

Ubisoft raggiungerà il suo miglior fatturato di sempre nel prossimo anno fiscale?

Secondo le previsioni della stessa compagnia, che ha registrato un guadagno di quasi **1,2 miliardi di euro** nei primi nove mesi dello scorso anno fiscale (iniziato l'1 aprile 2017), si aspetta il raggiungimento degli 1,6 miliardi entro la fine del suddetto (31 marzo 2018), ma le vedute sembrano essere molto più larghe e ottimistiche: lo stesso **Yves Guillemot** sta riponendo molta fiducia nelle espansioni di **Assassin's Creed Origins** e soprattutto nel lancio di **Far Cry 5**, che secondo la casa francese potrebbe essere non solo il migliore della serie, ma persino l'uscita più importante in assoluto della prima metà del 2018.

Una grandissima parte del reddito di **Ubisoft** arriva inoltre dal mercato digitale, da cui proviene il 60% delle entrate attuali e, con incredibile sorpresa, il primato di vendite recentemente ottenuto non proviene nè dalle distribuzioni su pc nè dalle grandi console casalinghe, ma bensì dalla console ibrida di **Nintendo: Mario + Rabbids Kingdom Battle** non solo è il gioco **third party** più venduto su Switch, ma ha portato la stessa casa produttrice al primo posto per quanto riguarda questo settore, il che ha sicuramente incoraggiato la compagnia a sviluppare più titoli del genere e a includere i team più importanti nella produzione.

Ma è nell'anno fiscale 2018/2019 che si aspetta il "boom": grazie all'uscita di **The Crew 2** e **Skull and Bones**, annunciati allo scorso **E3**, in uscita rispettivamente il 16 marzo e durante il prossimo autunno, si prevede un fatturato di **2,1 miliardi di euro**, il più alto di sempre per Ubisoft, che per l'occasione ha reso pubblico un grafico che mostra le sue entrate (espresse in milioni di euro) dal 2005 al 2019, basandosi ovviamente sugli obiettivi posti per quanto riguarda gli ultimi due anni.



Che sia un'aspettativa troppo ottimista? Non resta che aspettare e vedere come i prossimi i titoli in uscita verranno accettati dal grande pubblico.

Nintendo svela il mistero del (non) cappello di Toad

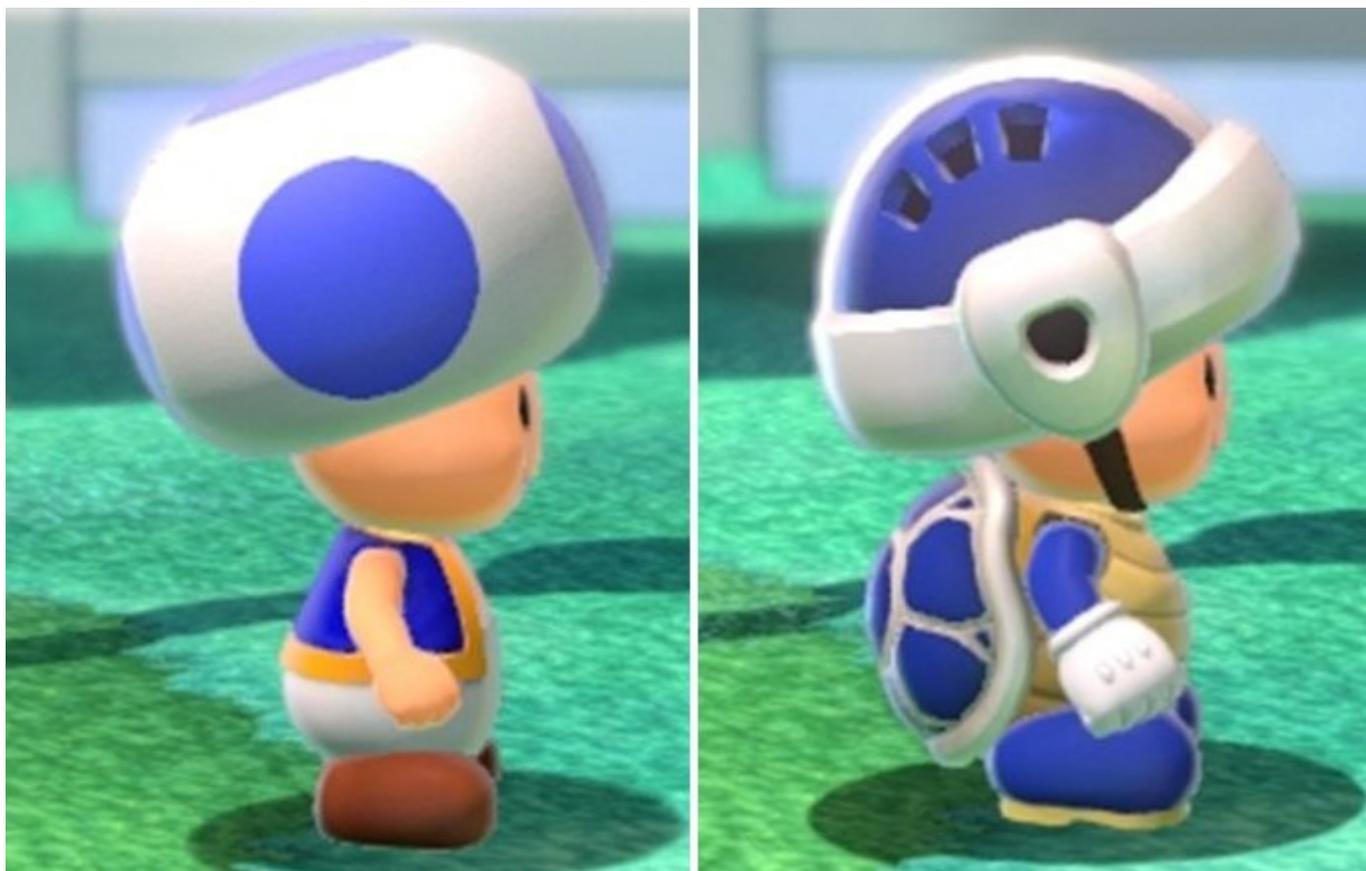
Sin dall'ormai lontano 1985, anno d'uscita del **primo** Super Mario su NES, un dubbio atroce aleggia nelle menti dei fan della saga: cos'è il fungo che Toad ha sulla testa? Fa effettivamente parte del suo corpo o è un semplice cappello? Da quell'anno è in corso una guerra tra chi è d'accordo con l'una o con l'altra teoria, guerra combattuta a suon di screenshot ogni qualvolta, all'interno di videogiochi o cartoni animati con protagonista Mario, era presente appunto Toad.

Fino a poco tempo fa, la "fazione" che supporta la teoria del cappello sembrava avere la meglio, essendo alquanto palese, in diversi giochi e nello stesso show televisivo, che gli abitanti del Regno dei Funghi portassero semplicemente sempre lo stesso cappello ogni giorno, a seconda del loro colore o specie.

Una delle prime prove che conferma questa tesi proviene proprio da **Super Mario Bros. Super Show**, la serie animata mandata in onda negli anni 80'.



Altre ulteriori conferme arrivano rispettivamente da **Super Mario 3D World**, dove il classico fungo di Toad blu è sostituito da un casco, e da **Paper Mario Il portale Millenario**, dove moltissimi Toad sono muniti di capelli che fuoriescono dal loro copricapo, come nel caso di Jolene.



Ma con l'arrivo di **Super Mario Odissey**, la svolta: sono presenti infatti una moltitudine di Toad con indosso diversi tipi di cappelli, indossati sopra il fungo stesso, il che fa chiaramente capire che quest'ultimo è un'appendice del loro corpo e non qualcosa che si può staccare.



Questa guerra più che trentennale ha un vincitore proprio nei sostenitori del “non cappello”, grazie a un’intervista rilasciata dallo stesso producer di *Odyssey*, **Yoshiaki Koizumi** che, oltre a questo, ha anche risposto a domande minori. Qui il video:

E voi? da che parte eravate schierati prima che la verità venisse a galla?

[La situazione degli Indie secondo Phil Elliot](#)

Poter creare un videogioco non è mai stato così facile come in questo periodo, grazie alla massiccia presenza di strumenti ed *engine* creati ad hoc, la vasta scelta di piattaforme di gioco e, in certi casi, anche agevolazioni da parte dei governi. Ma come si ripercuote tutto questo in termini di stabilità?

Negli ultimi anni chiunque avrà notato che la presenza degli *indie* è sempre più massiccia, soprattutto su **Steam**. Secondo [Steam Spy](#) infatti, nel 2014 furono rilasciati “soltanto” 1.784 titoli sull’omonima piattaforma, contro i 7.658 dell’anno appena passato. Questi numeri, hanno certamente un grosso impatto sul mercato: sempre nel 2014, un titolo raggiungeva in media le 154.000 copie vendute, con un prezzo medio di 11,24\$, per poi passare, nel 2017, a 46.000 unità con un prezzo di 9,45\$.

Per quanto non sembri, questo è un campanello d’allarme per chiunque voglia creare e vendere un proprio prodotto su Steam. Quando ci si trova davanti a queste situazioni, non basta dire che se un gioco è oggettivamente bello diventerà per forza famoso. Non solo ci sono davvero **troppi** videogiochi tra cui scegliere, ma non sono adeguatamente pubblicizzati e distribuiti. Questo problema è ulteriormente aggravato dalle procedure di pubblicazione online, specialmente tramite vlogger e streamer, che però sono più interessati a titoli che generino visualizzazioni, che siano giochi controversi come *House Party* o *Hatred* o i soliti tripla A come *Call of Duty*.

Durante il **Gamesforum** di Londra della scorsa settimana, **Phil Elliot**, director of indie publishing alla **Square Enix West**, ha detto la sua a GamesIndustry.biz.

«C'è una gran differenza tra adesso e dieci anni fa, ed è per questo che è molto importante per l'industria prendere nota ed evitare di non dedicare le dovute attenzioni solo perché la sua parte di mercato è a posto. Dieci anni fa era possibile creare degli indie perché esistevano strumenti economici e accessibili, si potevano vendere grazie a piattaforme come Steam, ma erano anche evidenziati dai giornalisti che volevano trovare nuovi giochi, poiché molti venivano cancellati. Dunque c'era un'insufficienza di giochi, rispetto anche a un paio di anni fa. In più c'erano giocatori che volevano nuove esperienze, quindi erano ricettivi e pronti a sentire qualcosa riguardo nuovi titoli che stavano per uscire.

Ora la differenza è che i giornalisti ne sono sommersi, quindi c'è quasi una paralisi quando bisogna andare a cercare nuove esperienze. Anche i giocatori si trovano a che fare con tanti giochi tra cui scegliere. Ora il problema che si presenta è molto diverso rispetto com'era prima e abbiamo bisogno di una sorta di azione a livello settoriale e di un dibattito accurato. Tutte le parti interessate hanno bisogno di unirsi: piattaforme, produttori di hardware, publisher, sviluppatori, rivenditori, è una sfida per tutti»

«Questi numeri sono abbastanza spaventosi, specialmente se li si paragona a quelli di quattro o cinque anni fa. Sento molto dire dalla gente che Steam dovrebbe curarsi di più. In tantissimi rimasero sorpresi quando andarono via da Greenlight, un sistema imperfetto e chiunque lo ammetterebbe, solo per una tassa anticipata.»

Elliot ha comunque difeso Steam, dimostrando che **Valve** ha creato un'opportunità per gli indie durante il periodo della crisi economica del 2008, quando molte medie imprese stavano andando in fallimento.

«Senza Steam, senza Unity, senza tutto il resto, non avremmo potuto vedere la crescita del settore indie; grazie a essi è stato possibile rilasciare giochi quando non era facile inserirsi in nessun'altra piattaforma. Ora è facile per noi vedere indie su Switch, Xbox o Playstation, ma è successo solo grazie a ciò che fece Steam.»

È importante ricordare che mentre la vetrina di Steam è letteralmente sommersa da prodotti che potrebbero minare la salute di questo settore, Valve non effettua controlli; questo è un sintomo che evidenzia problemi ben più profondi, e ci sono molti altri fattori in gioco.

«Ora siamo vittime della nostra stessa popolarità. Le persone vogliono vivere il sogno, amano così tanto i videogiochi da volerne fare più di un hobby e, come in ogni corsa all'oro, lo vedono come possibile.»

Il mondo dei videogiochi sta arrivando a un punto di non ritorno: da un lato c'è un mercato indie sovrappopolato dove diventa sempre più difficile trovare i giochi migliori, ma dall'altro, l'inevitabile crescita esponenziale dei costi di sviluppo, ha fatto rimanere nel mercato dei giochi tripla A quasi unicamente franchise sicuri e affidabili, e che rimarranno così per molto tempo.

«Come possiamo trovare dei modi per sostenere un vero e nuovo talento genuino e coltivarlo? Perché alla fine l'industria è il nostro giardino sul retro. Dobbiamo pensare da dove verranno quella creatività, quelle nuove idee e nuovi talenti. Se facciamo affidamento su ciò che abbiamo e su franchise e sequel, la gente perderà interesse e sarebbe davvero triste.»

Sia i consumatori che gli esperti chiedono un corretto miglioramento delle vetrine come quella di **Steam** ma, come Elliot suggerisce, non è così semplice.

«Guardate cosa ha recentemente fatto Youtube cambiando i limiti per i creatori di contenuti più piccoli prima che questi potessero arrivare a monetizzare. Alcuni dicono che avrebbero dovuto farlo prima, altri potrebbero dire che sia una cosa positiva. Qualsiasi cosa accada, ci sono tantissime persone demoralizzate perché anche se non si aspettavano di guadagnare milioni, c'era sempre un obiettivo da raggiungere, che però adesso è stato spostato.»

Sfortunatamente non ci sono soluzioni semplici. La popolarità degli indie sarà sempre dettata da un sorteggio tra i vari creativi in erba e lo sviluppo dei videogiochi diventerà più accessibile quando gli strumenti saranno migliori. Inoltre, come possono i media giustificare il tempo e le spese impiegati per trovare quella "perla" indie di turno se queste diventano sempre più difficili da trovare? Attualmente, la scena dei giochi indipendenti è instabile, mentre **Valve** è perfettamente a conoscenza dei problemi di **Steam Direct**. Che sia troppo difficile gestire migliaia di titoli ogni anno?

«Ovviamente non parlerò a nome di **Steam**, ma ora si trova in una posizione nella quale viene maledetto se fa qualcosa ma anche se non fa nulla. Non invidio il suo compito e sono sicuro che le persone che hanno più a cuore questo problema sono proprio quelle di **Steam**.»

Troppa scelta, ma di qualità spesso mediocre; ma anche una relativamente bassa gamma di "titoloni" grazie ai quali si può in un qualche modo andare sul sicuro. Come continuerà a cambiare il rapporto tra questi due colossi? E sarà davvero possibile agevolare in termini di popolarità tutti quei giochi e sviluppatori indipendenti che davvero la meritano?

[Capcom svela una nuova area di Monster Hunter World](#)

A pochissimi giorni dal rilascio della open beta per PS4 (disponibile a partire dal 19 gennaio), **Capcom** ha pubblicato su Youtube un nuovo video gameplay dell'attesissimo nuovo capitolo della saga. L'intera clip è incentrata su **Rotten Vale**, un'area di gioco inedita che ha la particolarità di essere piena di carcasse e ossa di mostri, il che crea un ecosistema davvero unico; il tutto accompagnato dalla prorompente voce di **Brian Ayers**, brand manager europeo, e giocato su PS4 dal game director in persona, **Yuya Tokuda**. Ma i protagonisti indiscussi sono, ovviamente, i mostri: sono presenti infatti i predatori Rodabaan e Odogaron che, oltre a scontrarsi contro il giocatore, che a sua volta mostrerà varie strategie di attacco, combatteranno anche fra loro.

Qui il gameplay:

Monster Hunter World verrà rilasciato sulla console Sony e su Xbox One il 26 di gennaio, seguito dalla versione per **PC** che arriverà questo autunno. Pronti ad affrontare nuove sfide?

Ubisoft si prepara al rilascio del nuovo DLC di Assassin's Creed Origins

Gennaio sarà sicuramente un mese prolifico per *Assassin's Creed Origins*: l'imminente arrivo di "**Gli Occulti**", il primo DLC, che sarà disponibile entro la fine del mese, aggiungerà un altro tassello alla storia della nascita degli Assassini, che vedrà questi ultimi scontrarsi contro i **romani**, il tutto contornato da una **nuova regione** esplorabile e l'aumento del livello massimo, dal 40 al 45.

Oltre a questo, un nuovo aggiornamento **gratuito** porterà una missione inedita, per celebrare appunto l'uscita dell'espansione, insieme alla possibilità di rivendere gli abiti acquistati e poter trovare nelle casse **Heka** tutti gli oggetti dei pacchetti **Prima Civilizzazione, Stravaganza, Incubo e Gladiatore**.

Torneranno inoltre le **Prove degli Dei** per un periodo limitato: si potrà affrontare nuovamente Anubi dal 9 al 16 di gennaio e Sobek dal 23 al 30. Come ultima chicca, **Ubisoft** ha anche aggiornato lo [store](#) del gioco, aggiungendo nuovi pacchetti, abiti e armi, acquistabili a breve. Quando si dice essere viziati.

Il prossimo Nintendo Direct sarà l'11 gennaio?

Ora che il 2017 è finito, tiriamo le somme: **Switch** ha superato ogni aspettativa in fatto di vendite con oltre 10 milioni di copie vendute in 10 mesi, e offrendo già una discreta gamma di titoli, tra esclusive, indie, porting e multiplatforma. Il futuro della console ibrida, almeno per quest'anno, potrebbe rimanere altrettanto florido grazie a una lista di 8 nuovi giochi che, non ancora ufficialmente annunciati, sembrano essere usciti allo scoperto grazie ad **Amazon**, avendo già reso disponibili i preordini dei suddetti (visibili cliccando [qui](#)), oltre ad alcuni accessori. Un particolare placeholder indica chiaramente che uno dei titoli in questione (chiamato *Project Octopath Traveler*) sia «appena stato annunciato a un evento», evento che però **Nintendo** non ha ancora confermato, ma di cui si specula da tempo, arrivando addirittura a un'ipotetica data: **11 gennaio 2018**. Se così fosse, non si dovrà aspettare molto per avere la conferma da parte della grande N, o la negazione, del leak di Amazon.

Seinfeld Adventure game: un nuovo punta e

[clicca in pieno stile anni 90'](#)

Negli ultimi anni la pixel art sembra aver ripreso piede nel mondo dei videogames, soprattutto se si parla di Indie: colorata, semplice ma allo stesso tempo di grande impatto grafico. Questo nuovo titolo, *Seinfeld Adventure game*, attualmente in sviluppo dall'australiano **Jacob Janerka**, vuole riportare in auge lo stile delle avventure grafiche **LucasArts** e la sitcom americana *Seinfeld*, che porta proprio il suo nome. L'obiettivo principale è quello di riprodurre il più fedelmente possibile, attraverso i pixel appunto, le ambientazioni e i personaggi, per far provare a chi gioca le stesse sensazioni che quella serie tv dava, durante la sua messa in onda nel periodo 1989-1998.

Lo stesso sviluppatore ha annunciato su **Twitter** di essere alla ricerca delle giuste idee per rilasciare una prima demo, mostrando anche una brevissima clip.

Been getting a lot of questions about the Seinfeld Project recently. A: I'm waiting till I have a good idea for a premise for a short demo. Anyway here is a slightly updated compilation. pic.twitter.com/fyiUUZPWgw

— Jacob Janerka (@JacobJanerka) [December 18, 2017](#)

Un nuovo punta e clicca è sicuramente una ventata d'aria fresca che si scosta totalmente dalla maggior parte dei titoli odierni, ma allo stesso tempo un'occasione per i vecchi fan di questo genere di ritornare con la mente ai tempi di *Monkey Island*, *Full Throttle* e *Day of the Tentacle*.

[Le novità della versione 1.20 di Final Fantasy XV](#)

Avete mai voluto giocare nei panni di **Prompto**, **Ignis** o **Gladio** durante le vostre scorribande in *Final Fantasy XV*? Ora si può! A distanza di più di un anno dal rilascio, col passaggio dalla patch 1.18 alla 1.20 è finalmente possibile scegliere con quale dei compagni di viaggio di **Noctis** si vorrà giocare nella modalità storia, dando quel tocco di varietà e longevità che tantissimi fan stavano aspettando sin da prima che il titolo uscisse. L'aggiornamento porta anche qualche altra feature, tra cui piccoli bug fix, la compatibilità con il DLC **Episode Ignis** (in arrivo il 13 dicembre) e l'aggiunta della soundtrack di quest ultimo e di *Comrades* alla musica di gioco.

Final fantasy XV è disponibile su **PS4** e **Xbox One**, ma arriverà anche su **PC** in data da definire, all'inizio dell'anno nuovo. E a proposito di porting, **Square Enix** non sembrerebbe interessata solo a questa piattaforma, ma anche a **Switch**. Secondo il CEO Yosuke Matsuda infatti, la console Nintendo sarebbe perfetta per far conoscere alle nuove generazioni di giocatori quei titoli di cui magari hanno sentito parlare ma non hanno potuto provare, che hanno reso grande la ex Squaresoft, come i primi *Final Fantasy*, *Secret of Mana*, *Odin Sphere* e tantissimi altri. Per fare il lavoro come si deve però, sempre a opinione di Matsuda, non bisogna portare i giochi su Switch così come sono,

bensi **aggiornarli e renderli più moderni** così che siano più appetibili, soprattutto per chi li proverà per la prima volta.

Pare proprio che Square abbia voluto regalare qualcosa un po' a tutte le categorie di gamer questo Natale.

[PUBG è attualmente in sviluppo anche per mobile](#)

Dopo l'imminente arrivo sulla console Microsoft stabilito per il 12 dicembre di *PlayerUnknown's Battlegrounds*, le sue 20 milioni di unità scaricate su Steam e la candidatura come gioco dell'anno, **Tencent** (Software house cinese che ha acquisito vari developer nel corso degli anni, tra cui **Riot Games**) crede che il titolo di punta di **Bluehole Studio** possa dare ancora di più, essendo già al lavoro, oltre che sulla versione cinese su PC, anche su una per smartphone e tablet per dare la possibilità di giocare, appunto, fuori di casa. Purtroppo il gioco sarà (almeno per il momento) **scaricabile solo in Cina** e anche per il mercato in questione non si ha né una data di uscita, né un periodo di rilascio approssimativo. Certo sarebbe conveniente per Tencent espandersi anche oltre, poiché l'enorme successo del gioco precedentemente ottenuto è una garanzia in termini di ritorno, ma al momento non resta che sperare in un prossimo futuro nell'annuncio di una versione europea.

[Need For Speed Payback: EA aggiorna il sistema di progressione](#)

Ormai in vendita dal 10 novembre per **PC, Xbox One e PS4**, *Need For Speed Payback* ha subito diverse critiche riguardo la possibilità di acquistare con soldi reali **Speed card e loot vari** che offrono al giocatore degli upgrade scelti in modo casuale per migliorare la propria auto, dando quindi la possibilità di avanzare più velocemente nel gioco. **Ghost Games** sembra aver compreso che buona parte dell'utenza non gradisce le microtransazioni e per evitare un feedback troppo negativo (come nel caso del recente *Star Wars Battlefront II*) ha apportato delle modifiche al sistema di progressione nell'ultima patch, come guadagnare più **reputazione e denaro** partecipando agli eventi (anche non arrivando primi), attraverso le "**Bait crate**" o ancora gareggiando contro i rivali.

Una piccola vittoria per i gamer insomma, che sono stati capaci di far sentire la loro voce fino ai piani alti di **EA** e portare questo titolo sulla "retta via".