

Monster Hunter World e la strategia vincente di Capcom

Monster Hunter non è di certo una delle saghe più famose in Occidente, ma l'ultimo capitolo ha riscontrato un successo ragguardevole in tutto il mondo.

Capcom da anni cerca di creare una forte community globale, come già successo in Giappone; infatti, dalla pubblicazione del primo titolo per **PS2**, nel 2004, e soprattutto dall'avvento della **PSP**, moltissimi ragazzi hanno cominciato a giocare insieme a *Monster Hunter* incontrandosi nei vari caffè, fast food e centri commerciali di tutto il Sol Levante.

Monster Hunter ha incontrato **moltissima difficoltà** a trovare un pubblico al di fuori della Madre Patria, e questa difficoltà è ancora, seppur in minima parte, presente. Non è raro che alcuni giochi riescano facilmente a trovare seguito in Giappone e, al contempo, che abbiano difficoltà all'estero (o viceversa); solitamente sono sempre titoli minori, di nicchia, e non saghe del livello di *Monster Hunter*.

Uno dei pochi grandi franchise che funziona in Giappone ma che delude gli occidentali è sicuramente **Dragon Quest**, semplicemente perché si tratta di una saga che gioca bene sulla nostalgia verso i giochi del passato per vendere, una nostalgia che non fa presa sul pubblico occidentale (che volge lo sguardo ad altri oggetti del passato), stessa sorte che ha incontrato la saga di *Monster Hunter*.

Capcom ha trovato in Giappone una vera fortuna e non sorprende che Capcom abbia l'ambizione di ripetere il proprio successo anche oltreoceano. Il dato davvero singolare, però, è che lo sviluppatore di *Street Fighter* abbia continuato a provare, nonostante diversi fallimenti, a ottenere per la propria IP un mercato forte e stabile anche in Occidente. Molte aziende del settore avrebbero desistito ben presto dall'intento di diffondere un franchise come *Monster Hunter* nel mondo, e avrebbero più comodamente abbandonato il mercato giapponese per concentrarsi su altri mercati.

Capcom, con la propria scelta di in termini di strategia di business, **non ha spinto così tanto Monster Hunter in Occidente**, in questi anni, ma ha battuto la strada per renderlo un franchise globale, trattandolo da **asset chiave della propria strategia aziendale**.

Le scelte del team di Capcom per assecondare i gusti di un pubblico internazionale, e quindi molto eterogeneo, ha investito le scelte sul piano creativo, ma anche le decisioni aziendali fondamentali per il lancio di **Monster Hunter: World**. Il gioco è arrivato di recente su **PlayStation 4** e **Xbox One**, ma il mercato console del Giappone è del tutto differente da quello del resto del mondo: PS4 ha venduto più di 6 milioni di console in terra nipponica, ma resta comunque un numero inferiore al potenziale di vendita di Nintendo **3DS**, che è stata la piattaforma principale per la saga dal 2013. Xbox One, invece, è una console quasi inesistente sul mercato giapponese. Questo significa che Capcom ha sviluppato il gioco per piattaforme di certo non popolari nell'unico paese che in precedenza ha rappresentato uno dei più importanti mercati per la saga, con la piena consapevolezza che avrebbero dovuto affrontare varie difficoltà per vendere il gioco.

Capcom ha deciso di sviluppare sulle piattaforme Sony e Microsoft perché così avrebbe attratto il mercato occidentale, ma c'è anche un'altra ragione: in Giappone 3DS è ancora una piattaforma di successo, ma le possibilità per *Monster Hunter* di espandersi e svilupparsi sulla handheld di Sony erano ormai minime; **Switch** non era stato annunciato quando iniziò lo sviluppo di *Monster Hunter: World*. La società avrà sicuramente ritenuto che PS4 fosse la migliore opzione in questo momento, indipendentemente dal basso numero di console vendute in Giappone, così da poterla sfruttare per le vendite in occidente.

La decisione presa da Capcom alla fine è stata azzardata, ma ha pagato: avrebbe potuto fallire irreparabilmente. La saga ha riscosso molto successo anche nel resto del mondo, e

fortunatamente Capcom ci ha creduto: ha dato fiducia alla saga di *Monster Hunter* e quella fiducia, adesso, ha dato i suoi abbondanti frutti. Nelle ultime settimane, l'ultimo titolo di *MH*, ha fatto discutere molto positivamente di sé, sia dai fan, sia da chi, la saga, non l'aveva mai giocata prima. A questo coraggio di uscire dai propri confini non si può che far un plauso.