

GamePodcast #14 - Da Crytek e Crysis Remastered alle Iniziative Pro-Videogiocatori

In questa puntata:

- Il ritorno di **Crytek** e di **Crysis**;
- Il cambiamento di percezione del videogioco al tempo del Covid-19;
- Le iniziative per agevolare il gaming.

Tutto questo in compagnia di **Marcello Ribuffo**, **Gero Micciché** e **Andrea Rizzo Pinna**

Armatevi di auricolari e restate con noi!

Venite a trovarci sui nostri canali:

TWITCH: <http://www.twitch.tv/gamecompassit>

FACEBOOK: <http://www.facebook.com/gamecompassit>

TWITTER: <http://www.twitter.com/gamecompassit>

INSTAGRAM: <http://www.instagram.com/gamecompassit>

E sul nostro sito ufficiale: <http://www.gamecompass.it>

Microsoft tra Xbox, PC... e ravioli cinesi

Il CEO di **Microsoft**, **Satya Nadella**, durante la **Morgan Stanley Technology, Media and Telecom Conference** a San Francisco, ha dato una nuova chiave di lettura riguardo l'attività dell'azienda americana per quanto concerne il settore videoludico. **Nadella** ha posto l'accento sull'operato di **Microsoft** e sul fatto che stia cercando di produrre un servizio a misura di videogiocatore, che guarderà al futuro sia delle **console**, possedute dalla stragrande maggioranza dell'utenza, sia del **PC Gaming**, che coinvolge sempre più persone. Il CEO ha anche parlato dell'importanza del ruolo ricoperto da **Xbox Live** come servizio di abbonamento, definendolo una **grande opportunità**.

Nadella si ritiene anche soddisfatto e molto felice riguardo la dimensione del brand Microsoft nel mondo videoludico, dandone pari merito a **Xbox** e al **PC**, asserendo:

«Quel che molti dimenticano, è che noi siamo i proprietari di entrambi.»

Il discusso servizio di abbonamento **Xbox Game Pass** sarà l'inizio di una fase di transizione, sostiene **Nadella**, in cui console e PC saranno sempre più importanti:

«È questa la direzione nella quale stiamo andando, grazie agli abbonamenti Game Pass ma anche a Mixer, che sta crescendo molto velocemente, in termini di streaming ma anche con il brand che viene portato in giro per il mondo con gli eSport dei nostri giochi. Abbiamo vari punti su cui far leva. Ma fondamentale, abbiamo una forte eredità derivante dal fatto di essere sul

mercato del gaming da vari decenni e dal fatto di essere capaci di di poter agire in più mercati differenti»

Parlando sempre di **Game Pass**, **Microsoft** ha annunciato una nuova **line-up** di titoli che verranno inclusi a breve nel servizio in abbonamento, tramite un divertente spot pubblicitario in cui si farà riferimento a un paragone un po' bizzarro ma alquanto veritiero.

Vediamo se questo video convincerà anche voi ad acquistare il servizio di abbonamento GamePass, che per **9,99 €** al mese, vi darà accesso a circa **100 titoli** tra i più e meno recenti, compreso il tanto atteso *Sea of Thieves*.

[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](#)