

PayPal e Newzoo: i numeri sul gaming competitivo nel Belpaese

L'Italia è il primo tra i 10 paesi europei considerati per quota di appassionati di eSport (40%), i fan italiani sono anche i più social d'Europa e tra i più propensi ad acquistare prodotti, scelti in primis per qualità e design. Cresce la passione per i videogiochi a seguito del lockdown.

Milano, 15 settembre 2020 - **PayPal**, azienda leader nel settore dei pagamenti digitali, e Newzoo, leader mondiale nella produzione di analisi sul mondo del gaming e degli eSport, hanno unito le forze per dare vita a un'indagine europea sul settore¹, con l'obiettivo di portare alla luce le peculiarità uniche dell'ecosistema eSport in Europa.

Gli eSport sono un fenomeno già consolidato nel Vecchio Continente: con un incremento del 7,4% rispetto al 2019, secondo i dati di Newzoo, **il pubblico europeo degli eSport crescerà fino a raggiungere i 92 milioni di fan entro la fine di quest'anno**. Tra questi si conteranno 33 milioni di appassionati di eSport e 59 milioni di spettatori occasionali. Significativo anche l'incremento per quanto riguarda i ricavi: **il mercato degli eSport genererà fatturato per 973,9 milioni di dollari nel 2020, che cresceranno fino a 1,6 miliardi di dollari entro il 2023**.

Tra socialità e tifo tradizionale: il profilo dell'appassionato di eSport ² italiano

L'Italia ha la più elevata percentuale di appassionati di eSport (40%) tra i 10 paesi europei in cui è stata condotta l'indagine. Inoltre, **gli italiani sono gli spettatori di eSport più social in Europa, con il 42% del pubblico che dichiara di fruire di contenuti a tema eSport insieme agli amici**, percentuale più elevata fra i 10 paesi europei oggetto della ricerca.

Mentre **il 74% tifa per una squadra di sport tradizionali**³ (percentuale più elevata tra i 10 paesi europei considerati), solo **il 32% degli spettatori italiani di eSport ha una propria squadra del cuore**. Ma quali sono le tre più amate dal pubblico italiano? La classifica è guidata da Fnatic⁴, seguono G2 eSports⁵ e Alliance⁶.

La ricerca, inoltre, rivela che il 59% degli spettatori di eSport in Italia (tra quelli che hanno una squadra di sport tradizionali preferita) vorrebbe vedere competere la propria squadra del cuore nel panorama eSport.

Motivazioni d'acquisto

In Europa, gli appassionati sono più propensi ad acquistare prodotti legati agli eSport (58%), rispetto ad appena il 37% degli spettatori occasionali. **Considerando il numero di appassionati che hanno speso denaro per prodotti eSport negli ultimi 12 mesi, l'Italia si attesta tra i primi paesi europei (60%)**, pari merito con la Francia e seconda solo alla Spagna (62%).

Quali sono i motivi principali per cui gli italiani acquistano prodotti a tema eSport? Secondo il pubblico italiano, **qualità e design del prodotto sono le caratteristiche più importanti**: il 37% degli spettatori che ha comprato merchandise sia fisico che digitale ha affermato che la qualità del prodotto e/o il design è stata la ragione principale del loro acquisto. Tuttavia, ci sono delle motivazioni d'acquisto che valgono prevalentemente per i prodotti fisici, e altre specifiche per quelli digitali: essere fan di un team tende a costituire il motivo principale dell'acquisto di prodotti digitali (35%), rispetto a quelli fisici (30%), mentre percepire il prodotto come "cool" è più frequentemente la motivazione d'acquisto di prodotti fisici (38%), piuttosto che digitali (35%).

Gli intervistati italiani si sono anche espressi su quale sia la **caratteristica principale di un fornitore di servizi di pagamento in ambito eSport: la sicurezza si attesta in cima alla lista, sia per gli appassionati di eSport (45%) che per gli spettatori occasionali (50%)**. Un fornitore di servizi di pagamento deve inoltre essere di facile utilizzo (per il 41% degli appassionati e il 38% degli spettatori occasionali), e conveniente (30% e 30%).

eSport e lockdown

Il 78% degli appassionati di eSport in Italia ha dichiarato di aver fruito di un maggior numero di contenuti a tema eSport durante l'introduzione delle restrizioni da COVID-19, percentuale fra le più elevate tra i paesi europei presi in esame, dopo Spagna (70%) e Regno Unito (66%). Il 66% del pubblico italiano ha inoltre affermato che avrebbe continuato a fruire di un maggior numero di contenuti a tema eSport anche dopo l'annullamento delle misure restrittive. Il lockdown ha interrotto le routine degli italiani e li ha costretti a rifugiarsi in casa. Ciò ha permesso loro di dedicarsi a tutte quelle attività che si possono praticare nella sicurezza delle proprie mura domestiche. Se poi uno di questi hobby facilita le connessioni con le persone, o meglio ancora, aumenta il divertimento condiviso, ecco spiegata la crescita del gaming: il 72% degli appassionati di eSport italiani che giocano ai videogame ha dichiarato di aver passato più tempo a giocare da marzo 2020, con l'introduzione delle restrizioni da COVID-19.

"Gli eSport vanno oltre il semplice concetto di gaming: si tratta di una fusione tra sport e intrattenimento capace di divertire milioni di persone in tutto il mondo" - ha dichiarato **Maria Teresa Minotti, Director PayPal Italia**. *"Negli ultimi anni questo settore ha incrementato esponenzialmente i propri spettatori, così come è cresciuta in maniera significativa la spesa legata agli eSport grazie a una serie di prodotti acquistabili all'interno dei videogame, come gli elementi per la personalizzazione di avatar ed equipaggiamento virtuale, ma anche al merchandise fisico sponsorizzato dai team e dalle competizioni ufficiali più celebri. I risultati generati negli ultimi anni dagli eSport e le potenzialità di crescita del settore sono chiari indicatori della necessità di prestarvi particolare attenzione. Siamo consapevoli di quanto sia importante garantire pagamenti semplici per ogni transazione, per questo consideriamo un privilegio poter supportare, sempre di più, gli appassionati di eSport"*.

Donne ed eSport: in Europa, le spettatrici di eSport italiane sono tra le più propense all'acquisto

È un numero in costante crescita quello delle donne si sta interessando a questo mondo: **circa il 60% degli intervistati in Europa concorda sul fatto che il numero di donne coinvolte negli eSport sia in crescita**.

Nonostante sia più probabile che gli uomini siano appassionati di eSport (38%) rispetto alle donne (27%), la probabilità che una di esse abbia acquistato prodotti a tema eSport nell'ultimo anno è maggiore. Infatti, poco meno della metà (48%) del pubblico femminile europeo ha comprato prodotti legati agli eSport negli ultimi 12 mesi - rispetto al 46% del pubblico maschile. **Dallo studio emerge come le donne italiane siano tra le più propense ad acquistare prodotti a tema eSport (53%)** - seconde dopo le spagnole (56%), ma davanti alle francesi (51%). Infine, mentre le donne europee dichiarano di preferire il merchandise fisico come i prodotti sponsorizzati dai team, gli uomini acquistano prevalentemente beni digitali in-game, quali skin o sticker.

Informazioni sulla ricerca

Per conto di PayPal, Newzoo ha condotto un sondaggio online tra più di 1.000 (10.175 in totale su tutti i mercati) spettatori eSport (di età compresa tra i 18 e i 45 anni) in 10 mercati europei (Belgio, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Norvegia, Spagna, Svezia e Regno Unito). L'obiettivo della ricerca è quello di evidenziare le dinamiche uniche dell'ecosistema eSport in Europa. Nello specifico, la ricerca si focalizza su una varietà di argomenti, tra cui le abitudini di fruizione e di spesa relative agli eSport, le barriere ai pagamenti online, l'impatto di COVID-19 e il crescente ruolo delle donne come consumatrici eSport. Le interviste sono state condotte online tra il 29 maggio e il 28 giugno 2020.

Informazioni su PayPal

PayPal è in prima linea nella rivoluzione dei pagamenti digitali da più di 20 anni. Facendo leva sulla tecnologia per rendere i servizi finanziari e il commercio più convenienti, accessibili e sicuri, la piattaforma PayPal dà la possibilità a più di 300 milioni di consumatori e commercianti in più di 200 mercati di aderire e prosperare nell'economia globale. Per maggiori informazioni, visita il sito [paypal.com](https://newsroom.it.paypal.com/) o <https://newsroom.it.paypal-corp.com/>

Informazioni su Newzoo

Newzoo è il leader mondiale nella produzione di analisi sul mondo del gaming e degli eSport. Con oltre un decennio di esperienza nel mercato, Newzoo è orgogliosa di supportare alcune delle aziende di intrattenimento,

tecnologia e media di maggior successo in tutto il mondo, come EA, Bloomberg, PepsiCo, Vodafone, a rivolgersi al proprio pubblico, a monitorare i concorrenti, ad aumentare la consapevolezza di brand, a individuare le opportunità e a prendere decisioni strategiche e finanziarie. Il portafoglio prodotti di Newzoo comprende i Global Games e i Global eSports Market Reports, Consumer Insights proprietari che profilano il comportamento e le preferenze dei consumatori in 32 mercati chiave in tutto il mondo, Newzoo Pro, Expert and Consulting. Per maggiori informazioni, visita il sito newzoo.com

¹ Indagine condotta da PayPal e Newzoo basata su un campione di 10.175 spettatori di eSport nei seguenti paesi europei: Germania, Spagna, Francia, Italia, Regno Unito, Paesi Bassi, Belgio, Svezia, Norvegia e Finlandia. Gli intervistati appartengono al range d'età 18-45 e sono rappresentativi a livello nazionale degli spettatori di eSport all'interno di ogni paese. La ricerca è stata condotta nell'arco di un mese (29 maggio-28 giugno 2020) adottando una metodologia web assistita da computer (CAWL). La somministrazione dei questionari agli intervistati è avvenuta su invito.

² Sono da considerarsi appassionati di eSport gli individui che hanno fruito di contenuti eSport più di una volta al mese, negli ultimi 12 mesi.

³ Gli sport tradizionali presi in esame: Calcio, Tennis, Pallacanestro, Automobilismo, Ciclismo.

⁴ Team composto da player attivi sui seguenti titoli: CS:GO, Fortnite, Fifa, League of Legends, PUBG Mobile, Rainbow Six: Siege.

⁵ Team composto da player attivi sui seguenti titoli: CS:GO, Fortnite, League of Legends, Rainbow Six: Siege, Rocket League, SIM Racing, Valorant.

⁶ Team composto da player attivi sui seguenti titoli: Apex Legends, DOTA 2, Fortnite, PUBG Mobile, Smash, Trackmania.

Additional assets available online:  [Photos \(1\)](#)  [Documents \(3\)](#)

<https://newsroom.it.paypal-corp.com/ultime-notizie?item=122613>