

Nintendo si appresta al cambio di presidenza

Oggi **Nintendo** ha annunciato che l'attuale presidente, **Tatsumi Kimishima** è pronto a lasciare la sua poltrona. Prenderà il suo posto **Shuntaro Furukawa**.

Furukawa entrò in Nintendo nel **1994** ricoprendo diversi ruoli di una certa importanza all'interno della compagnia, contribuendo, grazie ai **10 anni di esperienza** nel settore maturati in Europa, anche al successo di **Switch** nel mercato internazionale.

Il cambio di presidenza non è ovviamente legato al rendimento di **Kimishima**: **Nikkei** infatti, una nota rivista digitale, ha spiegato quello che è il pensiero di **Kimishima**, il quale crede fermamente che a condurre la compagnia, deve esserci un giovane, per capire meglio quello che vogliono oggi gli utenti finali.

Kimishima venne eletto presidente di Nintendo nel **2015**, dopo la morte del precedente presidente, **Satoru Iwata**.

Il cross-play interessa veramente ai videogiocatori?

Secondo quanto riportato da **Gamesindustry.biz**, il **cross-play**, potrebbe non essere così importante per i giocatori come molti nel settore credono. Ad avvalorare questa ipotesi, sono i dati raccolti dal sondaggio effettuato nel **quarto trimestre del 2017** da **GameTrack**, che mostra una generale indifferenza a interazioni tra le varie console.

I rumor che vedrebbero **PlayStation, Xbox e PC** permettere agli utenti di "giocare sulla stessa spiaggia, partendo da oceani diversi" sono stati molteplici negli ultimi 12 mesi: Microsoft, come sappiamo, ha fatto del **cross-play tra console e PC una delle caratteristiche fondamentali** nella sua strategia aziendale, mentre Sony, al contrario, è stata più volte ampiamente criticata per la sua apparente riluttanza a consentire un eventuale "condivisione" tra i consumatori **PlayStation** e quelli **Xbox**.

Tuttavia, all'interno del sondaggio, **il 58% degli intervistati ha ammesso di essere totalmente indifferenti a tale questione**. Essendo una percentuale così elevata possono entrare in scena anche altri fattori, come la reale conoscenza del cross-play ed eventuali implicazioni derivanti, oppure una certa soddisfazione nell'attuale modus operandi dell'attuale sistema - che non è da considerare per forza "malvagio".

Minecraft, Rocket League, Ark: Survival Evolved e Fortnite, tra gli altri, sono stati al centro di un lungo dibattito proprio riguardo il cross-play nell'ultimo anno e spesso, a causa della netta mancanza di interesse da parte di **Sony** nel permettere ai suoi utenti di condividere l'esperienza anche con i giocatori di **Microsoft**.

A quanto pare inoltre, il cross-play non è nella maniera più assoluta un fattore decisivo per il quale i giocatori possano essere più propensi o meno all'acquisto di una console: solo una piccolissima percentuale (**13%**) **ha dichiarato di potersi lasciar influenzare da questo fattore durante l'acquisto**.

Allo stesso modo, **sempre e solo il 13% del campione** è d'accordo che, avendo la possibilità di giocare in cross-play, possano essere più propensi alla sottoscrizione di un eventuale abbonamento per giocare online su console o PC.

La stessa tendenza era evidente tra i partecipanti al test, nelle domande inerenti al software: **il 48% degli intervistati è in disaccordo che questa caratteristica possa influire sull'acquisto di uno specifico titolo**, contro il 17% che si lascerebbe influenzare da questo fattore; inoltre **il 49% degli intervistati, non è d'accordo che tale funzionalità li renderebbe più propensi a giocare online più di quanto facciano normalmente**.



Phil Spencer, noto vicepresidente della sezione gaming di **Microsoft**, è stato molto franco riguardo il suo enorme desiderio di unire le comunità **Xbox** e **PlayStation**, commentando anche la riluttanza incessante di Sony in diverse occasioni:

«So che esiste questo genere di visione: “se i miei amici hanno questa console, non potranno giocare con persone che ne acquistano una diversa, e questo è il motivo per cui acquistano la mia console”.»

Che il cross-play abbia o meno il potenziale di influenzare le decisioni di acquisto tra i consumatori, non cambia il fatto che all'interno del settore, vi sia una visione generale che l'abbattimento delle barriere tra le piattaforme avverrà presto. [Come potete leggere nel nostro precedente focus](#), **Tim Sweeney** di **Epic Games**, ha parlato di **Fortnite** e dei livelli di interazione cross-play senza precedenti, che consentiranno agli utenti di giocare allo stesso gioco su console, PC e dispositivi mobile. Le uniche piattaforme che non lo consentono tuttora sono Xbox e PlayStation, ma **Sweeney** è convinto che sia solo una questione di tempo:

«Affinché Sony e Microsoft supportino completamente i loro utenti, devono aprire le porte anche ai loro amici del mondo reale, altrimenti staranno solamente disgregando dei gruppi realmente esistenti.»

Ratchet & Clank: 15 anni e non sentirli

Sono trascorse un paio di settimane dalla **GDC (Game Developers Conference)**, quando il team **Insomniac**, salì sul palco per parlare dei **15 anni di storia**, di una delle loro IP più conosciute: **Ratchet & Clank**. Ma gli interventi dello stesso team di sviluppo, sono stati tutt'altro che celebrativi per quanto riguarda la famosa saga.

Il regista **Brian Allgier** dice:

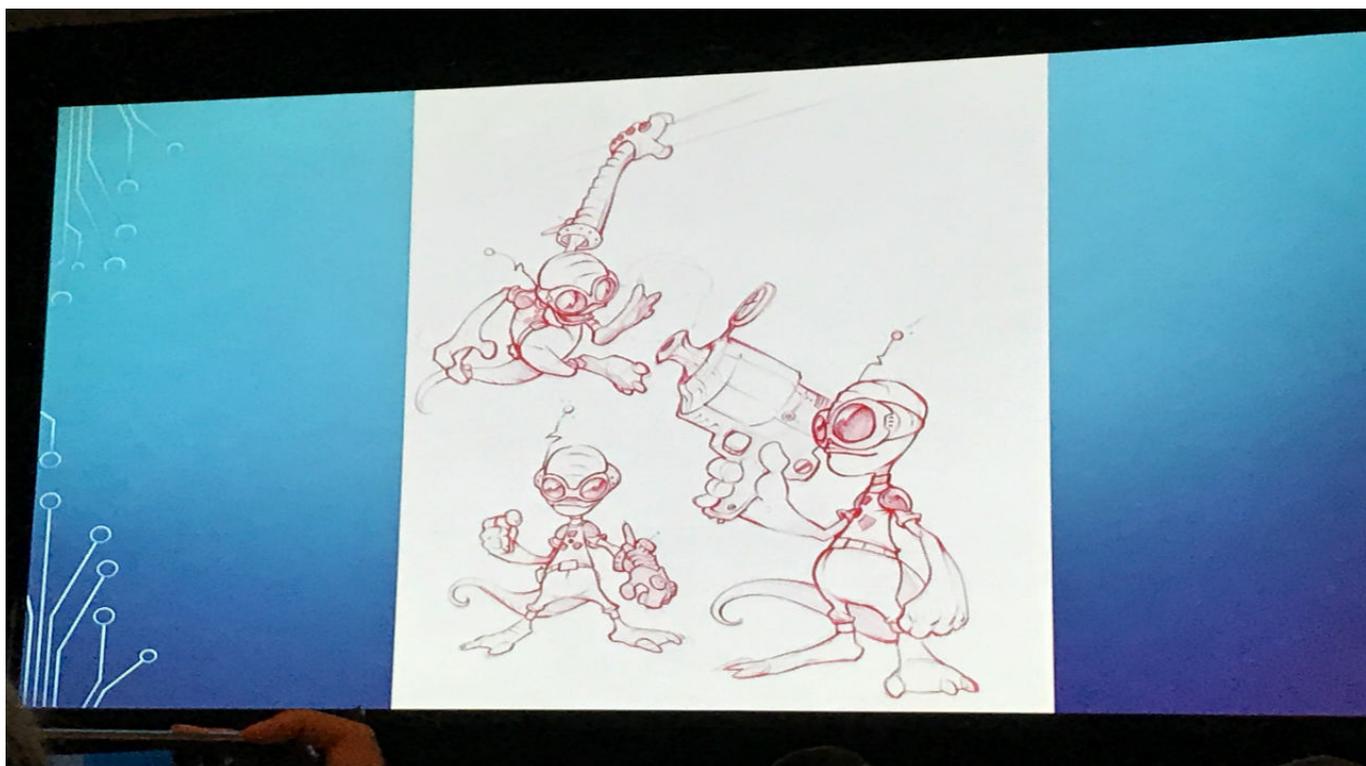
«Protagonista del gioco, in principio, sarebbe dovuto essere una ragazza con un bastone, una sorta di mash-up tra *Zelda* e *Tomb Raider*, ma quest'idea purtroppo non era ben vista dal team, che avrebbe dovuto lavorare poi sul gioco. A quel punto Ted Price (Presidente di Insomniac) decise di troncare quel concept che era stato intitolato appunto "Ragazza col bastone". Era il 2001, Insomniac aveva 35 dipendenti che stavano lavorando al progetto e avevano bisogno di una nuova idea vincente. Il capo-ufficiale creativo, Brian Hasting, annotò una frase molto generica sulla lavagna degli appunti "un alieno, che gira tra i pianeti raccogliendo armi e gadget", il team accolse positivamente da subito la nuova proposta, era un'idea semplice ma aveva funzionato.»

Dopo aver cestinato un paio di concept, il team riesce a concretizzare finalmente i primi progetti di **Ratchet**, soprannominato "**Lombax**" da **Ted Price**, e del suo aiutante **Clank**. Inizialmente la squadra aveva pensato di metterne uno a capo dell'altro ma poi optarono per porli allo stesso livello. L'intenzione sin da subito, fù quella di creare qualcosa che fosse **un mix tra il poliziesco *Arma Letale* e i cartoni animati del sabato mattina**.

Durante la stesura del prototipo, il team non riuscì a far sì che la tecnologia **PS2** iniziale gestisse correttamente il gioco, per questo motivo quindi lavorò fianco a fianco con **Mark Cerny** per ottimizzare la tecnologia della console Sony, che una volta migliorata, permise finalmente a **Ratchet & Clank** di vedere la luce.

«Il primo gioco era innovativo e fatto bene - dice insomniac alla GDC - Ma era più un gioco di ruolo e le armi sembravano quasi opzionali. I due personaggi Ratchet e Clank non avevano molta profondità, anche Ratchet stesso risultava essere borioso, sarcastico e non eccessivamente simpatico».

Insomniac, decise di concentrarsi sul contorno, personaggi, armi e humor, a partire dal secondo capitolo, ***Fuoco a Volontà*** (2003). Quando successivamente arrivò anche il terzo, ***Up your arsenal*** (2004), fu un vero e proprio successo per il franchise. Finalmente **Ratchet & Clank** aveva una propria personalità ben definita: era un gioco in perfetto equilibrio tra un platform e uno shooter, che raccontava una vera storia d'amicizia, con un contorno di armi fantasiose e gadget intelligenti, arricchito dalla possibilità di esplorare i pianeti. Un gioco pieno di colori vivaci e umorismo.



Nel corso del **GDC**, Insomniac ha voluto sottolineare solamente dove e perché, il team ha deluso le aspettative dei propri fan. Dal terzo capitolo in poi, lo studio aveva evoluto con successo la serie da un **“platform con un carattere da sparatutto”**, a uno **“sparatutto con un carattere da platform”**.

Eppure, nonostante tutto, Insomniac stava iniziando a preoccuparsi sempre di più che i giorni del **“personaggio mascotte”** stavano per finire. Sentiva che era necessario cambiare qualcosa per mantenere la serie sull’onda del successo, il tutto racchiuso nelle parole di Brian Allgeier:.

«Adattati o muori, ascolta ciò che i giocatori vogliono, osserva le tendenze e amplifica ciò che contraddistingue il tuo gioco».

Lo studio sentiva di aver raggiunto il vero successo con **Up Your Arsenal**, ma la filosofia “adattati o muori” applicata da quel momento, avrebbe inevitabilmente portato a un “crollo”. Per evitare che il franchise stancasse i fan infatti, il team di Insomniac, **ispirato dalla serie Halo**, produsse, nel 2005 sempre per PS2, **Ratchet: Deadlocked** (conosciuto anche come **Gladiator**). Era stato rimosso **Clank** dal nome («non è stato bello», ammette lo studio, che era pesantemente combattuto) e il gioco non includeva il popolare **Qwark**. Insomma, il titolo non aveva più tutte quelle caratteristiche che avevano reso un successo **Ratchet & Clank** e il risultato fu infatti, che ai fan non piacque, tanto che sia **Allgeier** che **TJ Fixman** (lo scrittore della serie), ammisero di aver commesso un grande errore allontanandosi da quella che era l’idea originale della serie, nello sviluppo di questa nuova veste di gioco non proprio azzeccata.

Insomniac, a quel punto, sapeva che in futuro avrebbe dovuto attenersi il più possibile al **DNA del gioco originale**, cosa che fece quando nel 2007, sviluppò il quinto capitolo della serie: **Ratchet & Clank: Armi di Distruzione**, sui sistemi **PS3**. Fu una sfida ardua per il team, quella di effettuare un restyling completo passando da una generazione a un’altra, ma alla fine riuscì nel proprio intento, creando nuovamente quello che era per i fan il vero **Ratchet & Clank** di un tempo, ma questa volta

con una veste del tutto rinnovata. Praticamente un successo, o quasi, poiché a molti fan non piacque il finale, che vide **Clank** rapito dal **misterioso Zoni**. Così il team decise di dare qualcosa ai giocatori per rimediare, sviluppando un anno dopo un breve **DLC**, chiamato **Alla ricerca del tesoro**, che mise una pezza al buco creato dalla precedente storia, introducendo anche diverse novità al gioco, come i dialoghi, i puzzle-game e altro.



Proprio perché non era un vero e proprio capitolo di **Ratchet & Clank, Alla Ricerca del Tesoro**, permise al team di osare sotto alcuni punti di vista tecnici, ma anche di dare un filo logico a quello che poi sarebbe stato il successivo, e ultimo capitolo, della serie, **che arrivò poi nel 2009 con A Spasso nel Tempo**: un successo indiscusso sotto ogni punto di vista che vide, nel finale, anche **l'annientamento del super-cattivo Nefarious in una delle basi spaziali**.

L'epilogo della serie andò talmente bene che Sony pretese da Insomniac che si rimettesse a lavoro su un ulteriore capitolo della serie. Inizialmente cercarono di evitare questa forzatura narrativa che aveva visto il suo capolinea nell'ultimo gioco, **ma alla fine i fan e Sony ebbero la meglio**, convincendo Insomniac a rimettersi in carreggiata e pubblicare **nel 2011, Ratchet & Clank: Tutti per Uno**, che costrinse anche TJ Fixman a modificare il finale della serie trovando un modo per non far sfuggire **Nefarious** al suo destino che sembrava essere stato già designato, e che, per volere di **Sony**, doveva essere presente nel nuovo titolo. Alla fine, **Tutti per Uno** risultò essere uno dei migliori spin-off della serie, ma purtroppo non ebbe il successo sperato. Successo che arrivò invece due anni dopo, **nel 2013**, con **Nexus**, ultimo capitolo della serie, una storia breve ma ben sviluppata.

Da quel momento Insomniac e Sony avevano deciso di comune accordo di mettere da parte il franchise.

Almeno finché, **nel 2016**, non venne nuovamente tirato fuori da **Kevin Munroe e Jericca Cleland** che diressero per il grande schermo, **Ratchet & Clank: film d'animazione basato sul gioco**, ma

che si allontanò troppo dalla mitologia originale dell'IP per l'adattamento cinematografico.

Allgeier decise così di sfruttare la corrente e creare al contempo anche un nuovo titolo, **per PS4 questa volta: «Un gioco basato sul film basato sul gioco»**, dice scherzando. Proprio per aggirare il problema creatosi con il filo narrativo della pellicola cinematografica, **TJ Fixman** decise di affidare la narrazione a un personaggio improbabile e poco raccomandabile, **il capitano Qwark**, giustificando così alcune eventuali incongruenze narrative.

Il remake di **Ratchet & Clank** fù un vero e proprio successo, con numeri che non si vedevano dai tempi dei vecchi titoli su PS2.

Allgeier conclude:

«Dove la serie andrà a parare in futuro non è certo, ma una cosa lo è, “adattarsi o morire” è una opzione, ma allontanarsi da quello che è il DNA del gioco, è un errore. Abbiamo imparato tutto ciò che potevamo sulla chiave del successo di *Ratchet & Clank*, lo abbiamo migliorato e aggiornato. Adesso ci spingeremo verso l'ignoto!».

[Epic Games: la barriera tra Xbox e Playstation cadrà inevitabilmente](#)

Fortnite è uno di quei prodotti che ha fondato un nuovo modello di gioco nella *games industry*, secondo **Tim Sweeney**, CEO di **Epic Games**, e uno dei motivi per il quale le barriere tra le piattaforme verranno presto abolite promuovendo il **cross-platform**.

Sweeney, parlando durante la sessione **State of Unreal** di **Epic** al **GDC**, ha descritto il boom dei giochi mobile negli ultimi dieci anni come una delle cose più eccitanti che possano accadere nel settore videoludico. Tuttavia, quello che una volta risultava essere nuovo ed entusiasmante forse oggi non lo è più:

«Per un po', questa industria mobile è stata stagnante. Ci sono oltre 100.000 giochi pubblicati ogni anno sugli store, molti dei quali sono giochi *ad-driven* e molti di loro hanno modelli di monetizzazione abbozzati. L'industria ha davvero bisogno di rivitalizzazione».

Tuttavia, nei mercati asiatici si è sviluppata una nuova tendenza, una che mette in discussione l'ipotesi che il mercato della telefonia mobile sia dominato dai “**casual games**”. Parlando con **GamesIndustry.biz** in una riunione prima dello State of Unreal, **Sweeney** ha descritto questa “**tendenza**” come: «la cosa più eccitante per Epic nel settore in questo momento.»

«Stiamo assistendo a un cambiamento di tendenza, dove prima esistevano i **casual games**, adesso, come successo in Corea e in Cina, ci sono dei veri e propri giochi per “**gamer**”. Lo abbiamo visto con *Lineage 2*, un MMO open-world che ha avuto un successo enorme. Adesso in moltissimi paesi giochi come questo, segnano grandi numeri per le entrate, per il tempo di gioco

e per la nuova forma che stanno dando al settore nella *games-industry*.»

Epic ritiene che stia cominciando ad accadere lo stesso processo in mercati come gli Stati Uniti e l'Europa, grazie in gran parte alle rifiniture e ai miglioramenti apportati al motore grafico **Unreal Engine**. Sempre durante lo State di Unreal, i co-fondatori di **Studio Wildcard**, **Doug Kennedy** e **Jesse Rapczak**, sono saliti sul palco per parlare di **Ark: Survival Evolved** su smartphone, annunciando anche il porting su Nintendo Switch.

Un altro esempio è ovviamente **Fortnite** della stessa **Epic Games**, che secondo **Sweeney** è l'esempio migliore, considerato lo sviluppo su **Unreal Engine** oltre che ovviamente per il "trend" che ha fino a ora sviluppato il gioco in sé.



La versione per **Android** di **Fortnite** deve ancora essere rilasciata, ma quando questo avverrà, sarà il prodotto che girerà su tutte le principali piattaforme, con la stessa esperienza condivisa al suo interno e proprio questo, secondo **Sweeney**, sarà un aspetto essenziale di come la game-industry cambierà e continuerà a crescere negli anni a venire.

«Non riesco a immaginare nulla di meglio per la crescita collaterale del settore console rispetto a questa nuova generazione di bambini, cresciuta con dispositivi Android e iOS e che stanno imparando a giocare lì. Magari giocando a Fortnite [sui dispositivi mobili, ndr], che poi magari vorranno giocare sulla TV di casa, con controlli più precisi grazie a un joypad e una migliore esperienza visiva, facendo quindi un passaggio a piattaforme come PlayStation o Xbox.»

Ovviamente, l'idea che i possessori di **PlayStation** e **Xbox** possano un giorno giocare insieme, è e rimane un tema di grande attualità. **Fortnite** sarà solo uno in più tra quei giochi che non possono essere riprodotti su entrambe le piattaforme, con **Microsoft** che sostiene molto più la necessità di

cross-play rispetto a **Sony**. Da parte sua, **Sweeney** è un grande sostenitore del **cross-platform**, ma è attento anche a sottolineare la natura senza precedenti di **Fortnite**, pienamente inter-operabile su **mobile, PC, Mac e console**. Proprio per questo motivo crede fermamente che questa situazione di stallo, non durerà ancora per molto. Sempre durante l'evento, il CEO di Epic, menziona anche **la legge di Metcalfe**, secondo la quale **“il valore di qualsiasi esperienza connessa per un determinato utente è direttamente proporzionale al numero di persone a cui è possibile connettersi nel mondo reale”**. In parole povere il prossimo passo logico nel settore console, sarebbe quello di eliminare le barriere tra gli utenti Sony e il resto del mondo.

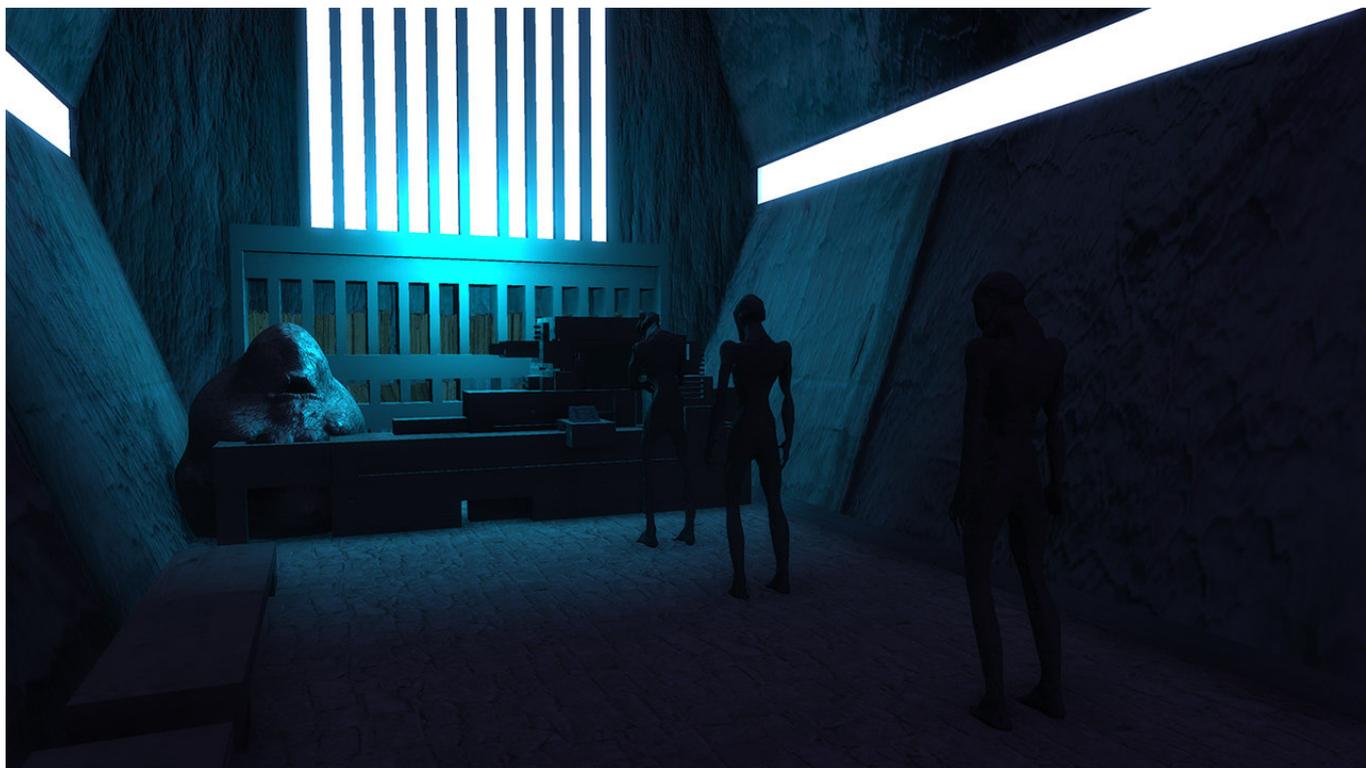
In effetti ormai i giochi sono diventati **esperienze sociali** allo stesso modo di **Facebook** o **Twitter**, e queste esperienze hanno davvero senso e possono definirsi tali, solo se gli utenti possono comunicare con tutti i loro amici indistintamente.

North

Avete mai pensato di lasciarvi tutto alle spalle, fare fagotto e andare via a cercar fortuna in un altro paese? Per quanto questo possa essere più o meno distante, ciò implicherebbe comunque l'abbandono della vecchia vita e con lei anche degli affetti più cari. Questo è ciò che succede in **North**, titolo in cui il protagonista si lascerà alle spalle la sorella in un viaggio verso nord, appunto, e si ritroverà dopo un lungo percorso inghiottito da una grande città ricca di strane architetture e popolata da gente dalle sembianze aliene, che parla un linguaggio incomprensibile. Un viaggio distopico-emozionale, metaforicamente ricco, che vuole far rivivere ai giocatori il dramma vissuto da chi decide di staccarsi dalla propria terra per andare a cercar fortuna altrove. Intento in cui **Sometimes You**, piccola etichetta indipendente, riesce molto bene. Infatti **North**, pur essendo una brevissima avventura riesce a restituire al giocatore qualche **“strana”** emozione.

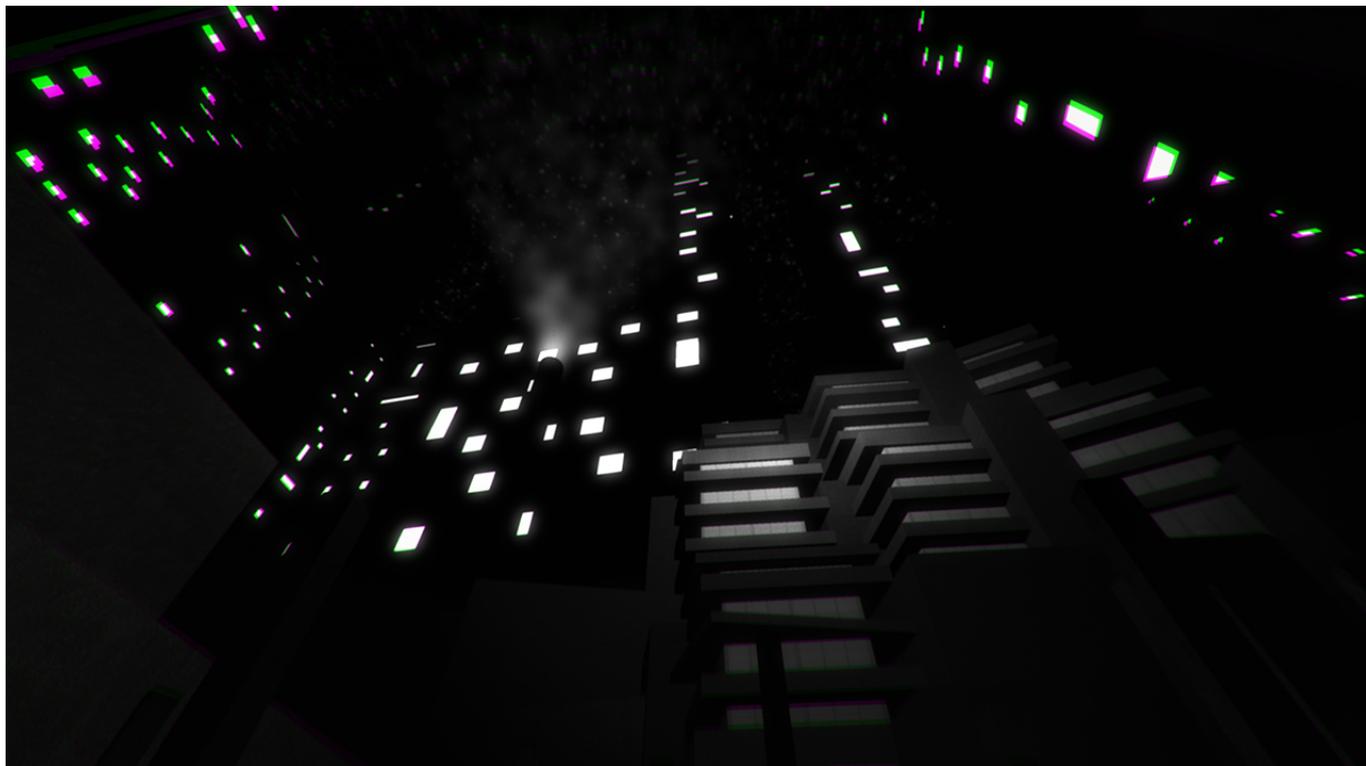
Smarrimento

Questa è la sensazione che prevarrà sul giocatore. Lo smarrimento che proveremo una volta immersi in questa grande città **“aliena”**, che ci circonda con grandi architetture e soprattutto **buia**, a volte anche troppo, considerato che non si ha la possibilità di modificare la luminosità del gioco né altri parametri. In **North** non avremo alcun ausilio, dimenticate: mappe, inventario o tutto quello a cui siete abituati, l'unica vostra guida, saranno il vostro senso dell'orientamento e la vostra perspicacia. Non ci sarà neanche un **quest-log**: l'unico modo per sapere in che modo proseguire nel viaggio infatti, sarà quello di raccogliere più informazioni possibile e, successivamente, spedire delle lettere alla sorella lontana, tramite delle piccole caselle postali sparpagiate in tutta la città.



Minimale al punto giusto

Avviato **North**, potremmo sentire l'impulso irrefrenabile di spegnere la console e dire «**No, Maria, io esco!**»; ma in realtà, una volta superata la prima fase di adattamento, quando inizieremo a capire la vera importanza del messaggio che il team di sviluppo di **North** vuole consegnare al giocatore, sarà inevitabile volerlo finire tutto d'un fiato. Graficamente il gioco sembra essere stato sviluppato con tecnologia a 128bit, ma la vera "cura" è stata concentrata su quelli che sono i retroscena di **North**, l'emozionalità, la storia e quindi anche il modo cui vengono trattati argomenti attuali e sensibili come quello dell'immigrazione. Tutto guarnito musicalmente da un fantastico **synth-dark-pop** (non so come meglio definirlo) che perfettamente si accosta a quello che è il gioco nella sua, diciamo, "**semplicità**".



In Conclusione

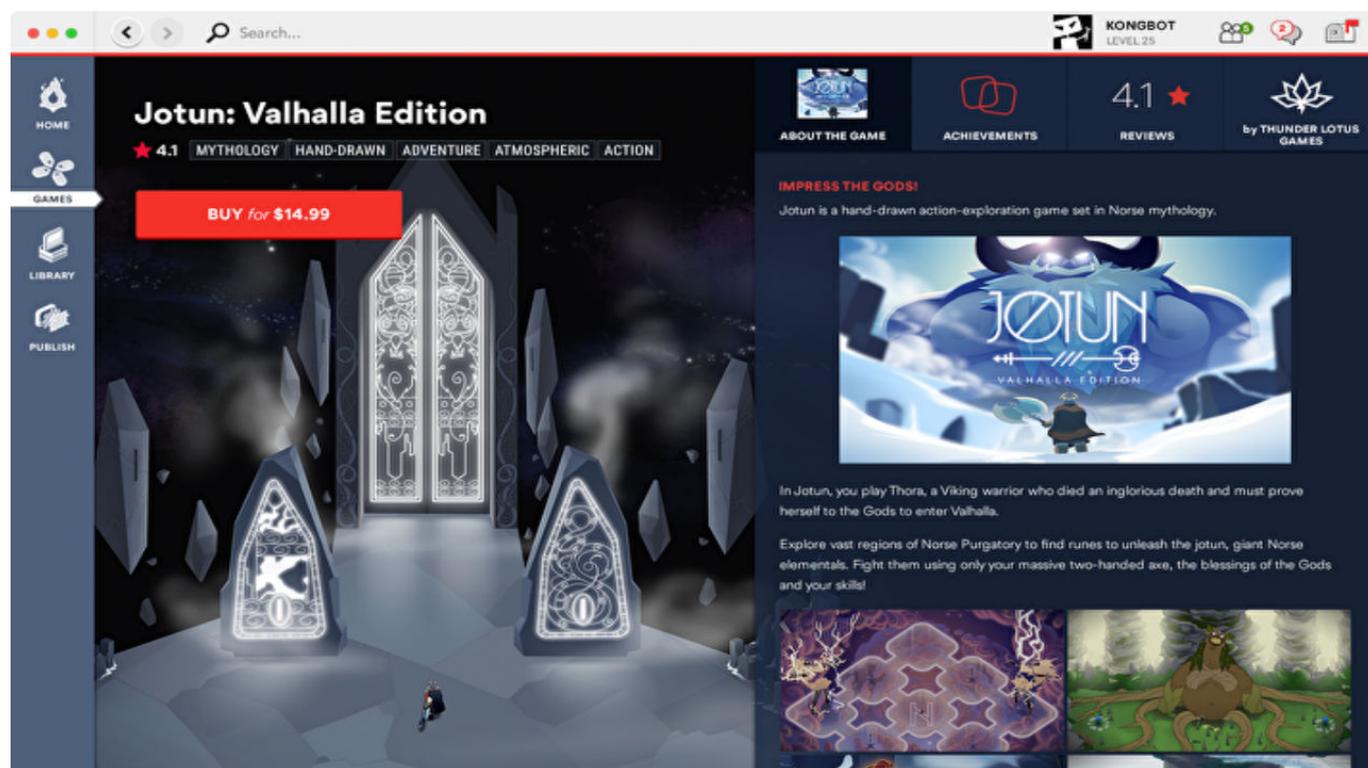
North è certamente una piccola, grande avventura. Come questa possiamo trovarne a decine e decine tra le varie piattaforme, avventure più o meno longeve, da [What remains of Edith Finch](#), passando per [Virginia](#) e [The town of light](#), o meglio ancora il viaggio di [Kholat](#). Impossibile definirlo un gioco *tout court*, difficile definirlo solo un walking simulator, anche se probabilmente è il genere che gli si addice di più. Di certo è un'esperienza sicuramente positiva, che seppur breve, non ci farà pentire dell'acquisto per la sua forte intensità.

[Il nuovo store online Kartridge pronto a dichiarare guerra a Steam](#)

Secondo la compagnia **Kongregate**, nota piattaforma di download per giochi F2P di etichette indipendenti, il lancio di **Kartridge**, questa estate, porterà un netto cambiamento al monopolio instaurato dal suo futuro concorrente **Steam**, che finora possiede la maggior fetta di utenza tra i **PC Gamer**.

Kartridge promette di essere differente dalla concorrenza e cercherà di attrarre il maggior numero di software house possibile. Per questo **Kongregate**, promuove politiche differenti: upload senza commissioni per gli sviluppatori, libero mercato per il controllo dei prezzi e la possibilità di creare una pagina del proprio negozio all'interno della piattaforma stessa. La società afferma inoltre, che **Kartridge** oltre a offrire caratteristiche innovative, andrebbe a colmare anche le lacune presenti in questo tipo di mercato online. Su questo però bisognerebbe controllare dove e quali potrebbero essere queste lacune; oltretutto ricordiamo che non sarà solamente **Steam** il diretto concorrente,

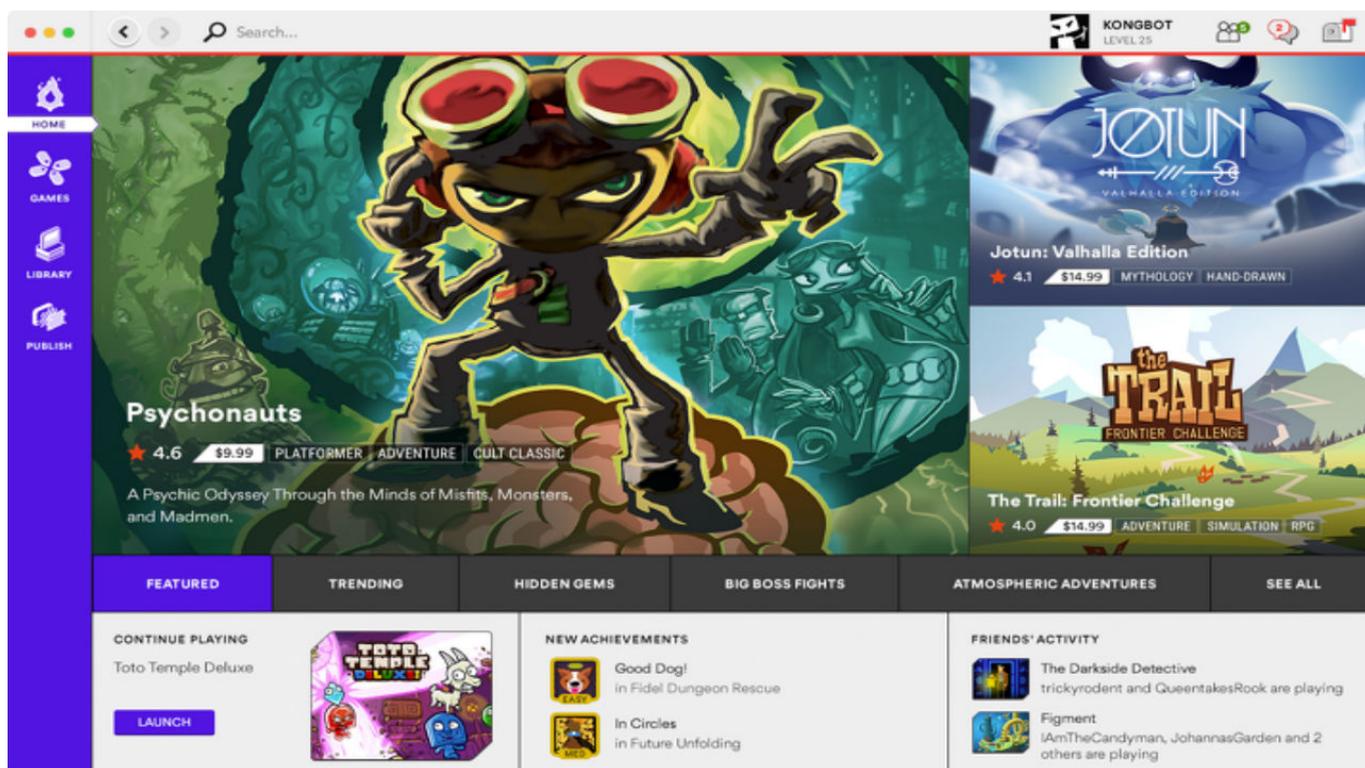
ma che sono già presenti sul mercato anche piattaforme molto solide per PC come **EA Origin**, **GOG**, **uPlay** e il non meno importante **Microsoft Store**.



Emily Greer, CEO di **Kongregate**, intervistata da **gamesindustry.biz** ammette: «È vero che il mercato è già saturo, ma questo non vuol dire che non ci sia spazio per qualcosa di nuovo. A volte i giocatori sono così assuefatti dall'abitudine di utilizzare sempre le stesse cose che probabilmente non si rendono neanche conto di desiderare inconsciamente qualcosa di nuovo, qualcosa che gli si dovrebbe solo far scoprire.» Infatti dice anche: «Tutti utilizzano Steam, ma questo non necessariamente implica che gli piaccia... Steam non è per tutti!».

Inizialmente, dice la **Greer**, la compagnia cercherà di attrarre tutte le piccole case di sviluppo indipendenti, in modo anche da offrire qualcosa di innovativo che sia differente dagli altri store online. Steam ormai da tempo è diventato il "porto sicuro" di tutti gli sviluppatori per giochi PC, la stessa **Kongregate** ha alcune delle sue pubblicazioni editoriali su questa piattaforma confermando quindi il dominio di **Valve** su tutti gli sviluppatori. Quindi con una realtà di mercato del genere, l'**industry** è pronta ad avere un'altra piattaforma come **Kartridge**?

«Pensiamo proprio di sì - dice Emily Greer - Abbiamo anche avuto un'ottima reazione da molti sviluppatori indipendenti, che sembrano essere entusiasti per la possibilità di curare liberamente la propria immagine e il proprio negozio all'interno della piattaforma e per quella di avere una vetrina separata dal resto della massa. Ovviamente il fatto che non ci siano commissioni sull'upload dei contenuti non impedirà ad alcuno di proporre il proprio prodotto, anche ai ragazzini che producono il loro primo videogioco: probabilmente avremo così tanto materiale fino al punto da avere la stessa corposità di Steam, ma Kongregate ha più di 10 anni di esperienza per gestire una situazione del genere, e nella sua piattaforma, oltre al materiale dei neofiti, offre anche titoli di etichette importanti quali EA, Supercell e Ubisoft».



La piattaforma sarà strutturata in modo da avere tutto e sempre a portata di mano, spiega la **Greer**, inserendo podcast, suggerimenti basati sugli acquisti effettuati e altre informazioni che normalmente vengono sepolte invece dalle notizie da “**prima pagina**” non solo sulla homepage appunto, ma saranno ricorrenti nelle varie pagine durante la navigazione. In questo modo tutti gli sviluppatori avranno la possibilità di essere “scoperti” dai videogiocatori e a dargli manforte. Questo è il vero lato innovativo di **Kartridge** che darà i mezzi, a piccole etichette, per poter creare il loro brand, la loro pagina del negozio e quindi farsi conoscere partendo da zero.

[Bush Hockey League \(Old Time Hockey\)](#)

Con le pinne, fucile e occhiali... ops! Ho sbagliato sport scusate! Quest’oggi si parla di hockey! Ammetto di non essere un gran fanatico degli sport prettamente americani, come il football, il rugby, il baseball o l’hockey per l’appunto, ma dicono che, almeno una volta nella vita, bisogna provare tutto – tranne il cibo macrobiotico, no, quello non c’è bisogno di provarlo. Così mi sono cimentato in una disciplina del tutto nuova per me e l’ho fatto tramite un videogioco tanto semplice quanto simpatico sviluppato dal team **V7 Entertainment INC.**: **Old Time Hockey**, meglio conosciuto come **Bush Hockey League**.



Passaggio e tiro!

Una delle caratteristiche particolari di questo gioco, è data da una immediata sensazione di star giocando su una vecchia console, una di quelle che avevano i controller con due soli pulsanti, che sono quelli che effettivamente servono per una partita a *Bush Hockey League*! In questo particolare periodo storico poi, in cui i giochi necessitano di avere joypad a 564 pulsanti mi vien da dire: che cosa meravigliosa! Altra sfiziosa caratteristica, per i nostalgici, è che il gioco ci permetterà di poter scegliere una risoluzione a **8/16 bit**, fino ad arrivare alla più comune **1920x1080** (full hd).

Ma non perdiamoci in chiacchiere: appena avviato il gioco, ci troveremo davanti a un menù molto chiaro, potremo iniziare una **modalità storia** oppure giocare delle partite amichevoli **1vs1** con la CPU o con un avversario umano in **multiplayer**. È possibile inoltre giocare in **modalità cooperativa locale**, anche nella modalità storia, rendendo il gioco un tantino più divertente.

Purtroppo non posso dire che la semplicità basti per renderlo un buon titolo, poiché, sfortunatamente per lui, la ripetitività si fa sentire prepotente dopo le prime 2 partite.

Come in tutti i giochi di hockey che si rispettino, non potevano mancare le azzuffate tra giocatori! Infatti di tanto in tanto, se commetteremo troppi falli contro la squadra avversaria, i giocatori ci si rivolteranno contro, ingaggiando "violenti" - a volte ai limiti del ridicolo - **combattimenti uno contro uno!**

Andando nello specifico, la modalità storia, sarà composta da una serie di scontri in cui si dovranno completare delle missioni secondarie - **tre** per l'esattezza - per ricevere al termine del match un punteggio a 3 stelle appunto, una per ogni obiettivo completato. Andando avanti in questa modalità, si sbloccheranno anche dei "**collezionabili**", ossia delle carte raffiguranti i diversi grandi giocatori dell'Hockey (totalmente inventati, risparmiando così sui diritti).

Sull'altra modalità, **l'esibizione**, presente nella stragrande maggioranza di titoli sportivi, non c'è poi tantissimo da dire: si sarà limitati a scegliere squadre e maglie da indossare. Riguardo invece la modalità **multiplayer**, *Bush Hockey League*, è risultato piacevolmente divertente giocato in **co-op**

con un altro giocatore.



Puro old style

Il **comparto grafico**: un azzardo, o un colpo di genio? Dipende dai punti di vista. Personalmente ho apprezzato molto la **grafica vecchio stampo** con la quale è stato concepito il titolo: texture acquerellate e modelli "low poly", ricorda proprio i primissimi giochi in cui i team di sviluppo si imbarcavano nella grafica 3D con discreti risultati. Non solo nell'art-style il gioco richiama il passato, ma anche le animazioni dei personaggi, in effetti, sembrano rifarsi a quelle di un tempo: approssimative, ridondanti e con movimenti macchinosi e poco precisi.

Un sonoro... che non lascia traccia.

Niente può esser peggio di un gioco sportivo privo un buon **sonoro** per la tifoseria e suoni ambientali: tolti questi, ahimè, ci rimane solo un vuoto incolmabile. L'unica nota positiva è però la track list utilizzata per i menù di navigazione, ricca di brani **punk rock**.



Tra un dischetto e una rissa ci vorrebbe...

Chiudendo il cerchio, l'esperienza con *Bush Hockey League* risulta soddisfacente, anche se solo in parte: sembra di essere davanti a un gioco "a metà". Sarebbe stato bello se fossero stati presenti diversi tipi di tornei, dei **collezionabili** con un tantino più di attrattiva e magari anche un editor per le squadre, i personaggi o le maglie. Insomma, l'ennesimo titolo che intenzionalmente, sembra non voler farsi piacere più di tanto, ma che potrà far passare piacevolmente del tempo al giocatore che voglia far qualche partita a uno dei grandi sport made in USA.

Toy-Con Garage: una modalità "extra" creativa per i kit di Nintendo Labo

Siamo ormai agli sgoccioli dal lancio sul mercato di **Nintendo Labo** ed è la stessa casa nipponica che ha da pochissimo rilasciato una clip in cui viene mostrata una modalità extra, chiamata **Toy-Con Garage**, che sarà presente in tutti i kit, ma accessibile solamente dopo diverse ore di gioco. Tale modalità, adatta ai giocatori più creativi, permetterà di far pratica sui concetti della programmazione base di "input-output" o per meglio dire di "causa-effetto", lasciando quindi la libertà, per esempio, di poter decidere quale sia il comando da dare per una determinata azione da svolgere. In questo modo i giocatori, potranno progettare e sperimentare nuovi modi del tutto personalizzati per giocare.

Negli esempi forniti si può vedere la rielaborazione di una canna da pesca e persino di un simpatico dispenser di caramelle a gettoni realmente funzionante.

I kit saranno disponibili dal **27 Aprile 2018**.

Microsoft tra Xbox, PC... e ravioli cinesi

Il CEO di **Microsoft**, **Satya Nadella**, durante la **Morgan Stanley Technology, Media and Telecom Conference** a San Francisco, ha dato una nuova chiave di lettura riguardo l'attività dell'azienda americana per quanto concerne il settore videoludico. **Nadella** ha posto l'accento sull'operato di **Microsoft** e sul fatto che stia cercando di produrre un servizio a misura di videogiatore, che guarderà al futuro sia delle **console**, possedute dalla stragrande maggioranza dell'utenza, sia del **PC Gaming**, che coinvolge sempre più persone. Il CEO ha anche parlato dell'importanza del ruolo ricoperto da **Xbox Live** come servizio di abbonamento, definendolo una **grande opportunità**.

Nadella si ritiene anche soddisfatto e molto felice riguardo la dimensione del brand Microsoft nel mondo videoludico, dandone pari merito a **Xbox** e al **PC**, asserendo:

«**Quel che molti dimenticano, è che noi siamo i proprietari di entrambi.**»

Il discusso servizio di abbonamento **Xbox Game Pass** sarà l'inizio di una fase di transizione, sostiene **Nadella**, in cui console e PC saranno sempre più importanti:

«**È questa la direzione nella quale stiamo andando, grazie agli abbonamenti Game Pass ma anche a Mixer, che sta crescendo molto velocemente, in termini di streaming ma anche con il brand che viene portato in giro per il mondo con gli eSport dei nostri giochi. Abbiamo vari punti su cui far leva. Ma fondamentalmente, abbiamo una forte eredità derivante dal fatto di essere sul mercato del gaming da vari decenni e dal fatto di essere capaci di poter agire in più mercati differenti**»

Parlando sempre di **Game Pass**, **Microsoft** ha annunciato una nuova **line-up** di titoli che verranno inclusi a breve nel servizio in abbonamento, tramite un divertente spot pubblicitario in cui si farà riferimento a un paragone un po' bizzarro ma alquanto veritiero.

Vediamo se questo video convincerà anche voi ad acquistare il servizio di abbonamento GamePass, che per **9,99 €** al mese, vi darà accesso a circa **100 titoli** tra i più e meno recenti, compreso il tanto atteso **Sea of Thieves**.

I nuovi marchi multimediali e la protezione delle IP

Kostyantyne Lobov, hardcore gamer ma anche un legale specializzato in questioni di IP e pubblicità, scrivendo per la nota rivista online gameindustry.biz, ha sottolineato come l'introduzione delle nuove normative per la registrazione dei **marchi multimediali** possa dare i suoi frutti. Infatti se prima i marchi "**non tradizionali**" (suoni, animazioni, modelli 3D etc.) dovevano essere necessariamente accompagnati da una rappresentazione grafica, che spesso risultava forzata e poco chiara; adesso, grazie alla nuova legislazione questo non è più necessario. Sarà possibile quindi registrare qualsiasi **marchio multimediale** purché sia chiaro, autonomo, intellegibile, obiettivo, durevole nel tempo, preciso e facilmente riconoscibile. Questo ha spianato la strada alla registrazione di una nuova tipologia di marchio, che può comprendere anche i **video gameplay**.

Ne abbiamo un esempio lampante nella clip di seguito, uno dei nuovi **EUTM** direttamente da un gameplay di **Sniper Elite 4**:

Proteggere le meccaniche di un gioco dal plagio è notoriamente molto difficile, principalmente perché tende a essere dura distinguerne l'originalità. I **brevetti** sono mezzi molto potenti per proteggerle, ma sono tanto sicuri quanto restrittivi per i requisiti. La normativa sul **copyright**, invece, serve a proteggere musica, video, codici sorgente, immagini, ma non si estende alla protezione delle meccaniche di gioco. Questo è fondamentalmente il motivo per il quale oggi molti giochi sembrano dei cloni gli uni degli altri.

I **trademark**, d'altro canto, potrebbero serbare la soluzione migliore per proteggere non solo dai prodotti simili, ma anche da quelli che eventualmente potrebbero confondersi per le idee simili. Un meccanismo di difesa che si avvale di semplici clip per testimoniare la proprietà intellettuale che si intende proteggere, sarebbe uno strumento di difesa di cui ogni team di sviluppo dovrebbe armarsi. Va detto anche che la registrazione di marchi di questo tipo è abbastanza difficile. C'è da considerare che quello proposto per la registrazione di **Sniper Elite 4** è ancora in fase di verifica da parte delle autorità competenti, nonostante la richiesta sia stata inoltrata nell'ottobre dello scorso anno, quindi probabilmente c'è qualcosa che frena il procedimento. Il marchio deve risultare come un "segno" identificativo, con il quale i consumatori devono capire a chi appartiene già solo vedendo la clip registrata.

Ciò significa anche che tutte le immagini e/o meccaniche di un videogame già ampiamente utilizzate da altri non verranno registrate, poiché registrare un "**TM**" è come avere successivamente un monopolio che potrebbe durare potenzialmente per sempre e, in ogni caso, qualora dovesse essere accettato dalle strutture competenti, il marchio, potrebbe essere messo sotto processo da chiunque abbia già registrato qualcosa di simile.

Si spera quindi che questa nuova strada intrapresa porti un giorno le software house a creare ogni volta qualcosa di veramente innovativo e sempre più **nuove IP**, con processi originali e non i soliti "**déjà vu**". Al momento i tempi sono ancora acerbi per poter vedere i frutti di questa nuova politica di acquisizione dei marchi multimediali, ma probabilmente il futuro che vorremmo, non è poi così tanto lontano.