

Come divertirsi ai videogiochi senza perdere il controller

Gaming online

Luca frequenta il primo anno di tirocinio come pittore. Dopo la scuola si collega spesso con i compagni del corso per giocare a FIFA. Anche lui come gli altri è entusiasta della nuova versione.

Per poter giocare con loro a FIFA Ultimate Team (FUT) online sulla Playstation ha sottoscritto un abbonamento mensile (► [Season-Pass](#)) da CHF 4.50 all'EA Play. I suoi amici giocano a FUT da più tempo e si sono già costruiti le loro squadre. Hanno anche a disposizione più FUT Coins (► [Moneta del gioco](#)), vinti nelle partite online o ottenuti tramite le compravendite nel mercato dei trasferimenti. Luca vorrebbe recuperare per misurarsi con loro e condividere l'esperienza di gioco. Per sviluppare più velocemente la squadra e migliorarne le prestazioni è anche disposto a investire parte del salario di tirocinio.

Pay-to-win

I giochi inizialmente gratuiti sono chiamati free-to-play (F2P). È chiaro però che oggi nessun videogiochi è completamente gratis. Spesso quelli online integrano più modelli di business attraverso i quali ottengono un profitto. Nel caso di FUT si tratta di un modello pay-to-win, cioè paga e vinci. In sostanza, ciò che si ottiene al prezzo di molte ore di gioco, oggetti utili, personaggi più forti o, in generale, nuove opportunità, diventa immediatamente disponibile pagando una certa somma in moneta reale. Chi paga avanza più rapidamente degli altri o diventa imbattibile grazie a un equipaggiamento migliore: pay to win appunto.

Nel ► [negoziario virtuale](#) ha a disposizione diverse possibilità di potenziamento: aprire i pacchetti FUT o acquistare giocatori nel mercato dei trasferimenti. Decide di comprare dieci pacchetti per un totale di 1600 FIFA Points, pari a CHF 13.80. Gli bastano due clic dato che ha già registrato la sua carta di credito nello store della Playstation. I pacchetti contengono una selezione casuale di giocatori e altri oggetti. Tuttavia, le possibilità di trovarci Lionel Messi o Cristiano Ronaldo (vale 7,4 milioni di FIFA Points) sono scarsissime. Luca non ha fortuna, nei suoi pacchetti non trova nessun giocatore di punta.



Glossario

- **Season pass** abbonamento generalmente per un mese, consente di accedere a contenuti estesi per tutto il periodo di validità.
- **Negoziario virtuale (in-game shop)** spazio all'interno dei giochi online dove è possibile acquistare la moneta del gioco (in-game currency) con soldi veri. A seconda del game è possibile comprare anche i contenuti più diversi per potenziare le prestazioni o migliorare la propria immagine.
- **Moneta del gioco (in-game currency)** è la valuta corrente dei negozi virtuali. È possibile ottenerla al termine di difficili ore di gioco oppure acquistarla con soldi veri nell'in-game shop. La moneta del gioco serve principalmente a camuffare il prezzo reale dei prodotti, e spesso il corso di cambio è appositamente studiato per rendere più difficile il calcolo della conversione.
- **Skin e accessori** elementi di per sé irrilevanti che servono unicamente a rendere esteticamente più attraente il proprio avatar, ma non portano alcun vantaggio di gioco.

Status symbol

Nella cerchia di amici di Luca, però, il pay-to-win viene ben presto stigmatizzato perché fa leva non sulle capacità, bensì sul portafogli di chi gioca. Luca decide di passare a Fortnite, un videogioco interamente gratuito (F2P). Nonostante sia a costo zero raggiunge ogni anno un fatturato miliardario soltanto con la vendita di ► [skin e accessori](#), acquistati per modificare l'immagine e le armi del proprio avatar. Esattamente come nella vita reale, anche in quella virtuale "gli abiti fanno le persone".

Nel weekend Luca fissa una sessione di Fortnite insieme a tre amici. In modalità online è possibile giocare in quattro in un team. Da un bus volante l'avatar di Luca si lancia insieme ad altri 99 personaggi sopra una piccola isola. Una volta atterrati vale la regola dei Battle Royale Games, cui Fortnite appartiene: tutti contro tutti; vince chi resta in piedi. I quattro concordano la strategia di gioco via chat. Dato che il prezzo di una skin si colloca a metà tra un kebab e due pranzi alla mensa scolastica, Luca si concede senza troppi ripensamenti da una a due skin a settimana pagandole in V-Bucks ► [Moneta del gioco](#), così almeno si risparmia le battutine di chi in chat lo prende in giro perché usa l'aspetto di default.

A fine mese Luca riceve l'estratto conto della carta di credito. Per le sue skin ha effettuato sei microtransazioni per un valore totale di CHF 72.00. Aggiungendo i CHF 4.50 del pass EA e i pacchetti FUT da CHF 13.80 arriva alla ragguardevole cifra di CHF 90.30. Un bello shock, non pensava di aver speso così tanto per un mese di gaming. Ora è costretto a intaccare le riserve del mese, una vera scocciatura dato che già da un po' stava mettendo da parte i soldi per comprarsi un paio di sneaker in edizione limitata.

Buono a sapersi

- I giochi sono concepiti per spingere a pagare importi molto ridotti (microtransazioni). In questo modo i produttori videoludici abbassano al massimo la soglia psicologica di spesa, ma con la somma di tutte le microtransazioni realizzano guadagni miliardari.
- La moneta del gioco camuffa il valore reale degli acquisti in-game e rischia di far perdere rapidamente il controllo sui costi.
- I tempi che intercorrono tra una microtransazione e l'altra rendono più difficile stimare i costi complessivi.
- In molti giochi si viene tempestati con «offerte speciali». Proporre costantemente momenti di successo e di gratificazione prolunga il tempo di gioco e aumenta la propensione a spendere piccoli importi.
- Con la profilazione degli utenti i produttori videoludici acquisiscono dati personali in modo massivo, che sfruttano poi per proporre acquisti extra su misura.
- Il modello di business F2P è la causa principale di indebitamento da gaming. I gruppi target più colpiti sono i giovani e i cosiddetti «casual gamer».