

L'industria dei videogiochi ha generato un ricavo di 108,4 miliardi di dollari nel 2017

Un nuovo rapporto indica che l'intrattenimento videoludico ha generato entrate superiori a **100 miliardi** di dollari lo scorso anno. Il rapporto annuale di **SuperData** del 2017 mostra, infatti, che i videogiochi per dispositivi mobili detengono ancora la fetta di mercato più ampia, generando 59,2 miliardi di dollari, seguiti da quelli PC (33 miliardi) e console (8,3 miliardi), mentre gli e-sports hanno generato 756 milioni. Nel frattempo, il settore dedicato a **VR** e **AR**, sono arrivati a generare 4 miliardi di introiti. Stando a questi dati, l'industria videoludica ha registrato un fatturato di 108,4 miliardi di dollari nell'arco dello scorso anno.

Sorprendentemente, nel campo PC e nel settore dei dispositivi mobili, si ha un riscontro più che positivo dai titoli **free-to-play**, riuscendo a generare 82 miliardi di dollari, ricavati da almeno 2,5 miliardi di giocatori, ovvero una persona su tre della popolazione mondiale. I ricavi dal settore mobile segnano un incremento di 14 miliardi di dollari rispetto al 2016, grazie anche a titoli asiatici come **Arena of Valor** di Tencent e **Fantasy Westward Journey** di NetEase, citati, in aggiunta, come contributori della crescita con il 31% del mercato. L'Asia rimane il polo centrale del mercato mobile, generando 36 miliardi di utili nel 2017, un aumento di ben 10 miliardi rispetto al 2016, ma si prevede che raggiungerà i 38,4 miliardi entro la fine di quest'anno. Al contrario, Nord America e Europa hanno generato rispettivamente 9,1 e 5,9 miliardi nel 2017. Tuttavia, i mercati occidentali rimangono di gran lunga la forza dominante nell'ambito console, con l'intero Nord America che sborsa 4,2 miliardi in giochi per piattaforme casalinghe, mentre in Europa sono 3,1 miliardi di dollari. Tutto questo mentre il continente asiatico si limita ai "soli" 200 milioni di dollari. Ci si aspetta comunque che il valore di queste cifre salirà nel corso di quest'anno.

Tra i titoli più di maggior successo troviamo sicuramente **PlayerUnknown's Battlegrounds**, generando 712 milioni soltanto nei suoi primi otto mesi post lancio, quasi il doppio dei 382 milioni derivanti da **Overwatch**, il secondo titolo di maggior successo. Nonostante abbia quattro anni, **Grand Theft Auto V** è stato il gioco più redditizio del 2017, generando 521 milioni, 9 milioni in più rispetto al secondo classificato **Call of Duty WW2**. Tuttavia, sono ben tre i titoli della serie **COD** nella Top 10 dei giochi più venduti nel 2017, con entrate combinate tra **WW2**, **Black Ops III** e **Infinite Warfare** che ammontano a 951 milioni.

Avendo realizzato 756 milioni di dollari nel 2017, SuperData prevede che gli **e-sport diventeranno un business da 1 miliardo di dollari** nel corso del 2018, con un seguito attuale di 258 milioni di spettatori. Quando si tratta di contenuti videoludici, **Twitch** rappresenta oltre la metà di tutti i ricavi con 1,7 miliardi di dollari, pari al 54% del totale. **YouTube** è al secondo posto con il 22% ed entrate di 690 milioni, nonostante detenga il doppio del pubblico di Twitch.

Facebook e LiveStreaming insieme? Una realtà sempre più vicina

Facebook incrementa i suoi sforzi per diventare, il più possibile, una piattaforma valida per i creatori di contenuti con il lancio di un **programma pilota** progettato per ottenere più streamer. Il **programma** è stato annunciato attraverso il blog degli sviluppatori del social network, senza dare

però molti dettagli: la società, dice, si impegnerà ad assistere i creatori di contenuti più di successo per realizzare una community più unita e coinvolta nei loro stessi video. Per fare ciò Facebook si avvalerà di mezzi come il suo stesso sistema social, **Instagram**, e i **siti Oculus**.

Facebook, sostiene inoltre, che equipaggerà gli streamer con gli strumenti necessari per livestream sempre più di qualità, come **il supporto al 1080p / 60fps**, e costruirà una “piattaforma” in cui i creatori di qualsiasi livello abbiano l’opportunità di crescere. Il blog, accenna anche a nuovi metodi di pagamento per lo streamer, come le **donazioni live**.

In poche parole, sembra che **Facebook** voglia ottenere streamer di alto livello, in modo da poter competere con **Twitch** e identificando allo stesso tempo i creatori che diventeranno i volti di questi sforzi.

Una piccola parte di questi è stata già messa in pratica dalla società di **Zuckeberg**, che ha già messo in evidenza streamer come **StoneMountain64** che, grazie al seguito di oltre un milione di follower, lo rende uno dei più popolari sulla scena.

Il sito ha già accolto 27.500 streamer nell’ultimo trimestre del 2017 mentre, nel frattempo, **Twitch** e **YouTube** ne hanno ospitato rispettivamente 814.000 e 293.000, quindi la strada è ancora lunga.

Resta da vedere se Facebook sarà in grado di sostenere una rapida crescita, necessaria per diventare una piattaforma di streaming competitiva nell’industria dei videogiochi. L’anno scorso, la società ha affermato il suo impegno ad ampliare la propria copertura degli **Esport**, cosa che potrebbe attrarre più streamer e pubblico al sito.

[I video gameplay sono più visti di HBO e Netflix](#)

Guardare video di **gameplay** è diventato un grande business negli ultimi anni e oggi è molto comune che gli streamer diventino famosi e ottengano una grande influenza su vari social. L’azienda americana **Super Data Research** ha pubblicato alcune statistiche, dalle quali si evince che ci sono più persone online collegati alle piattaforme di gaming streaming di tutte quelle connesse a **HBO**, **Netflix**, **ESPN** e **Hulu** messe insieme. Da quanto si evince dal grafico, **più del doppio** della popolazione degli Stati Uniti guarda streaming di gameplay e che un servizio come **Twitch** da solo farebbe più spettatori di canali e servizi come **ESPN** e **Hulu**.

More people watch GVC than HBO, Netflix, ESPN and Hulu combined.

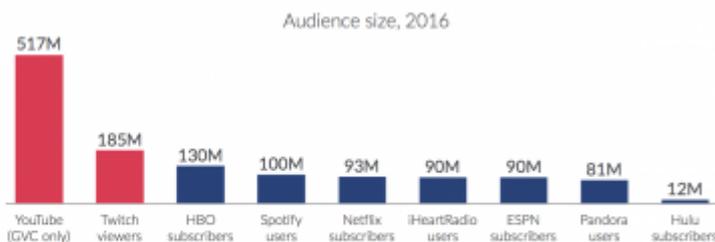
325M  **666M***
Population of the U.S. Worldwide gaming video content viewers (2017)

The audience for GVC is more than twice the size of the U.S. population.

Gaming video content refers to online videos and live streams related to all things gaming. Watching has become a mainstream activity thanks to widespread acceptance of games and the availability of easy-to-use platforms for consumers and creators.

Amazon's Twitch is focused on games and has a larger audience (185M) than legacy channels and services like ESPN.

Fans of games and the gaming lifestyle opt for content made by relatable individuals as an alternative to legacy media.



*Refers to total unique viewers who watch at least one piece of GVC during the year.
GAMING VIDEO CONTENT, 2017 | © 2017 SuperData Research Holdings. All rights reserved.



Capcom festeggerà il 30esimo anniversario di Mega Man su Twitch

Capcom ha annunciato che trasmetterà in streaming l'evento per il 30esimo anniversario di **Mega Man**, una delle sue saghe più iconiche.

L'evento prenderà luogo dalle 20:00 del 4 Dicembre fino alle 9:00 del 5 Dicembre (11AM-12PM PST) sull'account della [community Capcom su Twitch](#).

Capcom ha già sparso la voce spedendo gli inviti ai vari organi di stampa con il messaggio in allegato che recita «da non perdere a nessun costo».

Il tutto lascia molto spazio all'interpretazione; che possa essere l'evento per annunciare un nuovo gioco all'interno della serie? Per quanto questo possa riempire di speranza i fan più sfegatati è opportuno ricordare che in molti aspettavano un nuovo gioco di **Mega Man** per il 25esimo anniversario, ma ciò non accadde.

Tuttavia negli ultimi anni le cose sono un po' cambiate: anche se non è stato rilasciato alcun nuovo titolo di **Mega Man**, **Capcom** ci ha deliziati con **Mega Man Legacy Collection 1 & 2** che hanno permesso ai fan di vecchia data di rigiocare i titoli storici in HD e alle nuove generazioni di conoscere la saga del **Blue Bomber**. Inoltre, a tutto questo, c'è da aggiungere l'ondata di pareri negativi per **Mighty No. 9**, il sequel spirituale di **Mega Man** ideato dal suo creatore originale **Keiji Inafune**. Che sia il momento ideale per rilanciare il caro robottino blu?

[Destiny: stop agli aggiornamenti](#)

L'ultimo settimanale di casa **Bungie** ha affrontato la questione dei futuri aggiornamenti che avrà **Destiny** anche dopo l'uscita [del secondo capitolo](#) e dopo l'**Era del Trionfo**, ultimo evento del suo genere. *Destiny* non riceverà altri aggiornamenti né ci dovrebbero essere altri eventi, anche se molti giocatori aspettano il rilascio di un nuovo update per il bilancio delle armi, viste le lamentele dei giocatori sul nuovo meta del **PvP**, ma il direttore della community David "**DeeJ**" Dague ha affrontato questo argomento, dicendo:

«Nel nostro costante monitoraggio della community, abbiamo sentito molti di voi chiedere se l'attuale **sandbox** avrà un altro aggiornamento. Il nostro unico focus in questo momento è *Destiny 2*. Tutte le mani di casa **Bungie** sono indaffarate a rendere *Destiny 2* un seguito degno per la community. Abbiamo in programma una Beta per quest'estate che richiede la nostra attenzione. Quest'autunno daremo inizio a un nuovo ciclo di aggiornamenti continui per un nuovissimo gioco che crediamo sia la risposta a tutti i vostri commenti e suggerimenti dal lancio dell'originale *Destiny*. Speriamo che percepiate quanto il vostro **feedback** sarà importante per noi quando metterete le mani su *Destiny2*. Come al solito, vi ringraziamo per le vostre opinioni che ci aiutano a creare giochi migliori.»

Questo significa che tutti i **feedback** che verranno inviati saranno implementati in *Destiny 2*. Quindi, ancora una volta, **Bungie** ascolterà le lamentele e i consigli della community e li metterà in pratica con *Destiny 2*.

La beta si avrà quest'estate, con data ancora da decidere, ma **Bungie** sarà presente [all'E3](#) e probabilmente avremo più informazioni.

La data di lancio di *Destiny 2* è prevista per l'8 settembre e il titolo uscirà per **PS4**, **Xbox One** e **PC**, sulla piattaforma di **Blizzard**, **Battle.net**.

Passate con noi questo [E3](#), saremo in live su [Twitch](#) per seguire in diretta tutte le conferenze e rimanere sempre aggiornati.

[In onda la nuova puntata di GameCompass](#)

Oggi, venerdì 5 maggio, alle 16:50 su **Teleacras**, canale 88 del digitale terrestre siciliano, e sui nostri canali [Twitch](#) e [Youtube](#), andrà in onda la nuova puntata di **GameCompass**.

In studio **Gero Micciché**, **Simone Bruno** e **Lanfranco della Cha** parleranno di varie nuove uscite nel mondo dei videogames e di prospettive future in vista dell'attesissimo **E3 di Los Angeles**, che si terrà in terra californiana dal 13 al 15 giugno 2017.

La trasmissione andrà in replica su Teleacras:

- Sabato 6 maggio ore 16:50
- Domenica 7 maggio ore 16:00 e ore 21:15
- Lunedì 8 maggio ore 13:00 e ore 16:00
- Martedì 9 maggio ore 23:20

- Mercoledì 10 maggio ore 21:00
- Giovedì 11 maggio ore 23:20



[Il videogioco re dell'audience in streaming](#)

In base a delle ricerche condotte dal team di [SuperData](#), (specializzato nella raccolta di dati statistici sui videogiochi), circa **665 milioni** di persone in tutto il mondo, guardano clip di videogiochi su diverse piattaforme specializzate. Numeri da far girare la testa, se si considera che la stessa agenzia di ricerca afferma che la quantità di spettatori è in costante crescita, e che entro il **2021** dovrebbe avere un incremento del **21%**.

Secondo lo stesso rapporto infatti, canali come **HBO**, **Netflix**, **ESPN** o **Hulu**, non riuscirebbero a raggiungere il numero degli spettatori dei video di gioco, neanche sommando i loro dati di audience. Giusto per sottolineare quanto scritto prima, solo nel mese di febbraio, sono state guardate **100 milioni** di ore di gameplay di *League of Legend (LoL)* e **40 milioni** di ore per *Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)* sui canali di **Twitch**.

Benvenuti nel futuro.

[Streaming a pagamento su Twitch in](#)

Germania

In Germania bisognerà pagare per far streaming su **Twitch**. No, il noto sito di streaming non è diventato a pagamento in terra teutonica: il **Landesmedienanstalt**, l' autorità di controllo per radio, tv e media, ha deliberato che gli streamer dovranno acquistare una licenza per poter condividere i loro video sulla piattaforma più popolare in campo videoludico, essendo questa stata catalogata nella stessa categoria dei broadcaster televisivi e radiofonici. La **Rundfunklizenz** (la licenza di **broadcasting** in questione) non costa di certo una bazzecola, aggirandosi attorno a una cifra compresa tra i **1000** e i **10.000** euro, ma sarà necessaria per non essere considerati dei "pirati dell'etere" dalla legge tedesca, rischiando salate multe e in certi casi anche l'arresto. La legge parrebbe essere temporanea ma, in attesa di una soluzione definitiva, fra l'altro dall'esito ancora ignoto, alcuni noti **streamer** tedeschi si stanno già attrezzando richiedendo ai propri fan fondi sui siti di **crowdfunding**. Certo il problema resta per gli streamer più piccoli. La Germania non pare essere la sola nazione ad aver varato una legge simile: anche in Cina è già così da un po'.

La situazione tutt'altro che piacevole scaturirebbe dal fatto che le leggi in materia sono abbastanza retrodatate, e che ancora non sia stato disciplinato questo aspetto dei media online e la stessa Landesmedienanstalt ha annunciato di star lavorando a una legge che regoli la materia in maniera razionale.