

Mario Kart Tour - Una pericolosa sbandata

In principio fu **Super Mario Run** a segnare il debutto dell'azienda di Kyoto sul mercato mobile: un titolo che manteneva il "cuore" dei vari **New Super Mario** visti su console, ma con un sistema a pagamento che ricordava la scena *shareware* dei primi anni '90 su PC. Molti download e pochi introiti rispetto alla media dei titoli più scaricati sui market **Android** e **iOS** spinsero **Nintendo** a cambiare radicalmente approccio, accodandosi al più classico delle proposte per giochi mobile: le tanto discusse **microtransazioni**, arrivando anche a "copiare" meccaniche di titoli radicati nell'immaginario dei giochi per smartphone, come nel caso del recente **Dr. Mario World**, che ricordava (anche fin troppo) i vari **Candy Crush**. **Mario Kart Tour** avrà imparato dagli errori dei predecessori, consegnando ai giocatori quella che è l'esperienza *casual* Nintendo perfetta? Nì...ma partiamo dal principio.



Slippery when wet

Appena avvieremo **Mario Kart Tour** (e dopo aver fatto login, o registrato, il nostro Nintendo ID, obbligatorio per poter giocare) verremo posti a una scelta fondamentale: guida semplice o avanzata? La prima si descrive da sola, con una freccia che indica la direzione del nostro kart e che rappresenta la scelta ideale per i neofiti che non hanno mai avuto l'occasione di giocare a un **Mario Kart**. L'avanzata, invece, è per gli esperti del titolo e chi mastica pane e gusci rossi: niente aiuti, ma le derapate sono più frequenti, mentre nel primo caso, avvengono automaticamente durante una curva più acuta. Vi è anche la possibilità di sterzare usando il giroscopio del nostro smartphone, ma essendo scomodo e poco utile alla causa, è sconsigliato da molti, visto che trasforma il kart in una sorta di piccolo veicolo impazzito che sfreccia a destra e a manca come un cavallo imbizzarrito. I comandi sono croce e delizia di questo titolo: **Nintendo** sostiene che si può giocare usando una sola mano (anche perché l'accelerazione del kart è automatica), ma in realtà, soprattutto usando la

guida avanzata, usare le due mani è praticamente obbligatorio, visto che per sterzare si deve "swipare" verso sinistra o verso destra, mentre per lanciare i **power-up** bisogna scorrere il dito verso l'alto o verso il basso del nostro schermo, per poter usare le armi verso chi sta nelle posizioni più avanzate o verso chi ci insegue.

Altro elemento altalenante è rappresentato dalla struttura di gioco: sembra assurdo che un titolo basato sul multiplayer come **Mario Kart** non permetta già al lancio di non poter sfidare i propri amici, oltre al fatto che la possibilità di stilare una **lista amici** verrà sbloccata solo **dopo aver completato il quinto trofeo**. Al momento regna sovrano solo l'accoppiamento casuale con giocatori di tutto il mondo e le consuete sfide tra conoscenti sono relegate a un'inutile classifica con i punti ottenuti durante le nostre corse. I trofei e le gare sono anche ben strutturate: tre gare normali e una sfida (che sotto un certo punto di vista funge quasi da tutorial allargato) con cinque Megastelle (tre per le sfide) da guadagnare in base al nostro punteggio, calcolato dalle nostre mosse (come le derivate o un power-up andato a segno) e dalla nostra posizione finale nel tabellone di gara. Peccato solamente per le piste a disposizione, davvero poche attualmente, e continuamente riciclate sotto forma di modifiche al tracciato (lo si può avere normale, al contrario o in versione Estrema, con salti e dossi in più). In più le scelte non sono nemmeno delle migliori, come nel caso di **Veduta di New York**, poco adatta al gameplay su mobile, avendo delle curve a gomito strette che diventano quasi impossibili da fare su uno smartphone.

Graficamente il titolo è un piccolo gioiello: certo, non ci sarà la pulizia e la potenza grafica delle versioni casalinghe per **Switch** o **3DS**, ma il framerate è stabile e non rallenta nemmeno usando smartphone di fascia medio-bassa.



Pay the man

Se vi eravate lamentati per le eccessive microtransazioni di **Dr. Mario World**, preparatevi al peggio, perché **Nintendo** su **Mario Kart Tour** ha veramente calcato la mano: il gioco presenta **due valute**, le **Monete**, gratuite e ottenibili in ogni circuito presente nel gioco, che vengono usate per poter acquistare alcuni oggetti a rotazione disponibili sullo store, come personaggi, kart o

deltaplani. La **seconda valuta** è rappresentata dai **Rubini**, ottenibili sia in game tramite bonus giornalieri o completando alcune sfide, oppure pagando, partendo da un minimo di **2,29€** per tre Rubini (sostanzialmente inutili, visto che un lancio, ovvero l'acquisto casuale di uno dei tre oggetti succitati costa cinque Rubini) fino a un massimo di **75€** per **135 Rubini**. Scelta francamente folle da parte di **Nintendo**, società che sembra aver sacrificato la fetta di pubblico più giovane, che da sempre ha cercato di difendere e appoggiare, all'altare del vil denaro. Ancora più scellerata, se consideriamo il **Pass Premium mensile** da **5,49€** che contiene come esclusiva la **Classe 200cc** e molti Rubini, irraggiungibili per gli utenti che scelgono di giocare gratuitamente.

È il più grande difetto di quello che, con molta probabilità, rappresenta l'apporto migliore di Nintendo dato al mondo del mobile gaming: **Mario Kart Tour** è divertente come gioco mordi e fuggi, adatto sia ai neofiti che agli utenti più smaliziati, nonostante molti aiuti come l'accelerazione automatica e l'impossibilità di uscire fuori pista (se non in determinati punti di alcuni tracciati). Purtroppo le microtransazioni, eccessive e molto pesanti, e il sistema di controllo non proprio ottimale per uno smartphone frenano il valore di un titolo che diverte e fa imprecare, proprio come un normale **Mario Kart**.

Mario Kart Tour è disponibile gratuitamente su [Google Play Store](#) e su [App Store Apple](#).

[Trailmix punta a rinnovare il genere casual con l'aiuto di Supercell](#)

Con un supporto "liquido" da parte della **Supercell** di ben 4.2 milioni di dollari, i veterani della **King**, **CarolinKrenzer** e **TristanClark**, puntano a reinventare il genere casual. Quest'ultimi hanno visto il boom dei giochi casuali sul cellulare dall'interno.

Entrambi si sono uniti a **King** per aiutare la società a fondare lo studio a **Londra** nel lontano Agosto del 2012. In quel momento, **Candy Crush Saga** non era ancora nel suo periodo di "boom", anche perché era stato rilasciato da tre mesi e la casa produttrice aveva solamente 150 dipendenti. Entrambi lasciarono la compagnia nel corso dello scorso anno, periodo nel quale **Candy Crush** era, molto probabilmente, il più famoso gioco per dispositivi mobile. King aveva avuto un'impennata e per questo fu acquistata da Activision Blizzard per miliardi di dollari.

«**È stato un bel periodo**», ricorda **Krenzer**, che in precedenza aveva lavorato in **Playfish Games** durante il boom di **Facebook**.

«**Abbiamo sperimentato questa incredibile iper-crescita per cinque anni e mezzo, ma ad un certo punto il lavoro è quasi finito, siamo venuti per creare qualcosa da zero, abbiamo pensato che fosse ora di andare avanti**».

Grazie al tempo passato all'interno della **King**, professionisti quali **Krenzer** e **Clark** hanno allineato le proprie ambizioni e hanno cominciato a elaborare un progetto comune. Precedentemente, **Clark** aveva fondato uno studio indipendente, chiamato **Launching Pad Games**, in **Nuova Zelanda**.

«**Fondare lo studio di Londra era come creare uno sviluppatore indipendente, in pratica**», afferma Clark.

«Lavori su tutto, e sia a Caroline che a me piace avere le mani su tutti i tipi di sviluppo del gioco... Che sensazione pensare che ci siano una mezza dozzina di te, e che quindi puoi concentrarti solo sulla progettazione di un prodotto: è qualcosa che volevamo davvero ricominciare a fare. »

La nuova società di **Krenzer** e **Clark**, **Trailmix**, è stata in modalità “**stealth**” fino ad ora. Tuttavia, anche se lo studio stesso è completamente nuovo, è chiaro che i suoi fondatori hanno già posto le basi alle idee che guideranno la direzione creativa per qualche tempo. **Trailmix** non creerà giochi in **VR o AR**. Al contrario, il suo scopo è quello di tentare di reinventare i giochi casual.

«Non ci stiamo concentrando su una nuova piattaforma, perché crediamo che i giochi mobile non siano stati sfruttati a pieno come mezzo di intrattenimento», afferma Krenzer.

Anche se *Trailmix* è ancora allo stadio “embrionale” emerge un quadro intrigante. Infatti, **Clark** indica i successi recenti quali: *Gardenscapes*, *Episode - Choose Your Story e Choices: Stories You Play*.

«È tempo di porsi in maniera più “filosofica”. I giochi casual sono “snackable”, sono costruiti per adattarsi alla tua vita quotidiana, ti fanno tornare a giocarli a lungo termine, sono estremamente facili all’inizio, e forniscono una distrazione molto utile quando si sta viaggiando o qualsiasi altra cosa si stia facendo.»

«Ci sono giochi come *Monument Valley*, *Journey*, *Flower*, film come *Harry Potter*, ci sono le sit-com, c’è *Game of Thrones*. Il tipo di stimoli che si hanno da tutto questo, il tipo di accrescimento che si ottiene è completamente diverso [rispetto a quello ricevuto dai giochi casual].»

«Quello che stiamo facendo è combinare entrambi gli aspetti: tenere i giochi aperti, accessibili e spendibili, ma usarli come base per andare verso qualcosa che abbia quei livelli di significato, che sia memorabile come uno di quei giochi, o come ognuna di quelle altre narrazioni (film/serie tv/sit-com)»

«La grande narrazione non è quella che ti porta solo da qualche altra parte: è quella che al contempo ti dà qualcosa da riportare nel tuo mondo.»

Trailmix vuol rendere il proprio pubblico più coinvolto e investito emotivamente utilizzando come base giochi che si adattano alla vita quotidiana come *Candy Crush*.

Quest’idea sarà alla base dei prodotti della **Trailmix** e, durante i prossimi mesi i fondatori si concentreranno sul suo perfezionamento. Inoltre, grazie al contributo della **Supercell**, **Krenzer** e **Clark** avranno modo di seguire le loro idee nel migliore dei modi. **Paananen** (direttore della **Supercell**) stesso li ha omaggiati. Con la loro società, i fondatori cercheranno di seguire l’esempio della lucente compagnia di Paananen, cioè quello crescere lentamente con un team di persone affidabili.

«Non hai bisogno di molte persone per fare qualcosa di eccezionale[...]», afferma Krenzer. «La quantità di persone in azienda non sarà per noi un indicatore di successo: per alcune aziende è come se lo fosse, ma non è vero, e penso che Supercell mostri che è così.»

«Supercell è il miglior partner che possiamo immaginare per gli obiettivi che abbiamo in mente: eravamo pronti a trascorrere mesi, o addirittura tutto il prossimo anno, alla ricerca dell’opportunità di finanziamento perfetta per noi, e il nostro partner dei sogni è arrivato proprio all’inizio. Non dobbiamo più preoccuparci di questo, ora dobbiamo solo creare giochi »

Questo è quello che ci pare proprio un ottimo inizio.