

[Kaz Hirai si dimette dal ruolo di CEO di Sony](#)

Dopo sei anni alla guida come presidente e CEO di **Sony**, **Kaz Hirai** abbandona la carica a favore dell'attuale vice-presidente esecutivo e capo del settore finanziario dell'azienda **Kenichiro Yoshida**. **Hirai** resterà in **Sony** con funzioni onorarie dal 1 Aprile, data in cui tutte le modifiche verranno rese effettive.

Stando alle dichiarazioni di Sony, il cambio di leadership è stato proposto dallo stesso **Hirai**, che ha caldamente consigliato di scegliere **Yoshida** come suo successore: «Dalla mia nomina a presidente e CEO nell'aprile del 2012, ho dichiarato che il mio obiettivo sarebbe stato assicurarmi che Sony continuasse a essere un'azienda che assicura ai propri clienti "kando" - che significa "coinvolgere qualcuno sul piano emotivo"- e che li ispiri e soddisfaccia la loro curiosità. Per perseguire questo scopo, ho dedicato me stesso a trasformare la compagnia e accrescere il profitto, e sono veramente orgoglioso che ora, nel terzo e ultimo anno del nostro piano aziendale a medio raggio, ci aspettiamo di superare il target di guadagno che ci eravamo imposti. È bello per me sentire sempre più persone entusiaste del fatto che Sony sia tornata»

Sony presto inizierà un nuovo piano aziendale a medio raggio, che sarà guidato dal nuovo CEO **Yoshida**, che ha dichiarato: «Costruiremo sul metodo di business stabilito da **Mr. Hirai**, ed eseguiremo ulteriori cambiamenti atti a migliorare la nostra competitività come azienda globale e che ci permetta di avere una crescita dei profitti a lungo termine.»

Hirai prese il comando della Sony sei anni fa, dopo un lungo periodo di successi come direttore del settore Playstation. Con lui i giochi sono diventati per Sony il motivo più grande del suo successo, dovuto soprattutto alla leadership di **PS4** nel settore.

[Annunciata la data di uscita di Red Dead Redemption 2](#)

Tramite [un comunicato ufficiale](#) sul proprio sito, **Rockstar Games** ha reso nota la data di uscita dell'attesissimo **Red Dead Redemption 2**, fissata per il **26 ottobre 2018**, smentendo così i [precedenti leak](#), che lo davano in uscita per l'8 giugno.

Riportiamo il comunicato:

«Cari fans,

Siamo felici di annunciare che Red Dead Redemption 2 uscirà il 26 ottobre 2018. Ci scusiamo per tutti quelli che sono rimasti delusi dal ritardo. Anche se speravamo di fare uscire prima il gioco, abbiamo bisogno di un po' di tempo per migliorarlo.

Vi ringraziamo sinceramente per la vostra pazienza e speriamo che quando comprenderete il gioco concorderete che ne sarà valsa la pena di aspettare. Nel frattempo guardate questi nuovi screenshot del gioco. Non vediamo l'ora di condividere con voi più informazioni nelle prossime settimane.»

[Nintendo annuncia nuove uscite per Super Mario](#)

Dopo il successo di *Super Mario Odyssey*, **Nintendo** ha già pronte importanti novità per il noto **Idraulico Italiano**.

La casa nipponica ha da poco dichiarato di essere al lavoro su un nuovo gioco mobile basato sul franchise di *Mario Kart*, **Mario Kart Tour**. Il titolo sarà disponibile nel **marzo del 2019**.

La **casa giapponese** non ha rilasciato altri dati sul racing game, ma ha dato importanti informazioni per quando riguarda l'andamento del mercato mobile, di cui *Super Mario Run* rimane la pietra miliare, anche se non è stato fornito alcun aggiornamento dopo i **200 milioni** di download del gioco raggiunti ad ottobre 2017. Ci è stato fornito però un dato importante, secondo il quale il gioco avrebbe circa **20 milioni** di utenti attivi al mese.

Le novità, però, non sono finite qui: **Business Wire** ha infatti confermato la collaborazione fra **Nintendo** e la casa di animazione **Illumination** per la produzione di un **nuovo film** marchiato **Super Mario**. Il progetto sarà prodotto da **Chris Meledandri**, fondatore e CEO di **Illumination**, e **Shigeru Miyamoto**, co-representative director di **Nintendo**. Il film sarà finanziato da **Universal Pictures** e **Nintendo** e distribuito dalla **Universal**.

Si spera che questa volta il film sia all'altezza delle aspettative. Non è infatti il primo titolo del franchise a finire su grande schermo: il primo risale infatti a 20 anni fa, e si intitolava proprio **Super Mario Bros.** (e non riscosse un grande successo, meritandosi anche un posto nella nostra [Top 7: i peggiori film tratti da videogiochi](#)).

La partnership fra le due case è piena di potenzialità. **Nintendo** è ancora nel pieno del boom di **Switch**, mentre **Illumination** è responsabile dei franchise di **Cattivissimo Me** e **Minions**, che includono due dei quattro film di animazione di maggior successo al mondo.

[Vendite e profitti in crescita per Konami](#)

Nei nove mesi precedenti al 31 dicembre 2017, **Konami** ha registrato un incremento delle vendite e dei profitti del **30,2%**, pari a **354 milioni di dollari**. Allo stesso tempo, i ricavi sono saliti del **9%**, che equivale a **1,6 miliardi di dollari**. La divisione **Digital Entertainment** ha registrato sia la crescita più elevata, sia i ricavi più alti con un aumento del **21,7%** (**825 milioni di dollari**), percentuale che è stata confrontata con quelle delle altre divisioni che hanno riportato un aumento pari a **457 milioni di dollari** per la divisione **Health and Fitness**, **190 milioni di dollari** per la divisione **Games and System**, e altri **190 milioni di dollari** per la divisione **Amusement**.

I profitti della Digital Entertainment sono globalmente aumentati del **21,9%** (273 milioni di dollari) in un anno, una percentuale che ha fatto impallidire tutte le altre divisioni dell'azienda. **Konami** ha voluto sottolineare il grandioso successo ottenuto dal settore **mobile**, attribuendolo a grandi titoli come **Winning Eleven Card Collection** e a importanti aggiornamenti per **PES 2018**, che ha registrato ben 80 milioni di download; segue **Yu-Gi-Oh Duel Links** con i suoi 60 milioni di

download e altri famosi titoli come **Professional Baseball Spirits A** e **Jikkyou Pawafuru Puroyaku**.

Nonostante gli alti numeri registrati, si presentano dei cali nelle previsioni sulle entrate annuali previste, passando da 2,3 a 2 miliardi di dollari; fortunatamente non si può dire lo stesso dei profitti annuali previsti che crescono invece da 368 a 414 miliardi di dollari. Ci si aspetta una leggera crescita per la divisione Games and System, che passerebbe da 1,08 a 1,1 miliardi di dollari, con un guadagno annuale del **14,4%**. Per tutte le altre divisioni ci si aspetta invece un leggero calo. Konami ha confermato l'apertura di una nuova filiale a **Bangkok**, con l'obiettivo di sviluppare una struttura di vendita dedicata al mercato del sud-est asiatico dove si è visto un grande incremento dell'economia.

Konami pubblicherà a febbraio **Metal Gear Survive**, che diverrà il primo titolo pubblicato dopo l'abbandono di **Hideo Kojima** verso la società nipponica.

[Annunciati i titoli PS PLUS di febbraio 2018](#)

Il 2018 sembra iniziare bene per gli abbonati al PS+, dopo il mese di gennaio che ha offerto due giochi molto validi: *Deus Ex: Mankind Divided* e *Batman: The Telltale Series*. Il mese di febbraio permetterà, agli utenti PS Plus, di giocare a *Knack*, di cui abbiamo recensito il [secondo capitolo](#) e [RiME](#), rilasciato proprio l'anno scorso.

Ecco l'elenco completo:

- **Knack** (PS4)
- **RiME** (PS4)
- **StarBlood Arena** (PS VR)
- **Spelunker HD** (PS3)
- **Mugen Souls Z** (PS3)
- **Exiles End** (PS Vita)
- **Grand Kingdom** (PS Vita & PS4)

I giochi per il **PlayStation Plus** saranno disponibili al prossimo aggiornamento settimanale, martedì **6 febbraio 2018**.

[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.

JTNDaWZyYW1lJTIwd2lkdGglM0QlMjI1NjAlMjIlMjBoZWlnaHQlM0QlMjIzMTUIMjIlMjBzcmMlM0QlMjJodHRwcyUzQSUyRiUyRnd3dy55b3V0dWJlLmNvbSUyRmVtYmVkJTJGcXFZWlFpZ0JaOU0lMjIlMjBmcmFtZWJvcmlciUzRCUyMjAlMjIlMjBhbGxvdyUzRCUyMmF1dG9wbGF5JTNCJTlWZW5jcnlwdGVkLW1lZGhhJTlYJTlWYXsb3dmdWxsc2NyZWVudjTnFjTNDJlGaWZyYW1lJTnF

[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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

fallimento.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Nintendo Switch vicino alle 15 milioni di unità vendute

Continua la marcia trionfale di **Nintendo**: la casa di Kyoto ha avuto un grande aumento di ricavi e profitti, soprattutto grazie a **otto giochi che hanno venduto più di un milione di copie ciascuno** nel precedente anno fiscale.

Negli ultimi nove mesi del 2017, **Nintendo** ha guadagnato **857 miliardi di yen** (più di 6 miliardi di euro) con un incremento annuo del 175,5%, e un guadagno netto di 135.2 miliardi di yen (quasi 1 miliardo di euro), superiore del 31,1% rispetto al precedente anno fiscale.

L'ottimo risultato finanziario è dovuto alle vendite di **Nintendo Switch**, che si assestano intorno alle **15 milioni di unità vendute**, battendo **Nintendo Wii U** di 1.3 milioni dopo un solo anno di vendita.

Bene anche le vendite software, con **Super Mario Odyssey** in testa grazie alle quasi 10 milioni di copie vendute. L'ultima fatica della mascotte **Nintendo** risulta essere il gioco più popolare su **Switch**, staccando di molto **Mario Kart 8 Deluxe** (7.33 milioni di copie), **Zelda: Breath of the Wild** (quasi 7 milioni di copie) e **Splatoon 2** (quasi 5 milioni di copie). Secondo **Nintendo**, oltre ai giochi precedentemente menzionati, hanno sfondato la barriera del milione di copie anche **1-2 Switch** (quasi 2 milioni di copie vendute), **Arms** (1.61 milioni di copie) e **Xenoblade Chronicles 2** (1.06 milioni di copie).

Bene anche le vendite digitali, con un guadagno di 43.1 miliardi di yen (circa 318 milioni di euro), in rialzo dell'87% annuo, ma solamente il 5% del ricavo totale.

In calo, invece, i numeri del **Nintendo 3DS**: 9% rispetto allo scorso anno, con 5.86 milioni di console vendute. Diminuiscono del 33% anche i giochi venduti, con 31.25 milioni di copie vendute, nonostante l'uscita di **Pokémon Ultra Sole** e **Pokémon Ultra Luna** che si assestano in totale sulle 7 milioni di copie vendute da novembre 2017. Sostanziale rialzo per quanto riguarda il business su smartphone: 172% rispetto al precedente anno finanziario, grazie all'uscita di **Animal Crossing: Pocket Camp**. Ciò nonostante, i ricavi per il mobile ammontano solo a 29.1 miliardi di yen (215 milioni di euro).

Grazie ai risultati di **Nintendo Switch**, la casa giapponese ha aumentato le previsioni per l'anno fiscale, ora fissate a 1.02 trilioni di yen (quasi 7.5 miliardi di euro), in rialzo del 6,3% rispetto alla precedente previsione. Con un guadagno di 120 miliardi di yen (quasi 900 milioni di euro), ovvero il 41% in più.

Game Pass: quando un vantaggio per i consumatori diventa uno svantaggio per i retailer

Ha fatto molto discutere, in questi giorni, la notizia del [rivenditore che, per protesta contro il nuovo servizio di Microsoft, Game Pass, ha eliminato tutte le Xbox dal proprio Store.](#)

Xbox Game Pass sembra essere un servizio interessante per i giocatori **Xbox One** e **PC.**: con **€9,99** al mese si ha infatti la possibilità di giocare a titoli che potrebbero fare gola a molti e, se dal punto di vista dei consumatori l'iniziativa è indubbiamente lodevole e interessante, non si può dire lo stesso riguardo i retailer, che si vedono sottratte potenziali vendite di singoli titoli e lo definiscono una disfatta.

«L'annuncio ha trasformato il business legato a Xbox in qualcosa senza valore nel corso di una notte. Si ha tutta la sezione dedicata predisposta e ordinata in negozio ma perché le persone dovrebbero spendere £12 o £15 per giochi di seconda mano quando possono pagare £9,99 per avere un vasto catalogo di titoli? Perché dovremmo supportarli vendendo le loro console e i loro accessori se finiremmo per guadagnare pochissimo dalla loro vendita? Non otteniamo praticamente nulla dalla loro selezione digitale, è inutile per noi. Ho delle console in negozio, ma non ho dei controller. Non ordinerò nulla ora come ora, normalmente lo avrei fatto ma ora non ho alcun incentivo, a meno che non ci sia qualcosa di estremamente scontato.»

«È molto frustrante ma abbiamo capito che a Microsoft non importa affatto dei retailer. Abbiamo ottenuto una placca che dice che siamo fornitori ufficiali di Microsoft ed è stato un bel gesto simbolico da parte loro ma adesso, che senso assume? Lo hanno fatto perché non ci supportano?»

Stephen Stangroon di **Stan's Games** afferma: «Hanno ucciso il mercato dei titoli usati».

«È complicato non avere la stessa posizione del retailer austriaco», sottolinea **Paul Lemesurier (Sholing Video)**, affermando di non sentirsi supportato da Exertis, distributore UK di Microsoft. «Game Pass avrà un effetto su tutti i titoli *first-party*. Abbiamo già detto a Exertis che non metteremo a disposizione in negozio nessuna copia di **Sea of Thieves**. Perché farlo se i grandi negozi lo venderanno sottocosto, i rivenditori online cambieranno la data di uscita e invieranno i giochi cinque giorni prima a un prezzo minore del nostro e ora Microsoft propone il Game Pass a 9,99?»

Diversi **retailer** confermano che parecchie persone vogliono ancora il gioco in formato fisico, per una questione di gusto personale. Ma è possibile che con **Xbox Game Pass** e il suo prezzo in molti potrebbero cambiare idea al riguardo.

In chiusura ecco le parole di **Stuart Walker** (Insane Games) e **Stuart Benson** (Extreme Gamez):

«Da un punto di vista del consumatore è un'offerta ottima. Potremmo vedere alcune persone passare da PS4 a Xbox One per questo e la cosa ovviamente ci colpirebbe in negativo. Per i consumatori è fantastico. Per noi in ambito retail non fa altro che uccidere il nostro commercio.»

Il mercato retail, si trova già in una situazione precaria e l'**Xbox Game Pass** potrebbe rivelarsi la goccia che ha fatto traboccare il vaso.

Fonte: [GamesIndustry](#)