

ПОСТРЕЛИЗ

Киберспорт 2019: быстрее, выше дороже

Этот март станет важной вехой на пути становления российской киберспортивной индустрии. В ходе конференции “Киберспорт 2019: быстрее, выше, дороже”, которую “ИД Коммерсантъ” провел в Gamer Stadium при информационной поддержке порталов “Геймбокс” и “Вести.Экономика”, мы выяснили, какие продукты появятся на рынке в этом году, какие идеи уже работают, и на что ведущие игроки будут опираться в будущем.

Киберспорт захватывает новые территории настолько стремительно, что аналитика не поспевает за рынком. Едва агентство Newzoo подвело итоги за 2018 год, озвучив цифру \$865 млн, как стало понятно, что в этом году будет преодолена новая планка - \$1,1 млрд. И особенно интересно сегодня говорить о российском киберспортивном сегменте: система, которая была актуальна год назад, теперь сильно изменилась, и теперь у киберспортивной аудитории России, которая по оценкам Nielsen Sports уже превысила 10 млн человек, появились совершенно новые возможности.

Решение "Газпром-медиа Развлекательное телевидение" инвестировать в киберспортивный проект Sector Esports позволило разработать совершенно новую экосистему, цель которой - сделать киберспорт достоянием широкой аудитории. Генеральный директор Sector Esports Николай Горелый и его коллеги рассказали о новой системе проведения турниров и формировании игрового и околоигрового контента. Поклонники киберспорта теперь смогут не только наблюдать за соревнованиями, но и вступить в борьбу.

В октябре стартует мультидисциплинарный киберспортивный чемпионат Sector Esports Tournament. А летом пройдут отборочные этапы, причем вызов профессионалам здесь сможет бросить любой смельчак. Представители Sector Esports уверены, что именно сплав профессионального и полупрофессионального киберспорта позволит расширить аудиторию соревнования и обеспечит совершенно новый уровень монетизации.

Речь идет также о продвинутой системе интеграции брендов. Зрители примут участие в розыгрышах, челленджах, и бесконечный поток интерактива будет совмещен с продвижением продуктов, чтобы не фокусироваться исключительно на традиционных типах рекламы. Информационную поддержку соревнованиям предоставит телеканал 2x2.

На конференции “Киберспорт 2019: быстрее, выше, дороже” выступили представители крупнейших брендов, которые активно работают с киберспортивной аудиторией. Это Qiwi, МТС и “Мостбет”.

О перспективах киберспортивного образования рассказала Евгения Роньжина, управляющий партнер игрового и киберспортивного направления института “Синергия”. Создатели сетевых киберспортивных платформ поделились секретами формирования своей бизнес-модели. А Иван Возняк, продюсер киберспортивного направления Mail.Ru Group подтвердил, что компания активно развивает “нехардкорный” сегмент и готова предоставить публике постоянный поток контента, не ограничивая себя традиционным списком киберспортивных дисциплин.

Руководители ведущих киберспортивных команд и организаций - Vega Squadron, Vaevictis Esports и M19 и представители индустрии дизайна провели дебаты на тему монетизации: поделились опытом, который позволил сделать бренд узнаваемым и зарабатывать на этом не только в ходе турниров, привлекая постоянных спонсоров. Среди участников дискуссии также присутствовала Елена Аникеева, основатель дизайн агентства Pixies.

Спикеры конференции обозначили основные тренды в российской и мировой киберспортивной индустрии. Развеели мифы и озвучили собственные прогнозы, ответив на основной вопрос: что на самом деле позволит киберспорту стать быстрее, выше, дороже.