



Italian Interactive Digital Entertainment Association

LANDSCAPE DEL SETTORE ESPORTS IN ITALIA 2022



INDICE

LANDSCAPE DEL SETTORE ESPORTS IN ITALIA | 2022

1

SUMMARY

2

IMPATTO ECONOMICO
DEL SETTORE ESPORTS

- Impatto economico diretto
- Impatto economico indiretto
- Valore aggiunto lordo per occupato

3

LA PERCEZIONE DEGLI STAKEHOLDER

4

IIDEA

5

NIELSEN

Fonti e Metodologia

Nielsen Sports & Entertainment e IIDEA presentano il secondo “Landscape del Settore Esports”, una stima dell’impatto economico generato dagli operatori di settore che considera l’impatto occupazionale, la spesa correlata e l’amplificazione dovuta al potere di spesa incrementale generato dal settore in Italia.

Lo studio si basa su dati derivanti da una **ricerca di mercato ad hoc** somministrata ai principali stakeholder operanti nel settore esports (team, organizzatori, publisher e altre tipologie di operatori), la quale ha costituito la base delle analisi di misurazione dell’impatto economico generato dal relativo settore.

I dati raccolti attraverso la ricerca sono stati integrati con dati provenienti da **database di terze** parti ed elaborati secondo l’**expertise** di Nielsen Sports.



RICERCA AD HOC

Raccolta di dati e insight relativi al numero di occupati nel settore (per tipologia di società), il relativo salario lordo e la percentuale di risorse imputabile al mondo Esports



DATABASE DI TERZE PARTI

Banche date nazionali e/o sovranazionali (Istat, Eurostat)
Dati finanziari disponibili tramite database Orbis
Report di settore e benchmark internazionali



EXPERTISE

Per garantire la più alta validità dei dati e delle stime effettuate, i calcoli si basano su precedenti analisi di benchmarking e sull’expertise di Nielsen Sports

1 SUMMARY

Impatto Economico

- L'**impatto economico totale (diretto e indiretto)** stimato per il settore esports in Italia ammonta a **47 - 51 milioni di euro**.
- L'**impatto economico diretto**, ossia direttamente collegato all'impatto occupazionale generato dal settore, è di circa **38 milioni di euro**.

- 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:
 - **Team:** pro player, content creator e analyst/coach;
 - **Organizzatori:** caster/commentatori, project manager e content creator;
 - **Publisher:** occupazioni in ambito marketing/PR.

Impatto Economico

- L'impatto economico indiretto, generato da tutte le spese correlate al mondo degli esports, come i servizi ausiliari e il merchandising, è superiore a **10 milioni di euro**.

- A differenza di quanto visto per l'impatto diretto, sono i publisher che contribuiscono maggiormente da un punto indiretto 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)** viene generato dalle restanti categorie di società operanti nel settore.

- Le **principali categorie di spesa** correlata per tipologia di entità sono:

- **Team:** marketing, travel/accomodation, finance/legal e amministrazione;
- **Organizzatori:** HR/personale, equipment e rental, finance/legal e amministrazione;
- **Publisher:** marketing e merchandising.

Il Settore Degli Esports In Italia

475.000

AVID FANS

Persone di età compresa tra i 14 e i 40 anni che seguono eventi esports ogni giorno in Italia

1.6 mln

FANBASE

Persone di età compresa tra i 14 e i 40 anni che seguono eventi esports più volte la settimana

Incremento delle **Hours Watched** su Twitch di streaming relativi al mondo esports
2021 vs 2020

+61%

CAGR fatturato esports
(2017-2022*)



Quando hai iniziato a seguire gli esports?



(+17% vs 2021)

+60%





IMPATTO ECONOMICO DEL SETTORE ESPORTS

Impatto economico diretto e indiretto

Impatto occupazionale e spesa correlata del settore esports in Italia



IMPATTO DIRETTO

37/39 mln €



IMPATTO INDIRETTO

10/12 mln €



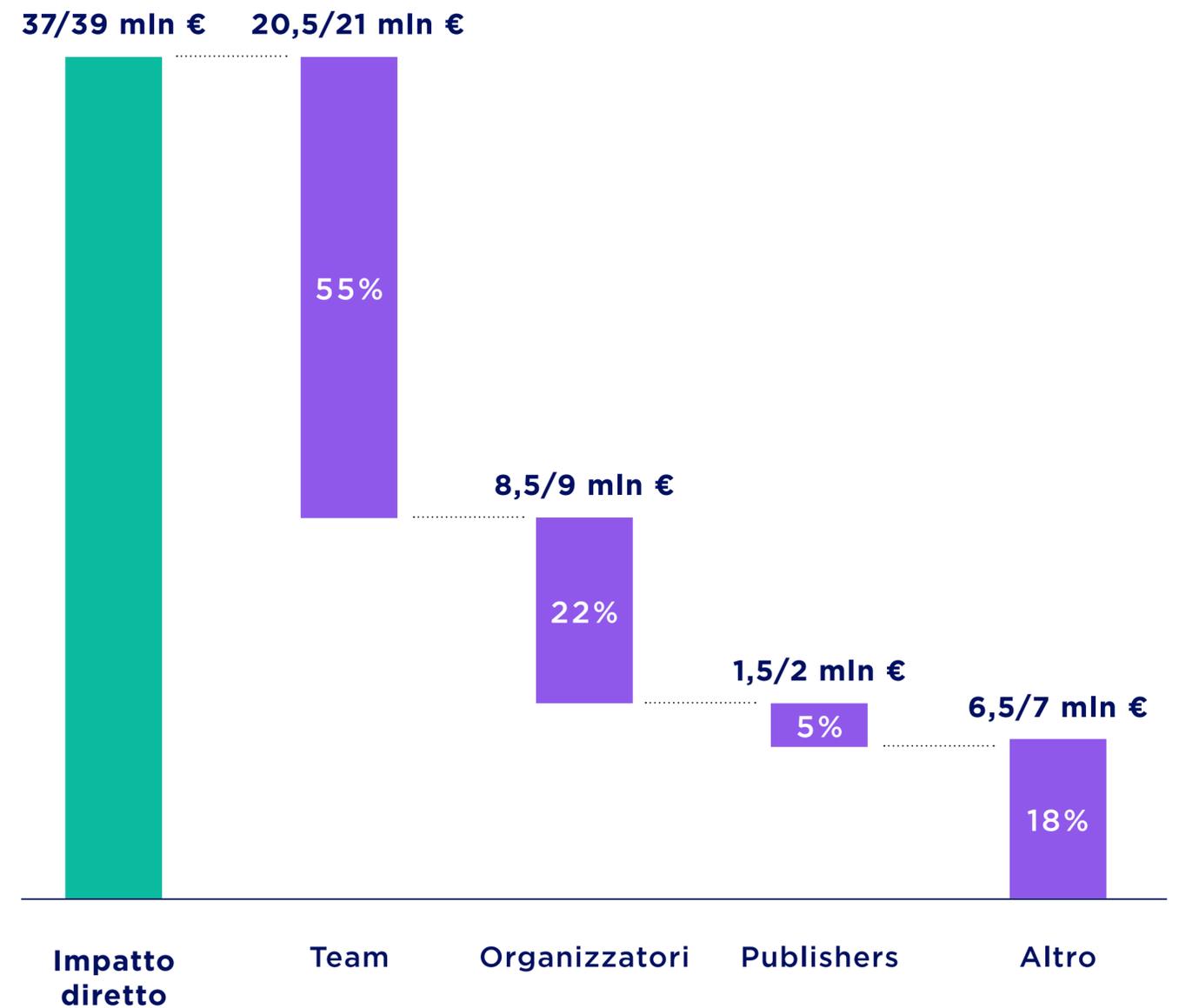
IMPATTO ECONOMICO DIRETTO + INDIRETTO

47mln / 51mln €

(+4% vs 2021)

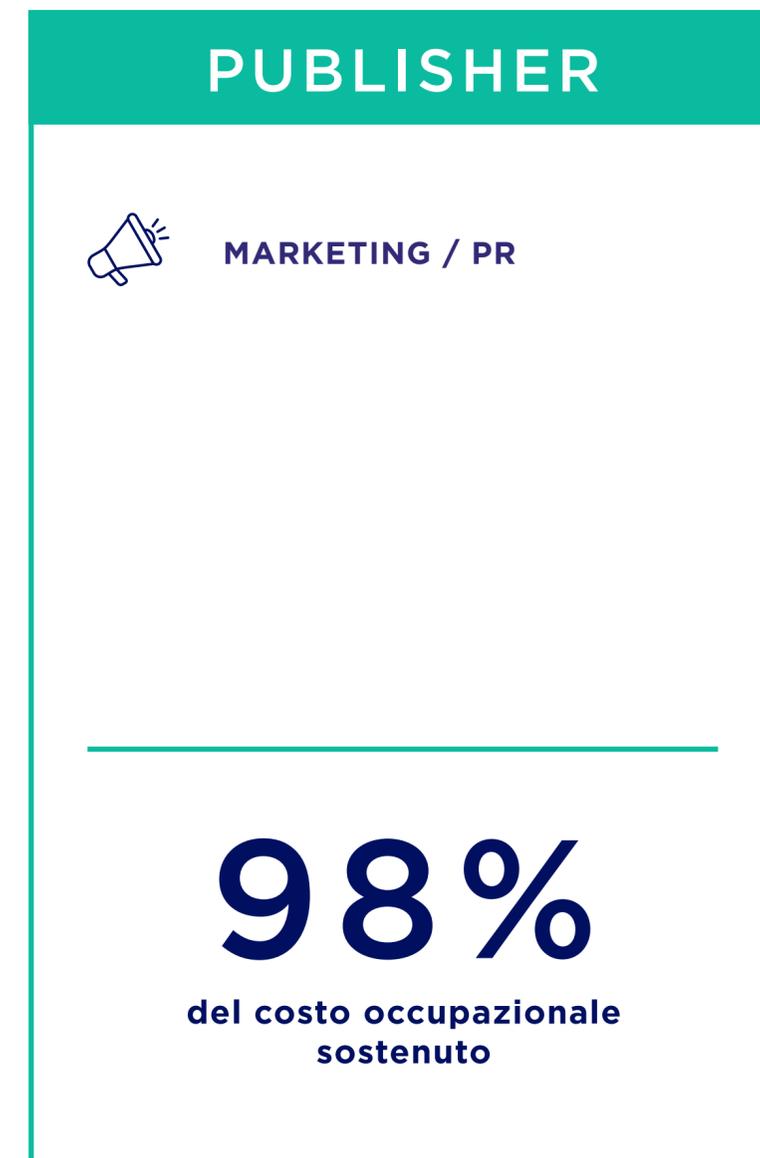
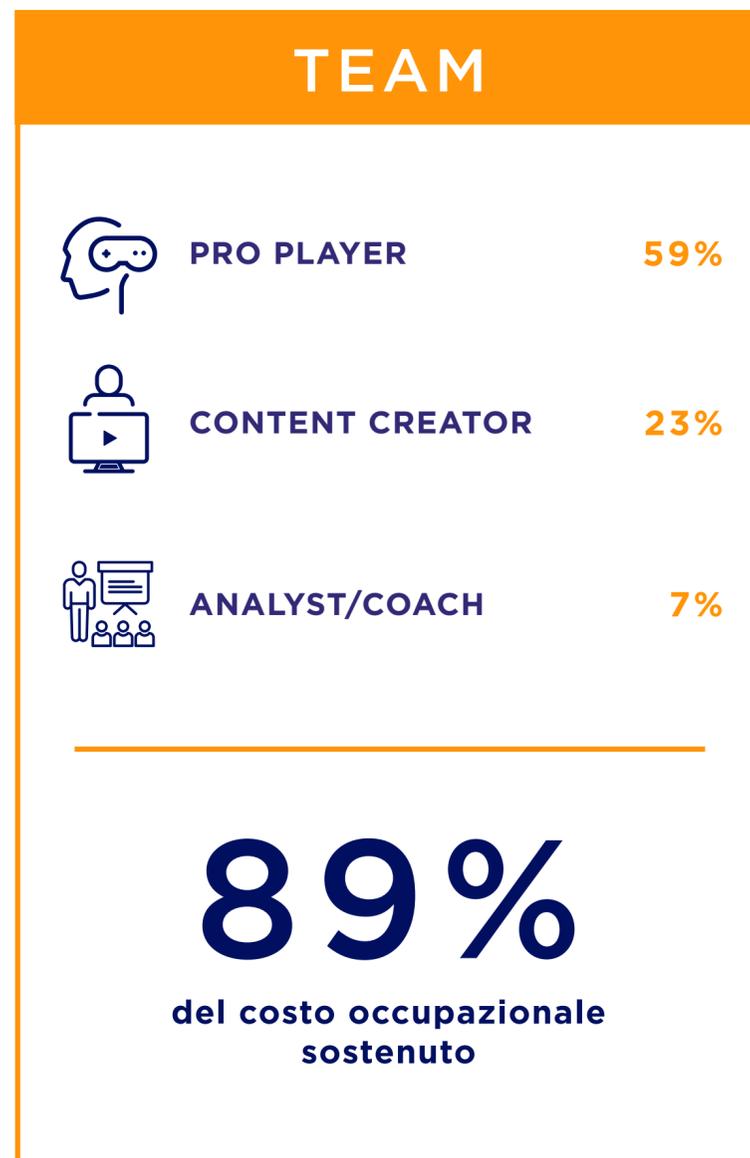
Impatto Diretto

Impatto occupazionale collegato al settore degli esports in Italia



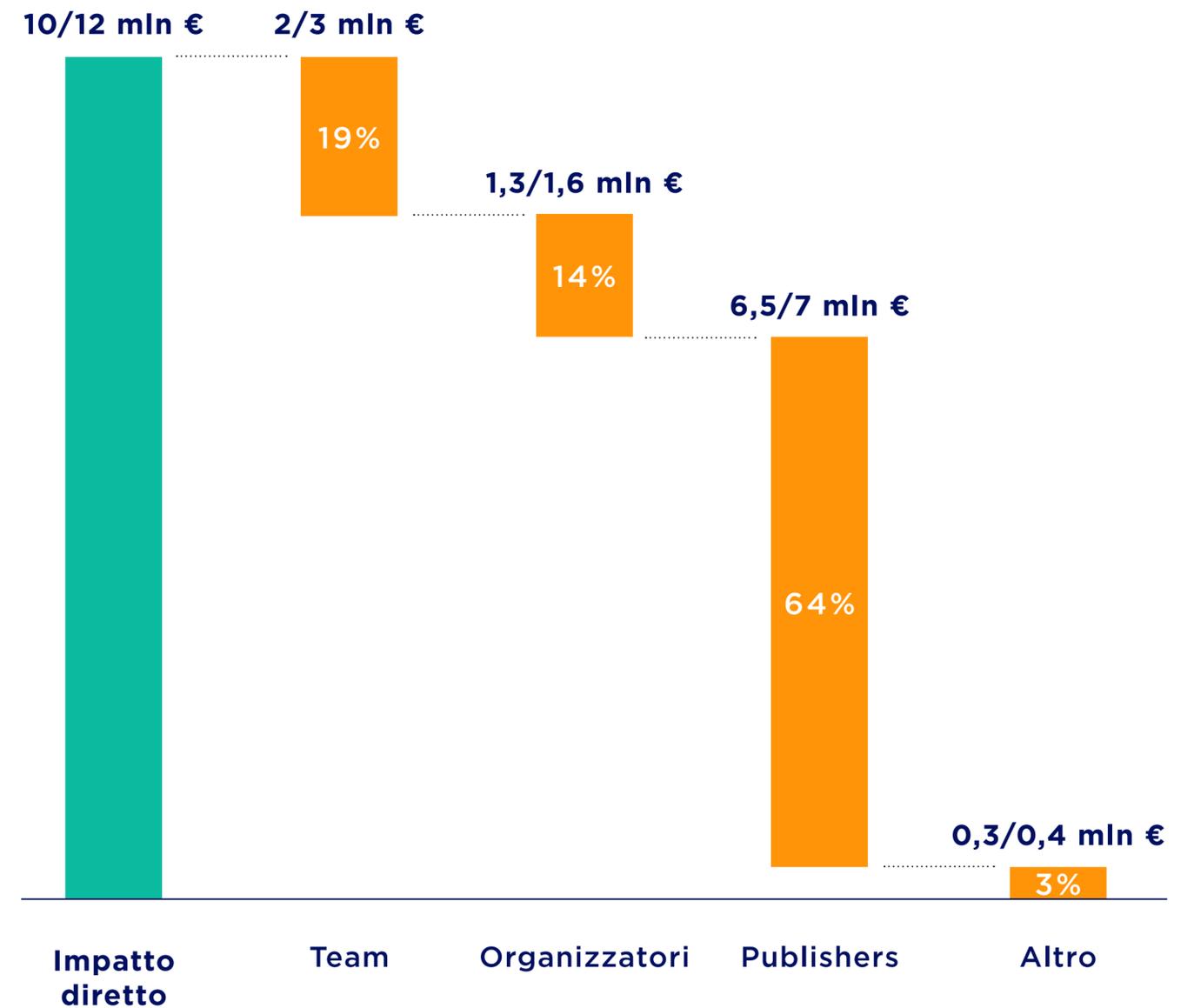
Impatto Diretto

Principali categorie di spesa occupazionale per team, organizzatori e publisher



Impatto Indiretto

Spesa correlata agli esports (es. servizi, equipment, merchandising) in Italia



Impatto Indiretto

Principali categorie di spesa correlata per team, organizzatori e publisher

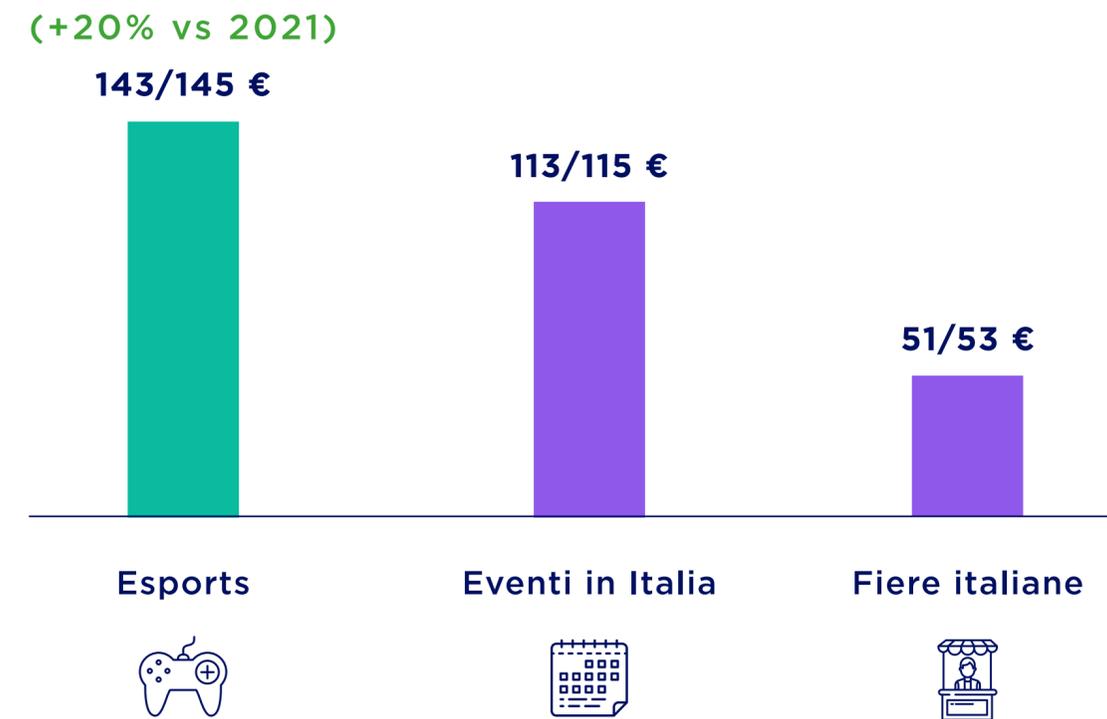


Valore aggiunto lordo per occupato

Quanto ogni occupato contribuisce a creare valore aggiunto all'interno del settore in cui opera?

MARGINE DI CONTRIBUZIONE DI OGNI OCCUPATO NEL RISPETTIVO SETTORE (VALORI IN .000)

Valore aggiunto lordo * / Numero di occupati nel settore



*Il valore aggiunto lordo (GVA) considera sia l'impatto diretto e indiretto, sia l'indotto generato dal settore di riferimento



LA PERCEZIONE DEGLI STAKEHOLDER

Metodologia

MERCATO:

Italia

TECNICA INVESTIGATIVA

Interviste condotte da IIDEA attraverso la somministrazione di un questionario ad aziende multisetto che hanno investito negli esports in diverse modalità.

AZIENDE INTERVISTATE

- LG Electronics Italia S.p.A.
- Asus
- Reply
- Nutrition & Santè Italia Spa
- Royal Unibrew

La percezione degli stakeholder

Insight estratti dalle interviste condotte da IIDEA ad un set di attori attivamente coinvolti nell'universo esports

TRIGGER

La **crescita del settore in Italia** continua a stimolare investimenti ed 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).

OBIETTIVI

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**.

RISULTATI

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**.

ASPETTATIVE

Continuano ad esserci aspettative di crescita del fenomeno, strettamente collegate alla sua **consacrazione all'interno del mondo entertainment come nuovo media**, che porta gli attori coinvolti a **creare nuovi prodotti/contenuti fruibili** non solo alla fanbase esports ma anche al «grande pubblico». Viene, nuovamente, sottolineata la necessità di uno sviluppo in termini di **professionalizzazione del settore**.



CHI SIAMO ?

Siamo l'Associazione di categoria dell'industria dei videogiochi in Italia. Diamo identità e voce comune al settore e indirizziamo con un approccio unitario i temi di interesse condiviso.

L'Associazione è stata fondata agli inizi degli anni 2000. In origine i nostri soci erano principalmente multinazionali del settore con sede in Italia. Dal 2011, con la nascita di numerosi studi di sviluppo di videogiochi anche nel nostro paese, abbiamo allargato la nostra base associativa alle imprese italiane che producono videogiochi, che oggi rappresentano la larga maggioranza dei nostri soci.

Nel 2019 abbiamo aperto l'Associazione al mondo esports, accogliendo come soci i primi team e organizzatori di eventi esports. Attualmente riuniamo oltre 90 soci che comprendono produttori di console per videogiochi, editori multinazionali di videogiochi, sviluppatori italiani di videogiochi e operatori del settore esports.

A livello internazionale aderiamo dal 2002 all'Associazione di categoria europea ISFE (Interactive Software Federation of Europe) con sede a Bruxelles e dal 2005 siamo membri del Board of Directors della medesima. A partire dal 2020 aderiamo alla federazione EGDF (European Game Developer Federation).

Siamo inoltre membri del Management Board del PEGI, sistema di classificazione dei videogiochi che aiuta i genitori a compiere scelte consapevoli durante l'acquisto. Siamo un'Associazione agile, snella e orientata al risultato. Il nostro modo di lavorare è molto pragmatico e si basa sul costante coinvolgimento dei nostri soci, in modo da assicurare che la nostra azione sia sempre al passo con la costante evoluzione del settore. I nostri soci sono al centro di qualsiasi scelta e azione dell'Associazione.

I NOSTRI SOCI

2Watch	Dreambits Studio	MAGA Animation	Sandbox Studios
34BigThings	Dsyre	MCES Italia	Sedleo
505 Games	Electronic Arts	Meangrip	SimCoVR
ACGames	Empire Esports	Melazeta	Singular Perception
Activart	Epic Games	Microsoft	Slitherine
Activision Blizzard	ETT Solutions	Milestone	SolidColor
Adalot Networks	Exeed	MixedBag	Sony Interactive Entertainment
Airland Studios	Fantastico Studio	myAppFree	Storm in a Teacup
Alittleb	Gameloft	Nintendo	Stormind Games
AnotheReality	GhostShark Games	Novis Games	Strelka Games
API	Green Flamingo	One O One Games	Studio Evil
Bandai Namco Entertainment	Hellodi	Open Lab	Studio V
Baryonyx Games	Hexon Esports	Operaludica	Synesthesia
Big Ben Interactive	HSL Esports	Orbital Games	Take Two
Black Mastiff Studio	Guarini Design	Outplayed	Tiny Bull Studios
BR Digital	Hive Division	Panda Indie Studio	Trinity Team
Cordens Interactive	Idra Interactive	PG Esports	Ubisoft
C-Skål Productions	Invader Studios	PM Studios	Ubisoft Milan
Cube Comunicazione	Italian Games Factory	Pro2Be Esports	UNAMedia
Digital Lighthouse	Iter Research	ProGaming Italia	Untold Games
Digital Moka	Just Funny Games	QLASH	Virtual
Digital Tales	Jyamma Games	Raceward Studio	Xplored
dpstudios	Keiron Interactive	Red Koi Box	Warner Bros.
Deep Monolith	Leonardo Interactive	Rednoy	We Are Muesli
Digitally Arts	LKA	Reludo	WeStudio
Dynamight Studios	Mad Pumpkins Gamestudio	Reply Game Studios	White Manager
Dragonkin Studios	Mash&Co	Reply Totem	
Dramatic Iceberg	MAV Reality	Riot Games	





CHI SIAMO ?

Nielsen Sports & Entertainment è il principale fornitore di analisi e insight nel settore dello sport & entertainment, offre la fonte più affidabile di dati indipendenti e olistici del mercato e la visione più completa dei trend e delle abitudini dei consumatori in tutto il mondo ed è il leader globale nella fornitura di soluzioni ad hoc per team, leghe, federazioni, brand, broadcaster ed agenzie.

Attraverso il mix di soluzioni che comprendono l'analisi sull'efficacia delle sponsorizzazioni e la competenza relativa ai fan, unitamente alla comprensione che Nielsen possiede in termini di comportamento dei consumatori e della loro fruizione dei media, Nielsen Sports & Entertainment si posiziona in modo unico nel supportare lo sviluppo del business attraverso lo sport & entertainment.

I dati di brand exposure e le misurazioni di Nielsen Sports & Entertainment sono considerati come moneta corrente nel mercato dello sport mondiale. Unendo i dati relativi alle sponsorship con quelli di Nielsen relativi agli acquisti e agli intenti degli acquirenti, Nielsen Sports & Entertainment fornisce a più di 1.700 clienti soluzioni estremamente efficaci ed integrate per supportarli nel prendere le decisioni migliori.

