

IL LIBRO

MASSIMILIANO
PANARARI

**CACCIA
AI NUOVI
TIFOSI**

LA PANDEMIA ha modificato anche l'industria dell'intrattenimento nei suoi vari comparti. Compreso lo sport, dove la trasformazione digitale ha generato da tempo mutamenti che investono le modalità di monetizzazione e profitto, come quelle di comunicazione e produzione di contenuti. Mentre i fruitori diventano

sempre maggiormente "consumatori" e il concetto della *fan experience* – via via più rilevante nel marketing – viene ulteriormente rilanciato nell'ambito di un settore che da sempre vi ha trovato una componente fondamentale. In questo libro (con la prefazione di Fabio Capello),

Paolo Carito, esperto di economia dello sport, e Agostino Piacquadio, specialista di marketing sportivo, definiscono la nozione di *enter(sport)ainment*,

come contributo per comprendere le nuove dinamiche della Sport industry. Dove il *fan-engagement* del tifoso sulle nuove piattaforme diventa un'opportunità fondamentale di business, e le Olimpiadi accolgono sempre più quegli *urban sports* che tanto piacciono alla Generazione Z. Sport come palcoscenico emotivo, gaming, nuovi format di gioco, tecnologie blockchain per l'emissione di biglietti sicuri, intelligenza artificiale applicata agli eventi sportivi: la rivoluzione è appena iniziata.

**SPORT, INTRATTENIMENTO
E DIGITALIZZAZIONE**

Paolo Carito (con Agostino Piacquadio)

Franco Angeli

94 pagine, 19 euro

