

[Intellivision Amico: impressioni a caldo](#)

In questa rubrica abbiamo già visto il [Polymega](#), una console di prossima uscita dedicata esclusivamente al retrogaming e al recupero dei vecchi giochi, sia tramite cartucce e dischi (la cui macchina estrarrà le immagini) sia tramite uno store online da lanciare nel tardo 2019. A percorrere quasi gli stessi binari della nostalgia, **Tommy Tallarico**, famoso compositore che per ha lavorato nell'industria videoludica per titoli come *Aladdin* per **Sega Genesis**, *Terminator* per **Sega CD**, [Cool Spot](#) e [Metroid Prime](#), ha comprato nel Maggio 2018 gli asset di **Intellivision Production** di **Keith Robinson**, precedente detentore venuto a mancare l'anno scorso, fondando la nuova **Intellivision Entertainment** e, giusto qualche giorno fa (22 Ottobre) è stato lanciato un trailer per l'**Intellivision Amico**, una console, a detta del suo nuovo CEO, rivolta a tutta la famiglia, una macchina che propone giochi per ogni tipo di giocatore e non solo gli hardcore gamer. Sul nuovo sito di **Intellivision Entertainment** è possibile vedere tutti i dettagli della macchina (che a breve discuteremo); ma prima di buttarci a capofitto sulle novità, diamo prima uno sguardo alla precedente console di seconda generazione, giusto per ripercorrere la storia di questo marchio spesso dimenticato ma molto importante.



Meravigliosa creatura

L'originale **Intellivision**, prodotto da **Mattel Electronics**, fu lanciato nel 1980, previo test market a Fresno, in California nel 1979, introducendo sul mercato una marea di innovazioni all'avanguardia (forse anche troppo) per i suoi tempi, feature e capacità che avremmo visto anni o addirittura decenni, più tardi: per prima cosa, **Intellivision** è stata la prima console con processore 16bit in grado di dare alla macchina, sul piano grafico e sull'azione, un vantaggio decisivo contro la concorrenza, sottolineato tramite un'aggressiva campagna marketing, che poteva permettere l'inserimento dell'**Intellivoice Voice Synthesis Module**, un add-on esterno in grado di poter dare

ad alcuni giochi delle vere e proprie tracce vocali digitali da ascoltare durante il gameplay; **Intellivision** è stata la prima macchina a puntare direttamente agli appassionati sportivi, proponendo all'interno della sua ottima libreria, che offriva titoli innovativi come **Utopia** e **Advanced Dungeon and Dragons: Cloudy Mountain** che gettarono le basi, rispettivamente, per i generi **god simulator** e avventura, **i primi giochi su licenza** delle varie federazioni sportive americane, come **MLB, NFL, NBA, NHL**, ect.; inoltre (e questo è veramente una feature più volte ripresa nel tempo ma decollata soltanto negli anni 2000) è stata **la prima macchina a fornire una distribuzione digitale**, tramite cavo televisivo, con il suo add-on **Playcable**, una qualità, ad oggi, immancabile nelle console moderne. Unico suo punto a sfavore era forse il poco intuitivo controller, direttamente saldato all'interno della console e dunque non sostituibile, che presentava un dischetto metallico, simile ma non uguale a una croce direzionale, che si sostituiva al joystick e che dava al giocatore ben 16 (eccessive) direzioni, quattro tasti principali sui lati e una tastiera numerica, simile a quella di un telefono, sulla quale era possibile attaccare degli overlay di cartone sulla quale erano spiegate le funzionalità di ogni singolo tasto per un determinato giochi; dunque, tenendo anche conto del fatto che il dischetto direzionale funziona anche come tasto se premuto al centro, ci sono ben 17 tasti, veramente troppi per una console di questa generazione. Fra pregi e difetti, possiamo senza dubbio dire che è stata una console veramente all'avanguardia, sia sul piano tecnico che sul piano marketing, ma fra **Colecovision, Magnavox Odyssey², Atari 5200** (che si dava battaglia da sola per rimpiazzare l'obsoleta **Atari 2600** che, paradossalmente, era ancora la console che vendeva di più) e i nuovi **PC casalinghi**, l'**Intellivision** era una goccia d'acqua nell'oceano della competizione.

Successivamente, nel 1984, per limitare le perdite, **Mattel** fondò **Intellivision Inc.**, tramutata in seguito in **INTV Corporation**, che continuò la distribuzione della console, adesso chiamata appunto **INTV** e la produzione di giochi e console, il tutto distribuito esclusivamente via posta ed esente dal marchio **Mattel**, fino al 1990, anno in cui **Nintendo** e **Sega** approcciarono i loro uffici per fermarne la produzione. Anche se meritava molto di più, **Intellivision** se ne uscì con oltre 3 milioni di console vendute in tutto il mondo e più in là, a testimonianza dell'amore e dell'innovazione portata da questa macchina, sotto la nuova **Intellivision Production** fondata da **Keith Robinson** nel 1997 furono licenziate diverse collection, fra PC Windows e console e addirittura l'**Intellivision Flashback** di **AtGames**, una retro-console *plug and play* per poter riscoprire una buona manciata di giochi. **Intellivision** è stata senza dubbio una console che ha saputo farsi spazio nei cuori della community.



Un nuovo Amico

Il marchio e il prestigio di **Intellivision** è sopravvissuto fino a oggi, anno in cui **Tommy Tallarico** ha comprato le possessioni di **Keith Robinson** e ha rilanciato l'intera azienda sotto il nome di **Intellivision Entertainment** mettendosi al capo. Ed è così, come un fulmine a ciel sereno, appare **Amico**, la nuova console **Intellivision** che verrà lanciata il 10 Ottobre 2020 (fate caso a 1010 2020! Piccoli stratagemmi per ricordare certe date, un po' come [Sega Dreamcast](#) fece per il suo 09/09/1999) per un prezzo di lancio fra i 149 ai 179\$. Vediamo un po' cosa offre questa nuova console che propone caratteristiche veramente fuori dal comune.

Innanzitutto la macchina detta una regola tanto interessante quanto rigida, ovvero **"2D only"**: ebbene sì, la macchina conterrà un avanzatissimo chip in grado di offrire la migliore grafica 2D sul mercato. La macchina sarà ovviamente in grado di connettersi a internet via **wi-fi**, dove potremo accedere allo **store online** per acquistare i software aggiuntivi, che saranno **esclusivamente digitali**, giocare online, vedere le classifiche all'interno dei singoli giochi e partecipare a tornei. Per il resto, nella console, ci saranno delle **porte USB**, **uscita HDMI**, delle **luci al led** che cambieranno colore con le interazioni con i giochi e il sito **Intellivision Entertainment** parla anche di un "System Expansion Interface", forse un qualche futuro add-on, chissà. I **controller wireless** presentati **ricalcano la forma di quelli originali**, dunque ci sarà un **dischetto** (che però stavolta sembra funzionare di più come un d-pad), i **quattro tasti** sui lati del controller e verranno aggiunti inoltre **microfono**, **speaker**, **vibrazione**, **sensori giroscopici** e sarà possibile ricaricarli sulla base della console; la più grande innovazione, però, è senza dubbio il **touchscreen integrato** che sostituirà il tastierino numerico, e magari riuscirà a restituire, forse, quel concetto pensato originariamente per l'**Intellivision** che ai tempi non funzionò benissimo per via della tecnologia poco avanzata. Sarà possibile inoltre collegare alla console i propri **smartphone** via app dedicata in assenza di controller originali **Amico** (fino a otto giocatori). Per ciò che riguarda i software, che non andranno oltre la classificazione **ESRB 10+**, non solo saranno esclusivamente in 2D ma saranno tutti esclusive **Amico**, sottolineando anche che la console **non ospiterà porting**, **DLC** o **microtransazioni** e che i prezzi varieranno da un **minimo di 2,99\$** a un **massimo di 8,99\$**. Momentaneamente, sempre sul lato software, si parla di classici **re-immaginati**, dunque vecchi

titoli che vedranno un upgrade grafico, sonoro, nuovi livelli, modalità multiplayer locale, online e molto più: questi verranno presi dalla libreria **Intellivision**, **Atari**, **iMagic**, famoso third party dei tempi e altri titoli arcade come **Super Burger Time**, **Moon Patrol**, **R-Type**, **Toejam & Earl** e molti altri. La console, al momento dell'acquisto, avrà alcuni classici inclusi ma sono stati promessi oltre 20 nuovi titoli per il lancio.

Amico o Nemico?

Il team di **Intellivision Amico** è composto da gente veramente competente: come abbiamo già detto, **Tommy Tallarico** sarà il CEO di **Intellivision Entertainment**, mentre al suo fianco troveremo il produttore **Jason Enos**, veterano dell'industria che ha lavorato in ben oltre 100 progetti fra **Sega**, **Konami**, **E.A.** e **Namco**, **Phil Adam**, **Mike Mika**, **Perrin Kaplan**, altra veterana che si occupò dei lanci di **Super Nintendo**, **Nintendo DS**, **Wii**, **Gamecube** e **N64** (e che ovviamente si occuperà del lancio di **Amico**), **Beth Llewelyn** alle pubbliche relazioni, altra veterana **Nintendo** con ben 12 anni di carriera alle spalle, **David Perry** e **Scott Tsumura** come special advisor, il cofondatore di **Intellivision** **Steve Roney**, **Bill Fisher**, altro programmatore dipendente dell'originale **Intellivision**, **André Lamothe**, specialista hardware che ha persino avuto esperienza alla NASA, **Emily Rosenthal** per ciò che riguarderà le comunicazioni e gli eventi e **Paul Nurminen**, attualmente l'host del [Intellivisionaries podcast](#).

Come possiamo ben vedere, la nuova **Intellivision Entertainment** sta tracciando delle chiarissime linee direttive, a ben due anni di distanza dal lancio, con chiarissime idee su ciò che saranno i loro giochi, come verranno giocati, che aspetto avranno e persino quanto dovranno costare. **Tommy Tallarico** ha espressamente detto:

«Vogliamo creare una console che i genitori vorranno comprare, che non gli venga indicata dai figli».

Ha anche rivendicato come l'industria, oggi, si concentri solo sugli **hardcore gamer**, tenendo fuori tutta quella fetta di pubblico che non gioca regolarmente coi videogiochi o, semplicemente, non ne sono attratti; **Intellivision Amico** dovrà essere una console rivolta a tutti, uno di quei dispositivi da accendere durante le feste a casa con amici e parenti per passare delle sane ore di gaming accessibile a tutti, un po' come avvenne per **Nintendo Wii** - se è per questo, riflettendo, il nome di questa console rimanda proprio al suo significato italiano, amico, una console simpatica che può entrare nel cuore di tutti -. Sebbene ci sia un solidissimo team esperiente alle spalle dell'**Intellivision Amico**, ci sono alcune qualità che non ci entusiasmano, anzi, ci sembrano dei veri e propri *diktat*: per quanto interessante e audace possa sembrare una console che proporrà esclusivamente giochi in 2D ciò escluderà a priori tutti quei produttori che potrebbero realizzare titoli in 3D, anche con un forte richiamo nostalgico; in poche parole, non vediamo il motivo per cui il 3D, moderno o retrò che sia, debba essere bandito dalla libreria a priori; avere una console che si distingua nel mercato, esattamente come succedeva fra **Super Nintendo** e **Sega Mega Drive** nella quarta generazione di console, è sicuramente un fattore positivo ma bisogna anche trovare delle vie di mezzo, dei compromessi vitali per una buona immissione nel mercato. La scelta di creare giochi esclusivi per **Intellivision** è certamente interessante ma può comunque essere una lama a doppio taglio. L'industria vive di porting e di titoli multiplatforma e, se è per questo, alcuni di questi titoli hanno contribuito a lanciare alcune console di nuova generazione. Pensiamo proprio a **Shovel Knight**, uno dei titoli più solidi per il lancio di **Nintendo Switch** (aiutato, ovviamente, al rilascio

della campagna interna **Specter of Torment**) e che potrebbe essere assente dal parco titoli di **Intellivision Amico**, una console che al meglio potrebbe valorizzare un gioco dai toni retrò come questo. Il concetto di esclusiva e ancora vivo e funzionante ma i porting e i titoli multiplatforma sono decisamente vitali per la sopravvivenza di una console, anche in una visione di cross-play, caratteristica che a oggi diventa sempre più un must per alcuni titoli che offrono un multiplayer online. Come potranno mai approcciare le third party verso un sistema così esclusivo? Prendendo il caso di **Shovel Knight: Yacht Club Games** dovrà produrre da capo un nuovo titolo della saga oppure rimappare la grafica con una più moderna, per sfruttare al meglio le specifiche di questo nuovo chip 2D rendendolo esclusivo per l'**Intellivision Amico** senza poterlo rendere disponibile per **PC** o le restanti console?

Tommy Tallarico ha sottolineato che l'obiettivo della console sarà considerare ogni persona, far sì che le persone approccino ai videogiochi ma è molto difficile attuare un piano simile senza almeno far salire a bordo anche i giocatori più assidui che compongono la più grossa fetta del mercato, anche in una prospettiva di marketing in cui, gli ormai decisivi, "influencer" di **YouTube** o **Twitch** non si troveranno invogliati a giocare con **Intellivision Amico**, oppure potrebbero produrre una sorta di "product placement forzato". Neppure **Nintendo**, ai tempi dell'accessibilissimo **Wii**, ha escluso i giocatori più assidui, tanto è vero che quella console, insieme ai tantissimi party game per i giocatori più casuali, ha anche tanti altri titoli per gli hardcore gamer: basti citare i diversi titoli di **Resident Evil** su **Wii**, **MadWorld**, **House of the Dead: Overkill**, **No More Heroes** e molti altri poco "family friendly".

Attrarre i giusti developer e avere una buona linea di lancio è spesso la chiave per il successo di una console ed è difficile che potranno costruire la loro fortuna su un parco titoli per console di seconda generazione; tutto si giocherà su quei 20 titoli esclusivi brand new non ancora annunciati. Non dimentichiamo poi i prezzi accessibili del software: quali saranno gli accordi dietro alla vendita di un gioco così a buon mercato? Quali saranno i vantaggi dei developer che intenderanno investire nel sistema e quali quelli di **Intellivision Entertainment**? Dietro al team di **Amico** c'è un team veramente competente e pertanto crediamo che ci sia ancora molto che non è stato ancora detto; tuttavia la politica sulle esclusive è probabilmente da rivedere e se **Amico** ospiterà solamente giochi esclusivi e allora bene che questi siano veramente eccellenti e che possano essere in grado di fronteggiare i modernissimi giochi proposti da **Sony**, **Microsoft** e **Nintendo**. Sperando che il tutto non sia un "Davide contro Golia", speriamo che **Intellivision Entertainment** offrirà in futuro più dettagli riguardo ai giochi di lancio, sulla politica delle esclusive, che a noi sembra fin troppo restrittiva e sulle potenzialità di **Amico**. Non possiamo fare altro che seguire la pagina di **Intellivision Entertainment** su [Facebook](#) e iscriverci al canale [YouTube](#). E voi farete entrare questo nuovo **Amico** a casa vostra?

Domande esistenziali

Sin dall'alba della nascita dei prodotti di consumo l'uomo è da sempre stato messo di fronte a una domanda tanto semplice quanto decisiva: **Coca Cola** o **Pepsi**? Sin dal loro arrivo sul mercato, più o meno intorno alla fine del '800, le due compagnie si sono letteralmente odiate, una guerra combattuta prodotto su prodotto. Nel 1983, visto che **Pepsi** nel 1975 diede un duro colpo alla compagnia rivale con dei test a occhi bendati nei supermercati americani, **Coca Cola** distribuiva alle convention un gioco per **Atari 2600** senza etichetta, insieme alla console (che per la crisi, tanto, costavano pochissimo), intitolato **Coke Wins** ma più in là rinominato dal pubblico **Pepsi Invaders** per via della sua estrema somiglianza con **Space Invaders** (tanto che, infatti, il titolo nasce dal codice madre del gioco **Taito** ed è pertanto considerabile, in tutto e per tutto, un hack). Il titolo, sviluppato da **Atari** stessa, mirava a promuovere il marchio **Coca Cola**, infatti lo scopo del gioco era annientare la schiera di navicelle che in cielo formavano sei pericolosissime scritte "**PEPSI**", capitanate da altrettanti alieni residuati da **Space Invaders**, e quando si vinceva appariva la scintillante scritta "**Coke Wins**"; tuttavia, essendo il marchio del nemico così in bella vista, sembrava che stessero promuovendo la compagnia rivale anziché il promotore stesso e perciò oggi in molti vedono in questo gioco l'esempio lapalissiano di un colpo di zappa sui piedi. Il gioco non fu mai venduto al pubblico ed è pertanto uno dei più rari di sempre: delle copie sono state vendute su **eBay** per prezzi che oscillavano dai 1000 ai 2000 dollari americani. Se volete provare questo rarissimo gioco vi converrà ovviamente provarlo su un emulatore... oppure, potreste comprare una **Coca Cola** per 2 euro al bar!



Nel 1983, su **Atari 2600** e **Intellivision**, ci fu un'altra famosa promozione, stavolta per un prodotto assente nei supermercati italiani: parliamo di **Kool-Aid Man**, gioco che promuove la famosa bevanda fruttata americana "fai-da-te". Su **Atari 2600** controlleremo la famosa brocca animata che

da tanti anni promuove il brand e lo scopo del gioco è evitare i **Thirsties** in corsa, perché altrimenti verremo schiantati a destra e a manca nell'area di gioco e fermarli quando allungano le cannuce per bere dalla pozza di **Kool-Aid** nel fondo. Poco tempo dopo, per **Intellivision**, uscì un gioco in cui il nostro obiettivo era quello di controllare due bambini intenti a collezionare i tre ingredienti principali per fare una bella brocca di **Kool-Aid** (la bustina con la polvere, dello zucchero e una brocca di acqua ghiacciata... sbaglio o stiamo facendo pubblicità gratuita?). Anche qui, i **Thirsties**, i nemici di **Kool-Aid Man**, saranno alle nostre calcagna e se ci prendono due volte per noi sarà game over; ma se riusciremo a preparare la bevanda in tempo chiameremo la cara brocca sorridente e goderci il **Kool-Aid in** santa pace!

(Oh yeah!)

Basta aperitivi, abbiamo fame!

Avete fame? Non vi va di andare in cucina a prepararvi un hamburger? A quanto pare, nell'anno 2025 (dunque fra sette anni, tenetevi forte!), i ricercatori **Burger King** creeranno un **Whopper** così buono che non dovrete spostarvi dal divano, sarà lui a venire da voi! In **Whopper Chase**, gioco del 1987 per **Commodore 64**, **ZX Spectrum** e **MSX**, controlleremo il famoso hamburger di casa **Burger King** alla volta delle fauci di un avventore che lo chiama per telefono; per strada dovremo eliminare pomodori e cetrioli ostili e chef gelosi **a colpi di maionese in eccesso** (sapete, quella che scola via ai lati del panino morso dopo morso). Il gioco è stato prodotto in Spagna su musicassetta ed era possibile ottenerlo con un **Whopper** solo nei **Burger King spagnoli**; al di là dell'intento commerciale la diffusione è stata un successo e come conseguenza i prezzi su eBay, oggi, non sono per niente proibitivi nonostante la circoscrizione al territorio iberico. Di sicuro, nel 1987, i bimbi spagnoli saranno andati ben più volentieri al **Burger King** con questa scusa (e forse saranno anche ingrassati parecchio)!



Ronald McDonald alla riscossa!

Poteva **McDonald's** tirarsi fuori dalla guerra dei software digitali per promuovere i loro ristoranti fast food per famiglie? Nel 1992 arriva **M.C. Kids** (non *Mc Kids...*) su **Nintendo Entertainment System**, noto come **McDonald's Land** in Europa, un grazioso platformer ispirato primariamente a **Super Mario Bros. 3** per quel che riguarda il design dei livelli e l'*overworld* diviso in sette mondi. Contrariamente a quel che si possa pensare, il gioco non mette in risalto i prodotti **McDonald's** ma di certo è una gran bella presentazione delle mascotte dei loro ristoranti come **Ronald McDonald**, **Birdie**, **Grimace** e l'avidio **Hamburglar** che in questo gioco ruba una borsa magica al famoso (e [spaventoso](#)) **clown**. Per avanzare nell'*overworld* ci servirà collezionare delle carte da consegnare alle mascotte una volta terminato un livello - gameplay che verrà ripreso anni più tardi nel terribile **Spartan** per **Nintendo Switch** -; di certo non è fra i platformer migliori che il **NES** possa offrire ma per essere un gioco su licenza e, in tutto questo, anche una chiara trovata commerciale per promuovere i ristoranti **McDonald's** il risultato non è male e il gioco, nonostante alcuni difetti, risulta tuttavia godibile.



Dopo questo titolo, **McDonald's** rientrò nel mondo dei videogiochi con altri due platformer per **Sega Mega Drive** o **Genesis** in Nord America: il primo è **Global Gladiators** del 1992, un gioco in cui due ragazzini di nome **Mick** e **Mack** vengono catapultati nel loro fumetto preferito (guarda caso pieno di doppi archi dorati) grazie a una magia di **Ronal McDonald**, e l'altro è **McDonald's Treasure Land Adventure** del 1993. L'ultimo titolo è davvero niente male, specialmente perché dietro allo sviluppo di tale gioco c'è il leggendario studio **Treasure**, noto per aver prodotto alcuni dei migliori videogiochi mai sviluppati come **Gunstar Heroes**, **Dynamite Headdy**, **Guardian Heroes**, **Radiant Silvergun** e [Ikaruga](#)! Che dire? Anche i migliori hanno bisogno di un **Big Mac** di tanto in tanto!



I' vogl na pizz!...

Ai napoletani sicuramente non piacerà ma per gli americani è una garanzia quando non ci si vuole avventurare in un ristorante italiano sconosciuto: **Domino's Pizza** è un brand molto famoso negli Stati Uniti e dal 2015 è presente anche nel territorio italiano con otto ristoranti a Milano e uno a Bergamo. Il titolo che vedremo adesso è **Yo! Noid**, videogioco con protagonista il **Noid**, protagonista e mascotte delle pubblicità di questo popolare brand americano. A differenza dei giochi **McDonald's** il gioco, che in realtà era un titolo per **Famicom** di **Capcom** originariamente uscito come **Kamen no Ninja Hanamaru**, risulta molto carente sia sul piano della dinamicità, offrendo un gameplay poco bilanciato per il fatto che il **Noid** viene annientato solo dopo un colpo e una grafica buona ma confusionaria sul piano dell'uso dei layer di scorrimento. Ad aggravare la situazione sono presenti le orrende sezioni dei *pizza eating contest* in cui bisognerà mangiare più pizza di un altro **Noid**; queste sono delle vere e proprie boss battle in cui regna la casualità, in quanto i due partecipanti pescheranno in maniera radomica un numero da un selettore e, il partecipante col numero più alto aggiungerà un punto sul suo *pizza meter*. Meglio andare a mangiare una pizza!



... e una Pepsi!

Più tardi, nel 1999, anche **Pepsi** si buttò nel mercato videoludico proponendo un titolo a oggi molto discusso, una vera e propria bestia rara, visto che uscì solo in Giappone, ma molto divertente e soprattutto bizzarra. Sviluppato dallo studio giapponese **KID**, **Pepsiman** per **PlayStation** è una sorta di gioco d'azione in cui controlleremo l'iconico (non in Italia) supereroe gasato nel intento di portare una **Pepsi** a chi ne ha bisogno, come un militare nel deserto; il gioco si presenta come un runner sullo stile di **Metro Cross** o **Penguin Adventure** - oggi sarebbe un gioco ideale per smartphone - e bisognerà evitare bizzarri ostacoli come dei lavori in corso per strada, stendibiancheria nei giardini, camion carichi di **Pepsi** e lattine giganti che ci inseguono come il masso all'inizio di **Indiana Jones e i Predatori dell'Arca Perduta**. Stranamente, il gioco è interamente doppiato in inglese, il che lo rende tranquillamente giocabile per chi non parla giapponese, e con alcune cutscene girate a Los Angeles che includono la presenza dell'attore **Mike Butters**, ricordato per essere stata la prima vittima del killer in **Saw: l'Enigmista**; a quanto pare era programmata una release internazionale ma alla fine il gioco rimase relegato al Giappone.

Il gioco, tuttavia, non segna la prima apparizione di **Pepsiman** in un videogioco; il supereroe era presente nel picchiaduro **Fighting Vipers** nel 1996 per **Sega Saturn** (di cui potrete vedere un footage nel fondo di [questo articolo sul Polymega](#), anche se **Pepsiman** non è presente) dove divenne un personaggio sbloccabile grazie a un accordo pubblicitario fra **Pepsi** e **Sega**.



Prima di concludere il discorso di questi particolari titoli promozionali vogliamo parlare un secondo dei “videogiochi originali” presenti nelle confezioni delle merendine **Ferrero**. A oggi è molto difficile tracciare tutte le “release” di questi titoli, che comprendono titoli del calibro de ***Gli Strasped e la Strarace*** e il videogioco de ***i Magicanti***, delle mascotte **Ferrero** durate per poco tempo, ma vale la pena di ricordare lo spettacolare ***Fresh Adventure***, un lentissimo e davvero scadente platform con **il pinguino del Kinder Pinguì** e **Fetta al latte**; perché spettacolare? Per questo esatto motivo:

GameCompass per la vostra salute

Ci sono ancora molti giochi che promuovono brand alimentari, come ***Cool Spot*** per le console 16 bit che promuoveva la **7-Up**, ***Chester Cheetah: Wild Wild Quest*** per **Sega Mega Drive** e **Super Nintendo** che promuoveva il brand di chips **Cheetos** e persino i recenti ***Dash of Destruction*** e ***Crash Course*** per **Xbox 360** per promuovere il brand **Doritos**. Tuttavia, i giochi che abbiamo promosso finora contengono prodotti ipercalorici che nel peggiore dei casi, possono portare a malattie come il diabete.

Per scongiurare casi come questi la **Novo Nordisk**, una compagnia danese specializzata nel trattamento del diabete e nella produzione di insulina, si è buttata nel ring nel 1992 con **Captain Novolin** per **SNES**, un titolo sviluppato da **Sculptured Software** per sensibilizzare i bambini affetti da diabete (ma solo quelli col **Super Nintendo**. Al diavolo quelli col **Mega Drive** o i **computer**!).

Nel gioco ci verranno spiegate le migliori soluzioni per trattare questa brutta malattia e per proseguire le avventure dell'**unico supereroe affetto da diabete di tipo 1** bisognerà di tanto in tanto rispondere a qualche domanda sull'argomento; sia genitori che bambini hanno trovato questo gioco molto utile nonostante il gameplay poco interessante ma bisogna anche ammettere che mirare alla sensibilizzazione a un problema così grande e spesso sottovalutato è un obiettivo veramente nobile... il vero problema, giusto per concludere in bellezza, era che il gioco veniva venduto a prezzo pieno e nessuna parte dei proventi venne investita per la ricerca; dunque, alla fine dei conti, il vero obiettivo del gioco era venderti l'insulina della **Novo Disk!**

Dunque, state attenti a cosa mangiate, non andate a mangiare cibo spazzatura di frequente o altrimenti vi toccherà giocare con **Captain Novolin!**



(Bene Captain Novolin, ha salvato il mondo! Per festeggiare che ne direbbe di un bel pezzo di tor... ops...)