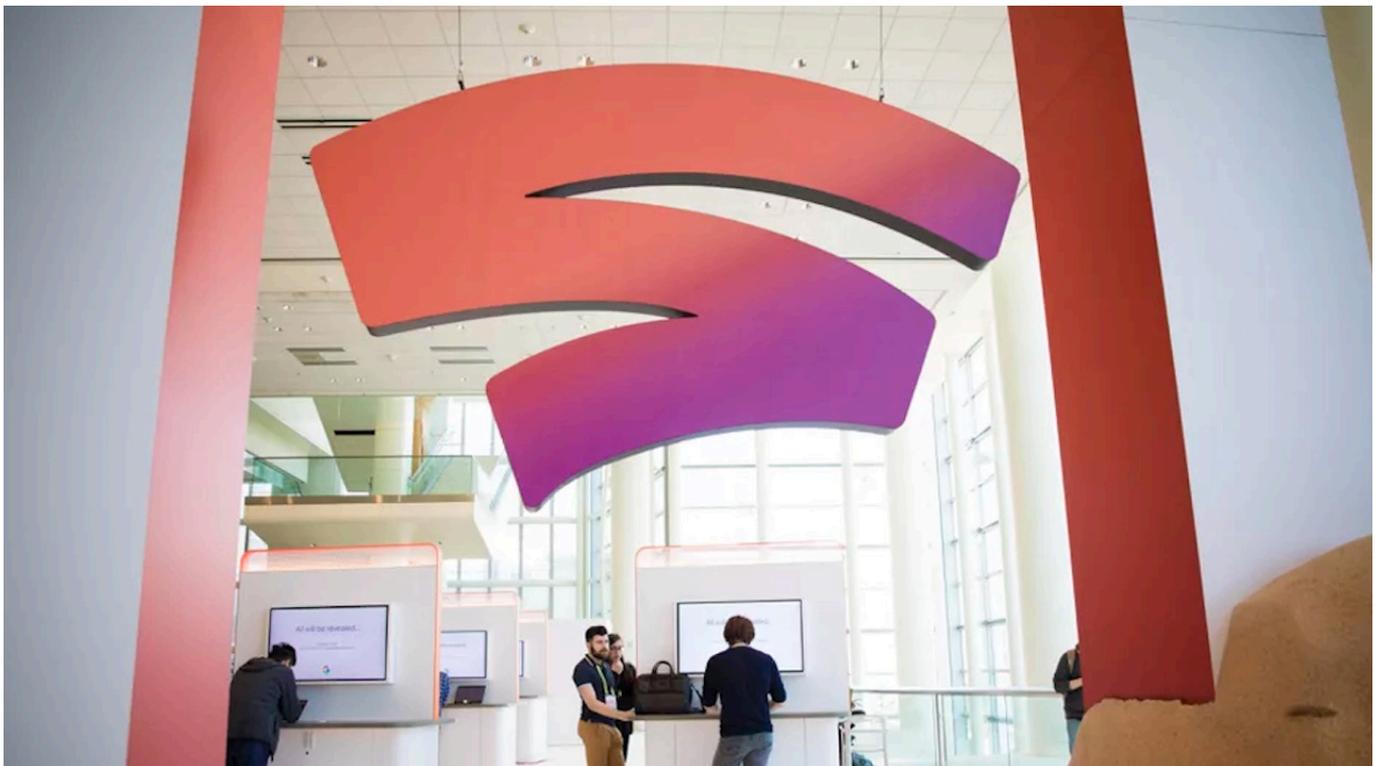


Google Stadia vs. The World

L'avvento di **Google Stadia** ha accelerato i tempi verso un futuro atteso da tutti. Del resto il *digital delivery* è sempre più una realtà prossima, con anche **Sony** e **Microsoft** che cominciano attivamente a sondare il terreno, cercando di capire quanto l'utenza sia ancora legata alla copia fisica o se cominci già a strizzare l'occhio al digitale. Gli approcci sono diversi, ma c'è un dato impossibile da ignorare: le console fisiche esistono ancora e l'avvento di **PlayStation 5** e **Microsoft Scarlett** pare procedere costante.

Google, dunque, è stata fin troppo ambiziosa o Sony e Microsoft sono state troppo conservatrici? Analizziamo in dettaglio la situazione.

Forzare il cambiamento



Da quando il servizio Stadia è stato presentato, la domanda è stata una soltanto: riuscirà Google a gestire centinaia di migliaia di videogiocatori contemporanei sui diversi dispositivi? È una domanda importante, fare il passo più lungo della gamba è un rischio che il colosso di Mountain View non può certo permettersi.

Dal canto suo, la presentazione ha avuto successo, lasciando sbalorditi gli addetti ai lavori e meravigliando i videogiocatori che, improvvisamente, hanno visto cadere le catene che li vincolavano a un singolo hardware. L'importante è giocare, poco importa su quale supporto. Del servizio streaming ancora mancano alcuni dettagli, come la **modalità di pagamento** o se serva o meno il possesso di un gioco, ma di certo le luci della ribalta al prossimo E3 saranno sicuramente puntate verso questo nuovo inizio. LE caratteristiche tecniche [ve le abbiamo già raccontate](#), sono

sicuramente molto allettanti e capaci di portare il gaming su nuovi livelli, non solo per chi gioca ma soprattutto per chi sviluppa e produce, cambiando per sempre la faccia del mercato: l'aver disponibile tutto, subito e ovunque eliminerà all'istante aggiornamenti e add-on scaricabili e patch, il rilascio di demo e beta, nonché la distribuzione in generale con i publisher che dovranno cambiare strategia comunicativa, forse più diretta e personalizzata.

Il futuro sembra proprio roseo, un futuro arrivato molto presto e capace di prendere tutti alla sprovvista. Tra questi **Sony**, **Microsoft** e **Nintendo**, con lo sviluppo di nuove console in dirittura d'arrivo, in qualche modo già obsolete.

In questo periodo però, si sta sondando il terreno, con strategie diametralmente opposte: **PlayStation Now** è realtà e sembra funzionare abbastanza bene anche nel nostro paese, anche se ancora non vanta una libreria da capogiro. Il servizio Sony ha permesso a molti utenti PC di saggiare finalmente alcuni dei suoi titoli più importati ([Bloodborne](#) su tutti), completamente in streaming, un evento totalmente inedito e fino a poco tempo di fa inimmaginabile. **PlayStation 5** è una console fisica, di cui sappiamo già le caratteristiche tecniche, che porta il gaming verso una reale next-gen; a questo punto però, next-gen non è riferito solo alla componente tecnica. Purtroppo **Mark Cerny** non si è sbottonato su streaming e servizi tangenti, ma le peculiarità della nuova console lasciano ben sperare, pur mantenendo un supporto ottico vista anche la **retrocompatibilità con PlayStation 4**.

E Microsoft? Proprio in questi giorni, la presentazione della nuova **Xbox One S All-Digital**, console interamente dedicata al digital delivery. Questa mossa, visto anche il prezzo di **229,99€**, ha lasciato interdetti i più, visto che la stessa console con supporto fisico ha lo stesso prezzo se non addirittura minore. La via della casa di Redmond è dunque diversa, ibrida, presentando ancora la "classica scatola", quasi per non disorientare l'utenza; una scelta senza dubbio interessante, e tutto questo lascia presupporre come anche Microsoft stia sondando il terreno, in preparazione della sua nuova console.

Il futuro degli altri



Alle 22:00 del 9 Giugno, Microsoft sarà chiamata a rispondere sul campo alla proposta allettante di Google e alle caratteristiche estreme di Sony. È chiaro come la divisione gaming del colosso di Bill Gates abbia imparato dai propri errori, puntando su una maggiore attenzione alla comunicazione e sui feedback della community. Proprio per questo la nuova **Scarlett** (nome ancora in codice della nuova console) è un passo cruciale per il futuro del mercato, facendo saggiare probabilmente le caratteristiche del **Project xCloud**, definito come il "Netflix dei videogame". Della nuova console si sa poco o nulla: è ovvio che sarà estremamente performante ma non è quello che interessa. Quello che conta adesso è la visione del futuro e l'approccio che Microsoft (come Sony del resto) avrà in questi mesi. Da giugno in poi, infatti, contando che Stadia uscirà a fine anno, potremmo avere un nuovo catalogo di scelta che non si baserà più sulle caratteristiche tecniche o sui titoli esclusivi ma sul tipo e sulla convenienza del servizio offerto. Questo apre un ventaglio immenso di possibilità, fatta di eventuali abbonamenti e fruibilità su diversi dispositivi. A questo proposito **Apple** non è rimasta a guardare: **Apple Arcade** non è ancora stato accostato allo streaming, certo, ma la presenza di un abbonamento per poter usufruire di titoli esclusivi è quasi certo. Questo aprirebbe il mercato a una concorrenza spietata e, nonostante l'approccio sembra essere ben diverso rispetto a Google, la casa di Cupertino sembra voler entrare a gamba tesa, sfruttando nomi altisonanti come **Devolver Digital**, **Sega** e **Konami**, facendosi via via strada nell'intricato mondo del gaming.

Nintendo rimane per ora in disparte: se è vero che in Giappone è possibile giocare a [Resident Evil VII](#) e [Assassin's Creed: Odyssey](#) in streaming su Switch, non si hanno ulteriori notizie sulle prossime mosse del colosso di Kyoto. Il suo approccio è cambiato radicalmente dopo la mala sorte toccata a Game Cube, cercando via traverse (per lo più di successo) per conquistare il pubblico. Ma adesso il mercato sta cambiando nuovamente e i giocatori, come si evince, sembrano attirati dal nuovo Eden offerto dalle nuove tecnologie.

L'avvento di Google Stadia dunque, sembra aver messo tutti sull'attenti, e fare un passo falso adesso decreterebbe un avvio difficoltoso e un gap difficilmente colmabile negli anni a venire. Microsoft, Sony, Apple e Nintendo, sono pronte a darsi battaglia portando la loro visione del futuro in un mercato che aveva disperatamente bisogno di una reale novità. La novità è arrivata, e non vediamo l'ora di entrare in un mondo che fino a pochi mesi fa sembrava fantascienza.

Chicago tassa PlayStation Plus

Tutto è cominciato nel luglio 2015, quando nella città di Chicago è stata emanata una nuova legge, soprannominata dai residenti "**legge sul divertimento**". Questa, entrata in vigore poco più di tre anni fa, impone una tassa su tutti i servizi streaming online, proprio come **Netflix** o **Spotify** per i residenti di Chicago, quindi vengono tassati servizi utilizzati da milioni di utenti nel tempo libero.

Questa imposta, che equivale al 9%, ha portato molte aziende che offrono un servizio di streaming nel territorio della grande metropoli, ad aumentare il costo dei propri abbonamenti. La stessa **Netflix** ha dovuto modificare i prezzi della sua piattaforma e la medesima cosa sta accadendo anche a Sony, che dal 14 novembre, tasserà servizi come **PlayStation Plus**, **PS Now**, **PS Music** e altri, che riceveranno un incremento dei prezzi.

Molti si sono schierati contro la scelta del Dipartimento delle finanze di Chicago, persino **Apple**, che ha cercato di far valere l'**Internet Tax Freedom Act**, una legge firmata nel 1998 che vieta la tassazione di internet e dei servizi di e-commerce, ma per adesso sembra non essere cambiato nulla. Questa tassa, non solo ha creato un malcontento generale per chi usufruisce di tali servizi, ma alla lunga potrebbe favorire la pirateria, che potrebbe portare a un consistente calo delle vendite di tali abbonamenti nel territorio di Chicago.



I servizi simili a Netflix, che permettono lo Streaming di videogiochi, stanno vivendo un periodo di crescita, soprattutto negli ultimi anni. Anche la stessa Sony ha registrato dei numeri davvero ottimi per il suo servizio di streaming videoludico, **PlayStation Now**, che ha raggiunto circa il **52%** delle entrate totali del settore, circa **143 milioni di dollari** in un solo trimestre. PlayStation Now ha superato persino il servizio streaming di **Microsoft**, **Xbox Game Pass** e quelli di **Ubisoft** ed **EA** che

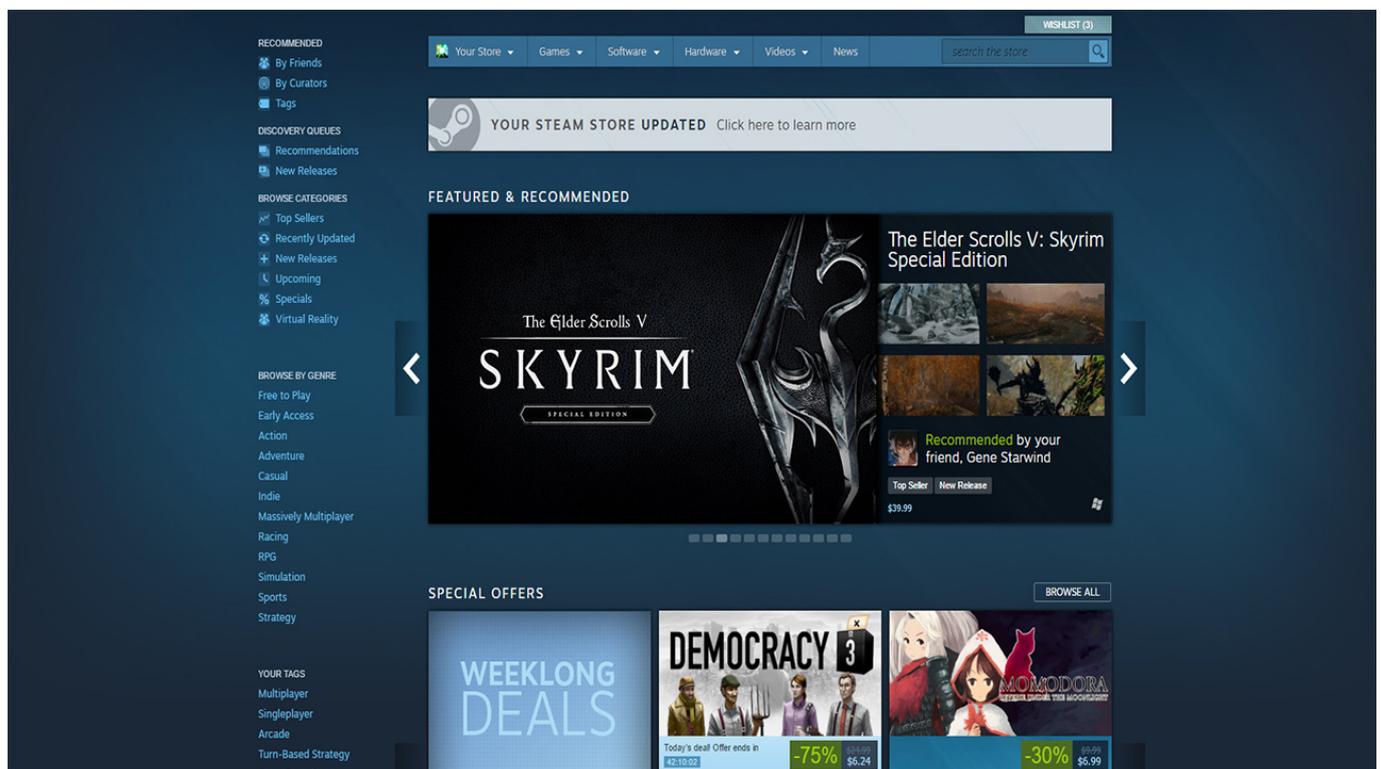
singolarmente ricavano poco meno di 90 milioni di dollari.

In totale la fatturazione del settore dello streaming videoludico si aggira a circa 273 milioni di dollari guadagnati durante il terzo trimestre dell'anno; molti utenti definiscono questa crescita come la sempre più netta affermazione dei servizi cloud e streaming, servizi che potrebbero essere la base delle nuove console next-gen.

La tassa imposta a Chicago **non influirà pesantemente su questi numeri**, ma sicuramente non è positivo per l'industria e per i cittadini che si ritrovano a pagare di più per usufruire di un servizio di streaming.

Il futuro di Steam

Facciamo un salto indietro di una decade: il **PC gaming** era ancora ad appannaggio del *retail*, con le cosiddette "big boxes", gli scatoloni di cartone contenenti floppy disk (e più avanti, CD) più altri extra come mappe, manuali e altro, che la facevano da padrone. In più, la pirateria era, all'epoca, davvero inarrestabile e fuori controllo. **Gabe Newell**, capo di **Valve**, alla fine se ne uscì con un metodo rivoluzionario per la distribuzione dell'attesissimo **Half Life 2**: creare uno store virtuale dove vendere in digitale la seconda avventura di **Gordon Freeman**, insieme ad altri giochi. **Steam** era nato, e con esso il cambiamento che di fatto salvò il videogioco su personal computer, portandolo a un successo inimmaginabile. Il passaggio dunque dalle scatole al digitale era stato compiuto, anche se ancora il *retail* su **PC** resistette e resiste in piccole dosi, visto che le confezioni dei giochi contengono dei **codici Steam** da riscattare sulla piattaforma digitale di **Valve**.



Il successo di **Steam** portò altre compagnie come **Electronic Arts**, **Blizzard**, **Ubisoft** e **CD Projekt**

Red a creare degli store proprietari come **Origin**, **Battle.net**, **Uplay** e **GOG.com**, e, nonostante si siano ritagliate una propria nicchia personale, **Steam** resta sempre la scelta primaria se si vuole giocare su PC. Ma la prospettiva riguardo al suo futuro è cambiata lo scorso anno, con l'arrivo dell'**Xbox Game Pass** di **Microsoft**, che propone un modello simile a quello usato da **Netflix**: 9,99€ al mese per poter usufruire di più di 100 giochi sia su **Xbox One** che su **PC** con i titoli **Xbox Play Anywhere**. Un sistema magari da perfezionare e probabilmente ancora di nicchia per quanto riguarda il settore videoludico, ma, economicamente parlando, può far gola a molti, soprattutto per gli utenti della console di casa Redmond.

Parliamo dei servizi a sottoscrizione mensile o annuale: **Netflix** ha letteralmente dominato il settore dell'on demand televisivo e cinematografico, mentre **Spotify** è diventato il sistema di riferimento per quanto riguarda la musica, entrambi, proponendo abbonamenti abbordabili per librerie vaste e complete. È il modello su cui si ispirano **Microsoft** e **Sony** con i rispettivi servizi, **Xbox Game Pass** e **PlayStation Now**, anche se, sfortunatamente, quest'ultimo non è disponibile in **Italia** per via dell'infrastruttura di rete insufficiente. In più si aggiunge il terzo incomodo, **Electronic Arts** con il suo **EA Access**: 3,99€ al mese, o 25€ annuali per usufruire di più di cinquanta giochi, in primis le esclusive **EA** come **FIFA** o **Battlefield**. Tre grandi compagnie sembrano aver scelto il modello delle sottoscrizioni, quattro, se aggiungiamo il modello di **Nintendo**, anche se quest'ultimo offre solamente i vecchi classici dell'era **NES**: in tutto questo, manca il servizio che ha dato il via alla rivoluzione digitale dei videogiochi. Manca proprio **Valve** con **Steam**.



Non si hanno notizie su di un cambio di rotta, visto che l'ultimo aggiornamento riguarda un rimodernamento grafico della chat, e sembra strano che i "leader" della distribuzione su **PC** non abbiano reagito alle novità portate in campo da **Microsoft**, **Sony**, **Electronic Arts** e **Nintendo**: magari **Valve** preferisce una tattica più attendista, e vedere se effettivamente i nuovi servizi delle "rivali" avranno il successo di **Netflix** e **Spotify**. Nel frattempo **Steam** continua a essere il punto di riferimento della piattaforma, grazie anche a un sistema di marketing efficace, puntando su sconti giornalieri ed eventi basati su di essi, come i recenti saldi estivi. Sistema che ha portato gli store di **Microsoft**, **Sony** e **Nintendo** ad adeguarsi. Ma sarà così anche per il futuro? Le recenti notizie sulla

politica dell'accesso libero ai giochi da pubblicare, ha generato un **abbassamento generale** della qualità, con alcuni titoli contenenti **malware**, o ancora peggio, **miner di criptovalute** (vedi il caso **Abstraticism**, recentemente rimosso dallo store) causando un **calo dell'utenza attiva** del 17%. Certo, non è un dramma per **Valve**: la sua leadership della distribuzione videoludica su **PC** sembra ancora destinata a durare a lungo, ma resta comunque strano vedere una compagnia che ha basato il suo successo sull'innovazione tecnologica restare ferma sotto questo punto di vista. Il futuro sembra spostarsi più sui servizi on demand in abbonamento e sul *cloud gaming*, e l'unico gigante che manca in campo è proprio **Steam**. Dopotutto, la storia tende a ripetersi: i videogiochi sono passati dal *retail* agli store digitali, e i servizi in abbonamento hanno dalla loro il vantaggio economico, oltre all'essere diventati uno standard per quanto riguarda media come il **cinema** o la **musica**. Adesso toccherà ai **videogiochi**, con **Steam** che farà la fine delle *big boxes*? Solamente il tempo potrà dircelo.

[Playstation Now: Digital Foundry analizza le prestazioni dei titoli PS4](#)

Sony ha aggiunto da alcuni giorni alcuni titoli PS4 nel catalogo del servizio streaming **PlayStation Now**.

Digital Foundry ha colto l'occasione per operare un'analisi del servizio dal punto di vista tecnico sul piano del frame-rate, della grafica e anche in termini di latenza,

Il parere è globalmente positivo, anche se è importante sottolineare che è necessario disporre di una buona connessione internet.

Di seguito il video completo: