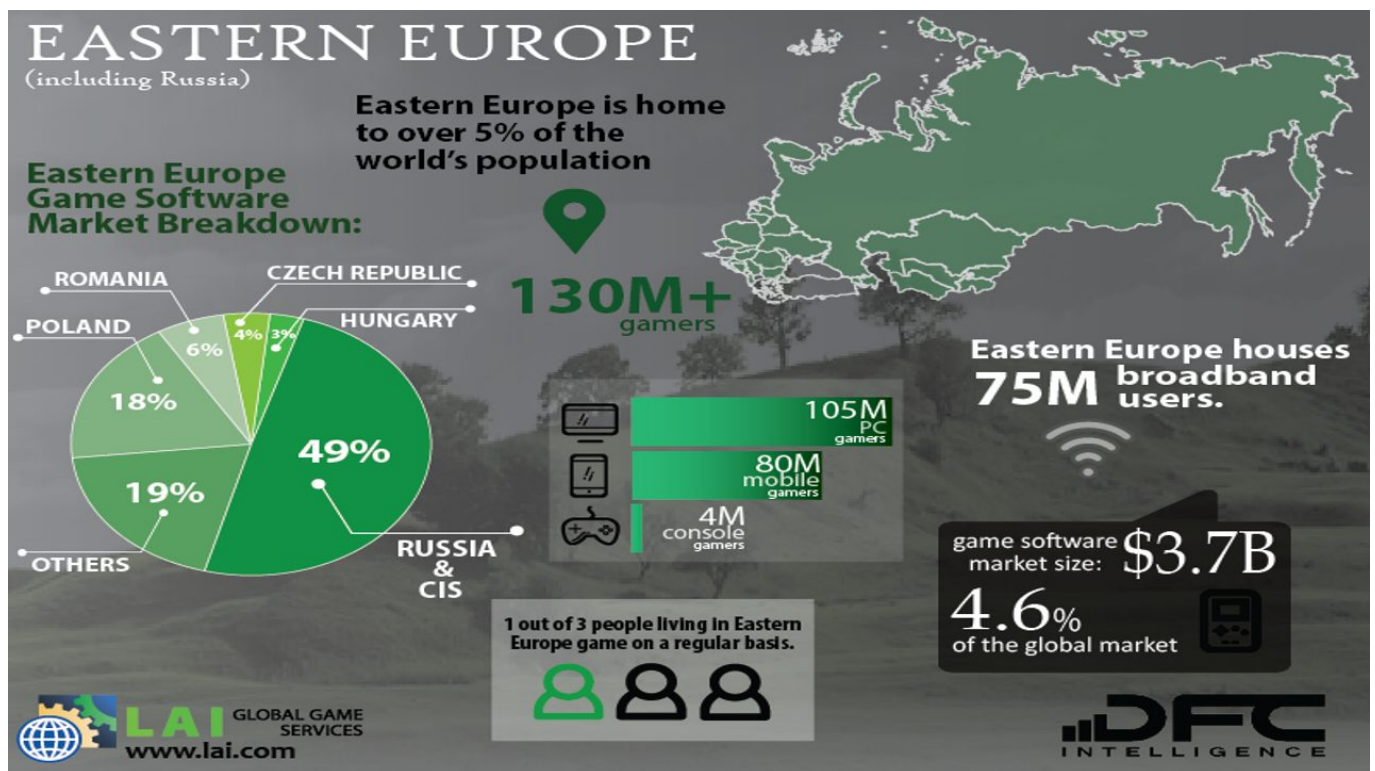


La crescita della game industry nell'est Europa

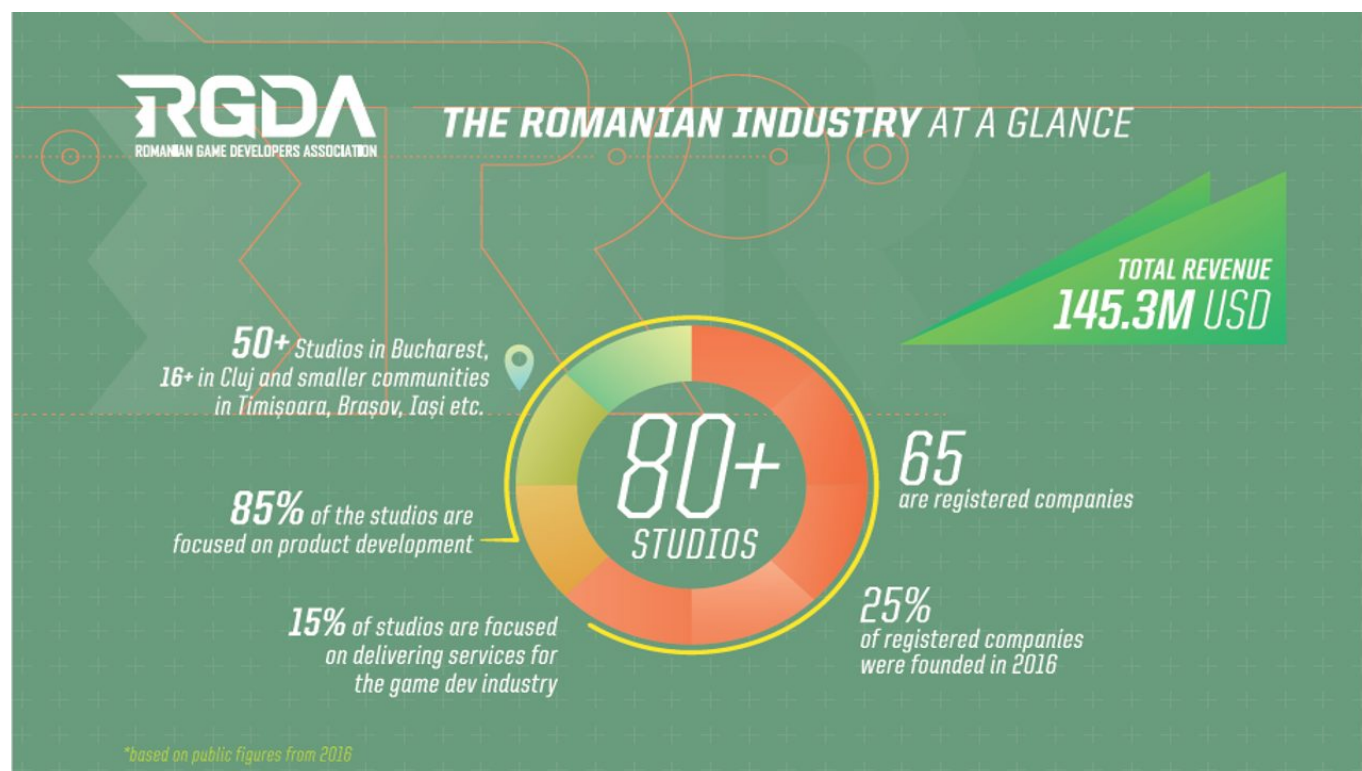
Quando si parla delle nazioni più proficue e importanti nell'industria dei videogiochi, pensiamo subito agli **Stati Uniti**, al **Giappone**, al **Canada** e all'**Inghilterra**, che nel corso degli anni hanno dettato legge e comandato il mercato del settore. Tra gli anni '80 e '90 il videogame è passato dall'essere un passatempo per pochi a un vero e proprio bene di consumo per chiunque e ciò portò e porta tutt'ora molti altri paesi a prendere parte a quella che adesso è una vera e propria "corsa all'oro" del terzo millennio. Tra i tanti che sono entrati nel mercato in tempi relativamente recenti, Italia compresa, una menzione speciale va all'Europa dell'Est, che si è aperta a questo tipo di intrattenimento e alla tecnologia in generale molto più tardi rispetto al resto del mondo industrializzato, a causa del regime comunista dell'Unione Sovietica che negava qualsiasi tipo di importazione. Adesso come allora, prodotti come computer e console sono pure espressioni del capitalismo e per la loro diffusione in quelle zone si dovette aspettare la caduta del Muro di Berlino e lo scioglimento dell'URSS.

Nonostante questa partenza a rilento, ora l'est Europa ha una posizione di tutto rispetto nel mondo dell'industry, sia per produzione che per utenza.

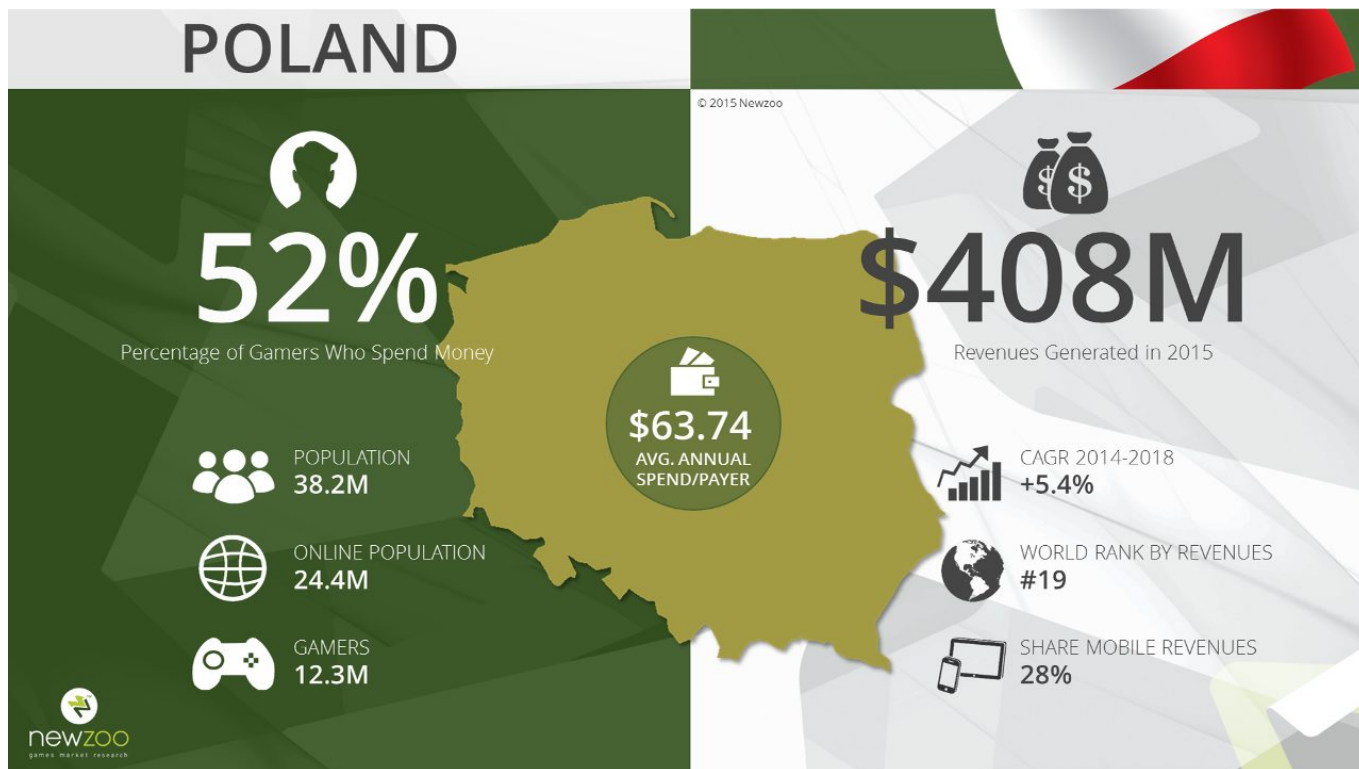


Tra le nazioni più presenti nel mercato (oltre alla Russia) spiccano la **Polonia** e la **Romania**, che contribuiscono in modo significativo al fatturato annuale che si avvicina ai **4 miliardi di dollari**. Quest'ultima, avendo un costo del lavoro molto basso, ha portato alcuni grandi colossi come **Ubisoft**, **King**, **Bandai Namco** e **Electronic Arts** ad aprirvi delle sedi che spesso e volentieri collaborano alla realizzazione dei franchise più importanti, ma spendendo molto meno rispetto agli uffici in madre patria; inoltre, sono presenti oltre 80 case indipendenti, molte delle quali riunite all'interno della **RGDA** (Romanian Game Developers Association). Grazie a questa forte presenza all'interno del paese, il ministro delle Comunicazioni e dell'Informazione **Petru Bogdan Cojocaru** ha stanziato ben **94 milioni di euro** di fondi da cui potranno attingere le aziende al 100% rumene che operano sul campo della tecnologia per aiutarne ed accelerarne la crescita. Questa manovra

potrebbe rappresentare la nascita e l'affermazione a livello mondiale di una realtà videoludica made in Romania.



Mentre la patria della Transilvania è ancora in fase di evoluzione e senza una vera e propria casa che faccia da riferimento, in Polonia si respira un'aria diversa, che sa di tempi passati e futuri, strighi e mercenari, magia e tecnologia, e una grande insegna rossa troneggia: **CD Projekt Red**; divisione dedita allo sviluppo di videogiochi di CD Projekt (che si occupa invece di localizzare e tradurre i giochi stranieri in lingua polacca) e diventata famosa grazie alla serie di *The Witcher*. Insomma, grazie a Geralt e più recentemente grazie all'hype generato da *Cyberpunk 2077*, la Polonia si è potuta fare un nome e una reputazione a livello mondiale e, i contributi di **Techland**, **11 Bit Studio** e **Flying Wild Dog** non sono certo da sottovalutare. Inoltre all'interno del paese si svolgono annualmente diversi eventi dedicati agli e-sport di importanza internazionale, come l'**Intel Extreme Masters**.



I perché del successo polacco vanno ricercati all'interno del sistema di istruzione, che forma ragazzi volenterosi e preparati ed è tra i migliori del mondo e dietro al fenomeno *The Witcher*, che dal suo primo rilascio nel 2007 ha creato un'ondata di entusiasmo generale che, unita al caratteristico **spirito indomabile** della popolazione, ha spinto molti aspiranti sviluppatori a mettersi in gioco. La scena del gaming polacco, in tutte le sue forme, è più luminosa che mai.

Una domanda però sorge spontanea: perché in Italia tutto ciò non accade nonostante sia discretamente presente nel settore? Principalmente, il governo non crede e non ha interesse in questo media, quindi non mette a disposizione fondi per chiunque voglia avviare un progetto o una **startup**. Di conseguenza, lo sviluppatore italiano è di fronte a un bivio: rischiare e investire di propria tasca o andare all'estero dove le opportunità sono maggiori; inutile dire che non sono molti quelli che decidono di restare in patria, dimostrato dal fatto che le aziende nostrane sono poco più di una ventina. E a differenza dei paesi dell'est, il costo del lavoro qui è molto più alto e non incentiva i colossi del settore a inserirsi (infatti solo **Ubisoft** ha una sede italiana). La situazione va sicuramente migliorando di anno in anno grazie al sensibile aumento di indie made in Italy, ma senza una spinta da parte dello stato con finanziamenti, abbassamenti delle tasse e del costo di lavoro, semplificazioni burocratiche e l'estensione della [Tax Credit](#) anche ai videogiochi, il progresso italiano in questo campo resterà lento a differenza di altri paesi, che pur provenendo da situazioni economiche e sociali ben peggiori, sono riusciti a fare la differenza.

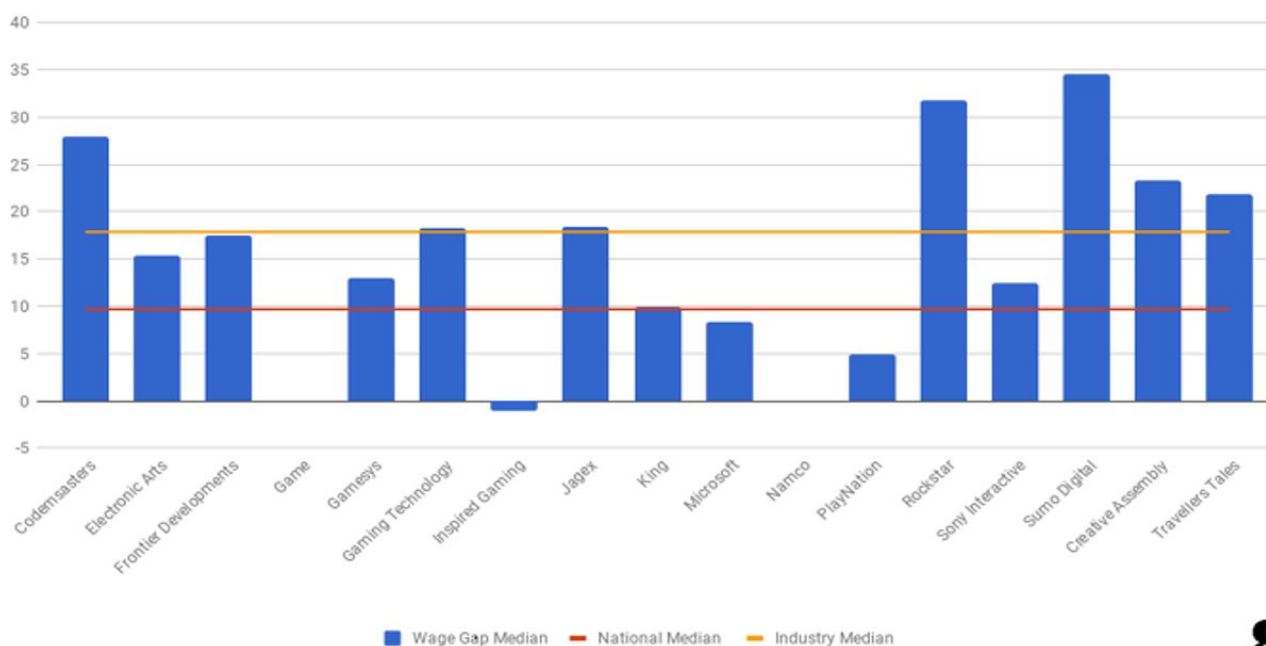
[Lo squilibrio tra uomo e donna nell'industria videoludica](#)

La disuguaglianza di genere nel mondo del lavoro non è certo una novità e purtroppo l'industria dei videogiochi non fa eccezione. È stato da poco reso noto da [Gamesindustry.biz](#), che ha stilato una

serie di grafici che mostrano la situazione lavorativa delle donne in alcune delle software house più importanti presenti nel Regno Unito come **EA, Rockstar, Namco, King, Sumo Digital** e molte altre.

Secondo i dati, in media in UK un uomo guadagna il 9,7% in più di una donna, tasso che raggiunge il 17,85% nel mondo dei videogiochi.

Median wage gap in the games industry

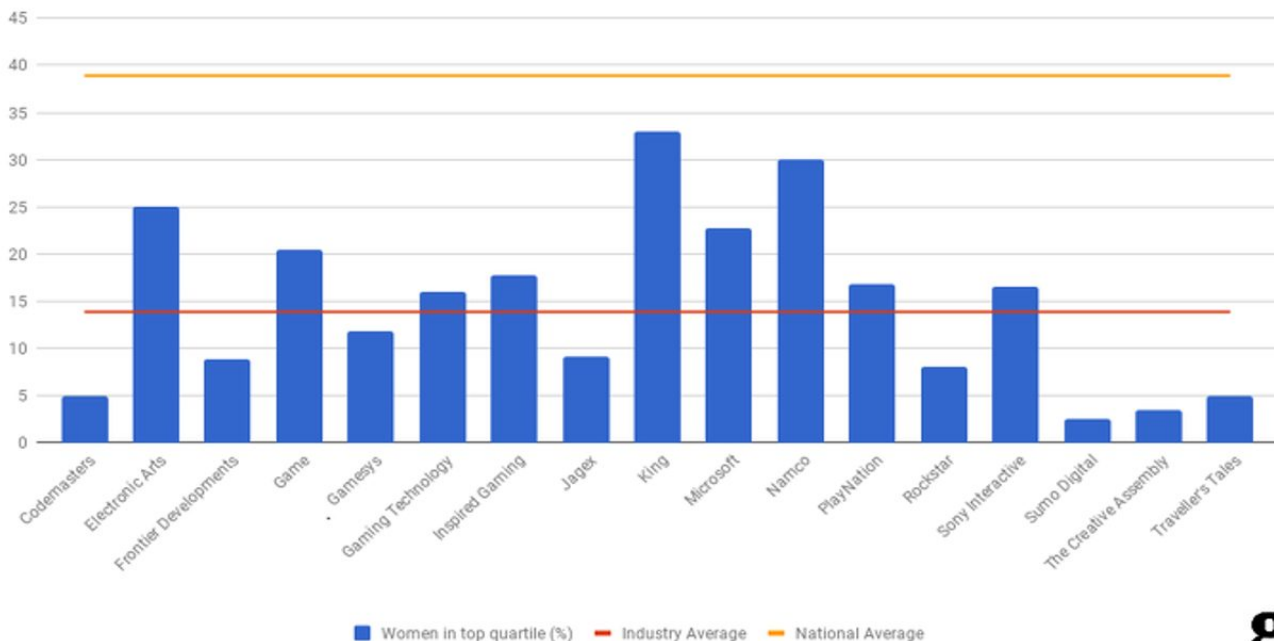


Da questo punto di vista, il podio è occupato da **Sumo Digital, Rockstar** e **Codemasters**, raggiungendo rispettivamente 34,5%, 31,8% e 27,9% e superando anche più del triplo la media nazionale. La situazione si capovolge con **PlayNation** (5,9%), **Namco** e **Game**, che sono le uniche aziende a pagare in modo equo indipendentemente dal sesso. Un caso sicuramente unico è quello di **Inspired Gaming**, che retribuisce le donne l'1% in più rispetto alla controparte.

Parliamo ora dei **quartili**: in media nelle aziende del Regno Unito solo il 38,9% delle lavoratrici rientra in quello principale, nel nostro campo si scende addirittura al 13,9%, il che dimostra quanto il "sesso debole" sia sottorappresentato.

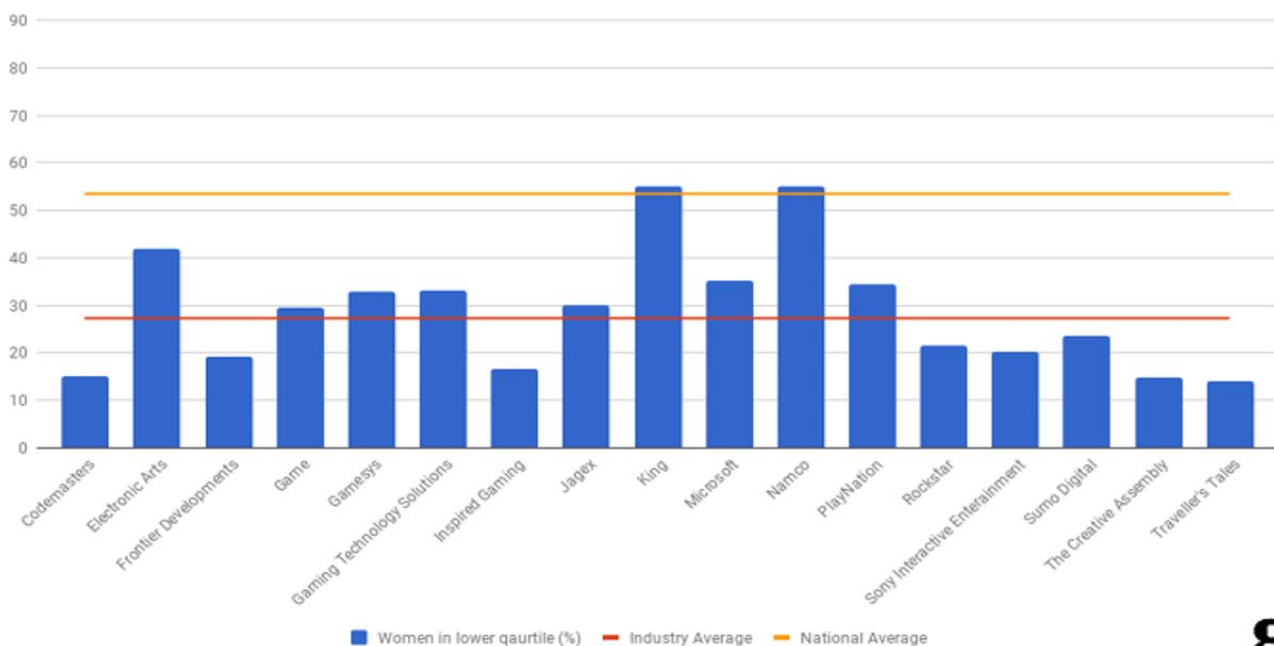
Normalmente, il quartile più basso è composto per il 46,4% da uomini e per il 53,5% da donne contro il 72,7% e 27,3% dell'industry videoludica; nel medio-basso la presenza maschile e femminile è rispettivamente del 50,6% e 49,3% paragonata con una percentuale pari a 77,8% e 22,1%. Nel quartile medio-alto invece la differenza è ancor più marcata: se generalmente vi è quasi una parità tra uomo e donna (54% e 45%), nel mondo dei giochi c'è praticamente un abisso che li divide (83% e 16,9%).

Women working in top quartile by company



La compagnia dove è presente il maggior numero di donne nei quartili più alti è **King**, seguita da **Namco**, **EA** e **Microsoft**. Per la seconda volta invece, **Sumo Digital** risulta la peggiore, avendo in ognuno dei suoi quartili non più del 2,5% composto da donne.

Women working in lower quartile by company

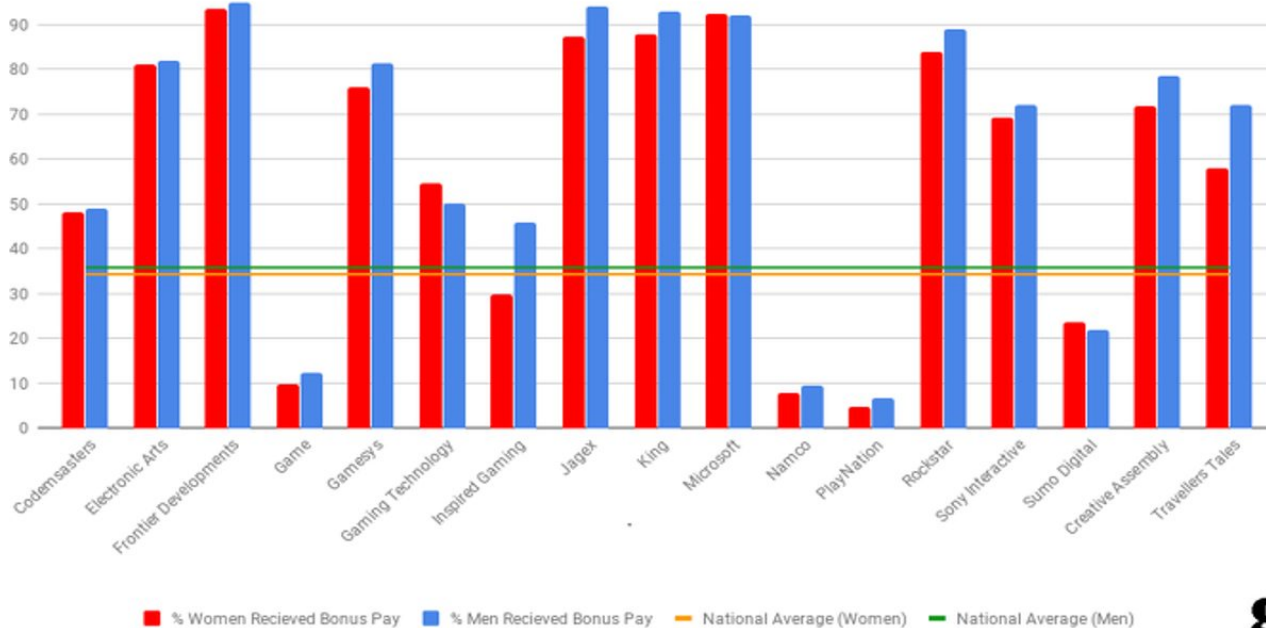


Per quanto concerne la presenza di individui di sesso femminile nel quartile più basso, la situazione sembra essere leggermente migliore: infatti sia King che Namco **superano sia la media del loro**

settore (oltrepassata da altre sei compagnie) **che quella nazionale**, raggiungendo un buon 55%.

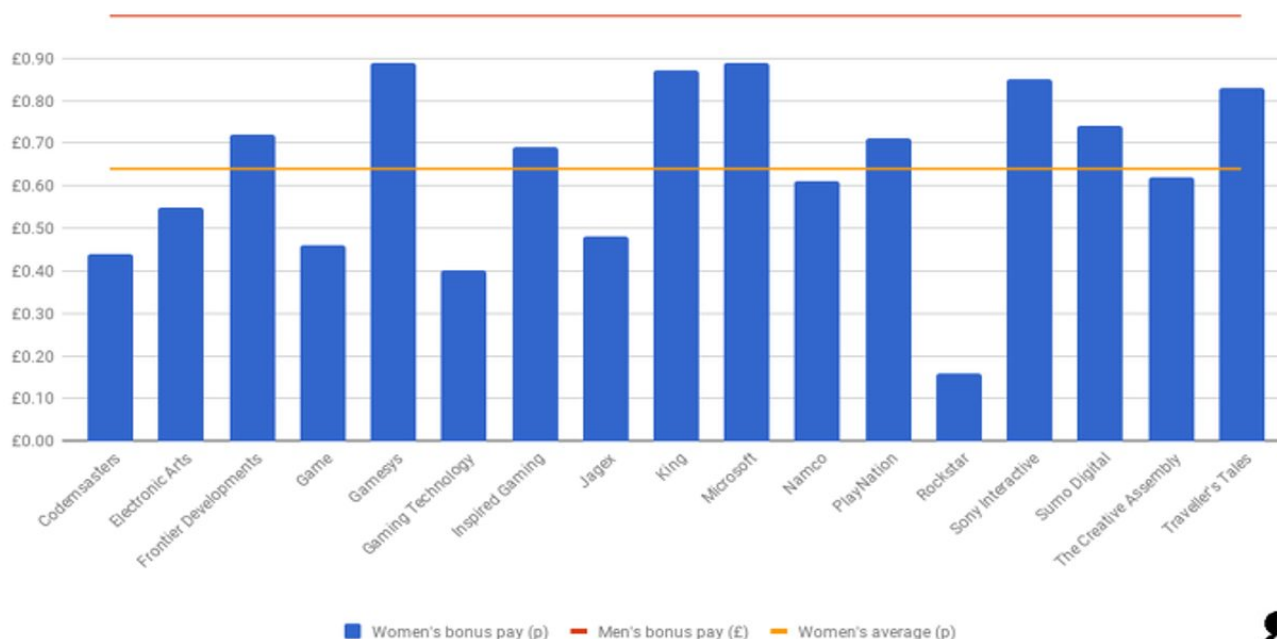
I guadagni bonus ricoprono un ruolo importante nella “*videogames industry*”, essendo molto più facile riceverne in questo settore piuttosto che in altri, ma nonostante ciò le lavoratrici non sono quasi mai messe in pari. Infatti, nonostante buona parte delle software house prese in esame superi di gran lunga la media nazionale dei guadagni bonus, **solo in tre** di queste (Sumo Digital, Microsoft e Gaming Technology) sono ottenuti in numero maggiore da donne.

Percentage of men and women that received bonuses compared to national average



L'ultima statistica su cui Gamesindustry si è concentrata riguarda il quanto guadagni in bonus una donna per ogni sterlina ricavata da un uomo.

In bonuses, how much are women paid for every £1 men get?



gi

Mediamente la paga per ogni sterlina è di 66 centesimi, terribilmente abbassati da Rockstar, che ne paga solo 16. Fortunatamente non sono pochissime le compagnie che superano la media, come **Gamesys** e **Microsoft** che sfiorano le 0,90 sterline.

Sembra proprio che la strada verso l'uguaglianza di stipendio tra i due sessi sia ancora lunga, e il fatto che la presenza femminile nel mondo del lavoro videoludico sia molto bassa non aiuta quelle aziende che cercano come possono di valorizzarla.

[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**, **Carolin Krenzer** e **Tristan Clark**, 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.

[The Seven Deadly Sins Knights of Britannia: pubblicati nuovi trailer e immagini](#)

Bandai Namco, dopo l'annuncio della data d'uscita e del contenuto della Collector's Edition, ha rilasciato una serie di **trailer** e **screenshot** del nuovo picchiaduro, *The Seven Deadly Sins: Knights of Britannia*.

Le immagini e i trailer mostrano alcuni dei personaggi che appariranno in gioco. Ovviamente saranno presenti **Melodias, Diane, Ban, King, Gowther, Merlin, Hawk, Arthur Pendragon, Twigo, Gilthunder, Jericho, Guila** ed **Elizabeth**.

A quanto sembra, il gioco avrà circa 27 personaggi giocabili, ma Elizabeth e Diane saranno disponibili esclusivamente durante le missioni in modalità Avventura.

The Seven Deadly Sins: Knights of Britannia uscirà in esclusiva PS4 il 9 febbraio 2018.

Qui sotto potrete vedere tutti i trailer e le immagini del gioco.