

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.

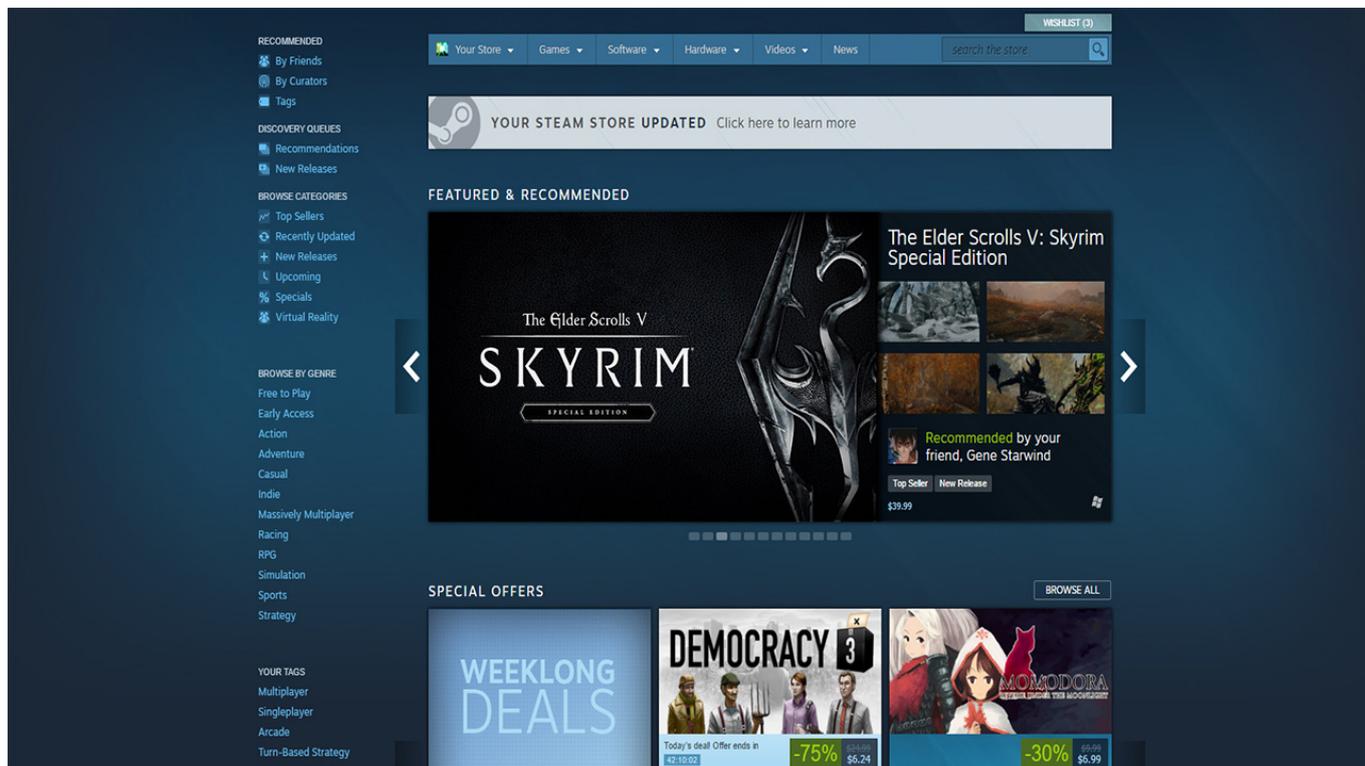
[Gamescom 2018: Halo Master Chief Collection in arrivo su Xbox Game Pass](#)

Il primo Settembre sarà il tempo di ***Halo: Master Chief collection*** su **Xbox Game Pass**. Tutti e quattro i titoli saranno dunque a disposizione del nuovo abbonamento Microsoft e aggiornati per l'occasione come **supporto al 4K** su Xbox One X, **miglioramenti al matchmaking e caricamenti**. Arriverà mai su PC? probabilmente no, ma chissà se l'aggiunta al Game Pass possa aprire qualche porticina.

Inoltre sarà disponibile l'**applicazione mobile** di Xbox Game Pass, sia su Android che iOS.

[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 abordabili 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.

[Sea of Thieves: microtransazioni in vista](#)

Di recente, i ragazzi di **Windows Central** hanno avuto l'opportunità d'intervistare **Joe Neate**,

produttore esecutivo dell'attesissimo ***Sea of Thieves***.

Durante l'intervista, **Neate** ha discusso dei suoi vari compiti da produttore esecutivo, che variano dal controllare il lavoro del team, controllare il budget, i tempi di consegna e capire la reazione dei giocatori ai cambiamenti introdotti all'interno del titolo.

Lo stesso **Neate** ha annunciato che il gioco sarà disponibile all'interno di **Xbox Game Pass** (sarà possibile provarlo gratuitamente per un mese). Infatti, secondo quanto dichiarato, la possibilità di provare il gioco all'interno di questo servizio, potrebbe far appassionare utenti che non amano questa tipologia di titoli che basano la loro vita sull'online.



Durante il suo periodo di beta, *Sea of Thieves* ha avuto ottimi riscontri sia sul piano di giocatori attivi, sia sul piano delle visualizzazioni nelle piattaforme streaming. **Neate** ha annunciato che il team di sviluppo farà tutto il necessario per garantire il miglior lancio possibile, tramite stabilità dei server e, soprattutto, grande attenzione verrà posta all'ascolto dei feedback degli utenti.

I futuri aggiornamenti, saranno strutturati in modo tale da poter rendere felici due tipi di giocatori: per i più assidui, verranno inseriti nuovi oggetti e obiettivi, in modo da tener sempre alta l'attenzione mentre, per i giocatori *casual*, vi sarà l'aggiunta di missioni e nuove funzionalità. Dopo un paio di mesi dal lancio verranno, inoltre, introdotte le **microtransazioni** attraverso l'acquisto di valuta in gioco, così da garantire agli sviluppatori entrate extra. Gli acquisti della valuta non porteranno vantaggi nella progressione ma saranno utili solamente per la personalizzazione estetica. Per esempio, verranno aggiunti animali domestici che ci accompagneranno a bordo della nostra nave e - a detta del team di sviluppo - sarà possibile sbatterli fuori tramite i cannoni.



A detta di **Neate**, non saranno presenti DLC; il gioco verrà ampliato solo con aggiornamenti gratuiti, ma al contempo, il team inventerà nuovi modi per favorire transazioni monetarie da parte dei giocatori con l'aggiunta di elementi bizzarri, come per esempio, una pozione che trasforma il proprio personaggio in un anziano.

All'interno del titolo saranno presenti eventi durante il fine settimana con **NPC** in grado di assegnare nuove missioni. Il gioco sarà aggiornato molto spesso, tanto che potremo trovare elementi di gameplay e visivi diversi dal solito, come molti più squali, cicatrici, nuovo vestiario, ecc. Il team ha come obiettivo principale quello di rilasciare piccoli aggiornamenti molto spesso per poi rilasciarne di molto più "coinvolgenti" ogni 6-8 settimane.

Sea of Thieves uscirà il 20 Marzo 2018 per Xbox One e Windows 10 a 59,99 euro o come parte di **Xbox Game Pass** a 9,99 euro al mese.

Voi cosa ne pensate? Comprerete *Sea of Thieves*?

[Sea of Thieves: una grande opportunità per Rare](#)

Sono passati tanti anni da quando **Rare**, studio famoso per aver prodotto titoli **single player** come *Banjo-Kazooie*, *Conker's Bad Fur Day* e *Viva Piñata*, ha rilasciato l'ultima IP. *Sea of Thieves* rappresenta una nuova era per lo studio, non solo come idea (come fu *Kinect Sports*) ma anche perché **Rare** si cimenta in un campo del tutto nuovo, ovvero i **multiplayer cooperativi**. Per lo studio, questo viaggio ha delineato un cambiamento culturale nel cuore dell'azienda:

«Lo studio è stato notoriamente abbastanza riservato. Generalmente annunciamo un gioco con qualche anno di attesa tra uno e l'altro, come *Willy Wonka's Chocolate Factory*. Siamo assolutamente trasparenti e comunicativi su tutto quello che stiamo cercando di fare e perché. Penso che i giocatori lo apprezzeranno e vorranno essere parte di questo progetto.»

Questo approccio è importante per lo studio non solo per la natura del titolo, poiché questa è in tutto e per tutto una **nuova IP**, senza che ci sia stata una base prima da cui partire. *Sea of Thieves* si appoggia molto sul concetto di streaming su **Twitch** e **Youtube**: durante lo sviluppo del titolo nel **2014**, le piattaforme streaming non avevano la stessa influenza che hanno oggi. Infatti il titolo nasce con l'idea di risultare divertente sia nel guardarlo che nel giocarlo.

Afferma **Craig Duncan**, produttore di *Sea Of Thieves*:

«La nostra idea è stata quella di creare un titolo divertente e coinvolgente che dia la possibilità ai giocatori di controllare le proprie esperienze e i propri viaggi, incoraggiando lo stimolo alla creatività e l'immaginazione delle persone.»

Secondo **Duncan**, insieme all'implementazione del **cross-platform** tra **Xbox** e **Pc**, il recente annuncio di **Xbox Game Pass** potrebbe stabilire un ruolo fondamentale per rendere *Sea Of Thieves* un successo.

«Avere tanti giocatori che giocano a *Sea Of Thieves* è un'ottima cosa, in particolare con una nuova IP come questa. Serve capirli, studiarli per proseguire. Le nuove IP sono veramente difficili da portare avanti, ma d'altronde se fosse stato facile tutti avrebbero potuto farlo.»

Con il lancio risalente a poco più di un mese fa, il pacchetto finale di *Sea of Thieves* è stato ampiamente definito, anche se il capo del design **Ted Timmins** afferma che è lontano dall'essere completo e che la **roadmap** degli aggiornamenti è programmata fino al **2020**.

[Microsoft risponde ai rivenditori indipendenti riguardo Game Pass](#)

Microsoft ha finalmente risposto ai [rivenditori indipendenti a seguito delle lamentele](#) per l'annuncio riguardante la novità più importante di **Xbox Game Pass**, ovvero, l'inclusione al lancio delle proprie esclusive.

Alcuni rivenditori infatti, sono rimasti molto delusi dall'annuncio, considerato come una mossa atta a colpire negativamente il mercato *retail*. Si è arrivati anche a situazioni estreme: ad esempio, un rivenditore ha dichiarato di non voler vendere più console **Xbox**.

La risposta del colosso di Redmond è arrivata attraverso un portavoce intervistato da [Games Industry](#), comunicando che il piano è quello di offrire ai rivenditori modi efficienti per promuovere **Game Pass**. Inoltre, **Microsoft** è piacevolmente sorpresa dal feedback ricevuto da buona parte dei rivenditori, studiando nuovi modi di allargare la distribuzione, ascoltando pareri e continuando a evolvere i loro piani in maniera appropriata.

La prossima esclusiva *first-party* che arriverà anche su Xbox Game Pass sarà ***Sea of Thieves***, pronta a salpare su **PC** e **Xbox One** il 20 marzo.

Game Pass: quando un vantaggio per i consumatori diventa uno svantaggio per i retailer

Ha fatto molto discutere, in questi giorni, la notizia del [rivenditore che, per protesta contro il nuovo servizio di Microsoft, Game Pass, ha eliminato tutte le Xbox dal proprio Store](#).

Xbox Game Pass sembra essere un servizio interessante per i giocatori **Xbox One** e **PC**: con **€9,99** al mese si ha infatti la possibilità di giocare a titoli che potrebbero fare gola a molti e, se dal punto di vista dei consumatori l'iniziativa è indubbiamente lodevole e interessante, non si può dire lo stesso riguardo i retailer, che si vedono sottratte potenziali vendite di singoli titoli e lo definiscono una disfatta.

«L'annuncio ha trasformato il business legato a Xbox in qualcosa senza valore nel corso di una notte. Si ha tutta la sezione dedicata predisposta e ordinata in negozio ma perché le persone dovrebbero spendere £12 o £15 per giochi di seconda mano quando possono pagare £9,99 per avere un vasto catalogo di titoli? Perché dovremmo supportarli vendendo le loro console e i loro accessori se finiremmo per guadagnare pochissimo dalla loro vendita? Non otteniamo praticamente nulla dalla loro selezione digitale, è inutile per noi. Ho delle console in negozio, ma non ho dei controller. Non ordinerò nulla ora come ora, normalmente lo avrei fatto ma ora non ho alcun incentivo, a meno che non ci sia qualcosa di estremamente scontato.»

«È molto frustrante ma abbiamo capito che a Microsoft non importa affatto dei retailer. Abbiamo ottenuto una placca che dice che siamo fornitori ufficiali di Microsoft ed è stato un bel gesto simbolico da parte loro ma adesso, che senso assume? Lo hanno fatto perché non ci supportano?»

Stephen Stangroon di **Stan's Games** afferma: «Hanno ucciso il mercato dei titoli usati».

«È complicato non avere la stessa posizione del retailer austriaco», sottolinea **Paul Lemesurier (Sholing Video)**, affermando di non sentirsi supportato da Exertis, distributore UK di Microsoft. «Game Pass avrà un effetto su tutti i titoli *first-party*. Abbiamo già detto a Exertis che non metteremo a disposizione in negozio nessuna copia di ***Sea of Thieves***. Perché farlo se i grandi negozi lo venderanno sottocosto, i rivenditori online cambieranno la data di uscita e invieranno i giochi cinque giorni prima a un prezzo minore del nostro e ora Microsoft propone il Game Pass a 9,99?»

Diversi **retailer** confermano che parecchie persone vogliono ancora il gioco in formato fisico, per una questione di gusto personale. Ma è possibile che con **Xbox Game Pass** e il suo prezzo in molti potrebbero cambiare idea al riguardo.

In chiusura ecco le parole di **Stuart Walker** (Insane Games) e **Stuart Benson** (Extreme Gamez):

«Da un punto di vista del consumatore è un'offerta ottima. Potremmo vedere alcune persone passare da PS4 a Xbox One per questo e la cosa ovviamente ci colpirebbe in negativo. Per i consumatori è fantastico. Per noi in ambito retail non fa altro che uccidere il nostro commercio.»

Il mercato retail, si trova già in una situazione precaria e l'**Xbox Game Pass** potrebbe rivelarsi la goccia che ha fatto traboccare il vaso.

Fonte: [GamesIndustry](#)