

Cosa Nintendo ha imparato da Super Mario Run

Il gioco per smartphone di **Nintendo Super Mario Run** è stato un grande successo in termini di download, oltre 150 milioni in tutto il mondo. Tuttavia, la società ha riconosciuto che il gioco non ha fruttato in termini economici tanto quanto aveva sperato. In un **briefing** tra investitori, recentemente, il presidente di Nintendo, **Tatsumi Kimishima**, ha riconosciuto che **Nintendo** è «ancora una nuova arrivata nel settore degli **smart device**» e ha aggiunto che la società sta ancora decidendo cosa potrebbe essere meglio nell'ambito dei modelli di pagamento.

Super Mario Run, ad esempio, sembra gratis inizialmente, ma in realtà è necessario pagare 10 dollari per sbloccare tutti i livelli. **Fire Emblem Heroes** e **Miitomo**, d'altro canto, sono gratuiti e sostenuti da microtransazioni.

«Anche se nessun singolo modello è chiaramente superiore, siamo stati in grado di imparare molto», ha detto **Kimishima** «vogliamo continuare a pensare a come i consumatori vorrebbero pagare i contenuti nelle nostre prossime applicazioni per smart device».

Tra i 150 milioni di download per **Super Mario Run**, meno del 10% dei giocatori ha pagato per acquistare tutti i livelli. **Kimishima** non ha confermato se questo fosse in linea o meno con le aspettative della società. Tuttavia ha fatto notare che, mentre il numero totale di download di **Fire Emblem Heroes** ammonta a “meno di un decimo” di **Super Mario Run**, il gioco ha effettivamente portato più entrate rispetto quest'ultimo.

«Il numero di download di **Fire Emblem Heroes** è inferiore a un decimo rispetto a **Super Mario Run**, ma la cifra totale che i consumatori hanno speso in questo titolo è superiore a **Super Mario Run**», ha spiegato.

Kimishima ha sottolineato che **Nintendo** sta studiando “un'ampia varietà” di utilizzi che i suoi giochi mobile possono creare verso gli utenti, inclusi quelli che spendono denaro sulle microtransazioni. Il prossimo grande gioco di smartphone di **Nintendo** si baserà su **Animal Crossing** e si può prevedere che i sistemi di monetizzazione del gioco riflettano ciò che l'azienda ha appreso dai suoi giochi passati.

«Stiamo pensando di rilasciare un'applicazione usando i personaggi di **Animal Crossing** », continua **Kimishima** «la composizione e la dimensione del pubblico di destinazione variano in base ai personaggi dell'**IP** e ai contenuti di gioco, per cui vogliamo prendere ciò che abbiamo appreso e considerare tutti questi elementi per fornire un'applicazione **smart device** che i consumatori avranno desiderio di giocare per un lungo periodo.»