

Gli sport elettronici continuano a crescere: il fenomeno degli eSports anche in Italia

Pubblicato: Giovedì 17 Novembre 2022



Continua a crescere in maniera significativa il valore degli esports all'interno del mercato italiano. Un fenomeno

diventato vero e proprio business, e non più solo passatempo, destinato ad espandersi ulteriormente. Un quadro generale della situazione emerso chiaramente in occasione dell'indagine "Landscape del settore esports in Italia", realizzata dall'associazione di categoria degli editori di videogiochi. **Sorprende scoprire quanti sono i giocatori di eSports in Italia .**

Cosa si intende per esports

Il termine "esports" (electronic-sports) indica l'insieme di attività e incontri tra utenti che si sfidano attraverso l'utilizzo di piattaforme elettroniche di videogiochi (pc, console o mobile), mettendo in palio premi di vario tipo.

Un mercato in crescita

Attualmente, **il settore esports genera un valore di circa 47 milioni di euro**, con un impatto economico in crescita del 4% rispetto all'anno precedente.

L'indagine realizzata da Nielsen ha cercato di sviscerare e comprendere, intervistando gli stakeholder di settore, le

diverse componenti che concorrono a rendere questo mercato estremamente competitivo. **Dei 47**

milioni totali, 38 milioni sono frutto del cosiddetto impatto economico diretto, ovvero tutte quelle attività direttamente collegate al settore, e i restanti 10 milioni sono legati invece ad attività che in maniera indiretta (servizi ausiliari) concorrono nella creazione del valore.

Il 55% dei guadagni “diretti” (20,9 mln) deriva dal lavoro dei team di esports, il 22% (8,4 mln) dagli organizzatori e il 5% (2 mln) dai publisher. Il residuo 18% (6,7 mln) proviene da una serie di altre società che operano nel mondo esports (produttori hardware, sviluppatori e altre categorie). **Dei 10 milioni che derivano da attività accessorie** (marketing, hr, merchandising, finanche), **il 64% (6,9 mln) è frutto dell’attività dei Publisher**, il 19% proviene dai team di giocatori, il 14% dagli organizers, e il rimanente 3% (348 k) da una serie di altre varie società.

Il settore dagli occhi degli operatori

Dal punto di vista qualitativo, l’indagine ha fornito una visione ben precisa di quale sia l’attuale stato di salute del settore dal punto di vista di coloro che vi lavorano all’interno quotidianamente.

«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. **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», ha detto Andrea Valadé, Director, Business Development di Nielsen Sports & Entertainment.

I dati e la percezione degli operatori sono una chiara testimonianza di quanto **il settore eSports stia vivendo una fase di espansione molto importante**. A questi fattori se ne aggiunge un terzo, la crescita del numero di sponsorship, sintomo di un mercato florido su cui vale la pena in questo momento investire. **Non chiamateli “videogiochi”**, quando un ragazzo dentro casa passa del tempo davanti allo schermo non lo sta buttando via, potrebbe essere la fase di preparazione della sua prossima carriera milionaria.

di [Mister Gadget](#)