

Karl Slatoff sulle microtransazioni: «è impossibile forzare qualcuno all'acquisto»

Recentemente in Arizona, come ogni anno, si è tenuta la conferenza del Credit Suisse, in cui diversi importanti dirigenti dell'industria dei videogame hanno condiviso le loro personali riflessioni sullo scandalo delle **Loot Box**.

Tra questi troviamo il presidente di **Take-Two**, Karl Slatoff che, durante la manifestazione, alla richiesta di commentare le recenti controversie; Slatoff ha puntato il dito sui **game designer** e sui **publisher**, i quali hanno il compito di stimolare la fidelizzazione dei giocatori attraverso i contenuti.

Secondo il presidente di Take-Two, non è possibile forzare un consumatore a comprare qualcosa, ma è possibile creare il miglior contenuto possibile per incentivare il coinvolgimento dei consumatori. «**Così è, e così sarà sempre**», ha aggiunto.

Slatoff ha anche parlato di *GTA V*, prendendolo come esempio, e di come il team abbia rilasciato aggiornamenti gratuiti per la campagna e le varie attività per poi spostare l'attenzione, gradualmente, a *GTA Online*.

Le parole di **Slatoff** sono molto decise, su un tema, quello delle **microtransazioni nei videogiochi**, al centro del dibattito negli ultimi tempi.