



DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT E DIRITTO

SAVE THE DATE

19^ GIORNATA DI STUDIO SU

"LA CROSSMEDIALITA' NELLA SPORTS INDUSTRY"

Giovedì 13 OTTOBRE 2016
Ore 14.30 – 18.30

UNIVERSITA' DI ROMA "TOR VERGATA" - ECONOMIA
EDIFICIO B - SALA SCACCHI 1 PIANO - VIA COLUMBIA, 2

SCENARIO

La grande attenzione ed interesse per lo sport, che oggi si riscontra nel mondo, è certamente frutto anche dello stretta connessione con la comunicazione e i media all'interno del macrosettore definibile dell'entertainment.

Il binomio sport-comunicazione ha una lunga esperienza collaborativa a partire dalla carta stampata per proseguire con la radio, la televisione, la rete internet dove le due dimensioni si sono reciprocamente sostenute nel momento in cui lo sport ha potuto usufruire di una cassa di risonanza mediatica che ha fortemente valorizzato le sue attività così come la comunicazione ha potuto trovare nello sport uno dei contenuti più apprezzati dai loro utenti siano essi persone, imprese o istituzioni pubbliche.

Un binomio collaborativo che è anche, bisogna notare, competitivo dal momento che sempre più spesso lo sport diventa esso stesso un medium di comunicazione attraverso le sponsorizzazioni, il merchandising, il licensing e altro. Questo scenario collaborativo/competitivo è in via di ulteriore crescita della complessità nel momento in cui si consolida sempre più un processo d'integrazione mediatica, accentuata, dallo sviluppo delle connessioni mobili, creando, come sempre, nuove opportunità ma anche minacce.

E' ormai diventato molto frequente parlare, quindi, di crossmedialità che sintetizza questo concetto rendendolo denso di nuovi contenuti professionali necessari per governare un fenomeno che, come detto, diventa sempre più complesso. Una crossmedialità che richiede, a tutti i protagonisti coinvolti, una crescita professionale in linea con quanto avviene in tanti paesi del mondo e, quindi, essenziale per restare nell'area avanzata alla quale si pretende di appartenere in modo stabile rispetto alla concorrenza emergente soprattutto nei paesi asiatici.

OBIETTIVO di questo convegno è riflettere sulle opportunità e le minacce che la Crossmedialità può offrire, in termini di notorietà, arricchimento dei contenuti, conseguimento degli obiettivi, ai dirigenti sia del sistema sportivo allargato sia del sistema della comunicazione e dei media, cercando d'individuare possibili strumenti e interventi utili al miglioramento della situazione complessiva per le varie componenti, con modalità tempestive ed efficaci rispetto anche alla concorrenza internazionale, così da generare un reale valore di lungo termine di tipo win-win.

DESTINATARI: Rappresentanti delle organizzazioni del sistema sportivo allargato, siano esse pubbliche o private, produttive o del terziario, grandi o piccole, professionistiche o amatoriali, nazionali o locali. In questo contesto vanno comprese ovviamente anche le organizzazioni mediatiche, i territori e la pubblica amministrazione, le imprese sponsor-partner e tutti coloro che possono contribuire al successo o all'insuccesso della industria sportiva italiana.



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

LA PARTECIPAZIONE E' LIBERA

Per informazioni e conferma della propria adesione: egesport@economia.uniroma2.it