

# WTFUTURE

E-SPORTS EDITION



**Siamo una socially-led creative agency.**

Abbiamo un team internazionale di oltre 800 specialisti e lavoriamo per uno scopo comune: connettere le persone e i brand in maniera rilevante.

Crediamo nelle persone, prima che nella tecnologia, e nella comprensione del loro comportamento come primo passo per generare valore di business.

**Questo è quello che chiamiamo social thinking.**

Supportiamo brand come adidas, BMW, IKEA, Lavazza, Samsung e Vodafone.

Se desideri lavorare con noi, visita <http://wearesocial.it>

# WTFUTURE

WTFuture è il format di eventi che abbiamo creato per osservare come cambiano i **comportamenti delle persone e il loro rapporto con i brand** in uno scenario in continua evoluzione.

Il nostro approccio all'innovazione si basa su un'equazione molto semplice:

## TECNOLOGIA + CREATIVITÀ = BUSINESS

Questo significa che ogni innovazione tecnologica viene inserita nel **processo creativo** e deve avere **un impatto concreto sul business** del brand.

WTFuture è un momento di condivisione in cui, insieme ai nostri ospiti, esploriamo un **trend** che pensiamo possa aprire opportunità per i brand con cui lavoriamo ogni giorno.



“

*Gli eSports rappresentano un'enorme opportunità per i brand che vogliono creare una relazione con audience che sono meno disposte - rispetto alla media - a consumare contenuti in modo passivo (come, ad esempio, la GenZ).*

*Sarà fondamentale imparare a ragionare secondo logiche diverse da quelle tipiche delle "vecchie" piattaforme, assicurandosi di non interrompere un'esperienza, ma di arricchirla.*

**LUCA DELLA DORA**

INNOVATION DIRECTOR, WE ARE SOCIAL

 @LUCA2D

## eSports [ee-spoahrts] - noun

Form of competition using video games.

Most commonly, eSports takes the form of organized, multiplayer video game competitions, particularly between professional players, individually or as teams.



Sono molte le caratteristiche che accomunano sport “tradizionali” ed eSports [ee-sports] - noun

Form of competition using video games.

Most commonly, eSports takes the form of organized, multiplayer video game competitions, particularly between professional players, individually or as teams.





# SPORT



# eSPORT

## eSports [ee-spohrts] - noun

The umbrella term used to refer to the competitive video game industry.

## NON SOLO GIOCHI LEGATI A DISCIPLINE SPORTIVE



**eSports** [ee-spoahrts] - noun

The umbrella term used to refer to the competitive video game industry.

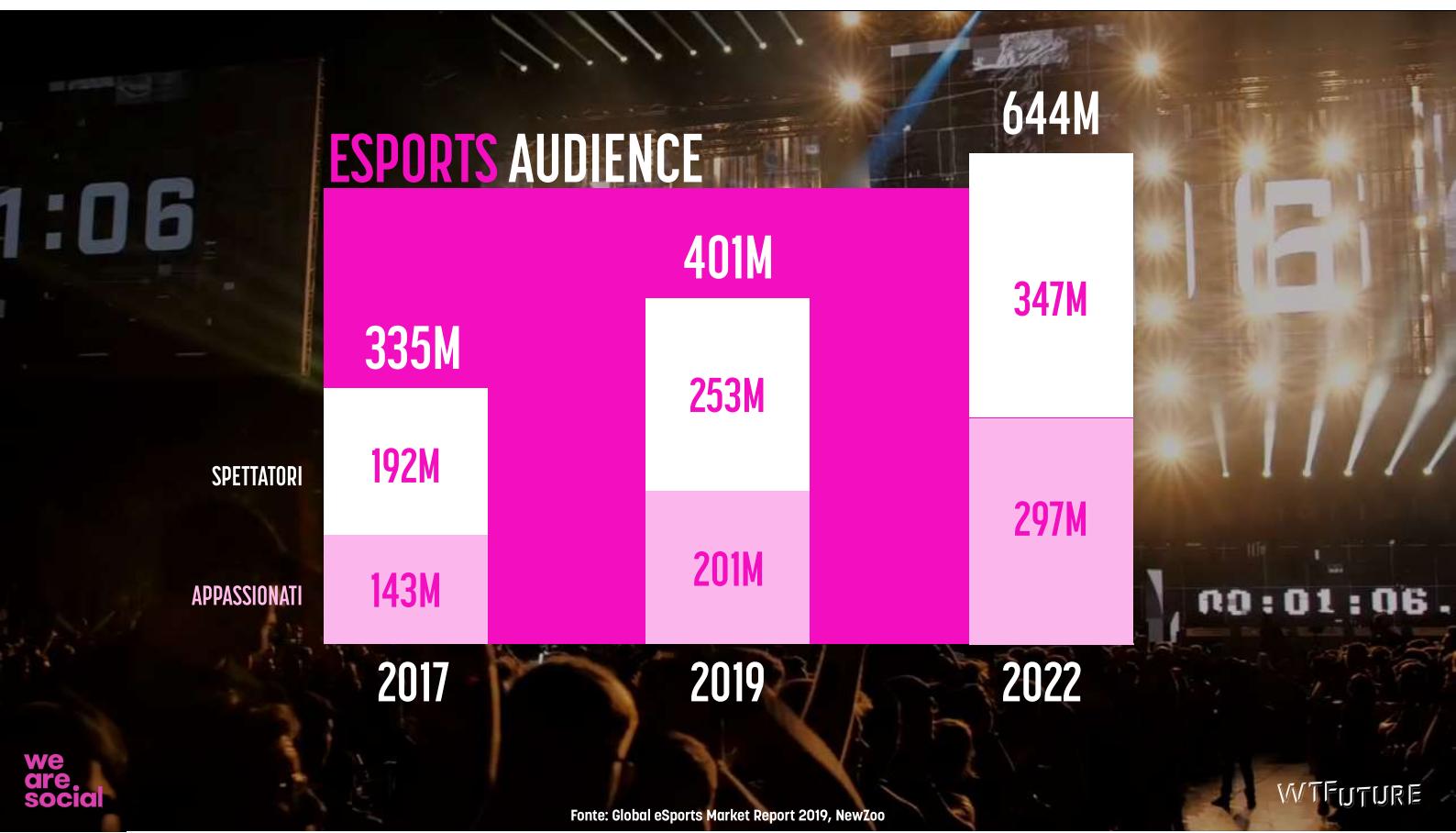
## I TITOLI PIÙ DIFFUSI SONO (SOPRATTUTTO) ALTRI



eSports [ee-spoahrts] - noun

The umbrella term used to refer to the competitive video game industry.





**MARKETS** **BUSINESS** **INVESTING** **TECH** **POLITICS** **CNBC TV**

**TECH**

## This esports giant draws in more viewers than the Super Bowl, and it's expected to get even bigger

PUBLISHED SUN, APR 14 2019 • 12:19 PM EDT

Annie Pei  
@PEI\_ANNIE

SHARE ...

---

**KEY POINTS**

- Over 10,000 "League of Legends" fans descended upon St. Louis, Missouri this weekend.
- More than 600,000 people watched the event online.
- The massive audience for esports events like this is expected to grow, drawing in massive sponsorships from companies like Nike.



**TRENDING NOW**

 **Trump says Fed 'boneheads' should cut interest rates to zero 'or less,' US should refinance debt**

 **Jay Leno: Do these 3 things before buying a used car**



Fonte: CNBC



TEMPO SPESO GUARDANDO eSPORT

205  
MINUTI

DA CHI SEGUE eSPORTS, TRA 18 E 25 ANNI IN USA

Fonte: Limelight Networks

WTFUTURE

TEMPO SPESO GUARDANDO SPORT TRADIZIONALI

153

MINUTI

DA CHI SEGUE eSPORTS, TRA 18 E 25 ANNI IN USA

Fonte: Limelight Networks

WTFUTURE

**ALCUNI GIOCATORI PROFESSIONISTI  
SONO GIÀ PARAGONABILI  
A SPORTIVI "TRADIZIONALI"**



**we  
are.  
social**





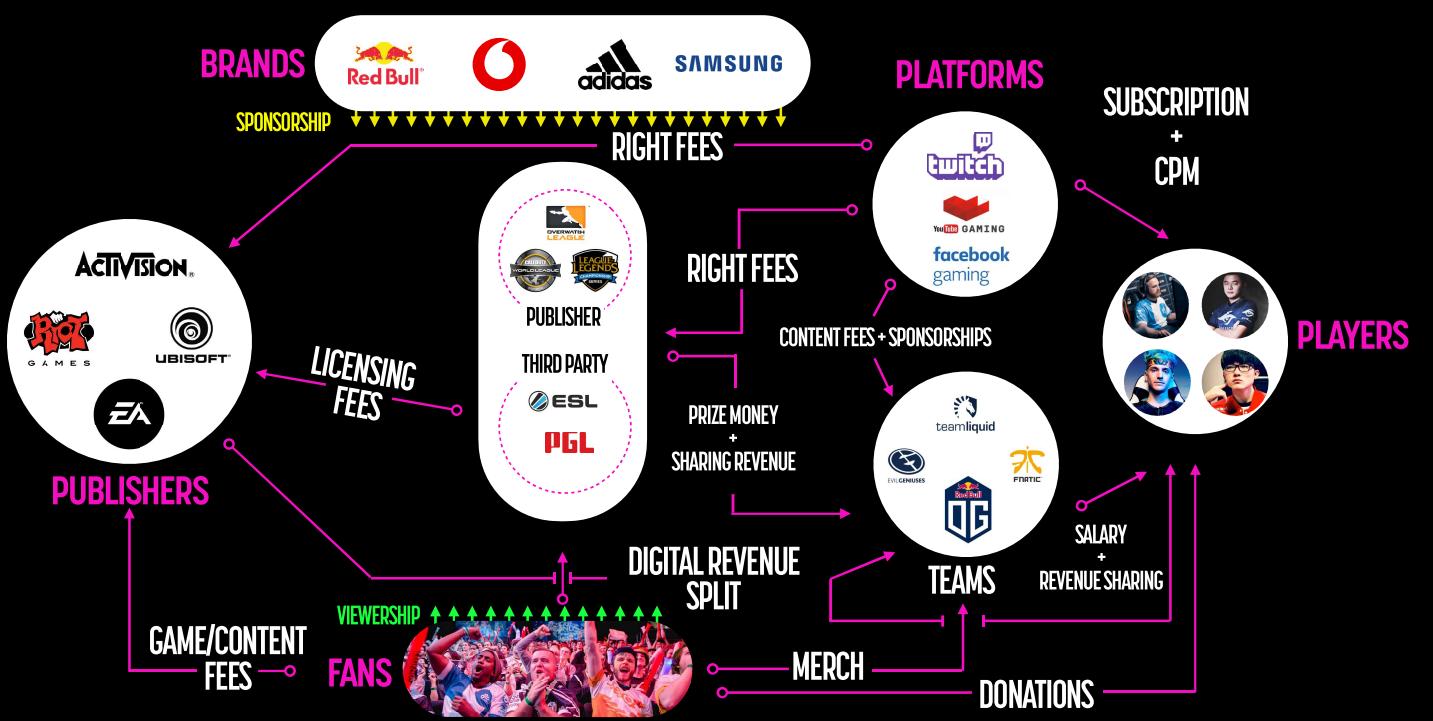
INVESTITI DA MICROSOFT  
PER PORTARE NINJA SULLA  
SUA PIATTAFORMA DI STREAMING

(E FARGLI ABANDONARE TWITCH)

we  
are.  
social

WTFUTURE

# L'ECOSISTEMA DEGLI eSPORTS È COMPLESSO



Fonte: Catalyst Sports

WTFUTURE



**BRAND DI MERCATI DIFFERENTI  
POSSENONO INVESTIRE IN QUESTA INDUSTRY  
IN MODO DIVERSO**

**NON-ENDEMICI**



**Red Bull**



Mercedes-Benz



**we  
are.  
social**

**ENDEMICI**

**SAMSUNG**



**SEMI-ENDEMICI**



**vodafone**

**WTFUTURE**

# SPONSORSHIP





**VIDEO**

<https://youtu.be/X5Z4doe1x2g>

WTFUTURE



**VIDEO**

<https://youtu.be/H7H0M5OMwo4>

WT FUTURE

# ADVERTISING



**VIDEO**

<https://youtu.be/ZPrugFA0b0k>

WTFuture

# EXPERIENCE

**SAVING FORTNITE FROM FROZEN BEEF**

**CHALLENGE:**  
Reach gamers through the biggest game in the world - Fortnite - a cultural phenomenon. Brands are either left tweeting about it from the sidelines or paying big bucks for in-game sponsorships.

**IDEA:**  
When Fortnite announced a new game mode called Food Fight, pitting Team Burger against Team Pizza, Wendy's found an organic way in.

Join Team Pizza. Because Team Burger stored their beef in freezers.

AND. WENDY'S. DOESN'T. DO. FROZEN. BEEF.

So we picked up a controller, but instead of killing other players, we killed freezers. Again and again. And we streamed it all on Twitch, where hundreds of thousands of gamers watched us wage war on Fortnite's frozen beef.

**1.5M MINUTES WATCHED**

**119% INCREASE IN MENTIONS OF WENDY'S**

**752 BURGER FREEZERS DESTROYED**

After claiming dominance over brand Twitter, @Wendy's has moved on to take over Twitch  
@klapage

I just seen Wendy's playing fortnite and all they were doing was smashing freezers lmao. That's pure genius.

Oh my god.  
THIS IS THE KIND OF FORTNITE CONTENT WE NEED  
@WendyBlog

Wendy's DURRR BURGER. YOU GOT THE FROZEN BEEF AND WE WIPE YOU OFF THE MAP WHO'S NEXT?

WHY WENDY'S SPENT 10 HOURS KNOCKING FORTNITE'S DURRR BURGER

ADWEEK  
WENDY'S IS WAGING WAR ON FROZEN BEEF

## VIDEO

<https://youtu.be/DhdQmDKTBgl>

WTFuture



**VIDEO**

<https://wearesocial.com/fr/case-studies/wwf-no-build-challenge>

WTFUTURE

# MOBILE GAMING

# MERCATO DEL MOBILE GAMING

# \$108

ENTRO IL 2021

Fonte: Global eSports Market Report 2019, NewZoo

WTFUTURE

NEL 2018 HA GENERATO  
**+50%**



**DELLE REVENUE DEL MERCATO GAMING**

Fonte: Global eSports Market Report 2019, NewZoo

WTFUTURE

IN ITALIA

49%

GIOCANO DA MOBILE

Fonte: Digital 2019, We Are Social & Hootsuite

WTFUTURE

# 5 KEY LEARNINGS

**1 GLI eSPORTS SONO IN CRESCITA A LIVELLO  
GLOBALE**

**IN ITALIA 350.000 PERSONE SEGUONO EVENTI eSPORTS TUTTI I GIORNI  
(+35% RISPETTO AL 2018).**

Fonte: Rapporto sugli eSports in Italia, AESVI e Nielsen

# ANCHE I BRAND LI CONSIDERANO COME SPORT

NEL 2019, \$897M DI INVESTIMENTI (82% DEL TOTALE) DERIVANO DA  
INVESTIMENTI DA PARTE DI BRAND (SPONSORSHIP, ADV, DIRITTI MEDIA).

# **SONO LA PIATTAFORMA PREFERITA DELLA GEN Z**

**[MA NON SOLO]**

**IN ITALIA IL 44% DI CHI HA TRA 21 E 30 ANNI DICHIARA DI ESSERE  
INTERESSATO A eSPORTS (IL 38% DI CHI HA TRA 31 E 40 ANNI).**

Fonte: Rapporto sugli eSports in Italia, AESVI e Nielsen

GLI APPASSIONATI DI eSPORTS VOGLIONO INTERAGIRE  
CON I CONTENUTI, NON SOLO "CONSUMARLI"

# #STORY TELLING LIVING

we  
are.  
social

WT FUTURE



**GLI eSPORTS PERMETTONO AI BRAND  
DI RAGGIUNGERE ANCHE CHI USA**

# **5 ADBLOCK**

**IN ITALIA IL 39% DEGLI UTENTI INTERNET LI USA  
(51% A LIVELLO GLOBALE).**

Fonte: Digital 2019, We Are Social & Hootsuite