



13 ottobre 2016

LA CROSSMEDIALITA' NELLA SPORTS INDUSTRY

Università Roma "Tor Vergata" - Economia
Sala del Consiglio – 2° piano – Edificio B
Via Columbia, 2 – Roma

SCENARIO

La grande attenzione ed interesse per lo sport, che oggi si riscontra nel mondo, è certamente frutto anche della stretta connessione con la comunicazione e i media all'interno del macro-settore 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.

PROGRAMMA

14.00 ACCOGLIENZA PARTECIPANTI

14.30 La Crossmedialità nell'esperienza della Media Industry

Simonetta Pattuglia–Università di Roma "Tor Vergata"

14.45 La Crossmedialità: opportunità o minaccia per il management sportivo ?

Sergio Cherubini – Università di Roma "Tor Vergata"

15.00 Essere Agenzia di stampa online nello sport

Marcel Vulpis - Direttore e Fondatore agenzia stampa "SportEconomy"

15.15 L'esperienza dell'Italia Team alle Olimpiadi di Rio 2016

Diego Nepi Molineris – Direttore Marketing e Sviluppo Coni Servizi–Coordinatore progetto Casa Italia

15.35 Come trasformare una criticità in opportunità: l'esperienza S.S. Lazio

Marco Canigiani – Responsabile Marketing S.S. Lazio

15.55 L'esperienza di RDS Radio Dimensione Suono

Gianluca Teodori – Responsabile News RDS

16.15 L'esperienza di calciomercato.com

Stefano Agresti – Direttore "calciomercato.com"

16.35 L'esperienza di un'agenzia di ricerca

Stefano Russo – Project manager Nielsen

16.55 Milano, Finale Uefa Champions League 2016

una #WelcomeHomeStars non un semplice hashtag ma strategia crossmediale

Alberto Morici – Media Relations Italy Unicredit

17.15 Il punto di vista di un allenatore

Valerio Bianchini

17.35 Il punto di vista di uno scrittore

Fulvio Abbate

17.55 Il Miglio di Roma

Camillo Franchi Scarselli – Presidente Athleticom

18.15 Q&A E CONCLUSIONI

**IF YOU DON'T TRUST EDUCATION ... TRY
IGNORANCE!**

**LA PARTECIPAZIONE E' LIBERA
SI PREGA DARE CONFERMA DELLA
PRESENZA A
egesport@economia.uniroma2.it**