|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  | Informazione stampa  2 agosto 2021 |
|  |  |  |

## 

Mercedes-Benz Italia Official Title Sponsor della Gaming House di Mkers

# La casa degli eSport nel cuore della Capitale

**Mercedes-Benz Italia è Official Title Sponsor della Gaming House di Mkers e porta la Stella in una nuova arena degli eSport, nel cuore della Città Eterna. La Mercedes-Benz Gaming House è progetto nato per promuovere e valorizzare la presenza della Stella nel mondo degli eSport, una piattaforma privilegiata per intercettare un pubblico giovane e aperto all’innovazione: un target con un forte potenziale, con cui condividere una visione comune della mobilità in cui sostenibilità e digitalizzazione rappresentano i valori chiave. La sponsorizzazione della Gaming House di Mkers, è il primo step di un’intensa collaborazione che nei prossimi 18 mesi metterà in campo e online una serie di attività legate a questo affascinante mondo e raccontando la vita dei pro player dentro e fuori la Mercedes-Benz Gaming House.**

Mercedes-Benz Italia è Official Title Sponsor della Gaming House di Mkers, una nuova partnership che sottolinea l’impegno globale della casa di Stoccarda nel mondo degli eSport.

“L’universo degli eSport ha una forte affinità con il nostro Marchio, soprattutto in questa fase di profonda trasformazione che sta rivoluzionando il mondo della mobilità individuale”, ha dichiarato Mirco Scarchilli, Responsabile Brand Experience di Mercedes-Benz Italia. “Già da diversi anni siamo entrati in questo mondo, che ci permette di condividere i nostri valori con un pubblico molto giovane ed eterogeneo, un vasto bacino di opinion leader con un fortissimo potenziale e una grande amplificazione attraverso i canali social.”

“Abbiamo atteso circa quattro anni prima di investire in una struttura che fosse in grado di ospitare i pro player nel rispetto della nostra visione di eSport”, ha dichiarato Paolo Cisaria, Managing Director di Mkers. “È nato un progetto ambizioso ed esclusivo, che permetterà ai nostri ragazzi di sentirsi davvero integrati nelle logiche di star system di cui spesso parliamo. È un grande orgoglio aver trasferito questa volontà ad un marchio così prestigioso come Mercedes–Benz, che restituisce credibilità ed autorevolezza al percorso in cui i nostri investitori hanno saputo credere con lungimiranza.”

La partnership, della durata di 18 mesi, ha l’obiettivo condiviso di narrare la vita dei pro player dentro e fuori la Mercedes-Benz Gaming House, cercando di far emergere la professionalità ed i valori umani che regolano la crescita dei giovani talenti durante le loro sessioni di allenamento. L’accordo include, inoltre, una serie di attività che consolideranno ulteriormente il posizionamento di Mercedes-Benz nell’industria degli eSport, tra cui la presenza ad eventi di settore, la gestione e l’organizzazione di un circuito di tornei cross game e la produzione di materiale social e format video.

L'impegno della Casa di Stoccarda negli eSport è iniziato nel 2017 attraverso la partnership con ESL, una delle più grandi società di eSport al mondo, nell'ottobre 2018 quando Mercedes-Benz diventa global mobility partner di ESL. Nel 2019 è il primo brand automobilistico ad investire in una squadra di esport. Il 2020 segna una nuova importante tappa dell’impegno della Stella negli eSport e vede Mercedes-Benz nel ruolo di exclusive automotive partner di tutti gli eventi globali di League of Legends. Una presenza crescente che nel corso degli anni ha portato alla creazione del Mercedes-AMG Petronas Esports Team e alla recente partnership tra il team Mercedes-AMG Petronas Esports e SteelSeries, leader mondiale nelle periferiche di gioco ed eSport.

**About Mkers**

Mkers è la più importante azienda eSport italiana, nata a febbraio 2017. Negli ultimi due anni importanti investitori hanno contribuito alla crescita dell'azienda, come Daniele De Rossi, Alessandro Florenzi e Boost Heroes. Attualmente la realtà è suddivisa in tre grandi aree: il team eSport, con all'attivo ben 43 players, provenienti da 8 nazionalità differenti e specializzati in 12 titoli, tra i quali FIFA, Pro Evolution Soccer, Rainbow Six Siege e tanti altri; la divisione Agency, fulcro della produzione creativa e di comunicazione con i brand partners, e la sfera dedicata al Merchandising, volta alla distribuzione di capsule collection e materiale tecnico, spesso realizzato in partnership con eccellenze nel campo del design come i Van Orton. Dal 2017 ad oggi, la realtà italiana – tra i premi più importanti – ha vinto un campionato europeo, due volte le Global Series e per la prima volta nella storia dell’eSport italiano l’eClub World Cup 2021 di FIFA 21; oltre a ciò, annoveriamo un mondiale di MotoGP e lo storico traguardo del Six Invitational di Rainbow Six Siege. In questi tre anni di attività, infine, importanti marchi hanno creduto in Mkers, tra i quali troviamo Nestlè, Intesa San Paolo, Bee Bad, Philips Hue, ASUS ROG e SMI Technologies & Consulting, giusto per citarne alcuni. L'obiettivo imprescindibile di Mkers è di creare uno star system nell'eSport italiano, ponendo al centro del progetto la figura del Pro Player.

Ulteriori informazioni su: **media.mercedes-benz.it** e xxxxxxx