

Sfida di Natale sui videogame

Ricerca Simmaco: mercato da oltre 500mila console portatili e 3,2 milioni di pezzi dedicati al computer

ROMA ■ I consumi domestici culturali e di svago sono favoriti dalla minore disponibilità di spesa e dall'insicurezza internazionale. La parte del leone per i regali natalizi, secondo Confcommercio, allora, sarà appannaggio dell'intrattenimento casalingo: Cd musicali, Dvd e videocassette, elettronica di consumo, televisori, console per videogiochi, con tassi di crescita del 70% rispetto alla media mensile del resto dell'anno. In questo contesto, il settore dei videogiochi registra una performance anticiclica. A sua volta, il parco dei lettori di Dvd installati potrebbe superare il 15% a fine anno rispetto al 5% dello scorso Natale. La ricerca di Simmaco management consulting dedicata ai videogiochi, insomma, si apre con una nota d'ottimismo sull'andamento del mercato nel prossimo Natale. Un segmento, quello dei videogiochi, che si sta ormai collocando a tutti gli effetti all'interno dell'elettronica di consumo e della comunicazione.

La console tende a trasformarsi «in una forma embrionale di server domestico», un computer di casa dedicato al lavoro a domicilio, al gioco, alla navigazione sul Web e all'economia domestica. Anche se i consumatori sembrano ancora lontani da una logica di multiplatforma. Tendono, infatti, ad usarla principalmente per il gioco e poco, ad esempio, per vedere i Dvd con la Playstation. Il settore, del resto, nasce come gioco da bar e poi si evolve nel videogioco casalingo. Ogni salto tecnologico porta all'esaurimento del ciclo di vita della precedente console. Il mercato attuale è diviso in tre segmenti: le console, oggi a 128 bit; le console portatili; il personal computer. I produttori tendono a realizzare giochi per tutte e tre i segmenti perché oggi progettare un gioco è molto costoso e il suo sfruttamento commerciale si esaurisce in pochi mesi. «Questo — sottolinea Marco Gambaro, presidente di Simmaco — pone delle complessità agli stessi produttori, perché le console domestiche hanno sistemi proprietari non compatibili tra loro, al contrario dei lettori di compact disc o di Dvd». La qualità e la quantità dei giochi diventa quindi una variabile decisiva per il successo sul mer-

cato di una console. I cui produttori, secondo la ricerca Simmaco, tendono a vendere perfino sottocosto per creare una forte base di console installate e trarre così profitti dalle royalties richieste agli editori di giochi. La velocità nello sfruttamento commerciale, poi, rende difficile prevedere le vendite e favorisce una politica di "portafoglio", dove il successo di pochi titoli compensi lo scarso successo di tutti gli altri. Non è questa l'unica analogia tra videogames e cinema: crescono sia i costi di produzione (tra i due e i tre milioni di euro per un videogioco, con 20-30 persone coinvolte per 18-24 mesi, in media) sia quelli di marketing. I profitti sono in entrambi i casi generati da un numero ristretto di leader di mercato. Vi

è, del resto, una "circolazione" di titoli e star tra i due settori: film che diventano giochi — Guerre Stellari ne ha generato 19 differenti — e viceversa (il caso Lara Croft ma non solo). Il Signore degli Anelli, primo episodio, ha incassato 3,6 milioni di euro nelle sale, venduto oltre 912mila pezzi in home video al lancio e 80mila videogiochi. Un segmento commerciale non necessariamente cannibalizza l'altro.

Sul mercato, Microsoft ha lanciato la sfida alla Sony e alla sua Playstation. La nuova console X-Box ha richiesto un investimento di 550 milioni di dollari, con un prezzo di lancio a 479 dollari, 180 più della Playstation2 e 280 più di GameCube. Dopo due mesi, il prezzo di Xbox si è dovuto allineare a quello della Playstation2, a 299 dollari. A giugno il prezzo di entrambe è sceso a 199 dollari ma, in Rete, Xbox è offerta insieme a due giochi a 179 euro. Una guerra combattuta sul prezzo oltre che sul software, vale a dire sui giochi. Nel software delle console, il fatturato 2002 stimato da Simmaco è di 200 milioni di euro, con 4,5 milioni di giochi venduti e una forte leadership di Sony-Playstation. Nelle console portatili (dove Nokia e Playstation stanno per attaccare il leader Nintendo) si sono venduti 500mila pezzi per 16 milioni di euro di fatturato. Per i giochi dedicati al Pc, il fatturato è stimato in 80 milioni di euro, con 3,2 milioni di pezzi.

*Cresce
l'offerta
di titoli
in comune
con l'industria
mondiale
del cinema*