

Nintendo continua ad espandersi sul mercato mobile

Si sa, in questo periodo la grande N sta passando uno dei suoi periodi migliori degli ultimi anni grazie al boom di vendite di **Switch**, ma la compagnia non si sta certo adagiando sui suoi successi, anzi, sta osando anche di più: quasi contemporaneamente all'annuncio delle [dimissioni di Tatsumi Kimishima](#) è stata resa nota una partnership tra il colosso giapponese e **Cygames**, una piccola casa di sviluppo di Tokyo che, dal 2011, produce videogiochi prevalentemente per sistemi IOS e Android. Subito dopo l'annuncio, è stato presentato il primo titolo, ovviamente per dispositivi mobile, che nascerà da questa collaborazione: **Dragalia Lost**.

Ciò non significa però che Nintendo cesserà i suoi rapporti con DeNA, grazie alla quale sono nati *Miitomo*, *Animal Crossing: Pocket Camp* e *Super Mario Run*; inoltre si occupa anche della gestione degli account Nintendo. La compagnia è persino disposta a cooperare con altre aziende per crescere all'interno del mercato mobile.

I piani di Nintendo a tal proposito non sono cambiati: la sua presenza al di fuori delle console si baserà su **IP già esistenti** così da diffonderne la popolarità a macchia d'olio; in secondo piano, punta a trasformare questo business in una delle sue principali fonti di guadagno.

Sarà una mossa azzardata dedicarsi così tanto ai prodotti per smartphone? Non resta che aspettare cos'altro sarà annunciato e il feedback del grande pubblico.

Primo grande aggiornamento per Super Mario Run

Ormai presente sul mercato da nove mesi su **iOS** e da sei su **Android**, *Super Mario Run*, che si aggiudicò ben 40 milioni di download nei primi quattro giorni dopo l'uscita (numeri che tengono testa persino ai risultati che raggiunse *Pokémon Go*) non ha ricevuto aggiornamenti degni di nota, ma dal **29 settembre** le cose cambieranno. Nintendo ha infatti annunciato per questa data un grande update che includerà non solo un nuovo mondo(chiamato **World Star**) comprendente nove livelli, ma anche la modalità **Remix 10** che permetterà di sbloccare la principessa Daisy come personaggio giocabile.

Come se ciò non bastasse per un gioco mobile, la grande N ha anche deciso di renderlo più accessibile in termini di prezzo: sarà infatti acquistabile a **€5,49 fino al 12 ottobre** anziché €10,99. Che sia questa l'occasione buona per far avvicinare chiunque non l'abbia ancora installato?

Nuovi adesivi per IOS a tema Uncharted: The Lost Legacy

Dopo aver rilasciato i giochi, alcune software house decidono di pubblicare degli sticker che potranno essere utilizzati durante le nostre conversazioni.

Gli adesivi sono esclusivamente per **IOS 10**; in passato abbiamo avuto quelli di *Super Mario RUN*, quelli di *Pac-Man*, quelli di *Destiny* e molti altri. Adesso è il turno di *Uncharted* con il DLC standalone *The Lost Legacy*.

Naughty Dog ha annunciato l'arrivo di questi sticker, che saranno scaricabili da Apple Store, con un cinguetto, mostrando le due protagoniste, Chloe e Nadine, accompagnate da una dolce scimmietta e altri animali, che ci affiancheranno durante la nostra frenetica avventura.

Questi divertenti sticker sono disponibili sull'**App Store** di Apple e saranno scaricabili gratuitamente.

Cosa Nintendo ha imparato da Super Mario Run

Il gioco per smartphone di **Nintendo Super Mario Run** è stato un grande successo in termini di download, oltre 150 milioni in tutto il mondo. Tuttavia, la società ha riconosciuto che il gioco non ha fruttato in termini economici tanto quanto aveva sperato. In un **briefing** tra investitori, recentemente, il presidente di Nintendo, **Tatsumi Kimishima**, ha riconosciuto che **Nintendo** è «ancora una nuova arrivata nel settore degli **smart device**» e ha aggiunto che la società sta ancora decidendo cosa potrebbe essere meglio nell'ambito dei modelli di pagamento.

Super Mario Run, ad esempio, sembra gratis inizialmente, ma in realtà è necessario pagare 10 dollari per sbloccare tutti i livelli. **Fire Emblem Heroes** e **Miitomo**, d'altro canto, sono gratuiti e sostenuti da microtransazioni.

«Anche se nessun singolo modello è chiaramente superiore, siamo stati in grado di imparare molto», ha detto **Kimishima** «vogliamo continuare a pensare a come i consumatori vorrebbero pagare i contenuti nelle nostre prossime applicazioni per smart device».

Tra i 150 milioni di download per **Super Mario Run**, meno del 10% dei giocatori ha pagato per acquistare tutti i livelli. **Kimishima** non ha confermato se questo fosse in linea o meno con le aspettative della società. Tuttavia ha fatto notare che, mentre il numero totale di download di **Fire Emblem Heroes** ammonta a "meno di un decimo" di **Super Mario Run**, il gioco ha effettivamente portato più entrate rispetto quest'ultimo.

«Il numero di download di **Fire Emblem Heroes** è inferiore a un decimo rispetto a **Super Mario Run**, ma la cifra totale che i consumatori hanno speso in questo titolo è superiore a **Super Mario Run**», ha spiegato.

Kimishima ha sottolineato che **Nintendo** sta studiando "un'ampia varietà" di utilizzi che i suoi

giochi mobile possono creare verso gli utenti, inclusi quelli che spendono denaro sulle microtransazioni. Il prossimo grande gioco di smartphone di **Nintendo** si baserà su **Animal Crossing** e si può prevedere che i sistemi di monetizzazione del gioco riflettano ciò che l'azienda ha appreso dai suoi giochi passati.

«Stiamo pensando di rilasciare un'applicazione usando i personaggi di **Animal Crossing** », continua **Kimishima** «la composizione e la dimensione del pubblico di destinazione variano in base ai personaggi dell'**IP** e ai contenuti di gioco, per cui vogliamo prendere ciò che abbiamo appreso e considerare tutti questi elementi per fornire un'applicazione **smart device** che i consumatori avranno desiderio di giocare per un lungo periodo.»