

La sfida di Facebook a Twitch e Youtube

Nei primi mesi dell'anno, **Facebook** ha introdotto il suo **Gaming Creator Pilot Program**, un'iniziativa mirata ai *content creator*, come **PewDiePie**, che offre la possibilità di streammare a 1080p/60fps e con possibilità di monetizzazione dei video. Una mossa che conferma la decisione del social network di puntare più sulla creazione di una vera e propria stazione televisiva a portata di smartphone, ovvero **Facebook Watch**: difatti, se nel lato sportivo fanno eco gli accordi con **Fox** per trasmettere la **UEFA Champions League** e alcune partite pomeridiane della **MLB** (la lega americana di baseball), sul lato videoludico risaltano gli accordi per portare su **Facebook Watch** alcuni tornei della **Electronic Sports League**, principalmente i tornei di **Paladins** e di **Counter Strike: Global Offensive**.

Tutto ciò che manca a **Facebook** per competere con **Twitch** e **Youtube** sono gli *influencer*. Come citato da **Guy Cross**, direttore delle partnership americane della compagnia:

«Stiamo cercando dei partner che hanno la capacità di attirare pubblico, ma che credono anche nel progetto. Vogliamo costruire qualcosa di speciale che unisce sia gli strumenti già a disposizione per gli *streamer*, che le novità proposte da Facebook. I *content creator* videoludici sono i benvenuti sulla piattaforma: lo scorso anno abbiamo sperimentato molto e abbiamo ricevuto molti suggerimenti che ci hanno permesso di migliorare e di investire ancora di più i nostri sforzi su questo lavoro.»

Facebook vuole puntare a diversificare la propria proposta da **Twitch**: in quest'ultimo i giochi di tendenza la fanno da padrone, mentre **Facebook**, forte dei 2,2 miliardi di utenti (secondo i dati degli ultimi mesi del 2017), vuole abbracciare qualsiasi tipo di gioco. Gli streamer registrati al nuovo programma hanno già la possibilità di ricevere donazioni dagli utenti, lo streaming a 1080p, e secondo **Cross** «si sta lavorando insieme ai *content creator* per l'aggiunta di altre opzioni».

Insomma, sembra proprio che il social network creato da **Mark Zuckerberg** stia seriamente puntando sul mercato dello streaming video, ma ci sarà spazio per loro in un mercato dominato da **Twitch** e **Youtube**? **Cross** dice la sua al riguardo:

«Molte aziende, come sviluppatori di giochi tripla A o *broadcaster* di eventi e-sport, si sono dimostrati molto interessati al nostro progetto. Il settore del gaming è vasto e continuamente in crescita: su Facebook abbiamo più di 800 milioni di utenti che usano i giochi della piattaforma, e se contiamo anche gli utenti che partecipano attivamente ai gruppi riguardanti i videogiochi, oppure che condividono video appositi, i numeri sono davvero importanti.»

Ma **Cross** e **Facebook** devono stare attenti alla percezione del pubblico riguardo al social network: essendo un social più diretto i contenuti rapidi la fanno da padrone, con video dalla durata molto ridotta, e dove, in generale, gli utenti non passano molto tempo, preferendo più un approccio "mordi e fuggi":

«Sappiamo che Facebook non è necessariamente un posto dove passi gran parte del tempo, gli utenti sono più abituati a loggare continuamente in più fasi del giorno. Per questo abbiamo bisogno di puntare su Facebook Watch, dove verranno offerti contenuti dalla durata maggiore,

come serie tv, eventi sportivi o varietà d'intrattenimento.»

Eppure, la più grande sfida per **Facebook** resta quella dei puri numeri: lo scorso anno, il social network ha ospitato **27.500 streamer** attivi. Numeri irrisori rispetto agli **814.000 di Twitch** e ai **293.000 di Youtube** e, considerando che **Twitch** e **Youtube** sono già facilmente a disposizione degli utenti **Playstation 4** e **Xbox One** che vogliono cimentarsi nel *live streaming*, sembra proprio che **Facebook** stia per intraprendere forse la sua sfida più difficile negli ultimi dieci anni. Nonostante tutto, **Cross** sembra fiducioso nella riuscita del progetto:

«Stiamo tenendo d'occhio altre piattaforme per vedere i loro pregi e difetti. Ci vorrà un po' di tempo prima di partire attivamente con questo progetto, ma nell'anno appena passato abbiamo compiuto molti test che ci hanno permesso di fare molti passi in avanti.»

Insomma, vedremo se **Facebook** riuscirà a emergere come seria contendente al trono del *live streaming*, detenuto da **Twitch**. Anche se, visti i record ottenuti da **Ninja** (che recentemente ha avuto in live una star del mainstream come il rapper **Drake**), sembra che il social di **Mark Zuckerberg** dovrà prepararsi a un'ardua salita.