



ESPORTS: IN ITALIA IL SETTORE GENERA UN IMPATTO ECONOMICO COMPLESSIVO DI OLTRE 47 MILIONI DI EURO, IN CRESCITA DEL 4% RISPETTO AL 2021

Solo l'impatto diretto, legato all'occupazione, vale circa 38 milioni di euro. È quanto emerge dal "Landscape del settore esports in Italia", commissionato da IIDEA a Nielsen e presentato oggi a Round One

MILANO, 25 ottobre 2022 – Cresce il valore del settore degli esports in Italia, e lo fa in maniera significativa, con una crescita dell'**impatto economico superiore del 4%**. È questo il quadro che emerge dalla seconda edizione del "Landscape del settore esports in Italia", commissionato da IIDEA a Nielsen e presentato oggi a **Round One**, l'evento business dedicato agli esports in Italia che l'associazione ha organizzato anche quest'anno con NinetyNine presso OGR Torino.

"Gli esports sono un segmento del settore dei videogiochi sempre più sviluppato anche nel nostro Paese, non solo in termini di fruizione da parte del pubblico, ma anche di maturazione e professionalizzazione dell'ecosistema locale", ha commentato **Marco Saletta, Presidente di IIDEA**.

Il peso degli esports in Italia

La ricerca realizzata da Nielsen si basa su dati raccolti attraverso un'indagine ad hoc sugli stakeholder del settore (team, organizzatori, publisher e altre tipologie di operatori), integrata con dati di settore elaborati secondo l'expertise di Nielsen Sports. Secondo le stime di Nielsen l'impatto economico complessivo generato dal settore in Italia, che comprende impatto economico diretto e indiretto, ammonta a oltre **47 milioni di euro**.

L'**impatto economico diretto**, ossia direttamente collegato all'occupazione generata dal settore, è di **circa 38 milioni di euro a fronte dei 30** della precedente analisi. Di questi, il 55% (20,9 mln) viene generato dai team di esports, seguiti dagli organizzatori con il 22% (8,4 mln) e dai publisher con il 5% (2 mln). Il restante 18% (6,7 mln) viene generato da altre tipologie di società che operano nel mondo esports (es. venue dedicate, produttori hardware, sviluppatori e altre categorie non assimilabili alle precedenti). Le principali categorie di spesa, in termini di occupazione, variano in relazione alla tipologia di entità considerata. I ruoli che all'interno del settore pesano maggiormente sul totale dei costi per il personale sostenuti sono pro-player, content creator e analyst/coach per i **team**, caster/commentatori, project manager e content creator per gli **organizzatori** e occupazioni in ambito marketing/PR per i **publisher**.

L'impatto economico indiretto, generato da tutte le spese correlate al mondo degli esports, come i servizi ausiliari e il merchandising, è invece **superiore a 10 milioni di euro**. A differenza di quanto rilevato per l'impatto diretto, sono i publisher che contribuiscono maggiormente con il 64% (circa 6,9 mln) del totale. I team generano il 19% del valore indiretto mentre gli organizers il 14%. Il rimanente 3% (348 k) è riconducibile alle restanti categorie di società operanti nel settore. Le principali categorie di spesa sono marketing, travel/accomodation, finance/legal e amministrazione per i **team**, HR/personale, equipment e rental, finance/legal e amministrazione per gli **organizzatori** e infine marketing e merchandising per i **publisher**.

La percezione di chi opera nel settore



Il “*Landscape del settore esports in Italia*” presenta anche un’analisi qualitativa realizzata attraverso interviste agli operatori del gaming competitivo in Italia.

Da questa seconda parte della ricerca emerge che **la crescita del settore in Italia continua a stimolare investimenti e iniziative** da parte dei principali stakeholder. Il target di riferimento (maturo in termini di seguito) si caratterizza per essere giovane, ricettivo e reattivo, e le interazioni che avvengono con esso sono basate sul coinvolgimento diretto (tanto come giocatore quanto come fruitore di esperienze e contenuti e come acquirente). I fan esports e sono un target esigente per quello che riguarda le prestazioni, le esperienze di gioco e il coinvolgimento. I risultati ottenuti tramite partnership, eventi ed experience, hanno dato agli attori coinvolti nel mondo esports **una connotazione di eccellenza e un vantaggio competitivo** in termini di percezione del proprio brand. Oltre ad incrementare l’awareness i brand hanno anche ottenuto buoni risultati in termini di customer acquisition nonché di networking e interazioni B2B.

La partecipazione al mondo esports sta avvenendo sia per via diretta (tramite la fornitura di prodotti dedicati) che indiretta (attraverso sponsorizzazioni o altre tipologie di investimenti). Indipendentemente dal posizionamento, i brand (endogeni ed esogeni) hanno come obiettivo quello di interagire e posizionarsi all’interno di un settore dinamico, caratterizzato da tratti quali **innovazione e avanguardia**.

“Dai dati e dalle interviste emerge come oggi ci siano aspettative di crescita degli esports in Italia strettamente collegate alla sua consacrazione all’interno del mondo entertainment come nuovo media. Questo porta gli attori coinvolti a creare nuovi prodotti e contenuti fruibili non solo alla fanbase esports ma anche al grande pubblico”, ha aggiunto **Andrea Valadé, Director, Business Development di Nielsen Sports & Entertainment**. *“Tra gli ostacoli alla crescita del settore in Italia gli operatori identificano l’assenza di incentivi o agevolazioni economiche da parte delle istituzioni e il gap tecnologico a livello di infrastrutture e di rete tra le varie aree del Paese, a cui si aggiunge anche la necessità di un ulteriore sviluppo in termini di professionalizzazione”*.

Per rimanere aggiornato su tutti gli appuntamenti della seconda edizione di Round One, visita roundone.gg oppure segui i profili [Facebook](#), [LinkedIn](#) e [Twitter](#) dell’evento.

###

Per tutti i materiali per la stampa, visita <https://roundone.gg/media-zone/>

A proposito di IIDEA

IIDEA (Italian Interactive & Digital Entertainment Association) è l’Associazione di categoria dell’industria dei videogiochi in Italia. È la voce del settore sulle tematiche di interesse comune dei propri soci. Lavora per promuovere gli operatori italiani in Italia e all’estero e per facilitare l’accesso al mercato italiano degli operatori stranieri. Realizza diverse iniziative per valorizzare il ruolo del settore nell’economia, nella società, nella cultura e nell’educazione. Tra queste: il *Games Industry Day*, il forum annuale di discussione tra industria e istituzioni sul presente e sul futuro del settore in Italia; *First Playable*, il primo evento business internazionale dedicato agli sviluppatori indipendenti in Italia; Round One il primo evento business internazionale dedicato agli esports in Italia; e gli *Italian Video Game Awards*, il premio nazionale per l’eccellenza nel settore dei videogiochi. A livello internazionale IIDEA è membro del Board of Directors di ISFE (Interactive Software Federation of Europe) e del Management Board di PEGI S.A., l’organizzazione no profit che gestisce il sistema paneuropeo per la classificazione dei videogiochi. Per maggiori informazioni, visita <https://iideassociation.com/>

Imageware per IIDEA

Massimiliano Cimelli, Stefano Licciardi, Marco Maggetti, Jacopo Todini, Stefania Trazzi
+39 02700251 | IIDEA@imageware.it



A proposito di Ninetynine

Nati nel 2007 con la mission di fornire pensiero strategico di supporto ai marketing team con focus sull'innovazione delle tecniche, processi, analisi e messaggi di comunicazione. Dal 2012 ci siamo dotati di tre divisioni operative: creativa, produzione e digital, coordinate dal team specializzato in brand strategy. Questa organizzazione consente a Ninetynine di fornire un supporto integrato dal marketing, alla pubblicità, agli eventi, all'engagement, alle convention. La costante ricerca per l'eccellenza e l'innovazione ci ha portato ad essere fra le agenzie italiane più premiate nei singoli servizi. Siamo spesso coinvolti su progetti ambiziosi ad alta attenzionalità dove è richiesta un'integrazione completa fra pensiero strategico, concept creativo ed execution. Per maggiori informazioni, visita <https://ninetynine.biz/>

Elettra PR per Ninetynine

Elettra Zadra, elettra.zadra@elettrapr.it, +39 335 5929854

Francesca Raimondi, francesca.raimondi@elettrapr.it, +39 392 9469018