

[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.

[Il producer di Layers of Fear: Legacy si racconta](#)

Uscito per **Xbox One**, **Playstation 4** e **PC**, *Layers Of Fear* arriva anche su **Nintendo Switch** in

una versione rivisitata, denominata **Layers of Fear: Legacy**. Ridisegnato per adattarsi alla capacità della console, sarà giocabile sia in modalità portatile che in modalità fissa e comprende anche il DLC **inheritance**. Il gioco è uno dei primi horror a essere uscito su **Nintendo Switch**. Dato che il gioco è appena arrivato sulla console ibrida, per celebrare la sua uscita, **Nintendolife** ha intervistato il produttore del gioco **Rafal Basaj**. Durante l'intervista, il produttore ha spiegato come lo sviluppo di tale versione sia cominciato già nel 2017, ai tempi in cui Switch era poco più di un *rumor*. Ciò nonostante erano fiduciosi sul potenziale della console. Inoltre, durante lo sviluppo, a quanto pare, si sono stati riscontrati molti problemi per via delle specifiche tecniche della console, soprattutto per la poca memoria disponibile anche sulle cartucce. Fortunatamente è intervenuto il team **Nintendo** risolvendo ogni tipo di problema.



È stato anche chiesto quanto l'horror sia rappresentato sulle piattaforme **Nintendo**:

«Nintendo non ha mai avuto tanti giochi horror sulle sue piattaforme, ma quando sono usciti, si è trattato sempre di titoli di qualità. Da *Sweet Home*, distribuito in Asia per Famicom, attraverso *Clock Tower* (Super Famicom), a *Eternal Darkness: Sanity's Requiem* pubblicato esclusivamente su GameCube, a *Luigi's Mansion*. Questo dimostra che Nintendo ha idee su come presentare un horror in grande stile sulle sue piattaforme. Siamo estremamente felici di poter essere tra quei titoli con il lancio di *Layers of Fear: Legacy* per Nintendo Switch.»

In seguito, l'intervista si è spostata sui gusti personali in fatto di horror da parte di Basaj, rispondendo anche in maniera sorprendente:

«Penso che la maggior parte di noi in ufficio, quando si tratta di Nintendo, pensi a *Eternal Darkness*, *Resident Evil 4* e *Resident Evil*. Ma andando oltre Nintendo dobbiamo menzionare *Silent Hill 2*, *Amnesia*, *Forbidden Siren*, *Phantasmagoria*, *Alone In The Dark* e tanti altri. Mentre come titolo poco ortodosso da menzionare qui: *Diablo*. La maggior parte delle persone nel team è appassionata di horror, ed è quindi impossibile citare tutti i titoli.»

Basaj ha avuto modo di raccontare il suo passato da gamer, soprattutto su Nintendo:

«Ho iniziato con *Donkey Kong*, che ho giocato sul mio Atari ormai morente, ma successivamente le mie attenzioni si sono trasferite a *The Legend Of Zelda: A Link To The Past* per poi proseguire con l'intera saga. Il titolo migliore per me è *The Legend Of Zelda: The Wind Waker*, che considero un imbattibile capolavoro ancora oggi, ma ho un posto speciale nel mio cuore anche per *Star Fox* e la serie *Pikmin*.»

Durante l'intervista si è parlato anche degli obiettivi del team:

«L'obiettivo del team è volere che i nostri giochi siano più che solo puro divertimento. L'horror è sempre stato un mezzo per tenere sotto controllo le tensioni sociali; affrontare le nostre paure, per gestire la realtà della vita. Vogliamo portare questo aspetto al livello successivo, quindi abbiamo deciso di seguire due regole, quando creiamo nuovi giochi. Per prima cosa, tutto deve partire da un soggetto preciso, di natura psicologica o filosofica. Deve inoltre non solo alleviare le tensioni delle persone, ma anche far riflettere sui problemi presentati nel gioco e confrontarli con le loro visioni del mondo e delle loro vite. Nel corso del nostro lavoro spesso presentiamo dilemmi, scelte difficili e problemi che non hanno risposte giuste o sbagliate, in questo modo possiamo far sì che le persone inizino a discutere del mondo reale che li circonda.»

JTNDaWZyYW1lJTIwd2lkdGglM0QlMjI1NjAlMjIlMjBoZWlnaHQlM0QlMjIzMTUIMjIlMjBzcmMlM0QlMjJodHRwcyUzQSUyRiUyRnd3dy55b3V0dWJlLmNvbSUyRmVtYmVkJTJGbkNQQUZeHlJYnMlM0ZyZWwIM0QwJTlYJTlWZnJhbWVib3JkZXIlM0QlMjIwJTlYJTlWYWxsb3clM0QlMjIhdXRvcGxheSUzQiUyMGVhY3J5cHRlZC1tZWRRpYSUyMiUyMGFsbG93ZnVsbHNjcmVlbiUzRSUzQyUyRmlmcmFtZSUzRQ==

[Annunciato Assetto Corsa Competizione](#)

Assetto Corsa è ormai un titolo con un'immensa *fanbase*, capace di apprezzarne le qualità da simulatore di guida e per certi aspetti "idolatrato" dai veri puristi dei *racing game*. Se è vero che sull'aspetto puramente dinamico e costruzione dei modelli delle vetture **Kunos** è assolutamente esente da critiche, *Assetto Corsa* ha peccato in numerosi elementi essenziali per un *racing game* moderno, come la campagna *single player*, accessibilità al multiplayer ed elementi di contorno un po' raffazzonati, che lasciavano trasparire alcune limitazioni del team di sviluppo, enfatizzate anche

dal debutto su console. Ma ciò nonostante, il potenziale di *Assetto Corsa* era palese e probabilmente l'unico titolo in grado di fregiarsi della dicitura "**The real driving simulator**".

Mentre molti attendevano l'annuncio di **Assetto Corsa 2**, Kunos ha deciso di sorprendere tutti, portandoci in pista ancora una volta con **Assetto Corsa Competizione**, la naturale evoluzione del progetto di Massarutto e Co., fragiandosi della **licenza ufficiale del Campionato FIA Blackpain GT Series** (l'ex FIA GT3). Questa partnership consentirà al titolo di replicare l'intero campionato, le sue 18 vetture e i tracciati, sempre riprodotti alla perfezione con la tecnologia laser scan.

Tutto ruota attorno all'utilizzo dell'**Unreal Engine 4**, che ha permesso l'implementazione di numerose feature come il **meteo dinamico** e **ciclo giorno/notte**: gravi mancanze di *Assetto Corsa*, sono elementi ormai imprescindibili per un *racing game*. Fortunatamente, l'utilizzo del nuovo motore grafico, garantirà la riproduzione degli effetti meteo, dal caldo torrido alla tanto agoniata pioggia. Le variazioni di temperatura e le condizioni dell'asfalto influenzeranno in modo sostanziale l'andamento dinamico della vettura, regalando sensazioni del tutto nuove per un gioco di guida. Certo, bisognerà verificarne gli effetti sul campo, ma Kunos ha saputo abituarci bene nella restituzione dei feedback dalla pista. Sarà possibile dunque effettuare **gare di durata** come la celebre **24 Ore di Spa**, assistendo a cambiamenti di luce, temperatura e meteorologici in tempo reale, restituendo un evento credibile.

L'utilizzo del nuovo *engine* permetterà anche un *boost* sulla componente tecnica, sia puramente grafica che audio con inoltre, l'utilizzo della **motion capture** per rilevare e riprodurre i perfetti movimenti di piloti, meccanici e staff di un team di corse.

Assetto Corsa Competizione saprà portare probabilmente i *racing game* su un nuovo livello ma bisognerà testare attentamente queste novità. Meteo dinamico, il risicato numero di vetture e le modalità di gioco saranno punti fondamentali da sviscerare non appena il titolo sarà disponibile. Non dovremo nemmeno aspettare tanto: *Assetto Corsa Competizione* sarà disponibile in **early access** a partire da questa estate, su **Steam**.

[Sea of Thieves: microtransazioni in vista](#)

Di recente, i ragazzi di **Windows Central** hanno avuto l'opportunità d'intervistare **Joe Neate**, produttore esecutivo dell'attesissimo **Sea of Thieves**.

Durante l'intervista, **Neate** ha discusso dei suoi vari compiti da produttore esecutivo, che variano dal controllare il lavoro del team, controllare il budget, i tempi di consegna e capire la reazione dei giocatori ai cambiamenti introdotti all'interno del titolo.

Lo stesso **Neate** ha annunciato che il gioco sarà disponibile all'interno di **Xbox Game Pass** (sarà possibile provarlo gratuitamente per un mese). Infatti, secondo quanto dichiarato, la possibilità di provare il gioco all'interno di questo servizio, potrebbe far appassionare utenti che non amano questa tipologia di titoli che basano la loro vita sull'online.



Durante il suo periodo di beta, *Sea of Thieves* ha avuto ottimi riscontri sia sul piano di giocatori attivi, sia sul piano delle visualizzazioni nelle piattaforme streaming. **Neate** ha annunciato che il team di sviluppo farà tutto il necessario per garantire il miglior lancio possibile, tramite stabilità dei server e, soprattutto, grande attenzione verrà posta all'ascolto dei feedback degli utenti.

I futuri aggiornamenti, saranno strutturati in modo tale da poter rendere felici due tipi di giocatori: per i più assidui, verranno inseriti nuovi oggetti e obiettivi, in modo da tener sempre alta l'attenzione mentre, per i giocatori *casual*, vi sarà l'aggiunta di missioni e nuove funzionalità. Dopo un paio di mesi dal lancio verranno, inoltre, introdotte le **microtransazioni** attraverso l'acquisto di valuta in gioco, così da garantire agli sviluppatori entrate extra. Gli acquisti della valuta non porteranno vantaggi nella progressione ma saranno utili solamente per la personalizzazione estetica. Per esempio, verranno aggiunti animali domestici che ci accompagneranno a bordo della nostra nave e - a detta del team di sviluppo - sarà possibile sbatterli fuori tramite i cannoni.



A detta di **Neate**, non saranno presenti DLC; il gioco verrà ampliato solo con aggiornamenti gratuiti, ma al contempo, il team inventerà nuovi modi per favorire transazioni monetarie da parte dei giocatori con l'aggiunta di elementi bizzarri, come per esempio, una pozione che trasforma il proprio personaggio in un anziano.

All'interno del titolo saranno presenti eventi durante il fine settimana con **NPC** in grado di assegnare nuove missioni. Il gioco sarà aggiornato molto spesso, tanto che potremo trovare elementi di gameplay e visivi diversi dal solito, come molti più squali, cicatrici, nuovo vestiario, ecc. Il team ha come obiettivo principale quello di rilasciare piccoli aggiornamenti molto spesso per poi rilasciarne di molto più "coinvolgenti" ogni 6-8 settimane.

Sea of Thieves uscirà il 20 Marzo 2018 per Xbox One e Windows 10 a 59,99 euro o come parte di **Xbox Game Pass** a 9,99 euro al mese.

Voi cosa ne pensate? Comprerete *Sea of Thieves*?

[Il futuro dei free to play passa da Dauntless](#)

Dopo quattro anni dall'apertura degli studi di Vancouver, gli sviluppatori canadesi di **Phoenix Labs** sono pronti per il lancio del loro primo gioco: **Dauntless**, un action RPG *free to play*, con elementi che richiamano una "hit" odierna come **Monster Hunter World**. Il gioco è attualmente in *closed beta*, a cui è possibile partecipare solamente tramite invito o comprando uno dei pacchetti "founder" che partono da 40\$ fino a arrivare ai 100\$.

Grazie anche ad alcuni sponsor come **Sapphire Ventures**, **GGV** e **Ridge**, lo studio ha attraversato una rapida fase di crescita, tanto da aprire un secondo studio a San Mateo, California. Tutto ciò ha permesso al co-fondatore e CEO della compagnia, **Justin Houston**, di ripensare il metodo di

monetizzazione del gioco, **eliminando le loot box**.

Ecco la sua spiegazione a riguardo questo argomento:

«Esistono ottimi sistemi di *loot box* che ti fanno pensare “ho un po’ di soldi in tasca, potrò prendere qualcosa di figo?”; Ma quando il tuo desiderio è una parrucca rosa... Non pensavamo di dare davvero ai nostri utenti ciò che desideravano. Abbiamo cominciato quindi a pensare un sistema che ti faccia dire “voglio quest’oggetto e l’ho comprato”.»

Gli sviluppatori hanno messo in chiaro che la monetizzazione di **Dauntless** riguarderà solamente la parte cosmetica. Così come dichiarato da Houston:

«Vogliamo stare lontani da tutto ciò che può essere percepito come *pay to win*. Se vedete un personaggio con un’armatura e una spada figa, vogliamo che il giocatore sappia che quell’utente l’ha guadagnata giocando e uccidendo la creatura da cui si ottiene tale *loot*. Vogliamo concentrarci sull’offrire delle belle esperienze per la community, piuttosto che trovare il miglior modo per ottenere i loro soldi.»

Per quanto riguarda le discussioni con i partner finanziari a riguardo del sistema di monetizzazione:

«Ho ricevuto più domande sul gameplay, le armi e i mostri rispetto al sistema di monetizzazione da usare, se le *loot box* o acquisto di oggetti precisi. Sappiamo che le microtransazioni sono uno degli aspetti cruciali di un gioco, che sia *free to play* o no, e non vogliamo essere penalizzati dal non implementarle come si usa fare oggi.»

Houston, lo scorso anno, aveva previsto che il futuro dei *free to play* occidentali fosse legato a doppio filo con le *loot box*. Adesso vuole puntare tutto sul sapere cosa si acquista, eliminando il “caso” che porterebbe a frustrazione molti utenti. Fortunatamente sembra che gli investitori siano d’accordo con le visioni dei tre ex sviluppatori di **Riot Games**, creatori del successo globale di **League of Legends**.

Ne sapremo di più quando **Dauntless** arriverà in **open beta** nel corso dell’anno.

[Un’ora di videogame al giorno ci rende davvero più intelligenti?](#)

Siete stanchi di sentir dire dai vostri familiari o amici che i videogiochi fanno male? Oggi abbiamo l’ennesima prova a dimostrazione che uno dei nostri hobby preferiti è **tutt’altro che dannoso per la mente**, se esercitato nelle giuste quantità. Uno studio condotto da un’università cinese (**University of Electronic Science and Technology of China**) avrebbe dimostrato che alcuni giocatori, giocando a **League of Legends** per un’ora, hanno leggermente sviluppato alcune delle loro attività cerebrali, fra cui una maggior concentrazione sulle informazioni più importanti evitando le distrazioni.

Nello specifico, l'esperimento è stato svolto con l'ausilio di 29 studenti: una parte di loro aveva almeno due anni di esperienze videoludiche nel genere **action** alle spalle, un'altra meno di sei mesi. L'attenzione visiva selettiva delle "cavie" (l'abilità di focalizzarsi solo sulle informazioni cruciali ignorando il resto, citata prima) è stata valutata prima e dopo le sessioni di gioco, attraverso un test: su diverse parti dello schermo di un computer apparivano dei quadrati, uno sempre al centro, un altro in un qualsiasi altro punto; l'obiettivo era capire dove sarebbe apparso il successivo basandosi sulla posizione del secondo quadrato.

Concentrarsi in questo modo **sfrutta molto le potenzialità del cervello** e ciò porta gli scienziati a credere che chi è bravo a ragionare selezionando ciò che è più importante distinguendolo da ciò che lo è meno faccia un uso più efficiente delle proprie funzioni cerebrali.

Durante il test, l'attività cerebrale dei giocatori è stata monitorata attraverso un elettroencefalogramma. Prima che iniziassero a giocare, la macchina aveva registrato un'attenzione visiva selettiva più alta negli "esperti" che nei "principianti", oltre a un'attività generale maggiore.

Dopo la sessione di gioco, non solo entrambi i gruppi avevano registrato **un'attenzione più alta** rispetto a prima, con punteggi molto simili, ma anche il livello di attenzione dei non esperti era aumentato, risultando incredibilmente vicino a quello dei veterani.

Nonostante i risultati, sono necessari **più studi** per sapere quanto questo effetto possa durare.

Delle analisi condotte in precedenza hanno dimostrato che anche giochi come **Halo** o **Call of Duty** possono migliorare l'attenzione visiva.

Una ricerca condotta nel 2010, per esempio, indica che giocare ai videogiochi può migliorare la concentrazione nell'addestramento militare e nell'istruzione. Lo stesso **Bjorn Hubert-Wallander**, l'uomo a capo di questa ricerca, ha detto che:

«L'attenzione visiva è fondamentale per prevenire un sovraccarico di sensazioni, visto che il cervello è costantemente soggetto a una quantità travolgente di informazioni visive. È un'abilità che è particolarmente enfatizzata durante attività visivamente impegnative come guidare un'auto o cercare un amico in mezzo alla folla, dunque non è sorprendente che gli scienziati siano stati interessati a lungo a come modificare, estendere e migliorare le diverse sfaccettature dell'attenzione visiva»

Dunque non preoccupatevi più se ogni tanto vi concedete un po' di tempo col vostro titolo preferito su pc o console: se non esagerate, può solo farvi bene.

[A metà della guerra: come attrarre nuovi giocatori?](#)

Siamo in un periodo in cui gran parte dei giocatori più assidui hanno già operato una scelta: chi ha optato per **Playstation 4**, chi per **Xbox One** e chi per **Nintendo Switch**, senza contare quei tanti giocatori che hanno saltato la console per l'acquisto di un **PC**. Le tre grandi case produttrici stanno facendo di tutto per amplificare le utenze delle loro rispettive stazioni di gioco, abbassando i prezzi e cercando di portare nuovi titoliche possano attrarre l'utente medio.

Microsoft non ha iniziato questa generazione col piede giusto e la strategia di marketing, nonché alcune scelte azzardate come l'obbligatorietà di **Kinect**, gli si è rivolta contro; al volgere di una

nuova generazione è fondamentale che l'utenza della precedente passi alla nuova. **Switch** si trova in una posizione diversa rispetto a **PS4** e **Xbox One**, sia perché è l'ultima arrivata, sia per la sua natura ibrida; **Nintendo Labo** è il chiaro segno che la storica compagnia giapponese sta tentando di andare oltre gli storici utenti, la cui media oscilla fra i 25 e i 40 anni, e attirare a sé nuovo pubblico. **Switch** sarà certamente arrivata tardi ma sta riuscendo a ritagliarsi uno spazio nelle case degli giocatori che già possiedono **PS4** o **Xbox One** come seconda console.

Arrivati a questo punto nel mercato gli utenti sono diversissimi gli utenti, tutti con bisogni e storie diverse: quelli che hanno acquistato una console al lancio e sono in cerca di una seconda console, bambini che finora si sono arrangiati con le console della generazione precedente, *casual gamer* che vogliono comunque trovare un modo comodo e moderno per poter giocare a **Call of Duty**, **FIFA** o **Madden** di tanto in tanto... Esistono poi diversi modi per appellarsi a queste fasce di pubblico e per farlo bisogna prendere in considerazione dei punti fondamentali.



Fascia di prezzo

I soldi non fanno la felicità ma averli è necessario per considerare l'acquisto di una console! Per questo un buon prezzo è una delle chiavi per attirare nuovi utenti all'acquisto di un nuovo dispositivo. Per quanto **PS4 Pro** e **Xbox One X** sono i combattenti di un match senza esclusione di colpi, le vere protagoniste sono le console slim e ridisegnate, solitamente in *bundle* con qualche gioco particolare, che aprono la porta ai giocatori più squattrinati. **Nintendo** si trova in una posizione diversa in quanto, essendo la console più recente sul mercato, sta tentando di mantenere il prezzo di lancio il più a lungo possibile, dando agli utenti un nuovo modo di giocare; si sa, **Nintendo** è da sempre un brand che riesce ad attirare a sé hardcore gamer e famiglie e, **Switch** ci sta decisamente riuscendo.



Software per un pubblico più ampio

Siamo stati tutti testimoni del fatto che **Nintendo Wii** e i popolarissimi **Wii Sport**, **Wii Fit**, **Wii Music** e molti altri abbiano avvicinato giocatori mai presi in considerazione. **Sony**, che in passato era riuscita nell'impresa grazie a titoli come **Buzz** e **EyeToy**, a oggi sta faticando a ritagliarsi una fetta in questo mercato e ci sta provando tramite l'iniziativa **PlayLink**; anche se questi titoli si rivolgono potenzialmente a qualsiasi persona con uno smartphone, è improbabile che **Sony** indirizzi questa fascia di mercato verso l'acquisto di una console per piccoli titoli digitali, che dunque non godono di una buona visibilità. Certo, sono dei titoli molto divertenti ma probabilmente questi titoli non hanno certamente lo stesso appeal di titoli come **Singstar**.

Tuttavia, è da notare che **Sony** è la compagnia con la più ampia fascia di pubblico e dunque è quella che più si sta mettendo in gioco per soddisfare i giocatori più svariati: hanno potuto sviluppare titoli esclusivi sia per i giocatori più casual, come il remake di **Ratchet & Clank**, la serie dei titoli **PlayLink**, i svariati titoli **VR**, i giochi di baseball **MLB**, sia per gamer più indirizzati verso generi specifici con titoli come **Gran Turismo Sport**, **God of War**, **Horizon: Zero Dawn** e **The Last Guardian**. Di certo **Sony** conta di più su titoli come questi ultimi ma il fatto di non lasciare indietro i giocatori più casual, e il fatto che queste siano esclusive **PS4**, è certamente un loro punto a favore.



E Nintendo Labo?

Tanti sono stati quelli che hanno visto con scetticismo la nuova mossa **Nintendo** quanti quelli che ne sono rimasti affascinati. Molti genitori potrebbero vedere in Labo una vera e propria fregatura e potrebbero essere molto scoraggiati a comprare essenzialmente dei pezzi di cartone molto costosi. Tante volte si tende a vedere **Nintendo** come una compagnia di giocattoli, intenti a consegnare il “giocattolo dell’anno”, e il **NES mini** ne è la prova; **Nintendo Labo** sicuramente non sarà da meno e con quasi certezza vedremo presto, magari il prossimo Natale, le vetrine dei negozi colme di questi stravaganti giochi/accessori. Quello a cui punta **Nintendo** è far sentire la propria presenza sul mercato, essere dappertutto per poter attirare l’attenzione di giocatori e non e spingerli verso l’acquisto di **Switch** e **Labo**. Il vero problema però sarà convincere i genitori a comprare questa nuova stravaganza, specialmente in combinazione con **Switch**; se i prezzi rimarranno gli stessi allora sarà molto difficile che i bambini troveranno **Nintendo Labo** e **Switch** sotto l’albero di natale.



[Hidetaka Suehiro ritorna sulla scena in grande stile](#)

Qualche settimana fa **Hidetaka Suehiro**, noto anche come **SWERY** o **Swery65**, creatore di *Deadly Premonition* e *Dark Dreams Do not Die (D4)*, ha annunciato di essere tornato a tutti gli effetti nel *game development*, dopo la pausa dovuta a motivi di salute; e lo fa in grande stile, fondando un nuovo studio chiamato **White Owls**.

Lo studio ha sede a Osaka, dove SWERY e il suo team stanno attualmente lavorando al loro primo gioco. Lo slogan dello studio, che è stato ufficialmente inaugurato l'11 Gennaio, è "**Da Osaka, a tutti voi, in tutto il mondo!**". Il team, infatti, afferma di essere intenzionato a passare da un ambito locale a un pubblico globale.

Inoltre, a **DualShockers**, è stata inviata una cartella stampa comprendente il logo dello studio, un'illustrazione che rappresenta il **White Owl** e alcune foto dello stesso **SWERY**, in compagnia della sua nota mascotte, la **scimmietta Sharapova**, e un Gufo Bianco (puoi trovare le immagini a fine articolo).

Infine, ieri, **Arc System Works** ha annunciato che pubblicherà il nuovo gioco di **Hidetaka** intitolato **The Missing**. Non abbiamo molte informazioni a riguardo, se non per il fatto che verrà lanciato nel **2018**. In un video ([che potete trovare qui](#)), lo sviluppatore ha parlato brevemente del gioco (senza dire molto in termini di informazioni concrete), facendo notare la grande libertà creativa che ha a disposizione in questo nuovo titolo, senza restrizioni da parte di **Arc System Works**.

Il gioco e le immagini sembrano indicare similitudini con *Deadly Premonition* e *Dark Dreams Do not Die*.

Detto questo, **SWERY** ha tenuto a sottolineare, che questo nuovo gioco "ci farà impazzire" ed è sicuro al 100% che supererà di gran lunga le nostre aspettative.

[Dead Space gratis su Origin per un tempo limitato](#)

Dead Space per **PC Windows** è attualmente disponibile gratuitamente tramite il servizio **Origin** di **EA** come parte del programma dell'azienda "**Offre la ditta**". Il gioco è **completo al 100%** per un periodo limitato, quindi assicuratevi di prenderlo prima che la promozione scada. *Dead Space* è stato rilasciato nel 2008, quindi non necessita di un PC di ultima generazione per poter godere al meglio l'esperienza di gioco, ma rimane comunque uno dei migliori titoli horror pubblicati negli ultimi dieci anni.

[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 obbiettivi posti per quanto riguarda gli ultimi due anni.

SALES (M€)

X 4



*Based on targets

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