



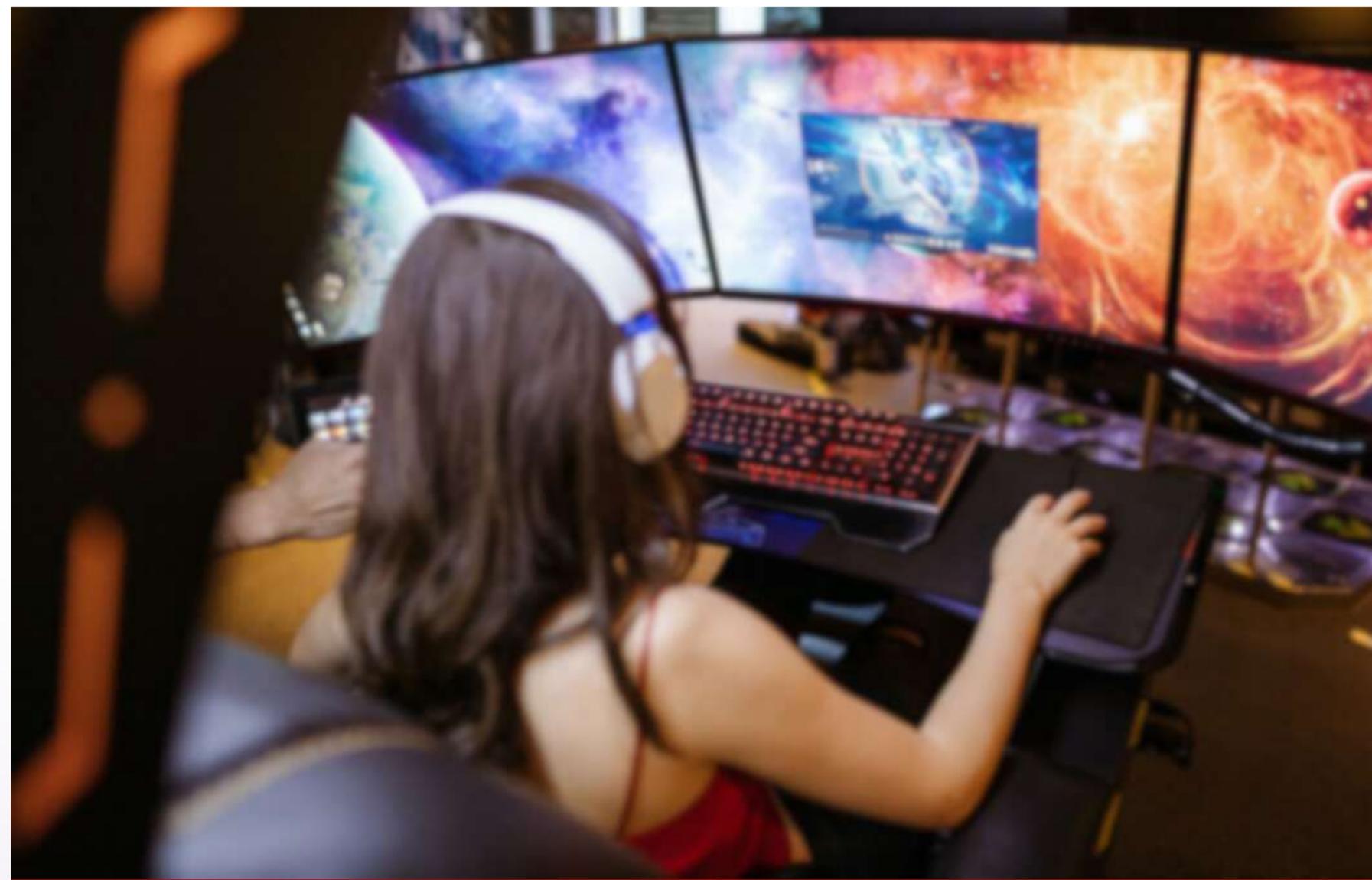
WELCOME TO

IL MERCATO ITALIANO DEGLI ESPORTS

UNA TRASFORMAZIONE CULTURALE

L'ascesa degli Esports rappresenta una **rivoluzione culturale**, parlando di Esports si fa riferimento a:

- Videogiochi: utilizzati a **scopo competitivo**
- Pro Player: **giovani atleti** professionisti
- Coinvolgimento globale: **milioni** di persone coinvolte
- Sponsorizzazioni: un mercato in **crescita**



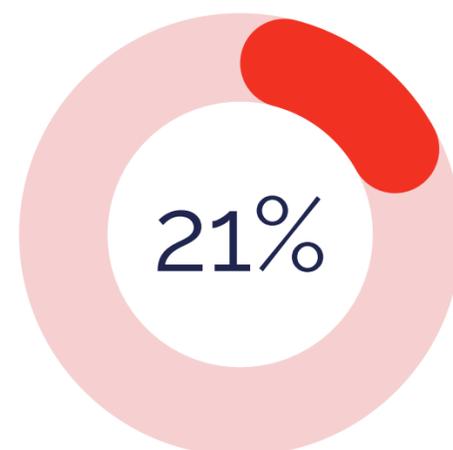
L'INDAGINE: NOTA METODOLOGICA E PROFILO DEI CORRISPONDENTI

- Periodo di riferimento: dicembre 2023 – febbraio 2024
- Tecnica di indagine: interviste cawi – computer assisted web interviewing
- Popolazione target: imprese operanti nel settore degli Esports

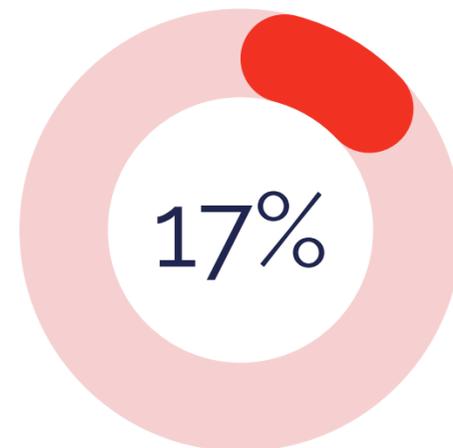
Brand



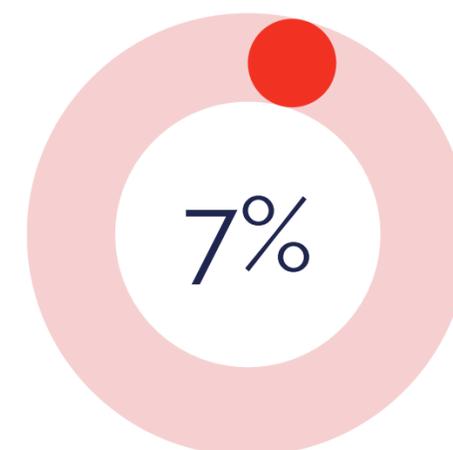
Federazioni Sportive



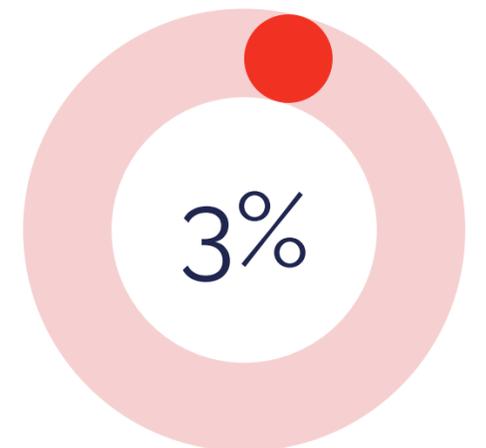
Agenzie



Organizzatori dei tornei

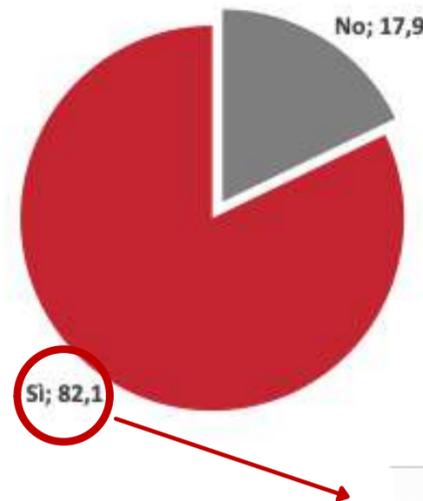


Publisher
Content

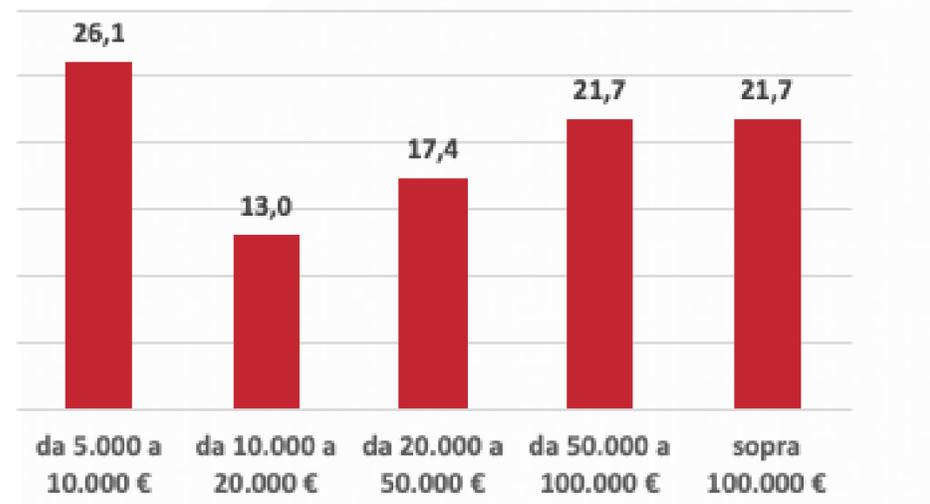


L'investimento nel budget marketing dell'Esports – **biennio 2022-2023**

Tra gennaio 2022 e oggi la tua azienda ha investito o attivato progetti con un budget marketing negli Esports e/o nel gaming?



Qual è stato il range del budget marketing destinato agli Esports e/o al gaming?

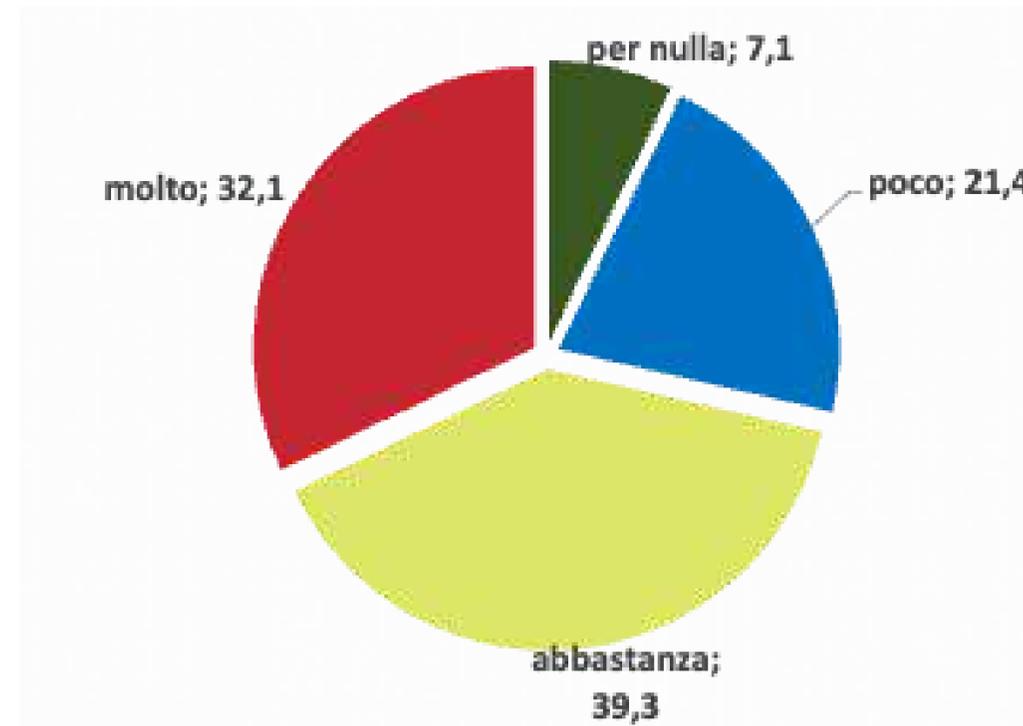


La maggioranza investe in marketing per **Esports/gaming**, in linea con il crescente fermento nel settore

Più del **25%** delle imprese investe tra 5.000 e 10.000 euro. Le classi di investimento centrali, da 10.000 a 50.000 euro, sono meno popolari, con una preferenza per importi minori e più elevati

L'investimento nel budget marketing dell'Esports - **Centralità**

Quanto la tua azienda considera strategico destinare parte del budget marketing per gli Esports e/o il gaming?



- Considerato **ampiamente** strategico: centrale per il 71, (somma abbastanza e molto)
- Solo una quota minore lo considera **poco** strategico: 21,4%:
- Minima percentuale lo considera **non** strategico: 7,1%:

L'investimento nel budget marketing dell'Esports - **Centralità**

Rilevanza degli Investimenti

- Centralità degli investimenti: gli investimenti in marketing per Esports/gaming sono decisamente prioritari



Benefici dei Gli Investimenti

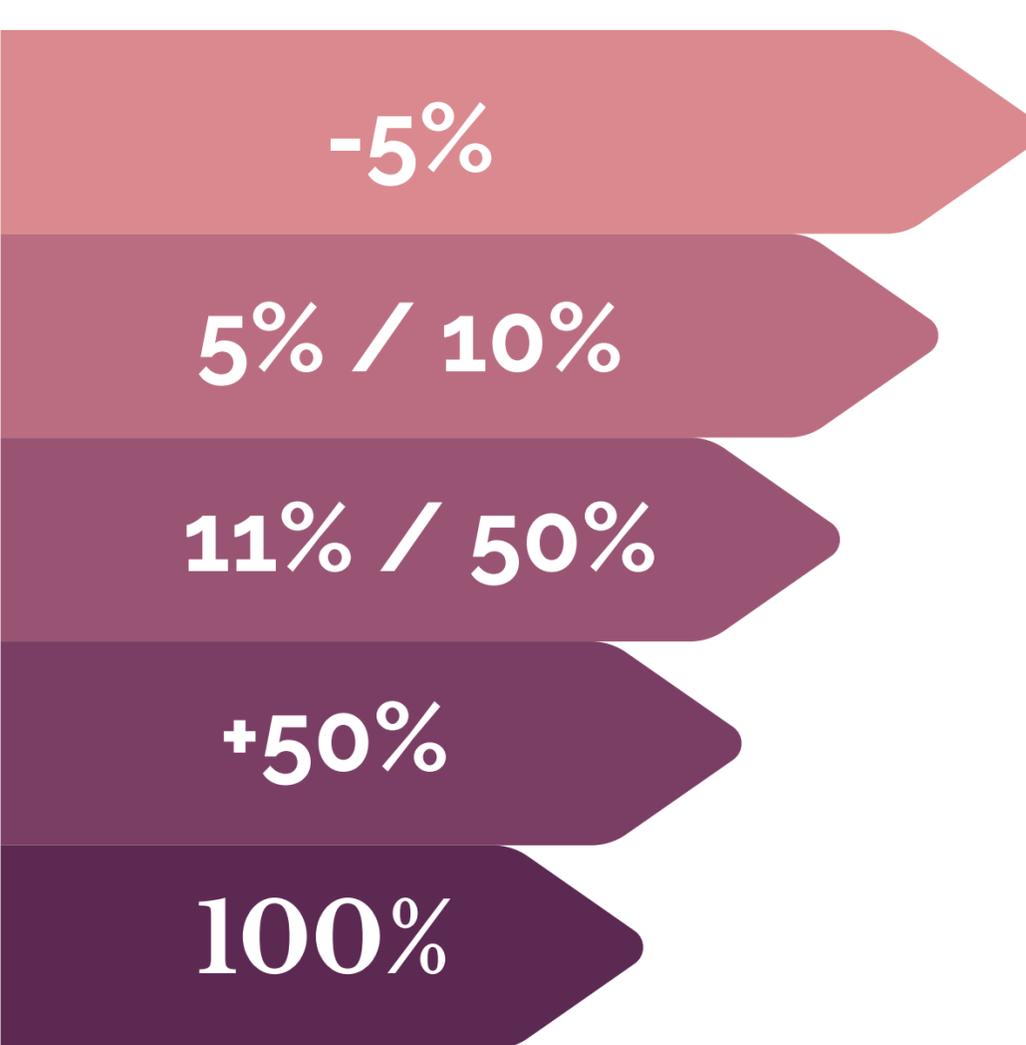
- Creazione di valore: gli Esports offrono opportunità di valore, con incrementi di fatturato, brand awareness e prestigio aziendale.
- Importanza della conoscenza: comprendere il settore è cruciale per strategie efficaci



L'investimento nel budget marketing

dell'Esports - **Importi**

Quanto budget marketing la tua azienda ha destinato agli Esports e/o gaming?



- > **Meno del 10%** per la maggiorparte delle aziende
- > Interesse tattico e impegni di budget:
 - Aziende con scarso interesse tattico assegnano **meno del 5% del budget marketing**
 - Coloro che attribuiscono poco valore investono **fino al 10%**
 - Aziende con percezione strategica elevata dedicano percentuali più alte del budget
- > Alte percentuali di impegni. Aziende che ritengono molto centrale il settore investono dall'**11 al 50%**, e **talvolta oltre il 50% o addirittura il 100%** del budget marketing

L'investimento nel budget marketing dell'Esports – **Aree di utilizzo**

Considerando gli utilizzi del budget destinato a Esports e gaming, come è stato utilizzato nell'ultimo anno?

Comunicazione con un pubblico potenziale:

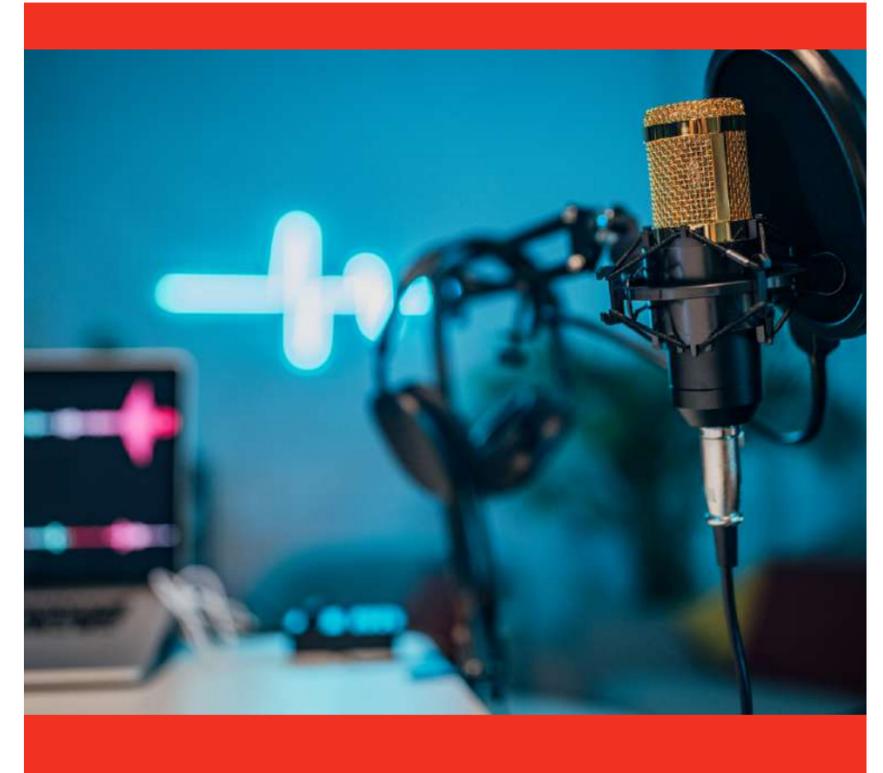
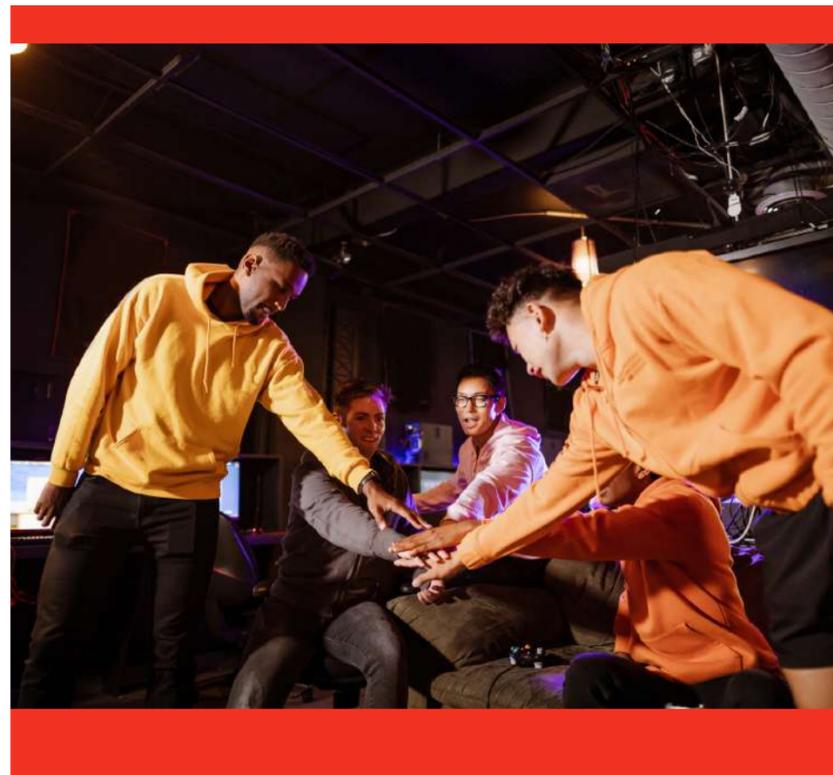
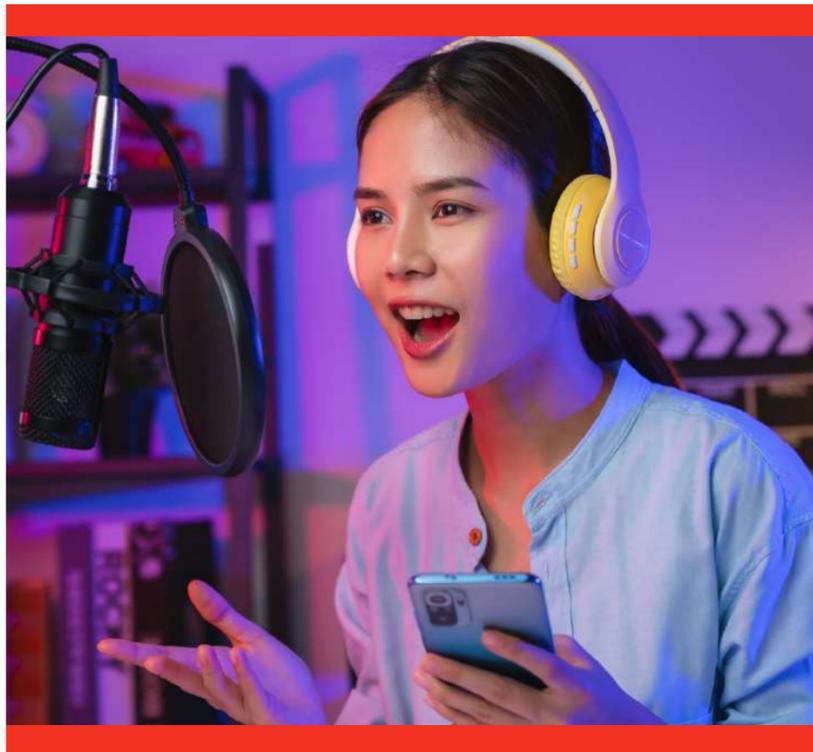
- Collaborazioni con influencer e content creator: 64,3%
- Campagne di comunicazione: 53,6%

Creazione di rete:

- Partnership: 39,3%
- Legami con gli sponsor: 35,7%
- Creazione di team esports: 39,3%

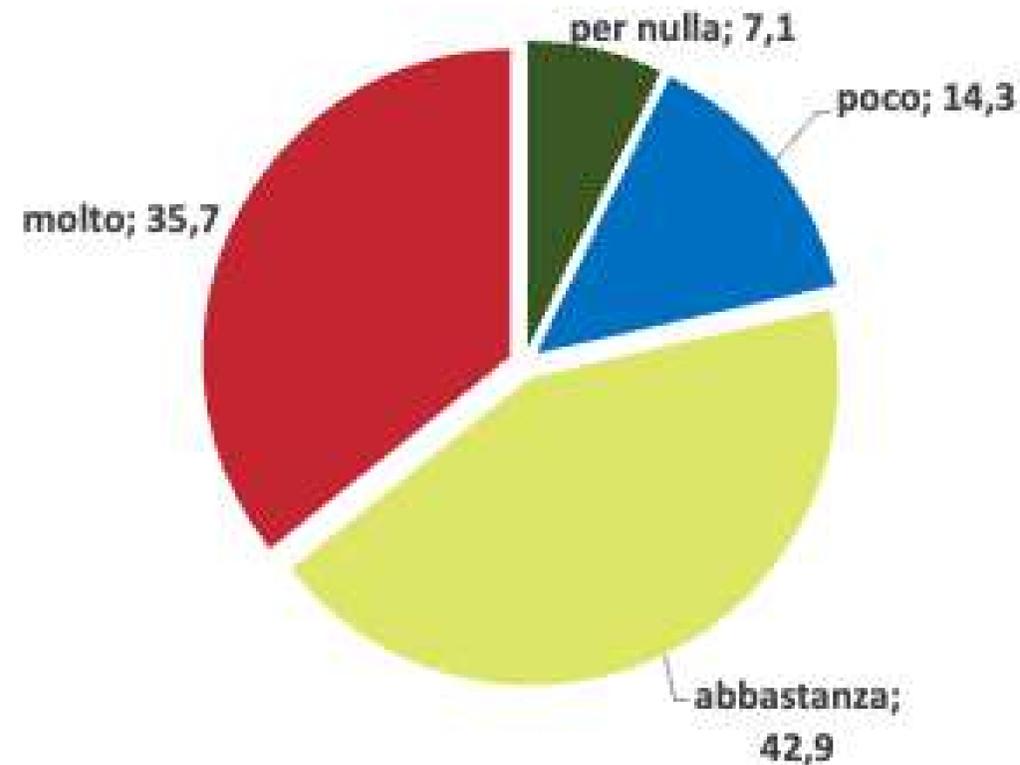
Attività non prioritarie:

- Esclusione della creazione di podcast



L'investimento nel budget marketing dell'Esports - **Trend**

Quanto è cresciuta nella tua azienda la consapevolezza dell'utilizzo degli Esports e del gaming come strumento di marketing negli ultimi tre anni?



Per le imprese intervistate la **consapevolezza** del valore degli Esports e del gaming come strumenti di marketing è cresciuta.

I dati mostrano che il **42,9%** dichiara una **crescita abbastanza alta del livello di conoscenza e percezione del settore**, mentre addirittura il **35,7%** parla di uno sviluppo molto elevato.

Ma quali sono i freni e gli stimoli agli investimenti?

L'investimento nel budget marketing

dell'Esports – **Freni e...**

Quali sono i freni che bloccano gli investimenti del budget in esports e gaming?

- segmento di mercato ancora di nicchia;
- necessità di affermare l'indipendenza dell'identità degli esports rispetto a quelli concreti;
- mancanza di eventi;
- difficoltà di tradurre i fan in ritorni economici

La mancanza di consapevolezza riflette la **giovinanza del settore**, suggerendo la necessità di approfondimento **teorico e pratico** piuttosto che un disinteresse



L'investimento nel budget marketing dell'Esports – ...stimoli

Quali sono i fattori principali che hanno spinto la tua azienda a investire nel gaming?

- **Fattori di Stimolo all'Investimento negli Esports e Gaming:**
- Evoluzione naturale dell'attività aziendale;
Attenzione al Crescimento del Settore
 - Passione per il settore;
 - Creazione di nuovi canali comunicativi per la Generazione Z;
 - Promozione di valori di sostenibilità e inclusione

- **Opportunità nel settore degli Esports e gaming:**
Investire negli Esports, ad oggi, viene visto come segno di visione imprenditoriale

Gli Esports offrono l'opportunità di raggiungere **nuovi target di clientela**, generando incrementi di fatturato

Questa tipologia di videogiochi, non solo risponde alle logiche d'impresa ma promuove anche **importanti valori sociali**



L'investimento nel budget marketing

dell'Esports – KPI

Negli investimenti in marketing Esports e gaming, quali sono i KPI che la tua azienda misura?

I principali **Key Performance** Indicator indicati dai rispondenti sono:

 Riconoscimento del marchio

 Impression

 Ritorno in termini di sponsor

 Views/misurazione dei click e delle interazioni online

 Risultati sportivi

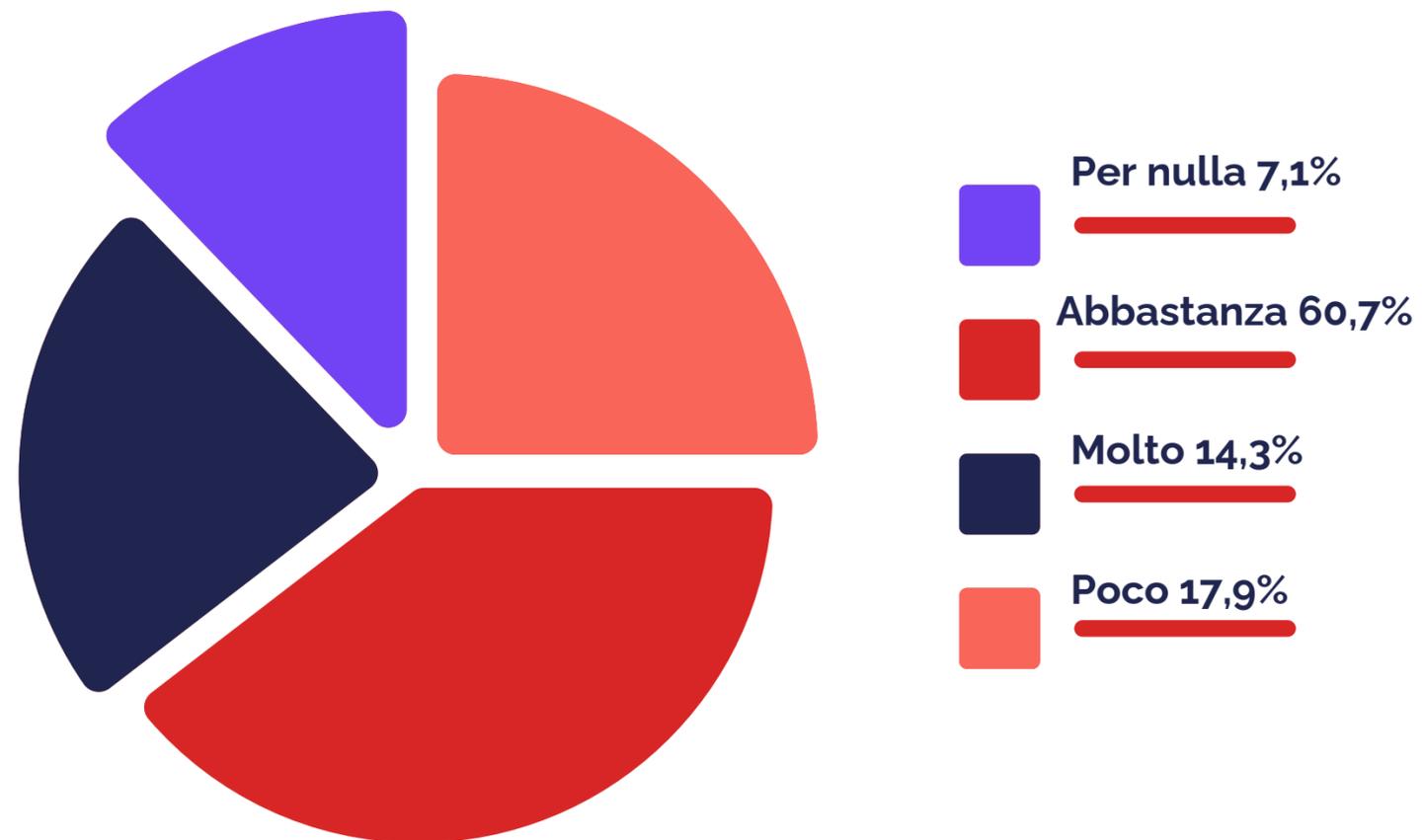
 Crescita numero dei fans di base/Misurazione delle persone raggiunte

 Ritorno sugli investimenti



L'investimento nel budget marketing dell'Esports – **Soddisfazione**

Su questi investimenti, la tua azienda ad oggi risulta soddisfatta dei risultati?



Le aziende investono e considerano questi **impegni strategici**, evidenziando un aumento di **consapevolezza** e una crescente volontà di **affinare le strategie** di investimento.

L'impegno è stato ripagato: la soddisfazione per i risultati raggiunti si attesta ad un livello **sufficiente per 60,7%** dei casi e sale ad un **buon livello nel 14,3%** dei casi.

L'investimento nel budget marketing dell'Esports – Punti di forza e benefici

Quali sono i punti di forza e i principali benefici che la tua azienda ha riscontrato negli investimenti in esports e gaming?

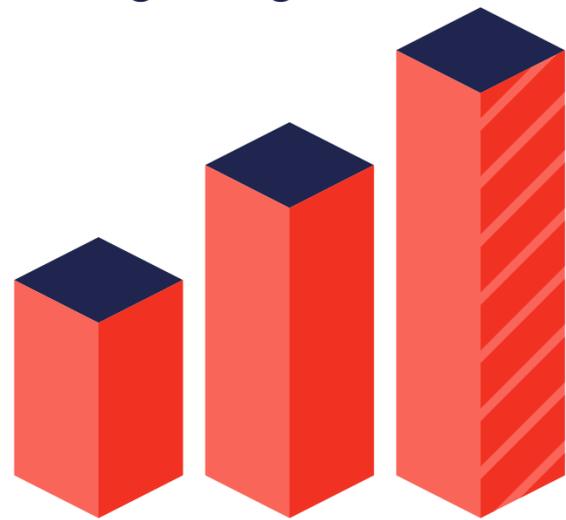
- Miglioramento del riconoscimento del proprio marchio e del posizionamento dello stesso nel mercato;
- Creazione di nuove opportunità di business e diversificazione delle attività;
- Ampliamento della clientela sia in termini numerici che di target di riferimento;
- Ampliamento dei contatti con il pubblico giovane;
- Aumento del fatturato

I **benefici** riflettono gli stimoli agli investimenti. Le strategie aziendali mirano all'espansione del business, con ritorni positivi sia **finanziari** che **sociali**



L'investimento nel budget marketing dell'Esports – Presente e futuro

Su una scala da 1 a 10, dove 1 rappresenta un disinteresse totale e 10 indica un utilizzo consolidato, in che misura la tua azienda investe o prevede di investire in iniziative di esports e gaming?



La tua azienda ha messo a budget marketing o comunicazione iniziative negli esports e gaming per il 2024?



SI 82,1%

La **netta maggioranza** delle imprese (**67,9% voti maggiori o uguali a 6**) è interessata agli investimenti presenti o futuri

Solo il **7,1%** (voto uguale a 1) delle imprese manifesta **disinteresse totale**, mentre il **10,7%** mostra un **interesse pieno** (voto uguale a 10)

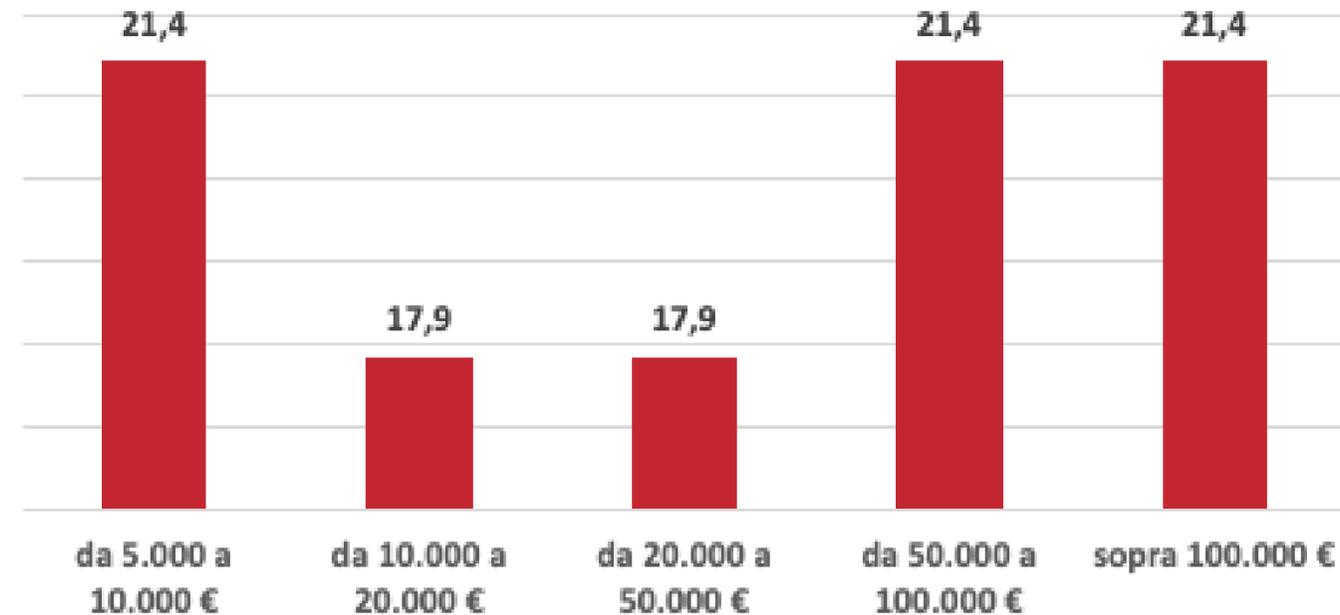
Il voto medio riflette un'adesione **soddisfacente** agli investimenti

Prospettive positive. Le prospettive di investimento sono molto **favorevoli**

L'investimento nel budget marketing

dell'Esports – 2024 - Valori

Qual è il range d'investimento della tua azienda in progetti esports e gaming attuali o futuri?



Tendenze di Investimento:

Prevalenza delle Classi di Importo. La maggioranza degli investimenti si concentra nelle classi di importo più basse, tra 5.000 e 10.000 euro, e tra quelle più elevate, oltre i 50.000 euro

Tendenza Positiva. È evidente la propensione a considerare positivamente l'allocazione di risorse significative per lo sviluppo degli sport elettronici e del gaming



Grazie!

Mail: oiesports@sportdigitalhouse.it