

Playerunknown's Battlegrounds

Negli ultimi anni, il dominio di certi multiplayer in campo videoludico è innegabile, innescando una competizione che ha portato alla realizzazione di numerosissimi titoli che fanno parte del genere. Fra tantissimi giochi, davvero pochi sono quelli che sono riusciti a realizzare numeri strabilianti, al punto da stravolgere il mercato: uno di questi è certamente **Playerunknown's Battlegrounds**, MMO di PUBG Corporation che, in appena otto mesi, quando era ancora in fase beta, è riuscito a incassare ben **712 milioni di dollari**. Un successo su cui approfondiremo, iniziando alle origini del gioco fino ad arrivare alla versione odierna e tutt'ora giocata dagli utenti.

Massive Multiplayer Online

Sulle origini di PUBG è stato già detto tanto: si tratta appunto di un MMO, un multiplayer di massa il cui unico obiettivo è sopravvivere a ogni costo sul campo di battaglia contro altri 99 giocatori per un totale di 100 in una mappa che pian piano inizia a diventare sempre più stretta, con red-zone continuamente bombardate e *air-drop* contenenti armi, accessori e oggetti utili alla sopravvivenza, introvabili normalmente sulla mappa di gioco, costringendo i giocatori a scontrarsi e a dover anche ingegnarsi per la sopravvivenza e la vittoria. Il gioco si basa principalmente su due variabili: la **fortuna** e **l'abilità del giocatore**. Quest'ultima non riguarda soltanto la bravura sul campo in un FPS, bensì anche la gestione dell'inventario, razionando cure, munizioni e gadget nello spazio fornito dallo zaino, se lo si trova in tempo, che può variare a sua volta di **3 livelli**, dal meno capiente livello 1 al più spazioso livello 3. Le mappe sono vastissime e spaziano da una regione imprecisata della Russia, **Erangel**, a un deserto Messicano, **Miramar**.

Gameplay

Non avendo il titolo una trama, ci focalizzeremo solo sugli aspetti di **gameplay**: sappiamo solo che ci troviamo su un aereo e che prima o poi saremmo costretti a lanciarsi su una mappa enorme, l'uno contro l'altro per la sopravvivenza. Detto questo, il gameplay offre due scelte fondamentali, **FPP** e **TPP**. Il gameplay in FPP permette di avere la visuale in prima persona, come un normale FPS. D'altra parte, il gameplay in TPP permette la visuale in terza persona, con la possibilità di cambiarla in prima quando si vuole con l'ausilio di un tasto. La differenza tra le due è dunque la **visuale di gioco**. Nulla per un giocatore che si rispetti è meglio della visuale completa su tutto il campo da gioco, valutando rischi, osservando il nemico, ecc... Nel menù principale, si può scegliere di intraprendere questa avventura da soli, in compagnia come duo, in trio o in un team da 4 giocatori, con amici o persone casuali accoppiate automaticamente dai server. Il gioco lascia molto spazio ai più intrepidi donandogli la possibilità di affrontare team da due, tre e quattro giocatori in **1 man-squad**.

Passando al **lato tecnico** del gioco, bisogna fare una premessa: normalmente qualche bug ci può stare, ma in un gioco competitivo e pieno di tensione come *PUBG* il minimo errore è punito, e chi ne

paga le conseguenze è sempre il giocatore. Come se non bastassero i **bug**, i **lag** e i **server** che vanno in crash, si aggiungono i **cheater** (maledetti, aggiungerei) che, nonostante i 2 milioni di **ban** effettuati da **Battleeye**, continuano a persistere e a far imbestialire i giocatori, sin da quando è uscito il gioco in beta. C'è da dire che tutto sommato, dopo il recente aggiornamento, e grazie alle [misure messe in atto per contrastare gli utenti scorretti](#), si trovano molti meno cheater, e forse Battleeye è sulla strada giusta per trovare un sistema efficace anti-cheat.

Sulla **fluidità di gioco**, poco da eccepire: data la numerosissima utenza e i continui aggiornamenti, il gioco non fa che migliorare di volta in volta: già attualmente si è raggiunti un buon equilibrio, ma qualche miglioria non può fare altro che stabilizzare il gioco. In termini di ingegno e organizzazione, **PUBG** ha fatto sue queste caratteristiche mettendo al giocatore a disposizione **mezzi, armi, accessori, granate, caschi, vestiti, giubbotti anti-proiettile, cure** (Medkit, FirstAid, Bende, Antidolorifici, energy drink e adrenalina) e **zaini**, di cui i caschi, zaini e giubbotti anti-proiettile sono forniti di **tre livelli** (da 1 a 3) in relazione a efficienza, protezione e capienza. Tutto all'interno del gioco è utile per la sopravvivenza, bisogna solo sapere come e quando usare un determinato oggetto. L'**organizzazione** è tutto in **PUBG**, ma la fortuna non è da sottovalutare, anzi: il 50% delle componenti decisive per vincere la partita lo fanno *loot* armi, zaini ed equipaggiamenti che ci ritroveremo, il 25% di trovarsi in una zona non troppo affollata, il 20% lo fa il ritrovarsi più o meno lontani dalla *safe-zone*, il 3% trovare un veicolo fuori zona e il 2% l'aver la possibilità d'afferrare per primi l'airdrop. L'abilità del giocatore quindi può essere condizionata dalla fortuna, dato che migliori sono le suddette condizioni, più aumenta la possibilità di vincita.

La mira si basa anch'essa su **3 livelli**, il **primo** in prima persona, cambiando automaticamente dalla terza alla prima per una mira più precisa a distanza, il **secondo** basato principalmente sulla restrizione del mirino restando in terza persona, rallentando il movimento della visuale per una maggiore precisione da ravvicinato, e il **terzo** livello è quello più tattico, nel quale si può sporgersi da un angolo in modo da non esporre tutto il corpo ma soltanto una minima parte, riducendo la visibilità al nemico, non intaccando la nostra.

Personalizzazione e mercato

Uno degli aspetti che caratterizzano questo gioco è di certo la possibilità di guadagnare giocando, che siano indumenti da poter utilizzare nel gioco o soldi veri. Quando si finisce una partita, in qualsiasi posizione si ci trovi con qualsiasi numero di uccisioni, si guadagnano delle monete di gioco, chiamati **BP**. Ovviamente più alto è il numero di uccisioni, più in cima si arriva più punti si fanno: ma a che servono i punti? Servono ad acquistare delle "casse" di gioco, ognuna diversa per contenuto, rarità e ovviamente prezzo, vengono assegnate in maniera assolutamente casuale tra: **Survivor crate, Wanderer crate, Gamescom invitational crate, Desperado crate, Biker crate, Militia crate, Fever crate, Triumph crate e Raider crate**. La modalità di acquisto è semplice: basta recarsi dal menù principale del gioco e andare nella sezione rewards, dopodiché acquistare la quantità di casse desiderata; le casse passano da un prezzo base di 700 BP al corrispondente raddoppiato dopo l'acquisto di una cassa: da **700** passano a **1400** e da qui in poi sempre raddoppiato. Niente paura, ogni inizio settimana il costo delle casse si azzererà fino allo standard di 700. Dentro le casse si possono trovare indumenti per il proprio avatar di gioco, che posseggono un livello di rarità e valore e skin armi catalogate sempre in base alla rarità. Si può quindi decidere di tenere l'indumento oppure venderlo al mercato di **Steam**, stessa cosa per le skin. Sfatando qualsiasi mito, nessun indumento di gioco può dare abilità in più, né qual si voglia tipo di vantaggio: hanno funzioni puramente decorative.

Conclusioni

PUBG è sicuramente un gioco che suscita interesse, ma non è l'unico nel suo genere: esistono altri titoli (anche Microsoft, [dopo aver portato il titolo su Xbox](#), sta dando la propria risposta con l'interessante [The Darwin Project](#), dallo scorso 9 marzo uscito su Steam) che offrono ormai un'esperienza di **Battle Royale**, primo fra tutto il principale concorrente del titolo di **Bluehole Studio**, [Fortnite](#), Free-To-Play di Epic games: in questa lotta fra Battle Royale [combattuta a colpi di record](#) è difficile decidere, essendo entrambi sfaccettati e completi ognuno per il suo verso ([abbiamo trattato gli aspetti dei due titoli in questo speciale](#)) che abbiamo fatto al riguardo.

In breve, è un titolo che vale la pena provare, soprattutto con gli amici, oppure può essere un'occasione per farsene di nuovi giocando; ad ogni modo l'esperienza provata è uguale per tutti, ansia, paura e coraggio, per poi decretare un vincitore. Su 100 giocatori chi dimostrerà di essere il migliore?

[Il CEO di Critical Force spiega l'importanza del "community building"](#)

Quando **Critical Force** iniziò a sviluppare il suo secondo gioco, gli **eSport** non facevano parte dei loro piani. Tre anni dopo, lo studio finlandese ha trasformato **Critical Ops** nel più credibile FPS su mobile. Secondo **Veli-Pekka Piirainen**, fondatore e CEO di Critical Force nel 2012, la chiave della sua crescita è stata la pazienza. Rispondendo a **GamesIndustry.biz** alla conferenza **Slush** di Helsinki, Piirainen ha spiegato che l'obiettivo iniziale era semplicemente quello di creare un FPS migliore rispetto al primo rilasciato dalla società, **Critical Strike**, che aveva avuto un discreto successo in termini di download, se non di monetizzazione. A quel punto, all'inizio del 2014, l'attuale boom degli eSport era ancora nelle fasi iniziali e l'idea di farne parte con un gioco mobile non aveva sfiorato la compagnia.

«Alla fine del 2014 abbiamo letto di *Vainglory* dei Super Evil Megacorp. Abbiamo capito subito che era la strada da percorrere, anche perché il nostro gioco era perfetto per gli eSport su dispositivi mobile. Completamente competitivo e senza meccanismi *pay-to-win* che altri giochi avevano».

Il primo torneo ufficiale di *Critical Ops* ha avuto luogo nel 2016, con circa 60 squadre in competizione. Due anni possono sembrare un lungo periodo tra il rilascio di un gioco e il suo debutto come eSport, ma Piirainen sostiene che **il tipo di community su cui un eSport deve essere costruito richiede tempo e attenzione costante per crescere**: «Immergersi direttamente nei tornei con premi *in-game* può attirare giocatori - afferma il CEO della società - ma è improbabile che restino a giocare con lo stesso gioco per molto tempo.» E poi continua: «È così che si inizia. Dobbiamo fare in modo che la base funzioni bene, abbiamo bisogno di molti giocatori competitivi e di team competitivi, cosicché da lì si possa passare al livello successivo, piccoli premi e tornei semi-pro, in modo da rafforzare il gioco. È come una scala, dobbiamo farlo passo dopo passo, e non cercare di

spingere subito il gioco al livello più alto, perché sicuramente falliremo se lo facciamo, spendendo molti soldi senza accaparrarci i giocatori. Prima i giocatori, poi tutto il resto.»

Gli eSport sono costruiti sull'entusiasmo, che diventa la base e il fulcro della strategia di crescita di Critical Force. L'azienda non ha impiegato ingenti somme per l'acquisizione degli utenti, scegliendo invece di investire tempo nel dialogo con la community del gioco, sfruttandone i feedback per mettere a punto il videogame. «Parliamo molto con i nostri giocatori, specialmente con i giocatori che stanno conducendo personaggi all'interno della comunità: **i leader del team e i leader dei clan sono i più importanti**», ha affermato Piirainen. «Abbiamo anche un programma in cui supportiamo le persone che iniziano a fare tornei, soprattutto fornendo piccoli premi. Più tornei fanno, più li supportiamo, se sono in streaming ottengono più supporto, se ottengono sponsor ricevono più supporto e così via».

Critical Force ha adottato un approccio simile con gli **influencer**, identificando quelli che mostravano un entusiasmo naturale per il gioco e costruendo con loro relazioni durature e reciprocamente vantaggiose. Per Piirainen, lavorare con artisti del calibro di **PewDiePie** non è mai stato all'ordine del giorno. «Se lavori con i più grandi, devi pagare 10.000 dollari solo per fare un video, per vederli passare ad altro successivamente», ha detto. «Noi collaboriamo con i piccoli influencer, e abbiamo lo stesso tipo di programma, se ricevono più iscritti, ricevono più supporto da noi». La fornitura di premi *in-game* di *Critical Ops* è anche una forma di supporto per gli influencer, ma il principale incentivo è che i loro contenuti siano presenti nel gioco stesso. Secondo Piirainen, un video presentato in questo modo per una settimana può aumentare gli iscritti dai 5.000 ai 15.000, un cambiamento molto significativo per gli influencer più piccoli, alcuni dei quali hanno ora costruito delle carriere lavorative con Critical Force in questo modo. «L'esempio migliore è quello di uno YouTuber olandese, un anno fa aveva 500 iscritti, ora ne ha 100.000 e realizza solo video per conto della Critical», continua Piirainen. «Ci aiutano, li aiutiamo e sono fedeli al nostro gioco».

I circoli virtuosi creati da queste strategie di community e influencer hanno contribuito alla diffusione e alla crescita di *Critical Ops*, il quale ha raggiunto, dall'otto gennaio di quest'anno, i **34 milioni di download**. Il numero più significativo, tuttavia, è il milione di utenti che giocano ogni giorno, un livello di coinvolgimento elevato che è testimonianza della qualità del prodotto e costituisce anche la base su cui poggia la credibilità di *Critical Ops* come eSport. «Il nostro gioco è l'unico sparattutto in prima persona esportato su dispositivi mobile», afferma Piirainen.

Critical Force attualmente sta lavorando per migliorare la qualità dell'esperienza degli spettatori, consentendo agli utenti di trasmettere più facilmente e avere più controllo sul posizionamento delle telecamere di gioco. La scena degli eSport è cresciuta in modo significativo da quando la società è stata fondata nel 2014, ma Piirainen ritiene che il 2019 sarà un punto di svolta per un'industria già in crescita, e in particolare per gli eSport su mobile. Quando tutto ciò accadrà, *Critical Ops* sarà posizionato in modo da trarne il massimo vantaggio.

«Sono fiducioso che gli eSport per cellulari diventeranno sempre più importanti e sempre più grandi» ha detto Piirainen «cresce una nuova generazione di giocatori che hanno iniziato a giocare con telefoni e tablet. È una progressione naturale».

Per Critical Force quest'anno sarà movimentato quanto l'ultimo, con un altro round di finanziamento e il primo evento live di *Critical Ops* in programma: «ci sarà almeno un evento live nel 2018», ha detto Piirainen, probabilmente svolto negli **Stati Uniti**. Questo è ovviamente un mercato chiave per *Critical Ops*, ma Piirainen punta anche, sorprendentemente, al **Brasile**: segnale indicativo non solo dell'attrattiva globale degli eSport, ma anche dell'importanza dei mercati emergenti per la crescita

delle competizioni videoludiche su mobile.

«Bisogna cominciare dai paesi emergenti, perché non hanno accesso a PC costosi», ha detto Piirainen. «I telefoni sono economici, quindi possono giocare su quei dispositivi. Il Brasile è un mercato enorme per noi, come lo è il sud-est asiatico.» Costruire il pubblico di giocatori in Brasile e in Asia sarà un obiettivo importante negli anni a venire, mentre Critical Force si prepara a quelli che Piirainen crede saranno gli anni del boom per gli esports. *Critical Ops* potrebbe non riempire ancora il Madison Square Garden, ma l'azienda non ha grande fretta di emulare titoli come *Dota 2* o *League of Legends*. «Li seguiamo attentamente per vedere cosa stanno facendo», ha detto Piirainen, «Impariamo da loro se commettono errori, impariamo da loro se fanno qualcosa di buono».

[Tiny Rebel Beer si unisce a Tiny Rebel Games](#)

Per alcuni **Tiny Rebel** è il nome di uno sviluppatore di videogiochi, per altri, è il nome di un premiato birrifico con sede a Newport, nel Galles, responsabile di alcune varietà di birre e bar, strani e meravigliosi. Questa non è una coincidenza, poiché queste due attività sono collegate nel logo, nel nome e persino nei familiari. **Lee e Susan Cummings**, il marito e la moglie che compongono lo staff di sviluppo videoludico, fanno anche parte dell'iconica birreria, gestita dal fratello di Lee, Bradley. Ora, per la prima volta, i due stanno lavorando insieme su uno strategico per dispositivi mobile che racconta la storia della Tiny Rebel Brewing Company, chiamato ***Tiny Rebel Beer Money Inc.***

Come spiega Susan:

«la gestione di entrambe le aziende viene fatto a stretto contatto l'una con l'altra, da un gruppo di fratelli. Questo gioco è davvero il culmine degli ultimi sei anni, poiché entrambe le aziende sono cresciute l'una con l'altra; condividiamo un nome, condividiamo il marchio, condividiamo una famiglia e un amore reciproco per i giochi e la cultura pop.

Brad, che ha fondato il birrifico, è venuto da noi per omaggiare uno dei suoi giochi classici preferiti, *Drugwars*, la nefanda simulazione dell'impero della droga. Così ispirandoci a quel gioco abbiamo pensato bene di poter fare pubblicità alla nostra birreria attraverso un videogame, che rende l'esperienza molto più coinvolgente e istruttiva. Il gioco è gratuito, non ci sono annunci pubblicitari e niente acquisti in app.»

Ispirato pesantemente a *Drugwars* e *Dope Wars*, i giocatori si recheranno in un luogo, acquistando gli ingredienti che trasformeranno in birre per poi, alla fine, venderle. L'obiettivo è di spendere meno soldi possibili per fabbricare la birra, ricavando il maggior profitto vendendola. Successivamente i profitti possono essere utilizzati per potenziare il birrifico e acquistare più ingredienti. Tutto ha inizio nel garage dei genitori di Brad e Lee, dove le cose sono davvero iniziate. Col tempo ci si trasferirà nella loro prima birreria, che poi si aggiornerà assumendo nuove forme fino a quella attuale. Il gioco è stato amorevolmente disegnato a mano da **Tamsin Baker**, un artista locale che ha creato anche il marchio per il birrifico.

Il rapporto tra le società produttrici di birra e videogiochi si è rafforzato negli ultimi anni dopo che Tiny Rebel Games ha lasciato la sua casa originale a Los Angeles per Newport, in modo da essere

più vicino alla famiglia. Tiny Rebel sta ancora lavorando a **Doctor Who Legacy**, un gioco di ruolo rompicapo simile a un **Puzzle game** per smartphone, e sta attualmente sviluppando un nuovo gioco della serie *Doctor Who* chiamato *Doctor Who Infinity*, in questo caso, una serie di avventure grafiche per PC e smartphone più incentrato sulla narrativa.

Kamiya spiega perché Bayonetta 3 sarà esclusiva Switch

Il direttore di **Bayonetta 3**, **Hideki Kamiya**, ha spiegato su Twitter un'interessante storiella. Più specificamente, ha parlato del brand di *Bayonetta* e degli eventi che hanno portato il terzo capitolo a essere un'esclusiva Nintendo Switch.

È certamente interessante sapere che *Bayonetta 2* è nato come progetto multiplatforma, ma tweet rilasciati e ordinati in sequenze numeriche da 1 a 15 spiegano in linea generale la genesi di *Bayonetta 3*:

«C'è qualcosa che voglio dire a tutti voi. Riguarda *Bayonetta 3*. (1/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTIydHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJTNEJTIyZW4lMjllMjBkaXllM0QlMjJsdHllMjllM0VJJI2JTIzZmZklM0J2ZSUyMGdvdCUyMHNvbWV0aGl uZyUyMEklMjB3YW50JTIwdG8lMjB0ZWxsJTIweW91JTIwYWxsLiUyMEl0JTI2JTIzZmZklM0JzJTIwYWJv dXQlMjBCYXl vbmV0dGElMjAzLiUyMCUyODElMkYxNSUyOSUzQyUyRnAlM0UIMjZtZGFzaCUzQiUy MCVFNyVBNSU5RSVFOCVCMVCNyVFOCU4QiVCM SVFNiVBOCVCO SUyMEhpZGVraSUyMEthbW l5YSUyMCUyOCU0MFBHX2thbWl5YSUyOSUyMCUzQ2ElMjBocmVmJTNEJTIyaHR0cHMlM0ElMkYl MkZ0d2l0dGVyLmNvbSUyRlBHX2thbWl5YSUyRnN0YXR1cyUyRjk2MzI2NDgxNDI1MTI1Nzg1NiUzR nJlZl9zcmMlM0R0d3NyYyUyNTVfdGZ3JTIyJTNFRmVicnVhcnklMjAxMyUyQyUyMDIwMTglM0MlMk ZhJTNFJTNDJTIyGyYmxvY2txdW90ZSUzRSUyMCUzQ3NjcmlwdCUyMGFzeW5jJTIwc3JjJTNEJTIyaHR0 cHMlM0ElMkYlMkZwbGF0Zm9ybS50d2l0dGVyLmNvbSUyRndpZGldHMuanMlMjllMjBjaGFyc2V0J TNEJTIyXRmLTglMjllM0UIM0MlMkZzY3JpcHQlM0U=

«La nostra è una casa che sviluppa e crea giochi firmando contratti con publisher e ricevendone i fondi per coprire i costi di sviluppo. (2/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTIydHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJTNEJTIyZW4lMjllMjBkaXllM0QlMjJsdHllMjllM0VXZSUyMGFyZSUyMGElMjBkZXZlbG9wZXllMjB0aG F0JTIwY3JlYXRlcyUyMGdhdWVzJTIwYnklMjBzaWduaW5nJTIwY29udHJhY3RzJTIwd2l0aCUyMHB1Y mxpc2hlcnlMlMjBhbmQlMjByZW50Zm9ybS50d2l0dGVyLmNvbSUyRlBHX2thbWl5YSUyRnN0YXR1cyUyRjk 2MzI2NDkwMzU2MDYzODQ2NCUzRnJlZl9zcmMlM0R0d3NyYyUyNTVfdGZ3JTIyJTNFRmVicnVhcnklMjAxMyUyQyUyMDIwMTglM0MlMk ZhJTNFJTNDJTIyGyYmxvY2txdW90ZSUzRSUyMCUzQ3NjcmlwdCUyMGFzeW5jJTIwc3JjJTNEJTIyaHR0cHMlM0ElMkYlMkZwbGF0Zm9ybS50d2l0dGVyLmNvbSUyRnd pZGldHMuanMlMjllMjBjaGFyc2V0JTNFJTNEJTIyXRmLTglMjllM0UIM0MlMkZzY3JpcHQlM0U=

«Per **Bayonetta 1**, abbiamo firmato un contratto con **Sega** e abbiamo ricevuto dei fondi da loro,

MjAyMDE4JTNDJTJGYSUzRSUzQyUyRmJs2NrcXVvdGUlM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGcGxhdGZvc0udHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlyJTlwY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlyJTJGJTNDJTJGc2NyaXB0JTNF

«Quando abbiamo iniziato a creare **Bayonetta 2**, inizialmente abbiamo ricevuto fondi da Sega per sviluppare il gioco per più piattaforme, ma il progetto è stato interrotto a causa di circostanze sfavorevoli da parte del nostro finanziatore. **Nintendo** quindi è intervenuta per continuare a finanziare il gioco, permettendoci di completarlo. (6/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlydHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJTNEJTlyZW4lMjllMjBkaXllM0QlMjJsdHllMjllM0VXaGVuJTlwd2UIMjBzdGFydGVkJTlwbWFraW5nJTlwQmF5b25ldHRhJTlwMiUyQyUyMHdlJTlwaW5pdGlhbGx5JTlwcWVjZWl2ZWQlMjBmdW5kcyUyMGZyb20lMjBTZWdhJTlwdG8lMjBkZXZlbG9wJTlwdGhlJTlWZ2FtZSUyMGZvciUyMG11bHRpcGxlJTlwcGxhdGZvc0m1zJTJdJTlwYnV0JTlwdGhlJTlwcHJvamVjdCUyMHdhcyUyMGhhbHRlZCUyMGR1ZSUyMHRvJTlwY2lyY3Vtc3RhbmNlcyUyMGF0JTlwU2VnYS4lMjB0aW50ZW5kbyUyMHRoZW4lMjBzdGVwcGVkJTlwaW4lMjB0byUyMGNvb3RpbmVlJTlWZnVuZGluZyUyMHRoZSUyMGdhdWUIMkMlMjBhbGxvd2luZyUyMHVzJTlwdG8lMjBmaW5pc2glMjBpdC4lMjAlMjg2JTJGMTUIMjklM0MlMkZwJTJNFJTl2bWRhc2glM0lMjAlRTclQTU1OUU1RTglQjAlQjclRTglOEIiQjElRTYlQTglQjklMjBlawRla2klMjBLYW1peWEIMjAlMjglNDBQR19rYW1peWEIMjklMjAlM0NhJTlwaHJlZiUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGdHdpdHRlci5jb20lMkZQR19rYW1peWEIMkZzdGF0dXlMlMkY5NjMyNjUxNzYzMTIwMTY4OTYlM0ZyZWZfc3JjJTNEdHdzcmMlMjU1RXRmdyUyMiUzRUZlYnJ1YXJ5JTlWMTMlMkMlMjAyMDE4JTNDJTJGYSUzRSUzQyUyRmJs2NrcXVvdGUlM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGcGxhdGZvc0udHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlyJTlwY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlyJTJGJTNDJTJGc2NyaXB0JTNF

«Così i diritti appartengono a Sega e Nintendo. I proprietari dei diritti hanno deciso che il gioco sarebbe stato sviluppato per **Wii U**. (7/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlydHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJTNEJTlyZW4lMjllMjBkaXllM0QlMjJsdHllMjllM0VBcyUyMHN1Y2glMkMlMjB0aGUIMjByaWdodHMlMjBib2lWxvbmclMjB0byUyMFnIz2ElMjBbhmQlMjB0aW50ZW5kby4lMjBUaGUIMjByaWdodHMlMjBvd25lcnMlMjBkZWNPZGVkJTlwdGhlJTlWZ2FtZSUyMHNob3VsZCUyMGJlJTlwbWFkZSUyMGZvciUyMFDpaSUyMFUuJTlWJTl4NyUyRjE1JTl5JTNDJTJGcCUzRSUyNm1kYXNoJTNCJTlWJU03JUE1JTlFJU04JU1wJU13JU04JTlhcjU1eXJlU02JUE4JU15JTlWSGlkZWtpJTlW52FtaXlhJTlWJTl4JTQwUEdf2FtaXlhJTl5JTlWJTNDYSUyMGhyZWYlM0QlMjJodHRwcyUzQSUyRiUyRnR3aXR0ZXluY29tJTJGUEdfa2FtaXlhJTJGc3RhhdHVzJTJGOTYzYjY1MjQ0NjEyMDE4MTEc2JTNGcmVmX3NyYyUzRHR3c3JjJTl1NUV0ZnclMjllM0VGZWJydWFyeSUyMDEzJTJdJTlWJmJlMjB0aW50ZSUyRmElM0UIM0MlMkZibG9ja3F1b3RlJTJNFJTlWJTNDc2NyaXB0JTlwYXN5bmMlMjBzcmMlM0QlMjJodHRwcyUzQSUyRiUyRnBsYXRmb3JtLnR3aXR0ZXluY29tJTJGd2lkZ2V0cy5qcyUyMiUyMGN0YXJzZXQlM0QlMjJ1dGYtOCUyMiUzRSUzQyUyRnNjcmlwdCUzRQ==

«Nintendo è stata così gentile da finanziare anche *Bayonetta 1* per Wii U, e ci ha persino permesso di usare la traccia vocale giapponese, che abbiamo creato per la versione Wii U, anche nella **versione PC** di *Bayonetta 1*. (8/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlydHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJTNEJTlyZW4lMjllMjBkaXllM0QlMjJsdHllMjllM0VOaW50ZW5kbyUyMHdhcyUyMGFsc28lMjBraW5kJTlWZW5vdWdoJTlwdG8lMjBmdW5kJTlWYSUyMHBvcnQlMjBvZiUyMEJheW8lMjBxJTlWZm9yJTlWV2lpJTlWVSUyQyUyMGFuZCUyMHRoZXklMjBldmVuJTlWYWxsb3dlZCUyMHVzJTlwdG8lMjB1c2UIMjB0aGUIMjBKYXBhbmVzZSUyMHZvaWNIJTlwdHJhY2slMjB3ZSUyMGNyZWFOZWQlMjBmb3llMjB0aGUIMjBxawklMjBVJTlWdmVyc2lvbiUyMGluJTlwdGhlJTlWUEMlMjB2ZXJzaW9uJTlwb2YlMjBjYXlvJTlWMSUyMGFzJTlwd2Vsbc4lMjAlMjg4JTJGMTUIMjklM0MlMkZwJTJNFJTl2bWRhc2glM0lMjAlRTclQTU1OUU1RTglQjAlQjclRTglOEIiQjElRTYlQTglQjklMjBlawRla2klMjBLYW1peWEIMjAlMjglNDBQR19rYW1peWEIMjklMjAlM0NhJTlwaHJlZiUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGdHdpdHRlci5jb20lMkZQR19rYW1peWEIMkZzdGF0dXlMlMkY5NjMyNjUxNzYzMTIwMTY4OTYlM0ZyZWZfc3JjJTNEdHdzcmMlMjU1RXRmdyUyMiUzRUZlYnJ1YXJ5JTlWMTMlMkMlMjAyMDE4JTNDJTJGYSUzRSUzQyUyRmJs2NrcXVvdGUlM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGcGxhdGZvc0udHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlyJTlwY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlyJTJGJTNDJTJGc2NyaXB0JTNF

UUIRTglQjAlQjclRTglOEIIQjElRTYlQTglQjklMjBlaWRla2klMjBLYW1peWEIMjAlMjglNDBQR19rYW1p
eWEIMjklMjAlM0NhJTlwaHJlZiUzRCUyMmh0dHBzJTnBJTJGJTJGdHdpdHRlci5jb20lMkZQR19rYW1
peWEIMkZzdGF0dXMIkY5NjMyNjUzMDM2MTMzODI2NTYlM0ZyZWZfc3JjJTNEdHdzcmMlMjU1R
XRmdyUyMiUzRUZlYnJlYXJ5JTlWMTMlMkMlMjAyMDE4JTNDJTJGYSUzRSUzQyUyRmJsb2NrcXVvd
GUIM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTnBJTJGJTJGcGxhdGZvc
0udHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlYJTlWY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlYJTNEJTNDJTJ
Gc2NyaXB0JTNE

«Sono estremamente grato a Nintendo per aver finanziato il gioco e a Sega per aver permesso loro di utilizzare l'IP di *Bayonetta*. (9/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlYdHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJT
NEJTlYzW4lMjllMjBkaXllM0QlMjJsdHllMjllM0VJlWYw0lMjBleHRyZW1lbHklMjB0aGFua2Z1bCUy
MHRvJTlWtmludGVuZG8lMjBmb3llMjBmdW5kaW5nJTlWdGhlJTlWZ2FtZSUyQyUyMGFuZCUyMHRv
JTlWU2VnYSUyMGZvciUyMGFsbG93aW5nJTlWdGhlcSUyMHRvJTlWdXNlJTlWdGhlJTlWQmF5b25ldH
RhJTlWsvAUJTlWJTl4OSUyRjE1JTl5JTNDJTJGcCUzRSUyNm1kYXNoJTNCJTlWJU03JUE1JTlFJU04JU
IwJU13JU04JTlWcUJlUxJU02JUE4JU15JTlWsglkZWtpJTlWU2FtaXlhJTlWJTl4JTQwUEdfa2FtaXlhJTl5JTl
wJTNDYSUyMGhyZWYlM0QlMjJodHRwcyUzQSUyRiUyRnR3aXR0ZXluY29tJTJGUEdfa2FtaXlhJTJGc3
RhdHVzJTJGOTYzMyY1MzY5OTE2OTQwMjg4JTNGcmVmX3NyYyUzRHR3c3JjJTl1NUV0ZnclMjllM0V
GZWJydWFyeSUyMDEzJTJlMjBjAxcUzQyUyRmElM0UIM0MlMkZibG9ja3F1b3RlJTNEJTlWJTND
c2NyaXB0JTlWYXN5bmMlMjBzcmMlM0QlMjJodHRwcyUzQSUyRiUyRnBsYXRmb3JtLnR3aXR0ZXluY
29tJTJGd2lkZ2V0cy5qcyUyMiUyMGN0YXJzZXQlM0QlMjJ1dGYtOCUyMiUzRSUzQyUyRnNjcmlwdCU
zRQ==

«Per quanto riguarda **Bayonetta 3**, è stato deciso sin dall'inizio che il gioco sarebbe stato sviluppato utilizzando i finanziamenti di Nintendo. Senza il loro aiuto, non avremmo potuto avviare questo progetto. (10/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlYdHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJT
NEJTlYzW4lMjllMjBkaXllM0QlMjJsdHllMjllM0VBcyUyMGZvciUyMEJheW9uZXR0YSUyMDMlMkMl
MjBpdCUyMHdhcyUyMGRlY2lkZWQlMjBmcm9tJTlWdGhlJTlWc3RhcncUzQyUyRmElM0UIM0MlMkZibG9ja3F1b3RlJTNEJTlWZ2F
tZSUyMHdhcyUyMGdvaW5nJTlWdG8lMjBiZSUyMGRldmVsb3BlZCUyMHVzaW5nJTlWtmludGVuZG8l
MjYlMjMzOSUzQnMlMjBmdW5kaW5nLiUyMFdpdGhvdXQlMjB0aGVpciUyMGhlcHllMkMlMjB3ZSU
yMHdvdWxkJTlWbm90JTlwaGF2ZSUyMGJlZW4lMjBhYmxlJTlWdG8lMjBraWNRJTlWb2ZmJTlWdGhpc
yUyMHByb2plY3QuJTlWJTl4MTAlMkYxNSUyOSUzQyUyRnAlM0UIMjZtZGFzaCUzQiUyMCFVFNyVBN
SU5RSVFOVCVCVCNlVFOCU4QiVCMsVFNiVBOVCVCOSUyMEhpZGVraSUyMEthbWl5YSUyMCUy
OCU0MFBHX2thbWl5YSUyOSUyMCUzQ2ElMjBocmVmJTNEJTlYHR0cHMlM0ElMkYlMkZ0d2l0dG
VyLmNvbSUyRlBHX2thbWl5YSUyRnN0YXR1cyUyRjk2MzI2NTQ0MDIwNTAzMzQ3MiUzRnJlZl9zcm
MlM0R0d3NyYyUyNTVfZGZ3JTlYJTNEFRmVicnVhcnklMjBjAxcUzQyUyRmElM0UIM0MlMkZibG9ja3F1b3RlJTNEJT
NDJTJGYmxvY2txdW90ZSUzRSUyMCUzQ3NjcmlwdCUyMGFzeW5jJTlWc3JjJTNEJTlYHR0cHMlM0El
MkYlMkZwbGF0Zm9ybS50d2l0dGVyLmNvbSUyRndpZGldHMuanMlMjllMjBjaGFyc2V0JTNEJTlYd
XRmLTglMjllM0UIM0MlMkZzY3JpcHQlM0U=

«Tutti i diritti appartengono ancora a Sega e Nintendo. I proprietari dei diritti hanno deciso che il gioco sarebbe stato sviluppato per Switch. (11/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlYdHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJT
NEJTlYzW4lMjllMjBkaXllM0QlMjJsdHllMjllM0VBbGwlmjBvZiUyMHRoZSUyMHJpZ2h0cyUyMHN0a
WxsJTlWYmVsb25nJTlWdG8lMjBTZWdhJTlWYw5kJTlWtmludGVuZG8uJTlWVGlhJTlWcmlnaHRzJTlWb
3duZXJzJTlWZGVjaWRlZCUyMHRoYXQlMjB0aGUlMjBnYW1lJTlWc2hvdWxkJTlWYmUlMjBtYWRLJTlW
Zm9yJTlWU3dpdGNoLiUyMCUyODEzJTJlMjBjAxcUzQyUyRmElM0UIM0MlMkZwbG9ja3F1b3RlJTNEJTlWb2NrcXVvd
GUIM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTnBJTJGJTJGcGxhdGZvc
0udHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlYJTlWY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlYJTNEJTNDJTJ
Gc2NyaXB0JTNE

W1peWEIMjklMjAlM0NhJTIwaHJlZiUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGdHdpdHRlci5jb20lMkZQR19r
YW1peWEIMkZzdGF0dXMlMkY5NjMyNjU1MDMwNzM0MTkyNjQlM0ZyZWZfc3JjJTNEdHdzcmMlMj
U1RXRmdyUyMiUzRUZlYnJ1YXJ5JTlWMTMlMkMlMjAyMDE4JTNDJTJGYSUzRSUzQyUyRmJsb2NrcX
VvdGUlM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGcGxhdGZ
vcm0udHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlYJTlWY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlYJTlNFJT
DJTJGc2NyaXB0JTlNF

«Il game development è un business. Ogni azienda ha i propri contesti e strategie. Questo significa che a volte i giochi vengono fatti, a volte vengono cancellati. (12/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlYdHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJT
NEJTlYzW4lMjllMjBkaXlM0QlMjJsdHlMjllM0VHYW1lJTlWZGV2ZWxvcG1bnQlMjBpcyUyMGElMjBi
dXNpbmVzcy4lMjBFYWN0JTlWY29tcGFueSUyMGhhcyUyMGl0cyUyMG93biUyMGNpcmN1bXN0YW
5jZXlMjBhbmQlMjBzdHJhdGVnaWVzLiUyMFnvbWV0aW1lcyUyMHRoaXlMjBtZWZucyUyMGdhd
WVzJTlWZ2V0JTlWbWFKZSUyQyUyMHNvbWV0aW1lcyUyMGl0JTlWbWVhbnMlMjB0aGV5JTlWZ2V0J
TlWY2FuY2VsbGVkLiUyMCUyODEyJTJGMTUIMjklM0MlMkZwJTlNFJTl2bWRhc2glM0lMjAlRTclQTU
lOUUIRTglQjAlQjclRTglOEIlQjElRTYlQTglQjklMjBlawRla2klMjBLYW1peWEIMjAlMjglNDBQR19rYW
1peWEIMjklMjAlM0NhJTIwaHJlZiUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGdHdpdHRlci5jb20lMkZQR19rY
W1peWEIMkZzdGF0dXMlMkY5NjMyNjU1NTMwNjEyNDA4MzMlM0ZyZWZfc3JjJTNEdHdzcmMlMjU
1RXRmdyUyMiUzRUZlYnJ1YXJ5JTlWMTMlMkMlMjAyMDE4JTNDJTJGYSUzRSUzQyUyRmJsb2NrcXV
vdGUlM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGcGxhdGZv
cm0udHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlYJTlWY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlYJTlNFJTND
JTJGc2NyaXB0JTlNF

«Ma credo che ogni singola persona coinvolta sia impegnata a offrire la migliore esperienza possibile. Lo so, almeno per me è uno degli obiettivi principali ogni volta che mi metto al lavoro. (13/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlYdHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJT
NEJTlYzW4lMjllMjBkaXlM0QlMjJsdHlMjllM0VCdXQlMjBjJTlWYmVsaWV2ZSUyMHRoYXQlMjBlbm
VyeSUyMHNpbmVzSUyMHBlcnNvbiUyMGludm9sdmVkJTIwaXlMjBkZWZWRpY2F0ZWQlMjB0byUy
MGRlbGl2ZXJpbmclMjB0aGUlMjBiZXN0JTlWcG9zcm2libGUlMjBleHBlcmllbmNlLiUyMEklMjBbrbm93JT
IwdGhhdCUyQyUyMHRvJTlWbWUIMjBhdCUyMGxlyXN0JTJdJTlWdGhhdCUyNiUyMzM5JTNCcyUyM
G9uZSUyMG9mJTlWdGhlJTlWYmlnZ2VzdCUyMGdVYXZzJTlWd2hlbiUyMEklMjBzZXQlMjB0byUyMH
dvcmsuJTlWJTl4MTMlMkYxNSUyOSUzQyUyRnAlM0UIMjZtZGFzaCUzQiUyMCFVFNyVBNSU5RSVFO
CVCVCVCNyVFOCU4QiVCMSVFNiVBOCVCOSUyMEhpZGVraSUyMEthbWl5YSUyMCUyOCU0MFB
HX2thbWl5YSUyOSUyMCUzQ2ElMjBocmVmJTNEJTlYHR0cHMlM0ElMkYlMkZ0d2l0dGVyLmNvbS
UyRlBHX2thbWl5YSUyRnN0YXR1cyUyRjk2MzI2NTYxMTcxODUzNzIxNyUzRnJlZl9zcmMlM0R0d3N
yYyUyNTVfZGZ3JTlYJTlNFRmVicnVhcnklMjAxMyUyQyUyMDIwMTglM0MlMkZlJTlNFJTNDJTJGYmxv
Y2txdW90ZSUzRSUyMCUzQ3NjcmlwdCUyMGFzeW5jJTlWc3JjJTNEJTlYHR0cHMlM0ElMkYlMkZwb
GF0Zm9ybS50d2l0dGVyLmNvbSUyRndpZGdldHMuanMlMjllMjBjaGFyc2V0JTNEJTlYdXRmLTglMjll
M0UIM0MlMkZzY3JpcHQlM0U=

«Non posso esprimere quanto sono contento di avere tra le mani il progetto di *Bayonetta 3* e intendiamo fare tutto ciò che è in nostro potere per renderlo il migliore possibile. Questo è tutto ciò che possiamo fare e lo consideriamo la nostra più grande missione. (14/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlYdHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJT
NEJTlYzW4lMjllMjBkaXlM0QlMjJsdHlMjllM0VJlWY2Fubm90JTlWZXhwcmVzcyUyMGhvdYUyMG
hhcHB5JTlWSSUyMGFtJTlWdGhhdCUyMHdlJTlWZ2V0JTlWdG8lMjBtYWtlJTlWQmF5b25ldHRhJTlW
yUyQyUyMGFuZCUyMHdlJTlWZ2V0ZW5kJTlWdG8lMjBkbyUyMGV2ZXJ5dGhpbmclMjB3aXRoaW4l
MjBvdXlMjBwb3dlciUyMHRvJTlWbWFrZSUyMGl0JTlWYXlMjBnb29kJTlWYXlMjBpdCUyMGNhbi

UyMGJLiUyMFRoYXQlMjYlMjMzOSUzQnMlMjBhbGwlMjB3ZSUyMGNhbiUyMGRvJTJDJTIwYW5kJTlwd2UIMjBjb25zaWRlciUyMGl0JTlwb3VyJTlWZ3JlYXRlc3QlMjBtaXNzaW9uLiUyMCUyODE0JTJGMTUIMjklM0MlMkZwJTNFJTl2bWRhc2glM0lMjAlRTclQTU1OUU1RTglQjAlQjclRTglOEIlQjElRTYlQTglQjklMjBlaWRla2klMjBLYW1peWEIMjAlMjglNDBQR19rYW1peWEIMjklMjAlM0NhJTlwaHJlZiUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGdHdpdHRlci5jb20lMkZQR19rYW1peWEIMkZzdGF0dXMlMkY5NjMyNjU2NjM5OTIxOTMwMjQlM0ZyZWZfc3JjJTNEdHdzcmMlMjU1RXRmdyUyMiUzRUZlYnJlYXJ5JTlWMTMlMkMlMjAyMDE4JTNDJTJGYSUzRSUzQyUyRmJsb2NrcXVvdGUIM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGcGxhdGZvcmludHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlYJTlWY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlYJTNEJTNDJTJGc2NyaXB0JTNE

«Ci è voluto un po' prima che la produzione di *Bayonetta 3* partisse, ma ora che è iniziata spero che si trasformi in una esperienza meravigliosa per tutti voi. (15/15)»

JTNDYmxvY2txdW90ZSUyMGNsYXNzJTNEJTlYdHdpdHRlci10d2VldCUyMiUzRSUzQ3AlMjBsYW5nJTNEJTlYZW4lMjIlMjBkaXIlM0QlMjJsdHIlMjIlM0VjdCUyMHRvb2slMjBhJTlWd2hpbGUIMjBmb3IlMjBwcm9kdWN0aW9uJTlwb2YlMjBCYXlvcmludHdpdHRlci5jb20lMkZQR19rYW1peWEIMkZzdGF0dXMlMkY5NjMyNjU2NjM5OTIxOTMwMjQlM0ZyZWZfc3JjJTNEdHdzcmMlMjU1RXRmdyUyMiUzRUZlYnJlYXJ5JTlWMTMlMkMlMjAyMDE4JTNDJTJGYSUzRSUzQyUyRmJsb2NrcXVvdGUIM0UIMjAlM0NzY3JpcHQlMjBhc3luYyUyMHNyYyUzRCUyMmh0dHBzJTNBJTJGJTJGcGxhdGZvcmludHdpdHRlci5jb20lMkZ3aWRnZXRzLmpzJTlYJTlWY2hhcnNldCUzRCUyMnV0Zi04JTlYJTNEJTNDJTJGc2NyaXB0JTNE

D'altra parte, *Bayonetta 3* ha richiesto un po' di tempo per vedere la luce: il progetto è iniziato direttamente con il supporto di Nintendo, e per questo è esclusiva di Switch.

Il primo capitolo di *Bayonetta* è stato lanciato per PS3 e Xbox 360 nell'ottobre del 2009. *Bayonetta 2* è stato rilasciato a settembre 2014 e *Bayonetta 3* è stato annunciato lo scorso dicembre durante i **The Game Awards**.

Prima di vedere il risultati del terzo capitolo, gli utenti di Switch potranno godersi una remastered di *Bayonetta* e *Bayonetta 2*, che saranno rilasciati in bundle il 16 febbraio 2018.

[Nuove soluzioni anti-cheat per PUBG](#)

Oltre un milione di giocatori sono stati bannati da *PlayerUnknown's Battlegrounds* nel solo mese di gennaio, portando il totale a oltre 2,5 milioni. In difesa dei giocatori onesti, interverrà dunque **BattlEye**, un sistema di protezione *anti-cheat* preventivo, che innalza uno scudo intorno al gioco, bloccando di fatto la maggior parte dei tentativi di violazione. Ultimamente, sulla pagina Twitter del nuovo sistema è stato rilasciato il seguente comunicato: «sfortunatamente, i *cheater* e ban continuano ad aumentare». Infatti, con oltre 30 milioni di giocatori tra PC e Xbox One, un certo numero di *cheater* è inevitabile. Tuttavia, lo soprattutto è stato preso di mira da questi "furbetti" sin dal suo lancio in *early access* (accesso anticipato) a marzo dello scorso anno, con lo sviluppatore che

si è ritrovato costretto a bannare 322.000 giocatori in soli sei mesi.

Dohyung Lee, responsabile della gestione dei servizi e del programma *anti-cheat* di PUBG Corp, ha affermato: «comprendiamo profondamente l'inconveniente che i nostri giocatori stanno vivendo a causa dei *cheater* e stiamo facendo del nostro meglio per combattere coloro che creano, distribuiscono e utilizzano i cosiddetti trucchi». Sta per essere comunque rilasciato, una nuova soluzione *anti-cheat* interna, pronta a essere introdotta la prossima settimana: «questa soluzione integrerà i sistemi che sono già stati sviluppati e implementati. Il suo obiettivo principale per ora è bloccare i programmi non autorizzati, ma sarà ulteriormente sviluppato per ampliare la portata delle sue capacità.»

[Nuovo trailer per Bayonetta e Bayonetta 2 in versione Nintendo Switch](#)

Nintendo ha finalmente rilasciato ieri, un nuovo trailer dedicato alla versione Nintendo Switch di *Bayonetta* e *Bayonetta 2*. Il trailer offre un'introduzione al più sexy *combat system* che esista, mostrando **Platinum Games** al suo meglio. Nel trailer vengono mostrati anche nemici enormi e temibili, la capacità della protagonista di usare i suoi capelli come un'arma oltre agli ulteriori strumenti di distruzione implementati nel secondo capitolo. Scopriamo anche i controlli touch, le funzionalità **amiibo**, la modalità **Tag Climax** che permetterà di giocare in *co-op* con un amico e una parte di filmati completamente esagerati, in perfetto stile *Bayonetta*.

Qui sotto il trailer, ricordando anche la data di uscita prevista per il 16 febbraio 2018.

JTNDaWZyYW1lJTlwd2lkdGglM0QlMjI1NjAlMjIlMjBoZWlnaHQlM0QlMjIzMTUIMjIlMjBzcmMlM0QlMjJodHRwcyUzQSUyRiUyRnd3dy55b3V0dWJlLmNvbSUyRmVtYmVkJTJGcXFZWlFpZ0JaOU0lMjIlMjBmcmFtZWJvcmlciUzRCUyMjAlMjIlMjBhbGxvdyUzRCUyMmF1dG9wbGF5JTNCJTlWZW5jcnlwdGVkLW1lZGhhJTlYJTlWYXsb3dmdWxsc2NyZWVudjTnFjTnDJTnJGaWZyYW1lJTnF

[L'industria dei videogiochi ha generato un ricavo di 108,4 miliardi di dollari nel 2017](#)

Un nuovo rapporto indica che l'intrattenimento videoludico ha generato entrate superiori a **100 miliardi** di dollari lo scorso anno. Il rapporto annuale di **SuperData** del 2017 mostra, infatti, che i videogiochi per dispositivi mobili detengono ancora la fetta di mercato più ampia, generando 59,2 miliardi di dollari, seguiti da quelli PC (33 miliardi) e console (8,3 miliardi), mentre gli e-sports hanno generato 756 milioni. Nel frattempo, il settore dedicato a **VR** e **AR**, sono arrivati a generare 4 miliardi di introiti. Stando a questi dati, l'industria videoludica ha registrato un fatturato di 108,4

miliardi di dollari nell'arco dello scorso anno.

Sorprendentemente, nel campo PC e nel settore dei dispositivi mobili, si ha un riscontro più che positivo dai titoli **free-to-play**, riuscendo a generare 82 miliardi di dollari, ricavati da almeno 2,5 miliardi di giocatori, ovvero una persona su tre della popolazione mondiale. I ricavi dal settore mobile segnano un incremento di 14 miliardi di dollari rispetto al 2016, grazie anche a titoli asiatici come **Arena of Valor** di Tencent e **Fantasy Westward Journey** di NetEase, citati, in aggiunta, come contributori della crescita con il 31% del mercato. L'Asia rimane il polo centrale del mercato mobile, generando 36 miliardi di utili nel 2017, un aumento di ben 10 miliardi rispetto al 2016, ma si prevede che raggiungerà i 38,4 miliardi entro la fine di quest'anno. Al contrario, Nord America e Europa hanno generato rispettivamente 9,1 e 5,9 miliardi nel 2017. Tuttavia, i mercati occidentali rimangono di gran lunga la forza dominante nell'ambito console, con l'intero Nord America che sborsa 4,2 miliardi in giochi per piattaforme casalinghe, mentre in Europa sono 3,1 miliardi di dollari. Tutto questo mentre il continente asiatico si limita ai "soli" 200 milioni di dollari. Ci si aspetta comunque che il valore di queste cifre salirà nel corso di quest'anno.

Tra i titoli più di maggior successo troviamo sicuramente **PlayerUnknown's Battlegrounds**, generando 712 milioni soltanto nei suoi primi otto mesi post lancio, quasi il doppio dei 382 milioni derivanti da **Overwatch**, il secondo titolo di maggior successo. Nonostante abbia quattro anni, **Grand Theft Auto V** è stato il gioco più redditizio del 2017, generando 521 milioni, 9 milioni in più rispetto al secondo classificato **Call of Duty WW2**. Tuttavia, sono ben tre i titoli della serie **COD** nella Top 10 dei giochi più venduti nel 2017, con entrate combinate tra **WW2**, **Black Ops III** e **Infinite Warfare** che ammontano a 951 milioni.

Avendo realizzato 756 milioni di dollari nel 2017, SuperData prevede che gli **e-sport diventeranno un business da 1 miliardo di dollari** nel corso del 2018, con un seguito attuale di 258 milioni di spettatori. Quando si tratta di contenuti videoludici, **Twitch** rappresenta oltre la metà di tutti i ricavi con 1,7 miliardi di dollari, pari al 54% del totale. **YouTube** è al secondo posto con il 22% ed entrate di 690 milioni, nonostante detenga il doppio del pubblico di Twitch.

[Ubisoft svela qualche dettaglio su Far Cry 5](#)

Mentre si aspetta con ansia l'uscita di **Far Cry 5**, per il mese di marzo, Ubisoft ha iniziato a divulgare maggiori informazioni sullo sparatutto in prima persona. Oggi, è stato rilasciato un nuovo video che mostra buona parte del nuovo gameplay e anche alcuni elementi riferiti a **co-op e personaggi**. Il video presenta il direttore creativo di **Far Cry 5 Dan Hay** e il produttore associato **Philippe Fournier** fornendo nuovi dettagli. Hay ha parlato del numero di personaggi che saranno presenti in **Far Cry 5**: i giochi precedenti della serie tendevano ad averne tra i 18 e i 20 distribuiti in tutto il mondo di gioco, mentre **Far Cry 5** ne vanta attualmente più di 65. Questi personaggi sono unici e porteranno a missioni e scopi specifici. Questo porta Fournier a discutere di come la co-op funzionerà in **Far Cry 5**, per la maggior parte simile a **Far Cry 4**. Fournier ha parlato in modo specifico della soddisfazione che si prova quando un giocatore pilota un elicottero mentre un altro scende in vista di un combattimento o si muove via terra. Ci sono altri aspetti toccati in questo video, che spaziano dalla "vita sessuale" e altri frammenti di gameplay con un lanciafiamme. **Far Cry 5** uscirà su PS4, Xbox One e PC il **27 marzo 2018**.

MjJodHRwcyUzQSUyRiUyRnd3dy55b3V0dWJlLmNvbSUyRmVtYmVkJTJGV1Zc21XNjNpSkElMjllMjBmcmFtZWJvcmlciUzRCUyMjAlMjllMjBhbGxvdyUzRCUyMmF1dG9wbGF5JTNCJTlWZW5jcnlwdGVkLW1lZGhhJTlWYXsb3dmdWxsc2NyZWVudjNFJTNDJTJGaWZyYW1lJTNF

[Il Game Boy ritornerà grazie a Hyperkin](#)

Con le console retrò **NES** e **SNES Classic Edition**, che vendono sempre più velocemente, è un presupposto sicuro che Nintendo rivelerà presto alcune nuove edizioni delle sue console più popolari. Ma prima che la **Game Boy Classic Edition** abbia la possibilità di diventare più di una voce, il produttore di periferiche **Hyperkin** sta rilasciando il suo remake del classico palmare portatile.

Chiamato temporaneamente **Ultra Game Boy** mentre è ancora in sviluppo, il nome è in realtà una descrizione perfetta dell'hardware di Hyperkin, che migliora il Game Boy originale di Nintendo in innumerevoli modi, senza influenzare il gameplay classico.

La scocca del Game Boy Ultra è realizzata in alluminio; Mentre il Game Boy originale mostrava una certa usura col passare del tempo, si dovrà fare molta più fatica per far sì che il remake di Hyperkin mostri i segni del tempo. L'Ultra Game Boy mantiene le dimensioni originali, ma la versione finale includerà un terzo quadrante che consentirà di regolare il nuovo display LCD retroilluminato della console portatile attraverso l'intero spettro RGB. La retroilluminazione può anche essere disattivata, se si vuole avere un'esperienza veramente autentica.

Le nuove funzionalità per l'Ultra Game Boy includeranno una batteria integrata, che garantisce sei ore di autonomia, una porta **USB-C** per la ricarica, una coppia di altoparlanti stereo e connessioni audio-out sinistra e destra.

Hyperkin spera di realizzare l'Ultra Game Boy entro la fine dell'estate di quest'anno, con un prezzo inferiore ai €100. Sembra che Nintendo abbia molto da fare in questo momento, ma l'unica cosa che nella console classica di Hyperkin mancherà è costituita dai giochi incorporati. Permetterà quindi di giocare a tutti i classici giochi per Game Boy, ma solo se posseduti.

[L'ottimismo di Michael Pachter nei confronti di Star Wars Battlefront II](#)

Durante gli ultimi due mesi, si è sentito parlare della polemica sulle *lootbox* in **Star Wars Battlefront II**. Questo ha avuto un effetto negativo sulle vendite e sulle entrate e costretto l'editore a rivedere le sue proiezioni. Sebbene la controversia abbia indubbiamente influito negativamente sulla performance di EA, l'analista di *Wedbush Securities*, **Michael Pachter**, è convinto che questa sia solo una situazione temporanea e che, dopo la tempesta, il gioco DICE potrebbe vedere giorni migliori. Parlando con *CNBC*, Pachter ha detto: «Anche se *Star Wars Battlefront II* ha avuto un debutto più debole del previsto in termini di vendite, crediamo che la lealtà dei fan di *Star Wars*, il fascino del gioco come regalo natalizio e l'uscita di *Star Wars : The Last Jedi* il 15 dicembre, possano avere effetto positivo sulle vendite del gioco». Resta da vedere se le previsioni di Pachter si dimostreranno affidabili. *Star Wars Battlefront II* è ora disponibile per PC, PlayStation 4 e Xbox One.