleti e quindi veicolare la loro immagine. Quali sono gli scenari del prossimo futuro di questo settore?</p>
<p><i>Creazione e gestione di un evento eSports</i></p>	<p>L'evoluzione del contesto "esportivo" sta creando nuove ed eccitanti opportunità lungo tutta la catena del valore del gioco, a partire dal modo in cui i giochi sono sviluppati e commercializzati. Sono nate quindi aziende specializzate nell'organizzazione e gestione di campionati e tornei, da contesti amatoriali di base fino a veri e propri eventi da stadio con migliaia di spettatori presenti dal vivo in arene sold out e decine di milioni collegati in streaming. Vedremo come si organizza un evento eSports e quali sono le strategie più premianti.</p>
<p><i>Attivazioni di sponsorizzazioni negli eSports</i></p>	<p>Gli eSports si sostengono grazie ad un modello di business complesso, che comprende diverse fonti di ricavi: sponsorizzazioni, pubblicità, diritti multimediali, vendita di biglietti, merchandising e offerte dirette da parte degli spettatori. Gli eSports si sostengono grazie ad un modello di business complesso, che comprende diverse fonti di ricavi: sponsorizzazioni, pubblicità, diritti multimediali, vendita di biglietti, merchandising e offerte dirette da parte degli spettatori.</p>
<p><i>E-sports, Twitch e TikTok. I nuovi canali per la generazione Z</i></p>	<p>Twitch nasce come canale per i gamer ed è diventato a tutti gli effetti un canale social in cui condividere di tutto: partite live, podcast in diretta, news. Sulla carta è una piattaforma di streaming specializzata, ma andando oltre si tratta di un'esperienza live basata sulla comunità. Twitch è solo uno dei canali che compete per l'attrazione dell'attenzione della generazione Z: Netflix, Playstation, Tik Tok, si contendono le ore passate dalle persone davanti a uno schermo. Questa prospettiva vede in concorrenza player apparentemente eterogenei. Andremo a vedere quali e come lavorano.</p>