SBC Summit Barcelona, Mazza (Ceo OIA Services-Betaland): "Lo stop alle sponsorizzazioni in Italia è un problema perché avrebbero fatto bene anche allo sport"

10/09/2020 14:27



"Nel mercato italiano due anni fa è stato introdotto il divieto di pubblicità di giochi e scommesse, ma dalla mia esperienza come operatore le sponsorizzazioni sono fondamentali. E' necessario creare nuove strategie di comunicazione tramite digital technology per superare le restrizioni,

serve aver una forte brand identity e valutare attentamente e in modo specifico quali sono gli obiettivi da conseguire. Di certo lo stop alle sponsorizzazioni in Italia è un problema, anche se andrebbe aperto un capitolo sul significato di queste restrizioni, ma questo è un altro discorso". E' quanto ha dichiarato Carmelo Mazza, Ceo di OIA Services, nel panel "The Future of Sports Sponsorship", nel corso della terza giornata del SBC Summit Barcelona – Digital. "Per poter avere la giusta visibilità è necessario non solamente avere un buon prodotto, ma selezionare storie da condividere con il proprio partner commerciale. Non esistono scelte univoche, ci sono scelte differenti per sponsorizzazioni differenti, per ogni prodotto e mercato". "In tutto questo il valore della sponsorizzazione è fondamentale – ha proseguito Mazza – anche se penso che ciò che conta non è lo sport di per sé, collettivo o individuale, ma come un dato sport, ad esempio il calcio, è percepito dalla comunità. Il valore di identità del brand che si vuole rappresentare ha un impatto a seconda della comunità, quello è il valore aggiunto, per questo è importante capire l'importanza di un certo sport in un dato Paese. L'esempio di Cristiano Ronaldo per pubblicizzare un prodotto va bene per avere subito visibilità, ma non avrà lo stesso impatto a Barcellona così come può averlo a Madrid".

Oltre al Ceo di Oia Services, nel panel sono intervenuti altri relatori tra cui Nikita Lazarev, Senior Sponsorship Manager di Parimatch, che ha affermato: "I club sportivi, ad esempio quelli della Premier League, cambiano sponsorizzazioni di anno in anno, per questo è necessario massimizzare il più possibile il prodotto. A fine stagione, il maggior numero di persone deve sapere chi sei, cosa produci, quale è la tua offerta di gioco, i tuoi bonus ecc.. Se si riesce ad attivare questo meccanismo, di conseguenza arrivano i fan e i nuovi clienti. Per questo è importante fare valutazioni serie quando si fanno investimenti in pubblicità. Serve distinguersi dagli altri, sorprendere la gente, motivo per cui è fondamentale la partnership che si va a siglare". Dean Akinjobi, Ceo di Football Media, ha invece affermato che "nonostante il settore del gambling spesso sia visto negativamente, c'è molto valore nelle sponsorizzazioni degli operatori di gioco. E' fondamentale però valutare con molta attenzione quali squadre andare a sponsorizzare per ottenere i migliori risultati".

Neill Simpson, Brand Director di Mr Green, ha ricordato che "le sponsorizzazioni sono molto cambiate negli ultimi anni, hanno più valore di prima. Oggi è necessario sapere bene quali obiettivi si vogliono raggiungere, con quale prodotto, quale è il proprio target, e in più vanno prese decisioni a lungo termine, per poter valorizzare al meglio il proprio brand". cr/AGIMEG

Articoli recenti

Scommesse Premier League: si riparte con il Manchester City favorito sulla lavagna antepost di

Libro Blu 2019, Gualtieri (min. Economia): "Aumentati controlli con forme sempre più sofisticate per contrastare i mercati illegali, anche per il gioco sia a terra sia

Presentazione Libro Blu 2019, Conte (Premier) non fa menzione del settore dei giochi ma ringrazia

ADM per il lavoro svolto

gioco illegale"

Libro Blu 2019, Alberti Casellati (pres. Senato): "Recrudescenza gioco d'azzardo patologico rischia di mettere in discussione la lotta al

ADM, Libro Blu 2019: arrivano i ministri Boccia e Di Maio e il

Premier Conte. I VIDEO

ADM, Libro Blu 2019: lo scorso anno spesi 19,4 miliardi di euro, all'Erario 11,4 miliardi (+9,6%). Una

giocata su tre effettuata online

ADM: la presentazione del Libro Blu con dati e controlli sul settore del gioco. In diretta su Agimeg il premier Conte che parlerà di gioco. Interventi anche di Casellati, Minenna e Gualtieri. DIRETTA

Senato, via libera alla Proposta di nomina del dottor Lasorella a

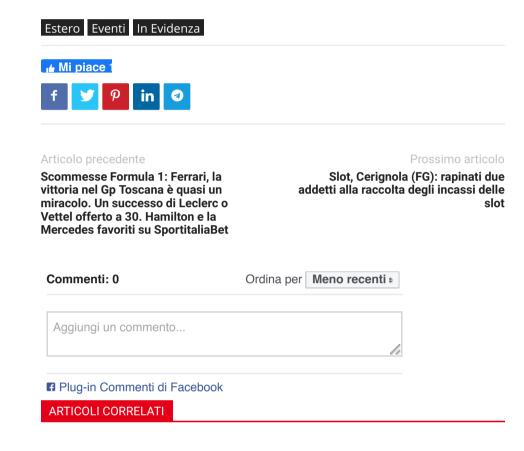
ADM: Lotteria Italia al via il 14 settembre e si conclude il 6

presidente dell'AGCOM

gennaio 2021

nei primi otto mesi del 2020 spesa a 11,7 milioni di euro. Milano, Napoli e Roma sul podio

Scommesse ippiche a quota fissa:



Libra Div 0040 Ovelstant	December 1 the
Libro Blu 2019, Gualtieri (min. Economia): "Aumentati controlli con	Presentazione Libi 2019, Conte (Prem fa menzione del se
"Aumentati controlli con forme sempre più	fa ménzione del se
sofisticate per contrastare i mercati illegali, anche per	dei giochi ma ringr ADM per il lavoro s
il gioco sia a	

Libro Blu 2019, Alberti (Premier) non del settore a ringrazia voro svolto discussione la lotta al gioco illegale"

LASCIA UN COMMENTO

Commento	
Nome:*	
E-mail:*	

□ Save my name, email, and website in this browser for the next time I

Invia il commento

Sito Web:





AGIMEG, Agenzia Giornalistica sul Mercato del Gioco | Riproduzione riservata
JEA srl - Via del Lavoro, 5 - 01100 Viterbo - Italy Partita IVA: 01972230567 ♦ REA 142795 ♦ Reg.
Tribunale di Viterbo N. 11 del 03/12/2012 ♦ Reg. ROC n. 23856 Direttore Responsabile FABIO FELICI ♦
Aruba Business S.r.I.
I diritti relativi ai video, ai testi firmati ed alle foto sono dei rispettivi autori. La riproduzione con
qualsiasi mezzo analogico o digitale non è consentita senza il consenso scritto dell'editore. E' possibile
la copia per uso esclusivamente personale. Sono consentite citazioni a titolo di cronaca, critica o
recensione, purché accompagnate dal nome dell'autore e dall'indicazione della fonte "AGIMEG.it"
compreso l'indirizzo Web httb://www.agimeg.it, L'editore si riserva il diritto di riprodurre i testi in altre
pubblicazioni collegate. Sono consentiti i link da altri siti purché venga specificato che si tratta di link
verso "AGIMEG.it".
Sitemap

Contattaci: redazione@agimeg.it

in Ø 💆