

TEMA

I VIDEOGIOCHI NEL MERCATO DEI CONTENUTI

L'industria dei videogiochi è il settore che ha ottenuto negli ultimi decenni il maggior successo nel campo dell'editoria elettronica. La stima del suo fatturato mondiale nel 2012 è di 67 miliardi di dollari: più del doppio del fatturato mondiale del cinema in sala (32,6 miliardi di dollari) e il quadruplo di quello della musica registrata (16,6 miliardi di dollari). Ciò è dovuto non solo alle dimensioni del suo fatturato e ai suoi tassi di crescita, che sono stati per trent'anni molto dinamici e che solo negli ultimi tempi hanno manifestato in alcuni segmenti segnali di difficoltà. Più che in altri casi dell'editoria elettronica il suo successo ha indotto la rapida crescita del mercato dell'hardware, le console necessarie al gioco, che hanno raggiunto oggi l'ottava generazione tecnologica, basata su elaboratori sempre più potenti, e centinaia di milioni di pezzi venduti in un mercato di dimensioni mondiali. Anche se una parte del mercato riguarda i videogiochi da computer, quello legato all'uso delle console ha svolto il ruolo di guidare lo sviluppo del settore con la caratteristica di essere legato per molto tempo a un rapporto bi-univoco tra hardware e software. Infatti a ogni piattaforma ha corrisposto un tipo di software di gioco, anche se gli editori di videogiochi pubblicano ormai i loro prodotti in molti casi utilizzando software adatti a vari tipi di console.

Mentre possiamo considerare il mercato dell'hardware come un unico mercato mondiale, dominato ancor oggi da imprese giapponesi, in particolare Nintendo, Sony e, fino agli anni '90, Sega e dall'americana Microsoft, il mercato del software ha una struttura a due livelli. Un primo livello è quello degli editori che operano anch'essi sul mercato mondiale di massa, mentre un secondo livello è quello di editori che operano in mercati di nicchia di tipo tematico o geografico.

Oltre alle sue dimensioni economiche, l'industria dei videogiochi rappresenta un segmento di grande rilievo per l'industria elettronica, sia hardware che software, anche per un altro motivo. Fin dagli anni '80 si è trattato di un settore con forti tassi di crescita e grandi fatturati concentrati nelle mani di un numero limitato di imprese in forte competizione tra loro. Si è creata così una situazione particolarmente favorevole per gli investimenti in ricerca e sviluppo tecnologico. La competizione tra i principali protagonisti del mercato si è basata fin da quegli anni sulla messa a punto di nuove console e nuovi software sempre più potenti che hanno rinnovato periodica-

mente il mercato Negli altri settori dell'editoria elettronica si è dovuto attendere molto tempo per raggiungere risultati economici positivi e la frammentazione del mercato ha ridotto drasticamente la capacità di investimenti in ricerca e sviluppo delle imprese. Al contrario la produzione di videogiochi, per le ragioni dette, è stato il settore che ha potuto inventare, sperimentare, potenziare linguaggi con un progressivo arricchimento sia delle componenti grafiche, sia del livello di interattività del gioco: due elementi strategici per il successo dei videogame, capaci di accrescere progressivamente il livello di attrazione e di coinvolgimento del giocatore. Ma anche due campi di innovazione capaci di provocare la rapida obsolescenza delle generazioni tecnologiche precedenti e di indurre i consumatori a rinnovare periodicamente le proprie dotazioni sia di attrezzature che di giochi.

Negli anni più recenti si è aperta una nuova era nel campo dei videogiochi, che ha cambiato abbastanza profondamente l'intero settore. Si tratta del passaggio dai videogiochi off line, giocati su una console domestica isolata, ai giochi online in cui il giocatore usa una console, un computer o un altro tipo di terminale (dallo smartphone all'iPad), fisso o mobile, connesso alla rete. La rete offre varie possibilità di accesso ai giochi, che dipendono dalle sue condizioni tecniche (larghezza di banda) e dalle condizioni economiche definite dall'editore/distributore, e permette anche di acquisire in varie forme strumenti di gioco. Inoltre, il gioco attraverso la rete si può svolgere tra una molteplicità di giocatori. Ciò comporta evidentemente un salto di qualità del gioco che passa dall'interazione tra il giocatore e la console (o altro terminale isolato), localizzati in uno stesso spazio, all'interazione a distanza tra giocatori, che hanno la possibilità di veder crescere in modo esponenziale la complessità e l'imprevedibilità del gioco.

Il dossier che presentiamo è composto da tre articoli. Nel primo, Jean Paul Simon definisce il mercato mondiale dei videogiochi, articolato nelle sue componenti geografiche e tecniche principali, e ne offre una stima, segnalando però la mancanza di dati ufficiali disponibili e la necessità quindi di affidarsi a diverse fonti parziali. Inoltre ricostruisce la catena del valore del settore descrivendo le varie fasi del processo dallo sviluppo del prodotto, alla sua edizione e distribuzione, fino alla vendita al consumatore finale. Una particolare attenzione è data, infine, alla situazione dell'industria dei videogiochi in Europa, ai suoi problemi e alle sue prospettive.

Nel secondo saggio, Giuditta De Prato prende in considerazione il segmento attualmente più dinamico dell'industria dei videogiochi, quello che riguarda i videogiochi online. Dopo una breve rassegna della letteratura destinata a definire con precisione il settore, l'articolo offre una descrizione dell'ecosistema industriale dei videogiochi in rete, delle caratteristiche del processo produttivo e della catena del valore. Sono anche affrontati i principali modelli tecnico-economici di produzione e distribuzione di videogiochi in rete.

Nel terzo articolo di Flavia Barca e Mauro Salvador vengono analizzate le caratteristiche e la struttura industriale del mercato italiano del videogame. Nella prima parte sono evidenziati i tratti significativi e le peculiarità del settore a livello generale attraverso letture sincroniche e dia-

croniche dei dati di vendita relativi, che confermano in modo abbastanza netto le tendenze degli altri principali mercati internazionali, in particolare per quanto riguarda i comparti hardware e mobile. Nella seconda parte, ci si sofferma sull'attuale realtà industriale del paese indicando i vari attori della filiera (sviluppatori, publisher, distributori) e, attraverso un'analisi desk, i protagonisti del game development. La lettura diacronica di utili e fatturati di 24 aziende in particolare permette di identificare le profonde difficoltà, economiche strutturali e istituzionali, che ostacolano la formazione di una solida industria nazionale del videogame, nonostante i cambiamenti intervenuti, a livello istituzionale e strategico, negli ultimi anni.

(Giuseppe Richeri)