

OSSERVATORIO ITALIANO ESPORTS



BILANCIO SOCIALE 2022



INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	pag. 02
NOTA METODOLOGICA	pag. 04
L'OSSERVATORIO ITALIANO ESPORTS	pag. 08
IL MODELLO ORGANIZZATIVO	pag. 12
LE NOSTRE ATTIVITÀ DEL 2022	pag. 20
AZIONI DI MIGLIORAMENTO	pag. 46
CREDITI E CONTATTI	pag. 48



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Amici membri di OIES e operatori del mondo Esports e Gaming,

È trascorso solo un anno dal nostro primo e storico Bilancio Sociale, ma tutto è cambiato nel mondo degli Esports e del Gaming.

In così poco tempo questo settore è stato travolto da innovazioni tecnologiche e cambiamenti di mercato che hanno ridisegnato equilibri dati per assodati.

Se nel 2021 l'ascesa del gaming era considerata come un fenomeno prettamente sociale conseguente alle restrizioni dovute dal COVID, **nel 2022 abbiamo assistito alla sua definitiva maturazione come linguaggio di comunicazione e marketing.**

Questa nuova consapevolezza ha cambiato tutto, con impatti di mercato positivi ma anche con effetti collaterali forse non previsti.

Come Osservatorio Italiano Esports abbiamo riscontrato una proliferazione di nuovi progetti lanciati nel settore. Questo è avvenuto come conseguenza dell'interessamento crescente di svariati brand al mondo degli Esports. Sono quindi nati nuovi team, agenzie e gaming organizations, che si sono poste come interlocutori per soddisfare le richieste di servizi delle aziende.

Da un lato, l'ingresso di nuovi operatori di business è sempre da considerare come un segnale di vivacità del mercato. È forte infatti l'interesse da parte degli sponsor di inserire Esports e gaming nelle proprie strategie di marketing.

È ormai consolidato l'assunto per cui **il gaming sia diventato un linguaggio universale**, capace di creare un punto di contatto con la generazione Z e quelle più giovani. **Questo paradigma è la conquista più importante ottenuta dagli operatori del settore.**

Tale nuova prospettiva nell'approccio degli sponsor è frutto anche dall'intenso lavoro di promozione ed educazione che entità come l'OIES hanno portato avanti con forza, proprio per avvicinare i brand a comprendere le potenzialità del gaming.

Se lo sdoganamento del gaming come strumento di marketing è il fattore più importante da sottolineare nel 2022, bisogna altrettanto prestare attenzione ad altri risvolti.

Possiamo paragonare il 2022 degli Esports in Italia in parte alla bolla delle dotcom di inizio millennio.

Così come l'avvento di internet nell'economia di largo consumo aveva portato alla crescita abnorme di una bolla di mercato, con conseguente disfatta di numerose aziende che avevano cercato di cavalcare l'onda, allo stesso modo gli Esports hanno rappresentato un trend molto ricercato dagli sponsor che però non si è tramutato nella nascita di un ecosistema strutturato.

Nel giro di pochissimo tempo gli Esports sono passati dall'essere un mercato di nicchia a fenomeno mainstream. Il settore non ha avuto il tempo necessario per far sedimentare esperienza e consentire l'ingresso di professionalità qualificate nel settore.

La conseguenza si è tradotta in un'offerta di servizi impreparata a soddisfare le esigenze dei grandi brand. Questo ha portato gli sponsor ad allontanarsi altrettanto velocemente dal trend Esports, con la nefasta conseguenza della chiusura di tantissime organizzazioni, nate con grandi prospettive e cadute rovinosamente nel giro di un anno.

Qual è quindi il bilancio del 2022 degli Esports italiani? È un quadro chiaroscurato.

Da un lato abbiamo monitorato un interesse ancora vivo e vivace da parte dei brand, che nonostante le delusioni ricevute dai progetti in cui hanno investito restano ancora convinti dalla **potenza del gaming come strumento di marketing.**

Anche la community di giovani che vuole fare del gaming un lavoro è cresciuta. I nostri corsi di formazione hanno registrato una conferma dei numeri dell'anno precedente, e anche gli eventi organizzati dall'OIES hanno riscontrato un successo maggiore di pubblico.

Questo è un segnale che il gaming ormai è un fattore di business consolidato, che aziende e sponsor vogliono ancora inserire nelle proprie strategie. **È anche un fenomeno sociale vivo, che continua ad attirare nuovi consumatori e appassionati.**

Il declino repentino dell'offerta di operatori però è un aspetto che non si può ignorare. Ora più che mai **occorre essere bravi e rapidi nel far crescere una nuova generazione di manager del gaming**, che non abbia esperienza solo sugli aspetti strettamente competitivi (organizzazione di tornei e campionati), ma anche su **come rendere gli Esports un prodotto di business.**

Urge infatti passare da un approccio di agenzia, ossia vendere ai brand occasioni di sponsorship, a una visione di Esports come prodotto d'intrattenimento. La più grande differenza rispetto ai Paesi più avanzati in questo mercato è che quello italiano non ha ancora maturato la consapevolezza di un'industria degli Esports.

L'assenza di un "format Esports" ha portato all'aumento di iniziative non unitarie e quindi troppo piccole per soddisfare le metriche degli sponsor.

Il 2022 dell'OIES si è mosso in questo scenario, registrando però innumerevoli progressi, sia per i suoi membri che per l'intero settore. Abbiamo contribuito in modo decisivo all'ingresso di nuovi manager nel mercato, e avvicinato in modo propositivo nuovi brand attraverso format di eventi innovativi per il panorama italiano.

Siamo certi che questo sia stato un anno di transizione, verso una maturazione e una selezione naturale degli operatori, che porterà sicuramente alla nascita di un comparto più maturo e sostenibile.



Continueremo quindi nel porre le basi di un Esports accessibile nella cultura e democratico nelle opportunità di mercato. **Sarà di fondamentale importanza superare gli ostacoli normativi che ancora impediscono un pieno sviluppo del settore.** Abbiamo lavorato molto sotto questo punto di vista, portando il tema degli Esports per la prima volta in Parlamento.

Non ci stancheremo di professare una maggiore collaborazione tra tutti gli attori della filiera: dalle associazioni di categoria fino ai più piccoli team Esports. **L'OIES continuerà ad essere fautore di un settore che abbia una visione unitaria e che non viaggi più in ordine sparso.**

I dati che vi illustreremo in questo report sono la prova trasparente di questo approccio. Formare un fronte degli Esports unito serve a tutti gli stakeholder. Non per interessi particolari, ma per la sopravvivenza stessa del mercato in Italia.

Luigi Caputo, CEO Sport Digital House
e Founder Osservatorio Italiano Esports

NOTA METODOLOGICA

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2022 è il secondo documento di rendicontazione sociale pubblicato dall'Osservatorio Italiano Esports. Segue ad una prima edizione - il Bilancio Sociale 2021 - che ha rappresentato un punto di partenza, una vera e propria "edizione zero" che ha dato il via ad un processo di integrazione culturale della responsabilità sociale per lo sviluppo sostenibile, segnando un momento storico per l'Osservatorio.

Nel 2022 cambia la prospettiva, non ci si "limita" a raccontare e rendicontare le attività le attività realizzate nell'anno corrente in ottica di sostenibilità, ma viene implementato un sistema di monitoraggio e analisi delle performance anche in termini comparativi. In questo senso è stato possibile comprendere quali siano i punti di forza e quelli di debolezza, i rischi e le opportunità con l'obiettivo di rispondere prontamente alle mutevoli esigenze che il mercato degli Esports presenta quotidianamente.

Pertanto, il Bilancio Sociale 2022 rappresenta a tutti gli effetti una prima edizione attraverso la quale l'Osservatorio si impegna a misurare e comunicare con trasparenza i propri "impatti" (e quindi le proprie responsabilità) attraverso un'ottica di miglioramento continuo volta a contribuire, concretamente, allo sviluppo del settore Esports in Italia.

STANDARD UTILIZZATI E PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Dal punto di vista metodologico l'impianto trova ispirazione nella Norma ISO26000 (edizione dicembre 2020), standard internazionale che fornisce delle linee guida sulla Responsabilità Sociale con l'obiettivo di fornire supporto alle organizzazioni con l'obiettivo di guidarle nell'adozione di un approccio responsabile, volto alla promozione e all'attivazione di comportamenti socialmente sostenibili o buone pratiche, al fine di contribuire allo sviluppo sostenibile. Tale dettato ha rappresentato, anche nella seconda edizione, più una guida per le azioni future che un riferimento immediato.

Per quanto riguarda l'analisi di Materialità invece, le linee guida G4 del GRI (Global Reporting

Initiative) hanno rappresentato delle valide linee guida per creare i rendiconti della performance sostenibile o sociale basati su aspetti materiali.

In relazione a ciò, molte delle attività consigliate e previste dall'applicazione della Norma, sono state attivate contestualmente alla redazione del documento e saranno pertanto oggetto di rendicontazione nelle successive edizioni.

Obiettivo primario di questo Bilancio è infatti, quello di rendicontare le attività realizzate dall'Osservatorio nell'anno 2022. Pertanto ne deriva che il periodo di riferimento della rendicontazione è quello che va dal 1° gennaio al 31 dicembre 2022.

PROCESSO DI REPORTING E STRUTTURA DEL DOCUMENTO

I dati e le informazioni riportate nel presente Bilancio sono frutto di un processo di rendicontazione supervisionato e coordinato da CMA Creative Management Association S.r.l. e che si è basato su un costante coinvolgimento della governance, sull'analisi dei principali documenti interni e su una media analysis dei canali dell'Osservatorio. Nel 2022 si è deciso di non coinvolgere direttamente gli stakeholder nel processo di reporting seppur tale atto rappresenta uno dei principali obiettivi già per la prossima edizione.

Il Bilancio si compone di quattro sezioni. Nello specifico:

1. La nostra Identità

All'interno di questa sezione vengono raccolti e raccontati gli strumenti identitari che fanno parte della cultura interna dell'Osservatorio e che forniscono delle concrete guide quotidiane per il suo agire etico. In relazione a ciò, importante è stata l'attività di sintesi e di confronto interno volta a definire ed acclarare i principali strumenti in questione ovvero Missione, Visione sostenibile e Valori.

2. Il modello organizzativo

All'interno di questa sezione vengono raccolti e raccontati gli strumenti identitari che fanno

parte della cultura interna dell'Osservatorio e che forniscono delle concrete guide quotidiane per il suo agire etico. In relazione a ciò, importante è stata l'attività di sintesi e di confronto interno volta a definire ed acclarare i principali strumenti in questione ovvero Missione, Visione sostenibile e Valori.

3. Le attività del 2022

Il corpo centrale del documento è rappresentato dalla descrizione delle attività realizzate dall'OIES e/o che hanno generato un impatto diretto e rilevante nell'anno 2022. Questa sezione è stata a sua volta suddivisa in base alla tipologia di attività rendicontata, così da facilitare la comprensione e la contestualizzazione delle informazioni e dei dati riportati. Per ciascuna attività, sono stati riportati dati qualitativi e quantitativi, utili a comprendere gli obiettivi prefissati ed i risultati ottenuti in relazione a tali obiettivi.

4. Il miglioramento continuo

L'ultima parte del documento è stata redatta con l'obiettivo di acclarare e fornire gli elementi utili a comprendere e valutare le principali azioni di miglioramento cui l'Osservatorio Italiano Esports aspira nel breve, medio e lungo periodo. Tali azioni sono frutto di un confronto interno e rappresentano dei veri e propri obiettivi da perseguire nel futuro.

LA MATERIALITÀ IN OIES

Le linee guida G4 del GRI affermano che un'organizzazione si trova ad affrontare una vasta gamma di temi sui quali può rendicontare ma dovrebbe concentrarsi esclusivamente sui temi rilevanti ovvero quelli che possono ragionevolmente essere considerati importanti in quanto riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali dell'organizzazione o influenzano le decisioni degli stakeholder. L'approccio alla determinazione degli aspetti materiali per l'OIES si è basato prevalentemente sul confronto interno della governance che nel 2021 ha individuato 8 tematiche pertinenti e significative per l'Osservatorio.

Pertanto, è risultato essenziale comprendere "cosa" (quali contenuti e aree d'intervento) sia pertinente alla natura e alle attività messe in

campo da OIES e, conseguentemente, quanto (e per chi) quel contenuto, è ritenuto significativo per la realizzazione di un percorso di responsabilità sociale nel medio-lungo periodo.

Le **tematiche materiali** identificate nel 2021 sono state confermate anche nel 2022:

- **Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia;**
- **Partecipazione e coinvolgimento dei membri dell'Osservatorio;**
- **Formazione, professionalizzazione e aggiornamento continuo dei professionisti del settore Esports;**
- **Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports;**
- **Networking e creazione di opportunità per i membri dell'Osservatorio;**
- **Comunicazione chiara e trasparente;**
- **Identità, valori e comportamento etico;**
- **Trasparenza e correttezza della governance.**

Il prossimo passo sarà quello di coinvolgere i portatori d'interesse circa la pertinenza e la significatività dei temi materiali individuati dalla governance dell'Osservatorio.

DISPONIBILITÀ DEL DOCUMENTO

Il Bilancio Sociale 2022 dell'Osservatorio Italiano Esports è editato e pubblicato in italiano ed è disponibile sul sito istituzionale <https://www.oiesports.it/>

Informazioni aggiuntive e approfondimenti sulle tematiche esposte nel Bilancio possono essere richieste all'indirizzo e-mail oiesports@sportdigitalhouse.it



HIGHLIGHTS

FORMAZIONE

1 ADVANCED ESPORTS PROGRAMME

46 OIES BADGE RILASCIATI

6 POSIZIONI LAVORATIVE CONDIVISE CON JOBS IN ESPORTS

7 COLLABORAZIONI CON UNIVERSITÀ ITALIANE

RICERCA

5 RICERCHE DI MERCATO SULLO STATO DEGLI ESPORTS IN ITALIA

2 MANIFESTI LEGALI DEGLI ESPORTS

3 RICERCHE DEDICATE AD ALTRI ASPETTI DEGLI ESPORTS

NETWORKING ED EVENTI

3 EVENTI VIRTUALI

3 EVENTI DAL VIVO

COMUNICAZIONE

100 NEWS PUBBLICATE

300 NEWSLETTER

41 COMUNICATI STAMPA

OLTRE **250** PUBBLICAZIONI SU TESTATE DI SETTORE

+537 FOLLOWER NEI CANALI SOCIAL



L'OSSERVATORIO ITALIANO ESPORTS



CHI SIAMO

L'Osservatorio Italiano Esports è il primo ente italiano che aggrega in un'unica piattaforma tutti i player coinvolti nello sviluppo del mercato degli sport virtuali.

L'ente realizza le sue attività seguendo una duplice linea direttrice: da una parte è una piattaforma di networking per aziende, team, agenzie, centri media e professionisti che hanno interesse a investire in questo mercato e che attraverso l'Osservatorio possono conoscersi e sviluppare opportunità di business; dall'altra rappresenta uno strumento per sviluppare competenze innovative e quanto mai attuali realizzando periodicamente report e studi di settore, informando gli stakeholder attraverso le news ed erogando corsi di formazione sul marketing e sul business degli Esports.

Sport Digital House



L'Osservatorio Italiano Esports è promosso da Sport Digital House. Sport Digital House è una **realtà specializzata nel digital marketing sportivo** con focus sulla crescita del business di aziende, atleti e addetti del mondo sportivo.

L'azienda, attraverso l'utilizzo di un metodo basato sul **funnel marketing**, offre **consulenza specialistica in relazione a molte attività caratteristiche del mondo sportivo** con lo scopo di valorizzare e monetizzare al massimo l'immagine o l'attività commerciale dei suoi clienti.

Tra le vaste ma interconnesse aree trattate (come ad esempio: la gestione degli account social, formazione aziendale, creazione di siti internet ed e-commerce, content creation, e altro ancora) c'è anche l'**Esports Marketing**.

In questo caso l'impresa concentra la sua attività in quella che è la nuova frontiera del marketing sportivo, generando opportunità attraverso l'individuazione di **strategie su misura adatte per intercettare il pubblico della Generazione Z** tramite i videogiochi competitivi.

Su queste basi nel 2020 Sport Digital House ha fondato l'Osservatorio Italiano Esports.

LA VISIONE

Contribuire allo sviluppo e alla crescita di un settore con grandi potenzialità consacrandoci come punto di riferimento a livello nazionale.

LA MISSIONE

La Missione dell'OIES è quella di creare opportunità.

Lavoriamo ogni giorno per sviluppare e condividere competenze all'avanguardia, coltivando conoscenza e favorendo l'incontro tra i più virtuosi player di settore.

COME OIES REALIZZA LA SUA MISSIONE

L'OIES realizza la propria Missione attraverso lo svolgimento di una serie di attività e la promozione di un ventaglio di servizi ai propri membri:



Newsletter, articoli e paper

Una newsletter quotidiana con le **principali notizie e report** sul marketing degli Esports. Articoli, interviste e paper per **approfondire** e non perdersi i **trend** e le tematiche chiave del mondo dell'Esports Marketing.



Monitoring

Il primo archivio, riservato agli associati, di **casi di successo** di Esports marketing italiani e internazionali.



Academy

Workshop, masterclass e corsi dedicati ai membri dell'Osservatorio per coltivare e sviluppare le competenze che questa nuova forma di marketing richiede.



Ricerche e misurazione

Attività di **ricerca** per suggerire metodi che aiutino a diffondere e ampliare il fenomeno dell'Esports Marketing.



Eventi e networking

Incontri tra tutti gli operatori del settore attraverso **eventi e convegni** organizzati per i soci. Parteciperanno i principali attori del mondo Esports, per aumentare il grado di conoscenza del settore e **sviluppare business**.



Legal

Presidio costante degli **aspetti normativi**, autoregolamentari e fiscali relativi all'Esports, in modo da fornire un supporto efficace sulla conoscenza di questi temi.

IL SISTEMA DI VALORI

I valori costituiscono per l'Osservatorio Italiano Esports una chiara guida verso l'adozione di **comportamenti coerenti con la propria identità e socialmente responsabili**, rappresentando pertanto principi non bilanciabili attraverso i quali determinare i diritti ed i doveri degli appartenenti all'Osservatorio.

I VALORI DELL'OIES

ECCELLENZA

CREATIVITÀ

DINAMICITÀ

COLLABORAZIONE

PARTECIPAZIONE

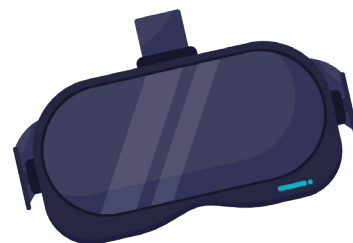
INCLUSIONE

LEALTÀ

PASSIONE

DIALOGO

OPPORTUNITÀ





MODELLO ORGANIZZATIVO



I NOSTRI STAKEHOLDER

Gli stakeholder, o portatori di interesse, sono identificabili come ogni gruppo o individuo che può influenzare o può essere influenzato dalle attività di un'organizzazione.

Le organizzazioni e, pertanto, l'OIES stesso, si trovano quotidianamente a dover interagire con una platea di portatori d'interesse con esigenze, aspettative ed obiettivi diversi. In virtù di tale assunto l'Osservatorio ha deciso di "mappare" i propri portatori d'interesse, suddividendoli in interni ed esterni.





MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

STAKEHOLDER INTERNI

- GOVERNANCE;
- RISORSE UMANE;
- MEMBRI;
- SPORT DIGITAL HOUSE.

STAKEHOLDER ESTERNI

- POTENZIALI MEMBRI
- AZIENDE;
- TEAM ESPORTS;
- AGENZIE/CONSULENTI;
- APPASSIONATI DI ESPORTS E GAMING;
- ISTITUZIONI POLITICHE
- REGIONI, CITTÀ METROPOLITANE, PROVINCE, COMUNI;
- MINISTERO SPORT E DEI GIOVANI - DIPARTIMENTO PER LO SPORT;
- MINISTERO DELL'ISTRUZIONE E DEL MERITO
- ESPONENTI PARLAMENTARI
- ISTITUZIONI SPORTIVE
- CIO, CONI, SPORT E SALUTE, CIP;
- FSN/DSA/EPS/AB, LEGHE, GRUPPI SPORTIVI MILITARI;
- SCUOLE E UNIVERSITÀ;
- MEDIA;
- PARTNER;
- FORNITORI.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Successivamente all'identificazione degli stakeholder, sono state definite le modalità attraverso le quali vengono coinvolti circa l'operato dell'Osservatorio.

STAKEHOLDER	ASPETTI MATERIALI	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
GOVERNANCE	Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia; Networking e creazione di opportunità per i membri dell'Osservatorio; Comunicazione chiara e trasparente; Identità, valori e comportamento etico; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale; Bilancio d'esercizio; Sito Web; Incontri e riunioni dedicate; Networking ed Eventi.
RISORSE UMANE	Identità, valori e comportamento etico; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale; Comunicazioni interne; Email e posta certificata; Corsi di Formazione e Aggiornamento; Incontri e riunioni dedicate.
SPORT DIGITAL HOUSE	Comunicazione chiara e trasparente; Identità, valori e comportamento etico; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale; Bilancio d'esercizio; Sito Web; Comunicati Stampa; Social Network; Report periodici dedicati.
MEMBRI	Partecipazione e coinvolgimento dei membri dell'Osservatorio; Comunicazione chiara e trasparente; Formazione, professionalizzazione e aggiornamento continuo dei professionisti del settore Esports; Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports; Networking e creazione di opportunità per i membri dell'Osservatorio; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale; Bilancio d'esercizio; Sito Web; Newsletter; Comunicati Stampa; Social Network; Corsi di Formazione e Aggiornamento; Networking ed Eventi; Email e posta certificata; Riunioni ed incontri dedicati.

POTENZIALI MEMBRI (Aziende, Team Esports, Agenzie e consulenti)	Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia; Comunicazione chiara e trasparente; Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports.	Bilancio Sociale; Sito Web; Social Network; Comunicati Stampa.
APPASSIONATI DI ESPORTS E GAMING	Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia; Comunicazione chiara e trasparente; Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports.	Bilancio Sociale; Sito Web; Social Network; Comunicati Stampa.
ISTITUZIONI POLITICHE	Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia; Comunicazione chiara e trasparente; Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale; Bilancio d'Esercizio; Sito Web; Email e posta certificata; Social Network; Comunicati Stampa; Incontri e riunioni dedicate.
ISTITUZIONI SPORTIVE	Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia; Comunicazione chiara e trasparente; Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale Bilancio d'Esercizio; Sito Web; Email e posta certificata; Social Network; Comunicati Stampa; Incontri e riunioni dedicate.
SCUOLE E UNIVERSITÀ	Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia; Comunicazione chiara e trasparente; Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale; Sito Web; Email e posta certificata; Social Network; Comunicati Stampa; Incontri e riunioni dedicate.
MEDIA	Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia; Comunicazione chiara e trasparente; Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports.	Bilancio Sociale; Email e posta certificata; Sito Web; Comunicati Stampa; Social Network.



PARTNER	Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia; Comunicazione chiara e trasparente; Identità, valori e comportamento etico; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale Bilancio d'Esercizio; Sito Web; Email e posta certificata; Social Network; Report periodici dedicati; Comunicati Stampa; Incontri e riunioni dedicate.
FORNITORI	Comunicazione chiara e trasparente; Identità, valori e comportamento etico; Trasparenza e correttezza della governance.	Bilancio Sociale Bilancio d'Esercizio; Sito Web; Email e posta certificata.



I MEMBRI

I membri rappresentano i principali interlocutori dell'organizzazione e vengono qualificati come tali in funzione delle specificità che ne contraddistinguono la natura e gli interessi. In funzione di questo l'organizzazione ha individuato tre categorie di soggetti ai quali rivolgere la propria proposta.

A chi si rivolge l'Osservatorio Italiano Esports



Aziende e Centri Media

In questo caso l'organizzazione si rivolge alle aziende che investono o vogliono investire nello sport ma con una prospettiva orientata al futuro, veicolando i propri prodotti e servizi attraverso le incredibili opportunità di visibilità degli Esports. Inoltre, l'offerta dell'OIES si estende anche alle aziende che intendono intercettare la generazione Z attraverso il canale degli Esports.

In tutti questi casi le imprese, attraverso le attività realizzate dall'Osservatorio potranno entrare in contatto con i Team Esports più importanti del panorama italiano e le agenzie competenti.

In aggiunta, le aziende avranno a disposizione un canale informativo per essere sempre aggiornate sugli scenari di mercato, i trend, le case histories di successo e i report utili per capire come investire negli Esports.



Team Esports

L'Osservatorio si rivolge a tutti i team Esports italiani che vogliono diventare delle media company che lavorano a stretto contatto con le aziende.

Attraverso l'Osservatorio i team Esports entreranno in contatto con le aziende associate per porsi come interlocutori di progetti di business. Inoltre, riceveranno risorse utili su come sviluppare il proprio marketing e strutturare una comunicazione di respiro nazionale.



Agenzie e Consulenti

L'OIES si rivolge anche alle agenzie e ai consulenti che vogliono entrare in contatto con aziende dalle grandi capacità di spesa nel marketing e per coloro che vogliono aggiornarsi, formandosi e offrendo ai propri clienti un tipo di consulenza che guarda al futuro. Attraverso l'Osservatorio agenzie e consulenti avranno accesso al network di aziende e team, proponendosi prima degli altri come soggetti qualificati e competenti per lo sviluppo di progetti legati agli Esports.

La qualifica di Membro è ottenibile previa sottoscrizione di uno dei quattro piani predisposti dall'ente: **Start, Smart, Genius e Top Player.**

START

**Per restare sempre aggiornati
sul mondo Esports:**

Newsletter
Articoli e Paper

SMART

**Per informarsi e strutturare
occasioni di business networking:**

Newsletter
Monitoring
Articoli e Paper
Networking

GENIUS

**Per ricevere informazioni costanti
sui trend dell'Esports con nuove
competenze, unite a occasioni
di Business:**

Newsletter
Monitoring
Ricerche e misurazione
Articoli e Paper
Networking

TOP PLAYER

**Per usufruire della suite completa
dei servizi dell'Osservatorio
ed entrare nel mercato
degli Esports da top player:**

Newsletter
Monitoring
Ricerche e Misurazione
Articoli e Paper
Academy + 2 masterclass formative
dedicate
Networking
Legal



LE NOSTRE ATTIVITÀ DEL 2022



LA FORMAZIONE

La formazione **riveste un ruolo centrale** per l'Osservatorio Italiano Esport in quanto è uno strumento capace di generare conoscenze e competenze immediatamente utilizzabili nel mercato del lavoro, contribuendo alla professionalizzazione dei Members. Nel 2022, anno caratterizzato dalla ripresa delle attività in presenza dopo la complicata parentesi pandemica, la formazione di OIES ha registrato numeri estremamente incoraggianti. L'Advanced Esports Programme ha fatto registrare una crescita rispetto all'anno precedente, realizzando **3 masterclass in più rispetto al 2021 e formando complessivamente 47 studenti**. In aumento anche i numeri relativi al rilascio dell'OIES BADGE, con **13 Badge rilasciati in più rispetto al 2021**. L'unica attività che non segue il trend positivo è quella relativa alla realizzazione di webinar in quanto ne sono stati realizzati **2** (4 in meno rispetto al 2021) che hanno coinvolto **19 partecipanti** (435 in meno rispetto al 2021). Tuttavia, il dato deve essere contestualizzato in funzione del progressivo ritorno alla normalità, che ha agevolato le attività in presenza rispetto a quelle online.

Nel 2022 l'OIES ha anche realizzato attività di **formazione accademica** attraverso la collaborazione con **7 atenei italiani e formando complessivamente più di 250 studenti**. In questo senso è stato possibile condividere le attività realizzate dall'Osservatorio, contribuendo alla formazione di chi popolerà il settore in futuro.

Altra novità del 2022 è rappresentata dal **"Jobs in Esports"**, il programma di placement che favorisce l'incontro tra domanda e offerta nel mercato del lavoro esportivo. Pur essendo il primo anno di "piena operatività", nel 2022 sono state condivise **6 diverse posizioni lavorative** in linea con i profili altamente specializzati dei Members che hanno partecipato all'Advanced Esports Programme o che hanno ricevuto l'OIES Badge.



ADVANCED ESPORTS PROGRAMME

L'Advanced Esports Programme è il percorso di alta formazione online in Esports business e management lanciato dall'OIES nel febbraio 2021 con l'obiettivo di contribuire concretamente alla professionalizzazione del settore attraverso un percorso accessibile, flessibile e customizzabile in base alle esigenze di ogni utente.

Il programma ha presentato infatti la formula innovativa delle Masterclass. Grazie a questa modalità, a differenza dei classici format di formazione, gli iscritti hanno potuto strutturare in autonomia il proprio piano didattico, avendo la libertà anche di frequentare singole masterclass non essendo obbligati ad acquistare l'intero ciclo.

Nel 2022 sono state realizzate complessivamente **25 Masterclass (3 in più rispetto al 2021), suddivise in 12 moduli:**

Modulo Management e business

- I modelli di business degli Esports: sviluppare progetti economicamente sostenibili
- Gli asset monetizzabili: individuare le attività con un ritorno economico

Docente: **Alessio Cicolari**, *CEO di Ak Informatica*

Modulo Piattaforme

- Le piattaforme streaming: come utilizzare Twitch
- Il gaming diventa intrattenimento: come inserire TikTok in una strategia di marketing

Docenti: **Mattia Guainazzi**, *Coach di Outplaved*; **Giuseppe Suma**, *Head of Entertainment, Media, Games, Sports & Telco presso TikTok*.

Modulo Finance

- Le leve finanziarie dell'Esports: come rendere profittevole un team
- Strategie di fundraising: come raccogliere investimenti negli Esports

Docenti: **Michele Zaccardi**, *CEO di Flex4 eSports*; **Fabrizio Perrone**, *CEO di 2Watch*.

Modulo Marketing e Communication

- Gli Esports in un piano di marketing: gli asset profittevoli per le aziende
- Promuovere gli Esports: come sviluppare una strategia PR e un piano media efficaci

Docenti: **Francesco Bevilacqua**, *direttore marketing dell'AC Monza*; **Federico Falasca**, *membro dell'ufficio stampa della Sampdoria*.

Modulo Fan Engagement e CRM

- Il target degli Esports: come sviluppare strategie di fan engagement
- Instaurare una relazione con la community: come il CRM diventa una risorsa di business

Docente: **Riccardo Stocchi**, *Consumer Marketing Officer presso FC Internazionale Milano*.

Modulo Gamification

- La brand gamification: come rendere il gaming un'opportunità per le aziende
- I processi della gamification: tutti gli elementi per costruire una strategia di successo

Docenti: **Fabio Viola**, *uno dei massimi esperti italiani nel gaming*; **Marco Segatto**, *founder di Project Fun e massimo esperto di Gamification, Customer Experience e Design Comportamentale*.

Blockchain e digital asset

- Blockchain, token ed NFT: cosa sono e come si applicano agli Esports
- Dal play to earn al Metaverso: tutti gli strumenti necessari per comprendere i trend del futuro

Docente: **Fabio Viola**, *esperto nel mondo Esports e gaming*

Modulo Legal

- Il quadro normativo degli Esports: tutte le regole da conoscere per progetti efficaci
- Team, player, streamer, sponsorizzazioni e investimenti: le norme fiscali che si applicano agli Esports

Docente: **Manuela Magistro**, *Avvocato of Counsel dello studio legale Lexant*.

Publisher ed Eventi

- L'ecosistema Esports: titoli, tornei e stakeholder del mercato
- Arene, tornei online e fisici: come rendere gli eventi Esports una leva di business

Docente: **Francesco Lombardo**, *Esports Reporter presso Il Fatto Quotidiano e Esportsmag.*

Media Entertainment e media

- Gli streamer diventano influencer: costruire campagne di influencer marketing con i gamers
- Il lato fashion dell'Esports: come rendere il merchandising un'opportunità di business

Docente: **Andrea D'Orso**, *Co-founder e Project Manager presso Xdysis.*

Startup e imprenditoria

- Da team a media company: il percorso per avviare una startup negli Esports
- Come raccogliere fondi e investimenti: le regole per finanziare un progetto gaming

Docenti: **Emanuele Di Leva**, *Founder di Dsyre*; **Marco Galli**, *Senior Associate Technology e IP Law ed Esports Coordinator studio legale Gattai, Minoli e Partners.*

Professioni

- Editing, content creation e streaming: strumenti e tecniche per sviluppare le principali skills richieste dal mercato
- Il coach Esports: tutte le competenze necessarie per allenare i player
- Il talent scout: come diventare l'agente dei player

Docenti: **Michele Cimini**, *Content Manager presso Marketing Ignorante*; **Sebastiano Di Giosa**, *Socio, Network Manager & Twitch Coach presso Flex4Esports*; **Roberto Forzano**, *CEO di Pro2Be Esports, principale azienda italiana dedicata proprio allo scouting e alla procura di talenti Esports.*



Complessivamente il corso ha coinvolto **22 docenti specializzati (2 in più rispetto al 2021)** e **47 studenti**. Di questi, **38** hanno conseguito il diploma, avendo frequentato almeno 5 moduli del programma.

Inoltre, si sono svolti **2 Meetup** in presenza presso l'Esports Palace di Bergamo e gli uffici di Akage a Roma.

La novità introdotta nel 2022 però è rappresentata dall'applicazione della **tecnologia blockchain ed NFT nel rilascio degli attestati** ai diplomati del programma. Infatti, per la prima volta nel settore della formazione sportiva, l'OIES ha trasferito su Blockchain Bitcon 34 attestati di partecipazione, rendendoli disponibili agli studenti in formati NFT (Non Fungible Token) in modo da "certificarne" l'unicità e impedendo ogni tipo di contraffazione.

Infine, ulteriore dato che testimonia la concreta apertura dell'Advanced Esports Programme al mercato del lavoro degli esports è quello per cui **10 corsisti hanno trovato occupazione** nel settore dopo il corso.





OIES BADGE

L'OIES Badge è la prima attestazione che documenta le competenze consulenziali degli operatori Esports e Gaming.

L'iniziativa ha l'obiettivo di elevare lo standard professionale del settore Esports in Italia. Attraverso un attestato, l'Osservatorio documenta le competenze consulenziali in ambito Esports business e marketing al fine di identificare e valorizzare gli operatori del mercato ai quali le aziende possono rivolgersi per lo sviluppo di progetti e iniziative condivise.

Il Badge ha validità di un anno e viene rilasciato attraverso una procedura coordinata da un Comitato Tecnico Scientifico appositamente nominato. In particolare, ai fini dell'ottenimento, è previsto il superamento di un test che verifica la sussistenza dei requisiti necessari affinché un operatore possa offrire, proficuamente, consulenza alle aziende.

Fanno parte del Comitato Scientifico 2022 dell'OIES (in ordine alfabetico):

- Fabio Lalli (CEO IQUII)
- Francesco Lombardo (Esports Reporter)
- Matteo Masini (masterEsports – School of Management LUM)
- Enrico Novari (Sponsorship manager TIM)
- Saimon Paganini (Marketing Manager Everyeye)
- Luca Pardo (Founding partner studio Ontier)
- Fabrizio Perrone (CEO 2WATCH)
- Giovanni Sacripante (Marketing & Esports Director FIGC)
- Daniel Schmidhofer (CEO ProGaming Italia)
- Riccardo Stocchi (Consumer Marketing Officer Inter)
- Fabio Viola (Esperto brand gamification)

Per ogni categoria di operatori, l'OIES rilascia **10 Badge** ogni trimestre.

Tutte le società e i professionisti che hanno ricevuto L'OIES Badge vengono iscritte in un elenco accessibile sul sito dell'Osservatorio.

Nell'anno di competenza sono stati rilasciati complessivamente **46 OIES Badge (+13 rispetto al 2021)** e, di questi, **30** sono stati rilasciati ai **consulenti**, **11 alle agenzie** e **5 ai team**.

OIES Badge - Analisi delle performance

OIES BADGE	2021	2022	VARIAZIONE	%
N. BADGE AI CONSULENTI	17	30	+13	+43,3%
N. BADGE ALLE AZIENDE	11	11	-	-
N. BADGE AI TEAM	5	5	-	-
TOTALE	33	46	+13	+28,3%

In termini comparativi è necessario sottolineare che il progetto è stato lanciato a novembre 2021 e quindi non sussiste una piena correlazione tra i due periodi considerati. Tuttavia, anche se il dato aggregato prende in considerazione due orizzonti temporali differenti, è interessante osservare che l'aumento del numero Badge rilasciati è ascrivibile esclusivamente alla categoria dei Consulenti passati da **13 OIES Badge nel 2021 a 30 nel 2022**, fermi rispettivamente a 11 e 5 invece le Agenzie e i Team.

JOBS in ESPORTS

Jobs in Esports è un programma di placement dedicato a chi ricerca lavoro nel settore Esports e Gaming. Si tratta di un'innovazione unica per le società operanti nel mercato sportivo italiano che avranno a disposizione una piattaforma in cui ricercare figure altamente specializzate e che posseggono le conoscenze fondamentali del settore.

L'Osservatorio, nell'individuazione di profili con competenze altamente specialistiche, si pone l'obiettivo di mantenere un elevato standard qualitativo. A garanzia di questo, per le posizioni aperte del programma potranno candidarsi solo profili in possesso delle attestazioni dell'Advanced Esports Programme o dell'OIES Badge.

Con questa iniziativa l'Osservatorio Italiano Esports aggiunge un'altra tappa nella sua missione di professionalizzare il settore degli Esports in Italia, offrendo un ulteriore strumento che valorizzerà le competenze dei professionisti e la crescita delle società sportive italiane.

Da una parte quindi, le società avranno a disposizione un canale privilegiato in cui ricercare personale che ha già ricevuto un'attestazione sulla conoscenza, la competenza e l'affidabilità da parte di OIES. Dall'altra poi, gli iscritti all'Advanced Esports Programme e all'OIES Badge potranno contare su un contatto diretto con le aziende che ricercano personale sui temi collegati alla loro formazione.

Come partecipare a Jobs in Esports



**1. FREQUENTA
UNO DEI CORSI
DELL'OIES**



**2. VIENI INSERITO
NEL DATABASE DI
JOBS IN ESPORTS**



**3. LO STAFF DI
OIES SI OCCUPERÀ
DI INCROCIARE IL
TUO PROFILO CON
LE OPPORTUNITÀ
APERTE DELLE
AZIENDE**



4. FISSI I COLLOQUI



5. TROVI LAVORO!

Il programma ha assunto piena operatività nel 2022 in cui sono state condivise **6 posizioni lavorative** in linea con le caratteristiche degli studenti.

FORMAZIONE UNIVERSITARIA

Nel 2022 l'OIES ha attività diverse collaborazioni con Università e Business School italiane, realizzando eventi formativi volti alla professionalizzazione dei giovani studenti che si affacciano per la prima volta al mondo esport e gaming.

In particolare sono state attivate collaborazioni con:

- **Università Cattolica del Sacro Cuore;**
- **IULM Communication School;**
- **Università Degli Studi Di Perugia;**
- **Sport Business Academy;**
- **Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli;**
- **RCS Academy;**
- **24ORE Business School.**

Complessivamente sono state realizzate **100 ore di formazione (+30 rispetto al 2021) ad oltre 250 studenti (+70 rispetto al 2021)**. Il dato è in aumento rispetto all'anno precedente e testimonia il forte interesse degli enti universitari nel diffondere le specificità del settore Esports e gaming.

L'OIES, attraverso questo tipo di collaborazioni crea anche un circolo virtuoso che porta alcuni studenti a inserirsi lavorativamente all'interno dell'ecosistema dell'Osservatorio.

In questo senso, nel 2022, **5 ragazzi (+1 rispetto al 2021)** provenienti da realtà universitarie sono entrati come tirocinanti nell'Osservatorio.





IL NOSTRO CONTRIBUTO ALLA FORMAZIONE UNIVERSITARIA

100 ORE

+30 rispetto al 2021

**OLTRE 250
STUDENTI**

+70 rispetto al 2021

5 STAGE

+1 rispetto al 2021

Riflessioni tra sport e brand

NFT: l'oggetto digitale più concreto del Metaverso

Giovedì 10 novembre 2022
Aula C.012 - Via Carducci, 28/30

ALMED
ALMA MATER DI MODENA
CONSIGLIO ALUMNI E DOTTORATI

UNIVERSITÀ
CATTOLICA
DEL SACRO CUORE



LA RICERCA

L'attività di Ricerca e successiva divulgazione delle informazioni e dei dati raccolti ai membri dell'Osservatorio rappresenta un'altra rilevante macro-area di intervento dell'OIES. Fin dal primo giorno infatti, la redazione di articoli/paper dedicati alle principali novità riguardanti l'universo Esports hanno rappresentato degli importanti strumenti di informazione e aggiornamento.

Con il tempo poi, il focus si è spostato sulla realizzazione di veri e propri report/studi di settore, spesso redatti in collaborazione con Membri partner, volti ad analizzare nuovi trend ed opportunità da trasmettere agli stakeholder.

Già nel corso del 2021, l'OIES aveva fornito ai suoi membri i dati e le statistiche più aggiornate sul settore, posizionandosi come il principale ente italiano in cui reperire le informazioni sull'andamento del mercato degli Esports e del Gaming.

Anche nel 2022 l'organizzazione ha deciso di dar continuità alle proprie iniziative di ricerca pubblicando: **5** nuove ricerche di mercato sullo stato degli Esports in Italia - di cui 2 incentrate sull'analisi del rapporto tra donne ed Esports -, **2** Manifesti Legali per gli Esports e **3** ricerche che approfondiscono tematiche di grande interesse per il settore sportivo come le cryptovalute, il metaverso e le nuove tendenze della generazione Z.

Pertanto, è evidente come l'approccio dell'OIES alla ricerca sia estremamente trasversale e mira ad approfondire sia aspetti di stretta attualità che, in ottica prospettica, tematiche e trend in via di sviluppo. In questo modo si vuole fornire una panoramica completa e precisa su criticità, potenzialità e prospettive che il mondo degli Esports può offrire.

IL CENTRO STUDI NAZIONALE ESPORTS

Il Centro Studi Nazionale Esports è un organo istituito ad hoc con il compito di elaborare studi e ricerche e di renderle accessibili sia ai Membri che agli esterni al network OIES. Tale iniziativa, nasce con l'obiettivo di favorire una crescita dell'interno sistema Esports italiano in modo da alimentare un dialogo costante tra tutti gli attori.

Il Centro Studi, infatti, è l'organo in cui convergono tutti i dati raccolti e sviluppati con il supporto dei monitoring partner dell'OIES, messi a disposizione anche a chi non è un Membro OIES, con modalità convenzionate.

Pertanto, il Centro Studi Nazionale sugli Esports è concepito poi come un vero e proprio "open space" partecipativo e inclusivo. Enti, professionisti, studenti e chiunque abbia svolto un lavoro di ricerca coerente con i propositi del Centro potrà infatti candidarlo e metterlo a disposizione della community. In questo modo, l'OIES darà alle migliori energie positive del Paese la possibilità di contribuire concretamente alla maggiore conoscenza, e quindi allo sviluppo del settore.

Per il 2022, rientrano tra le attività del Centro Studi:

La pubblicazione di 5 ricerche di mercato sullo stato degli Esports in Italia

Tali ricerche forniscono informazioni ampie e trasversali sull'evoluzione del settore Esports e gaming. In particolare, nell'anno di rendicontazione sono state realizzati **3 studi specifici e 2 Esport Reputation Report**:

- Donne ed Esports in Italia: i dati;
- Female Gamers vs Male Gamers;
- The World of Esports: A global view of the facts and the most loved brand among Italian gamers;
- Esports Reputation Report Q1 – pubblicato a maggio 2022 e relativo ai mesi di gennaio/febbraio/marzo;
- Esports Reputation Report Q2 – pubblicato a luglio 2022 e relativo ai mesi di aprile/giugno.

Per quanto concerne i primi due studi ("Donne ed Esports in Italia: i dati" e "Female Gamers vs Male Gamers"), grazie alle collaborazioni con Demoskopoea Consulting e Soprisim, la ricerca ha concentrato l'attenzione sui numeri e gli impatti – attuali e potenziali – che il pubblico femminile genera nel settore Esports. Interessante poi è stato il confronto con i numeri e i dati relativi all'analisi del pubblico maschile.

Ulteriore ricerca meritevole di attenzione è quella realizzata in collaborazione con YouGov: "The World of Esports: A global view of the facts and the most loved brand among Italian gamers" che ha analizzato le preferenze - in termini di brand - dei gamers italiani. In ultimo, l'Osservatorio Italiano Esports ha presentato 2 edizioni dell'"Esports Reputation Report", il documento redatto dal monitoring partner KPI6 in cui si analizza il grado di reputazione di club, team, player e commentatori in ambito Esports. I report sono stati sviluppati utilizzando la tecnologia dell'intelligenza artificiale proprietaria di KPI6, che ha esaminato le conversazioni social e ne ha analizzato il sentiment. Questa metodologia ha fornito dati fondamentali che, attraverso l'utilizzo dell'indice di crescita positiva (ICP), sono in grado di evidenziare la crescita degli stakeholders nel panorama Esports italiano.

Ne sono scaturiti i dati sui protagonisti che nel primo e nel secondo trimestre del 2022 hanno avuto una crescita maggiore in termini di conversazioni positive, e quindi di reputazione.

La redazione e pubblicazione di 2 Manifesti Legali degli Esports

Il Manifesto Legale degli Esports nasce dal contributo degli esperti e degli studi legali aderenti al network dell'OIES e rappresenta il principale documento che analizza le principali criticità del settore. È un manuale prezioso per investitori, team, aziende, agenzie e professionisti che cercano una bussola per orientarsi in un mercato in forte espansione, ma ancora esente da regole certe e riconosciute.

Con la pubblicazione della **terza edizione del Manifesto legale degli Esports** (che succede alle prime due pubblicate nel 2021), l'Osservatorio italiano Esports conferma il suo impegno in prima linea per promuovere la crescita del settore, offrendo un punto di discussione per tutta la community italiana e una base programmatica utile alle istituzioni per arrivare alla definizione delle regole applicabili al settore.

Sono autori del terzo Manifesto Legale degli Esports:

- **Luca Pardo**, *Founding partner di Studio Ontier*;
- **Giulietta Minnucci**, *Senior Associate di Lexia Avvocati*;
- **Carlo Rombolà**, *socio fondatore dello Studio legale Rombolà & Associati*;
- **Biagio Giancola**, *Legal Partner di Studio Martinelli Rogolino Giancola*;
- **Stefano Sbordonì**, *founder dello Studio Sbordonì e Partners*.

La redazione e pubblicazione di 3 Ricerche dedicate ad altri aspetti degli Esports

Grazie al prezioso contributo dei suoi monitoring partner, l'OIES ha potuto divulgare altre tre Ricerche nel 2022, nello specifico:

- I Gamers italiani e le cryptovalute: Ecco chi sono i cryptolovers - Ricerca sviluppata da Soprism e pubblicata a marzo 2022;
- Verso una nuova realtà: opportunità di business e sfide del Metaverso - Indagine realizzata da EMG Different e pubblicata a ottobre 2022;
- Gli eSports come canale per la GenZ: un'opportunità per i brand? - Ricerca realizzata da ObservatoryZed e pubblicata a ottobre 2022.



Analisi delle performance dell'area Ricerca

N. RICERCHE PUBBLICATE	2021	2022	VARIAZIONE	%
RICERCHE DI MERCATO SULLO STATO DEGLI ESPORTS IN ITALIA	4	5	+1	+25%
N. BADGE ALLE AZIENDE	2	2	-	-
RICERCHE DEDICATE AD ALTRI ASPETTI DEGLI ESPORTS	3	3	-	-
TOTALE	9	10	+1	+25%

Complessivamente, analizzando le performance dell'area Ricerca, si evidenzia un lieve aumento rispetto al 2021 (1 ricerca in più). Il dato è relativo al potenziamento del numero di ricerche che fotografano in dettaglio lo stato degli Esports in Italia. D'altra parte, rimane stabile il numero di pubblicazioni dei "Manifesti legali" e delle "Ricerche dedicate ad altri aspetti degli Esports".

NETWORKING ED EVENTI

L'OIES vede nel networking un'attività essenziale in ottica di sviluppo della propria community e di potenziamento culturale del sistema Esports. L'Osservatorio nasce per offrire opportunità ed elementi di crescita ai propri membri e, in quest'ottica, l'organizzazione di eventi volti all'incontro tra le realtà presenti (e non) nella community dell'OIES, recita un ruolo di primissimo piano. Infatti, numerose sono le iniziative e gli eventi organizzati nel 2022 dall'OIES.

EVENTI VIRTUALI

MEET AND BUSINESS

Nel 2022 è stato lanciato "Meet and Business", l'iniziativa che punta ad avvicinare le aziende verso il mondo del gaming attraverso una modalità di networking immediata. Il format nasce da una criticità precisa, quello che impedisce alle aziende che intendono investire nel settore di avere un "punto di contatto" concreto con chi opera all'interno del mercato esportivo. La risposta dell'OIES a tale criticità è il format Meet and Business che permette ai potenziali investitori di effettuare sessioni di instant networking da remoto con i team, le aziende e le agenzie che operano già nel mercato creando un "scambio di valore" tra i vari attori del sistema. In questo modo Meet and Business funge da acceleratore del processo di incontro tra domanda e offerta, aiutando gli investitori a comprendere concretamente le potenzialità del business esportivo e generando, allo stesso tempo, delle opportunità di collaborazione per gli operatori del settore. Tuttavia, per rendere efficace tale incontro incrementandone il valore, l'OIES permette di partecipare all'iniziativa solo ai Membri o a coloro che sono in possesso dell'OIES Badge e quindi, in ambo i casi, soggetti che hanno delle competenze verificate e certificate dall'Osservatorio.

Nella prima edizione di Meet and Business, svoltasi da giugno a ottobre 2022, sono stati coinvolti **22 brand** (10 a giugno, 8 a luglio, 2 a settembre e 2 ad ottobre) e realizzati **19 incontri virtuali** (9 a giugno, 6 a luglio, 2 a settembre e 2 ad ottobre).

ESPORTS LEGAL FORUM

Si è svolta il 21 novembre 2022 la terza edizione dell'Esports Legal Forum, l'evento targato OIES che si pone, con cadenza annuale, di dare risposte sull'attuale situazione normativa del settore dei videogiochi competitivi. L'edizione 2022 con l'adesione di **103 partecipanti (3 in più rispetto alla precedente)** ha rappresentato un importante momento di discussione sulla attuale regolamentazione del settore, con l'obiettivo di fare chiarezza sullo scenario delle regole applicabili e le prospettive future.

Nella terza edizione dell'Esports Legal Forum hanno preso parte i seguenti relatori, trattando i relativi temi specifici:

- **Luca Pardo**, *Founding Partner di Ontier Italia, che ha analizzato il tema della salvaguardia del diritto d'autore dei publisher;*
- **Carlo Rombolà**, *Founding Partner dello Studio Legale Rombolà & Associati, che ha trattato delle nuove professioni (e della loro possibile regolamentazione) che stanno nascendo grazie agli Esports;*
- **Stefano Sbordonì**, *Managing Partner & Founder dello Studio Legale Sbordonì & Partners, che ha approfondito il tema del betting negli Esports;*
- **Niccolò Travia**, *Managing Partner dello Studio Lorenzoni, che si è occupato del tema del Langate e dei possibili sviluppi;*
- **Giulietta Minucci**, *Senior Associate di Lexia Avvocati, che è intervenuta in merito ai profili di diritto di proprietà intellettuale, diritto d'autore e diritto civile connessi alla vendita degli NFT;*
- **Biagio Giancola**, *Legal Partner dello Studio Legale Martinelli Rogolino Giancola, che ha approfondito i temi del doping, cheating e sul riconoscimento degli Esports da parte delle istituzioni nazionali e internazionali.*

I vari spunti scaturiti dall'analisi di tematiche tanto attuali quanto trasversali per il mondo Esports sono confluiti in un documento che cerca di racchiuderli ed approfondirli tutti: la terza edizione del **Manifesto Legale degli Esports**. Il documento, come sottolineato in precedenza, mira a condividere analisi e proposte che possano facilitare il riconoscimento normativo degli Esports in Italia, riconoscendo altresì le professioni ad esso legate e stimolando investimenti per lo sviluppo del settore.



OIES TALK

OIES TALK è l'iniziativa con cui l'Osservatorio Italiano Esports approfondisce specifiche tematiche legate al mondo Esports attraverso confronti e interviste con professionisti, manager e operatori del settore.

Nel 2022 sono stati realizzati **9 interviste** che hanno trattato le seguenti **tematiche**:

- Alla scoperta del Metaverso: intervista a Tommaso Zeppetella, Azerion;
- Alla scoperta del Web 3.0: intervista a Andrea Pomponi, Arkage;
- Come un'azienda utilizza Esports in chiave marketing: intervista a Maria Raffaella Micuccio, Betclic;
- Alla scoperta di Virtual: intervista a Valerio Talevi, Virtual Esports;
- Come approcciare agli Esports con una chiave da media company: intervista a Simone Mingoli e Andrea Cibelli, DSYRE;
- Approccio innovativo per educazione tramite gaming: intervista a Fabio Moressoni, Brotherhood Italian Gaming;
- Blockchain in Italia: intervista a Davide Zanichelli, Movimento 5 Stelle;
- Esports, una normativa possibile: intervista a Luca Carabetta, M5S;
- LanGate: intervista a Sergio Vittorio Milesi.

EVENTI DAL VIVO

ESPORTS BUSINESS DAYS

L'Esports Business Days è un evento organizzato dall'OIES in collaborazione con Italian Exhibition Group consistente in due giornate dedicate al mercato Esports.

La seconda edizione dell'Esports Business Days si è svolta nella splendida cornice del Quartiere Fieristico di Rimini il 31 marzo e 1° aprile 2022.

L'evento, ospitato in un'area dedicata all'interno di ENADA (la principale fiera B2B del Sud Europa per l'industria del gaming e dell'amusement) aveva, tra i propri obiettivi, quello di fornire una panoramica chiara sulle opportunità che il settore esportivo può offrire. Pertanto, oltre ad approfondire ampiamente tutto ciò che è collegato al mondo Esports e gaming (ramificato in tematiche specifiche come ad esempio la brand gamification e le potenzialità della Generazione Z e del suo coinvolgimento) sono state realizzate delle masterclass formative su temi all'avanguardia come Blockchain, NFT, Metaverso e Play to Earn. Difatti, come nel 2021, il tema della formazione (elemento da sempre ritenuto fondamentale da OIES per lo sviluppo del movimento) ha trovato ampio spazio anche nella seconda edizione dell'Esports Business Days.

In particolare, sono stati coinvolti **17 massimi esperti del settore (2 in più rispetto al 2021)** che hanno condiviso case history, dati, trend e testimonianze.

Inoltre, L'Esports Business Days è da sempre stato un evento fortemente orientato al business matchmaking, volto a favorire l'incontro e la relazione tra i partecipanti, ampliandone il network e contribuendo a realizzare un canale diretto tra domanda e offerta (spesso limitato dalla scarsa conoscenza fra gli attori).

In questo senso nel 2022 sono state coinvolte **12 startup, 16 aziende investitrici, 5 media partner e adibiti 5 legal corner**, organizzando complessivamente **32 occasioni di incontro one to one**.

Infine va sottolineato che nella seconda edizione dell'Esports Business Days sono stati **coinvolti 150 partecipanti, 50 in più rispetto al 2021**.



I numeri della seconda edizione dell'Esports Business Days

2 giorni di evento;

17 speaker coinvolti;

16 aziende investitrici;

5 media partner;

32 occasioni di incontro one to one;

150 partecipanti totali.



1° e 2° edizione dell'Esports Business Days - numeri a confronto

ESPORT BUSINESS DAYS	1° EDIZIONE 22 SETTEMBRE 2021	2° EDIZIONE 31 MARZO - 1° APRILE 2022	VARIAZIONE	%
N. SPEAKER	15	17	+2	+11,7%
N. AZIENDE	10	16	+6	+60%
N. MEDIA PARTNER	5	5	-	-
N. INCONTRI ONE TO ONE	20	32	+12	+60%
PARTECIPANTI	100	150	+50	+50%

I numeri che derivano dal confronto delle prime due edizioni sono estremamente positivi.

Il primo dato che salta all'occhio è quello relativo all'aumento del numero di **aziende investitrici, 6 in più rispetto al 2021**, sintomo della continua crescita di interesse da parte di investitori nel settore e della bontà delle attività realizzate durante la prima edizione. Pertanto, è senz'altro un ottimo risultato quello per cui le aziende decidono di scegliere il canale dell'Esports Business Days per ampliare il proprio network e avere incontri one to one con team, aziende e agenzie che si occupano di Esports. In questa ottica va letto anche uno dei dati che meglio "certifica" la riuscita dell'evento: quello relativo al numero di **incontri one to one realizzati (32 in totale), 12 in più rispetto al 2021**. Altro obiettivo dell'evento è quello di condividere e diffondere conoscenze, esperienze e competenze attraverso gli incontri formativi; anche in questo caso il raffronto con la precedente edizione è positivo ed evidenzia l'aumento del numero di speaker coinvolti (**2 in più rispetto al 2021**). Tuttavia, è necessario sottolineare che, diversamente dal 2021, nel 2022 l'Esports Business Days si è svolto in 2 giorni e quindi tali aumenti sono - almeno in parte - amputabili ad un intervallo temporale più ampio.

Discorso simile anche per il **numero di partecipanti, 50 in più rispetto al 2021**.





ALASSIO GAMECHAIN CITY

Dal 7 al 9 ottobre 2022 si è svolto “Alassio GameChain City”, l’evento organizzato da Sport Digital House, Osservatorio Italiano Esports e Comune di Alassio che ha trasformato il centro storico della città ligure in hub dell’innovazione. Per tre giorni Alassio ha ospitato eventi, speech, attività digitali e incontri con l’obiettivo di rendere accessibile a tutti la conoscenza su gaming ed Esports ma anche Blockchain, NFT, Metaverso e Crypto.

Altro obiettivo perseguito da Alassio GameChain City è stato quello di avvicinare le giovani generazioni alla conoscenza delle opportunità lavorative nel gaming e nella Blockchain. In questo senso il primo giorno dell’evento è stato dedicato alla **formazione dei giovani**, coinvolgendo le scuole del territorio attraverso un incontro rivolto a **oltre 60 ragazzi** a cui sono state spiegate le opportunità lavorative nel settore gaming, Blockchain e Metaverso.

Nei giorni successivi sono stati realizzati ulteriori incontri formativi che hanno coinvolto **22 esperti del settore**, trasferendo conoscenze ed esperienze in ambito Esports e gaming ai partecipanti.

Alassio Game Chain City è stata anche un’ottima occasione per aziende e startup che hanno potuto mettere in vetrina i propri servizi. In particolare, per quanto concerne le startup che sviluppano servizi in ambito gaming, Esports, Blockchain, NFT, Crypto e turismo, è stata realizzata la **“Startup Competition”**, una competizione divisa in due fasi in cui le aziende hanno condiviso le proprie idee di business per poi essere valutate da una giuria di **9 esperti** e avere la possibilità di vincere diversi premi. Alla prima fase hanno partecipato le startup attive nell’innovazione turistica, che hanno presentato al Comune di Alassio soluzioni da integrare nella strategia turistica della città. La seconda, invece, è stata dedicata alle startup operanti in ambito Esports, gaming, blockchain, crypto, NFT e Metaverso. Una volta valutate, i partner dell’evento hanno messo a disposizione una serie di benefit economici e opportunità commerciali per le startup ritenute con più potenziale.

Di seguito i benefit e le opportunità commerciali messi a disposizione dai partner di Alassio GameChain City:

- L'incubatore Sport-tech **Wylab** ha messo disposizione un voucher dal valore di 2.500 euro in servizi.
- Per le prime tre startup classificate **WeSportUp** ha organizzato due ore di pitch dedicato con i business partners di Wesportup e con il top-management di Sport e Salute, presso la sede di Wesportup con annesso tour emozionale dello stadio Olimpico.
- **Italian Exhibition Group Spa** ha concesso una postazione gratuita e uno speech all'interno degli Esports Business Days
- **CreationDose** ha adottato nel suo piano commerciale la soluzione della startup selezionata.
- **Lexia Avvocati** ha concesso alla startup selezionata con 5 ore di consulenza legale gratuita.
- L'operatore di telecomunicazioni wireless **BBBell**, partner tecnico di Alassio GameChain City, ha assegnato alla startup selezionata la fornitura di un servizio di connettività di alto profilo con tecnologia FWA per un periodo complessivo di 6 mesi ed un valore stimato di oltre 1.000 euro.

Il valore totale dei servizi messi a disposizione delle startup vincitrici è stato di **10.000 €**.

L'evento ha generato anche un impatto positivo sull'economia locale della città. Alassio GameChain City ha attirato un pubblico fuori dalla consueta stagione turistica estiva, portando alle strutture alberghiere **118 prenotazioni aggiuntive**.

Importante sottolineare, infine, che in termini di legacy dell'evento è stata donata al Comune di Alassio una **mappa digitale e interattiva** sviluppata con TrippyOne. La mappa, divisa in **13 tappe** riportava un percorso digitale in grado di guidare gli utenti nelle attrazioni storiche della città.

Complessivamente, Alassio GameChain City ha coinvolto **14 startup, 7 brand e circa 1000 partecipanti all'evento**.





I numeri dell'Alassio GameChain City

3 giorni di evento;

22 speaker coinvolti;

7 aziende e **14** startup presenti;

1 competizione a premi dedicata alle startup in ambito turistico Esports, Gaming, Blockchain, Cripto, NFT e Metaverso;

1.000 partecipanti;

118 prenotazioni in strutture alberchiere nella città di Alassio;

1 mappa digitale donata al Comune di Alassio;

65 uscite stampa riguardanti Alassio GameChain City.





INCONTRO ALLA CAMERA DEI DEPUTATI CON IL MOVIMENTO 5 STELLE

L'OIES e gli studi legali membri sono stati protagonisti di un confronto con alcuni deputati del Movimento 5 Stelle, tra i temi le carenze normative del settore degli Esports, la necessità di una regolamentazione e le proposte per un inquadramento da un punto di vista legale.

Durante l'incontro, promosso dall'onorevole Luca Carbetta e tenutosi presso la Camera dei deputati sono emerse alcune criticità del settore, una su tutte è quella relativa alla necessità di inquadrare gli Esports e il gaming con una normativa specifica.

In questa sede, il co-founder dell'OIES Luigi Caputo e gli studi legali partner dell'Osservatorio Italiano Esports, hanno mostrato alla delegazione del M5S (composta anche dagli onorevoli Davide Zanichelli e Valentina Barzotti) una panoramica sulle varie carenze normative del settore e, dopo un'analisi di suddette criticità, hanno espresso possibili soluzioni normative.

Di seguito gli interventi degli studi legali membri:

- Marco Galli, senior associate studio Gattai, Minoli e Partners, si è occupato delle sponsorizzazioni e della pubblicità;
- Biagio Giancola, founder studio Martinelli, Rogolino, Giancola, si è occupato dei diritti e doveri dei player;
- Manuela Magistro, of counsel studio Lexant,

si è espressa sul tema del riconoscimento degli sport virtuali;

- Luca Pardo, managing partner studio Ontier, ha enunciato il rapporto tra l'accesso alle licenze dei videogiochi e i diritti dei publisher;
- Carlo Rombolà, founder studio Rombolà, si è occupato delle professioni che stanno nascendo grazie agli Esports;
- Stefano Sbordonì, managing partner studio Sbordonì e Partners, ha analizzato il rapporto tra Esports e betting;
- Pietro Speciale, partner studio Lablaw, si è occupato dei contratti di lavoro dei player;
- Niccolò Travia, managing partner studio Lorenzoni, ha affrontato il tema delle Sale LAN e degli spazi adibiti alle competizioni.

L'incontro ha quindi fornito la mappatura più completa possibile sulle carenze normative del settore ai referenti del Movimento 5 Stelle che hanno mostrato interesse nella materia.

Il dialogo con il Movimento 5 Stelle alla Camera dei Deputati ha segnato un momento storico per l'Osservatorio e per tutto il movimento Esportivo italiano. Per la prima volta nella storia gli Esports e il gaming sono stati dibattuti in aule parlamentari, mettendo in evidenza criticità, rischi ed opportunità di un settore in continua evoluzione. Questo primo passo "storico" è parte di un più ampio percorso che porta alla regolamentazione e al riconoscimento del settore, per cui l'Osservatorio Italiano Esports continuerà a approfondire il proprio impegno.

COMUNICAZIONE

La comunicazione rappresenta uno strumento centrale e prioritario per l'Osservatorio Italiano Esports in quanto, attraverso le varie diramazioni dell'attività comunicativa, l'organizzazione intende costituire, strutturare e consolidare un sistema di dialogo costante con i propri portatori d'interesse (sia essi di natura interna che esterna). In particolare, il canale più importante e che si pone alla base di tutte le attività comunicative dell'ente è il sito web (www.oiesport.it). Tale strumento rappresenta un vero e proprio driver polifunzionale dell'organizzazione, capace di incrementarne notevolmente l'efficacia comunicativa e quella relazionale, rispondendo prontamente alle esigenze degli stakeholder. In questo senso, il sito web fornisce informazioni trasversali ed eterogenee con l'obiettivo di soddisfare le diverse aspettative dell'ampia platea di interlocutori a cui si rivolge. Tale valenza informativo-relazionale si esplica attraverso tre principali funzioni del sito: quella divulgativa, quella di aggiornamento e quella di promozione.

In primo luogo l'organizzazione diffonde agli stakeholder gli studi, le analisi, le ricerche e gli articoli realizzati dal Centro Studi con lo scopo di analizzare e approfondire le specificità del settore sportivo, sottolineandone le prospettive ed evidenziandone le eventuali criticità. In secondo luogo il sito web funge da strumento di aggiornamento circa tutto quello che concerne l'universo OIES e il sistema Esports, pertanto, attraverso la realizzazione di comunicati e la frequente pubblicazione di news l'organizzazione intende fornire agli stakeholder delle informazioni che siano attuali, tempestive e rispondenti alle loro esigenze. Inoltre, il sito ricalca la sua valenza centrale anche in termini di valorizzazione e promozione delle numerose iniziative ed eventi realizzati dall'ente.

Ampliando l'ottica d'analisi e prendendo in considerazione tutto il comparto comunicativo dell'OIES è interessante sottolineare che nel 2022 sono state pubblicate:

- **100 News nel sito web (42 in più rispetto al 2021);**
- **300 Newsletter (stesso numero rispetto all'anno precedente);**
- **41 Comunicati stampa (109 in meno rispetto al 2021);**
- **Oltre 250 pubblicazioni su testate di settore (150 in meno rispetto al 2021).**

Oltre alla sopracitata attività di comunicazione interna rivolta soprattutto ai membri, l'OIES è presente sulle principali piattaforme social e, nello specifico:

- **Facebook: 393 follower (74 in più rispetto al 2021);**
- **Instagram: 1044 follower (69 in più rispetto al 2021);**
- **Linkedin: 2880 (394 in più rispetto al 2021).**



Performance dell'area comunicazione

Sito web, Newsletter e Comunicati Stampa

COMUNICAZIONE OIES	2021	2022	VARIAZIONE	%
N. NEWS	58	100	+42	+72,4%
N. NEWSLETTER	300	300	-	-
N. COMUNICATI STAMPA	150	41	-109	+72,7%
TOTALE	508	441	-67	-13,9%

Social Media

FOLLOWER	2021	2022	VARIAZIONE	%
FACEBOOK	319	393	+74	+23,2%
INSTAGRAM	975	1.044	+69	+7,1%
LINKEDIN	2.486	2.880	+394	+16,6%
TOTALE	3.780	4.317	+537	+14,2%

Segmentando le performance dell'area comunicazione in due macro aree, rispettivamente quella relativa alla pubblicazione di news sul sito, all'invio di newsletter e comunicati stampa e quella relativa ai social media, si registra un andamento con segno meno nella prima e un'importante crescita nella seconda. In particolare, il leggero calo riscontrato nelle attività di comunicazione tramite sito web, newsletter e comunicati è principalmente attribuibile alla **riduzione di comunicati stampa (-109 rispetto al 2021)**. Il dato riflette la scelta dell'organizzazione nell'utilizzare tale mezzo di comunicazione per dar maggior spazio alle informazioni relative ai progetti e alle singole iniziative, diversamente da quanto accadeva nel 2021, in cui sono stati prodotti comunicati stampa per ogni nuovo Membro entrato nella community OIES. D'altra parte, si registra un **aumento delle news pubblicate (+42 rispetto al 2021)** riflettendo la propensione dell'Osservatorio nell'utilizzare il sito web come principale canale comunicativo per dialogare con i propri stakeholder. Rimane invariato - e corposo - **il numero di newsletter inviate (300 sia nel 2021 che nel 2022)**.

Per quanto riguarda i social network si registra un trend estremamente positivo che investe tutti i canali utilizzati dall'OIES: Facebook, Instagram e LinkedIn. Difatti, l'impegno profuso dall'Osservatorio nel mantenere un contatto solido, diretto e interattivo con i propri stakeholder si riscontra nell'**aumento complessivo di 537 follower** rispetto al 2021. Per quanto concerne i singoli canali, **Facebook registra un aumento del 23,2% (pari a +74 follower rispetto al 2021), LinkedIn del 16,6% (pari a +394 follower rispetto al 2021) e Instagram del 7,1% (+69 follower rispetto al 2021)**. Infine, è opportuno sottolineare che **LinkedIn** si conferma anche nel 2022 il canale con più "cliccato" dagli utenti di OIES (2.880 follower), seguito rispettivamente da **Instagram (1.044 follower)** e **Facebook (393 follower)**.



AZIONI DI MIGLIORAMENTO



IL MIGLIORAMENTO CONTINUO

Per migliorare le performance in tema di responsabilità sociale risulta primariamente necessario impegnarsi a supervisionare, valutare e riesaminare le attività intraprese, monitorare i progressi effettuati, conseguire gli obiettivi individuati, utilizzare risorse in modo consapevole ed efficace. È in virtù di queste considerazioni che prende forma la sezione “Miglioramento continuo” che si pone l’obiettivo, oltre di riesaminare le prestazioni e le attività esistenti, di individuare le nuove opportunità di miglioramento dell’OIES in relazione alle variazioni delle condizioni o delle aspettative e degli sviluppi legali o regolamentari che influenzano la responsabilità sociale. Nel Bilancio di Sociale 2022 sono state inserite diverse azioni di miglioramento per il 2023 ed altre da realizzare nel medio-lungo periodo, inquadrando tutte secondo gli aspetti materiali individuati nel presente anno di rendicontazione. I risultati che ne deriveranno saranno poi oggetto di valutazione e monitoraggio, alimentando così un processo virtuoso di miglioramento continuo per l’agire etico dell’Osservatorio.

Le azioni di miglioramento

Tema materiale: Crescita sostenibile del sistema Esports in Italia;

Azioni di miglioramento: Sviluppo di nuovi format di coinvolgimento per operatori del settore. Azione di maggiore avvicinamento tra gli operatori e i giovani talenti formati da OIES, in modo da immettere nuove professionalità nel sistema.

Tema materiale: Formazione, professionalizzazione e aggiornamento continuo dei professionisti del settore Esports;

Azioni di miglioramento: Ampliamento dell’Advanced Esports Programme con moduli dedicato ai nuovi trend come blockchain, metaverso, NFT e modelli play to earn. Creare maggiori opportunità attraverso Jobs in Esports.

Tema materiale: Partecipazione e coinvolgimento dei membri dell’Osservatorio;

Azioni di miglioramento: Creazione di maggiori eventi dal vivo, in modo da sviluppare più partecipazione. Aumento del numero degli iscritti a OIES.

Tema materiale: Attività di ricerca, studio e analisi del settore Esports;

Azioni di miglioramento: Ampliamento dell’attività di ricerca verso la comprensione e la diffusione di dati sui fenomeni del mondo gaming in senso più ampio, come: metaverso e connessioni con la blockchain, rapporto con la generazione Z etc.

Tema materiale: Networking e creazione di opportunità per i membri dell’Osservatorio;

Azioni di miglioramento: Creazione di un format di networking online attivo tutto l’anno, denominato Meet e Business, con il quale i membri potranno avere maggiori occasioni di contatto con le aziende e non solo con eventi fisici.

Tema materiale: Regolamentazione e riconoscimento legislativo del settore Esports.

Azioni di miglioramento: Creare maggiori occasioni di dialogo con gli stakeholder istituzionali al fine di contribuire al riconoscimento legislativo del settore.

Tema materiale: Comunicazione chiara e trasparente;

Azioni di miglioramento: Aumento del numero di newsletter e notizie diffuse dai canali di OIES.

Tema materiale: Identità, valori e comportamento etico;

Azioni di miglioramento: Investire in comunicazione per trasmettere ancora di più il messaggio di un OIES punto di riferimento nazionale per lo sviluppo armonioso e sostenibile del settore Esports in Italia, coltivando nuove modalità ed occasioni di coinvolgimento di tutti i nostri portatori d’interesse primari.

Tema materiale: Trasparenza e correttezza della governance.

Azioni di miglioramento: Creare maggiori occasioni di contatto tra il pubblico e lo staff dell’OIES.

CREDITI



OIES Osservatorio Italiano Esports
Piazza 4 Novembre – 20124 Milano (MI)
www.oiesports.it



Con il contributo di:

CMA - Creative Management Association Srl
Via Alfredo Catalani, 31 – 00199 Roma (RM)
06. 89133244 – info@cmaesport.com
www.cmaesport.com

Progetto grafico: Federico Barrazzo per CMA



OIES

OSSERVATORIO ITALIANO ESPORTS