

La sfida di Facebook a Twitch e Youtube

Nei primi mesi dell'anno, **Facebook** ha introdotto il suo **Gaming Creator Pilot Program**, un'iniziativa mirata ai *content creator*, come **PewDiePie**, che offre la possibilità di streammare a 1080p/60fps e con possibilità di monetizzazione dei video. Una mossa che conferma la decisione del social network di puntare più sulla creazione di una vera e propria stazione televisiva a portata di smartphone, ovvero **Facebook Watch**: difatti, se nel lato sportivo fanno eco gli accordi con **Fox** per trasmettere la **UEFA Champions League** e alcune partite pomeridiane della **MLB** (la lega americana di baseball), sul lato videoludico risaltano gli accordi per portare su **Facebook Watch** alcuni tornei della **Electronic Sports League**, principalmente i tornei di **Paladins** e di **Counter Strike: Global Offensive**.

Tutto ciò che manca a **Facebook** per competere con **Twitch** e **Youtube** sono gli *influencer*. Come citato da **Guy Cross**, direttore delle partnership americane della compagnia:

«Stiamo cercando dei partner che hanno la capacità di attirare pubblico, ma che credono anche nel progetto. Vogliamo costruire qualcosa di speciale che unisce sia gli strumenti già a disposizione per gli *streamer*, che le novità proposte da Facebook. I *content creator* videoludici sono i benvenuti sulla piattaforma: lo scorso anno abbiamo sperimentato molto e abbiamo ricevuto molti suggerimenti che ci hanno permesso di migliorare e di investire ancora di più i nostri sforzi su questo lavoro.»

Facebook vuole puntare a diversificare la propria proposta da **Twitch**: in quest'ultimo i giochi di tendenza la fanno da padrone, mentre **Facebook**, forte dei 2,2 miliardi di utenti (secondo i dati degli ultimi mesi del 2017), vuole abbracciare qualsiasi tipo di gioco. Gli streamer registrati al nuovo programma hanno già la possibilità di ricevere donazioni dagli utenti, lo streaming a 1080p, e secondo **Cross** «si sta lavorando insieme ai *content creator* per l'aggiunta di altre opzioni».

Insomma, sembra proprio che il social network creato da **Mark Zuckerberg** stia seriamente puntando sul mercato dello streaming video, ma ci sarà spazio per loro in un mercato dominato da **Twitch** e **Youtube**? **Cross** dice la sua al riguardo:

«Molte aziende, come sviluppatori di giochi tripla A o *broadcaster* di eventi e-sport, si sono dimostrati molto interessati al nostro progetto. Il settore del gaming è vasto e continuamente in crescita: su Facebook abbiamo più di 800 milioni di utenti che usano i giochi della piattaforma, e se contiamo anche gli utenti che partecipano attivamente ai gruppi riguardanti i videogiochi, oppure che condividono video appositi, i numeri sono davvero importanti.»

Ma **Cross** e **Facebook** devono stare attenti alla percezione del pubblico riguardo al social network: essendo un social più diretto i contenuti rapidi la fanno da padrone, con video dalla durata molto ridotta, e dove, in generale, gli utenti non passano molto tempo, preferendo più un approccio "mordi e fuggi":

«Sappiamo che Facebook non è necessariamente un posto dove passi gran parte del tempo, gli utenti sono più abituati a loggare continuamente in più fasi del giorno. Per questo abbiamo bisogno di puntare su Facebook Watch, dove verranno offerti contenuti dalla durata maggiore,

come serie tv, eventi sportivi o varietà d'intrattenimento.»

Eppure, la più grande sfida per **Facebook** resta quella dei puri numeri: lo scorso anno, il social network ha ospitato **27.500 streamer** attivi. Numeri irrisori rispetto agli **814.000 di Twitch** e ai **293.000 di Youtube** e, considerando che **Twitch** e **Youtube** sono già facilmente a disposizione degli utenti **Playstation 4** e **Xbox One** che vogliono cimentarsi nel *live streaming*, sembra proprio che **Facebook** stia per intraprendere forse la sua sfida più difficile negli ultimi dieci anni. Nonostante tutto, **Cross** sembra fiducioso nella riuscita del progetto:

«Stiamo tenendo d'occhio altre piattaforme per vedere i loro pregi e difetti. Ci vorrà un po' di tempo prima di partire attivamente con questo progetto, ma nell'anno appena passato abbiamo compiuto molti test che ci hanno permesso di fare molti passi in avanti.»

Insomma, vedremo se **Facebook** riuscirà a emergere come seria contendente al trono del *live streaming*, detenuto da **Twitch**. Anche se, visti i record ottenuti da **Ninja** (che recentemente ha avuto in live una star del mainstream come il rapper **Drake**), sembra che il social di **Mark Zuckerberg** dovrà prepararsi a un'ardua salita.

[John Romero: gli Esport saranno più grandi degli sport tradizionali](#)

John Romero in passato ha creato alcuni dei migliori FPS di tutti i tempi, primi fra tutti **Doom** e **Quake**, e così facendo ha anche gettato le basi per il multiplayer competitivo e gli **Esport** in generale. I colleghi di [Gamereactor](#) hanno discusso con **John Romero** a proposito della **Romero Games**, il sua nuova casa produttrice, e verso la fine hanno chiesto i suoi pareri riguardo agli **Esport** e se intende fare qualcosa di nuovo per la nuova disciplina.

Romero commenta:

«In realtà no perchè io ho già contribuito sin dall'inizio degli Esport. Pensate, mentre stavamo lavorando a **Quake** sapevamo già che gli Esport erano una realtà; venivamo contattati da diverse persone che adoravano i **Deathmatch** competitivi in **Doom** e volevano gli stessi in **Quake** e quando uscì, essendo stato il presidente del **Cyberathlete Professional League** per 10 anni, abbiamo organizzato degli eventi a **Dallas** con una presenza di 5000 persone che guardavano **match di Quake** o **Counter-Strike** validi per dei grossi premi in denaro. [...] Arrivati ad un certo punto siamo riusciti a dividere qualcosa come un milione di dollari per le diverse posizioni del torneo.».

«Questo avveniva già negli anni 90, gli Esport andavano fortissimo, sono cresciuti a dismisura, i giochi cambiavano ma arrivati ad un certo punto, a metà dei 2000, pensammo: "perchè non fare un gioco che non cambi ogni volta, così come il calcio rimane lo stesso da sempre? È un gioco

che non cambia, è super-competitivo, le persone ci giocano da sempre, perchè non possiamo fare una cosa simile con gli Esport?" [...] Il problema era che non c'erano sponsor per finanziare un simile gioco, dunque non si poteva fare nulla senza i finanziamenti necessari.».

«Tutto ciò non avveniva e dunque si prendeva in considerazione il gioco del momento; StarCraft lo è stato per anni ma adesso è il momento di League of Legends, è l'Esport del momento. Ci sono altri titoli alla quale la gente gioca ma questo è gigantesco e va fortissimo. È davvero un bel gioco ed è un po' come il calcio, insomma, si basa sul gioco di squadra e si fruisce meglio degli altri giochi competitivi in cui si gioca individualmente. I giocatori volevano un qualcosa che si basasse sul gioco di squadra, un po' alla Counter Strike, e così si è potuta fondare una lega e con essa team più grandi.».

«Penso che gli Esport siano molto fighi, ci sono un sacco di persone che li guardano, e prima o poi diventeranno più grandi ancora degli sport tradizionali, perchè puoi inserirti virtualmente come uno spettatore e goderti lo spettacolo. Perciò penso siano fantastici... certo, l'industria non è interamente fatta di Esport, ma questi sono una cosa gigantesca, così come lo sarà l'Augmented Reality. È una grossa parte dell'industria videoludica ma non comprenderà mai l'intera industria.».