

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.

[Facebook e LiveStreaming insieme? Una realtà sempre più vicina](#)

Facebook incrementa i suoi sforzi per diventare, il più possibile, una piattaforma valida per i creatori di contenuti con il lancio di un **programma pilota** progettato per ottenere più streamer.

Il **programma** è stato annunciato attraverso il blog degli sviluppatori del social network, senza dare però molti dettagli: la società, dice, si impegnerà ad assistere i creatori di contenuti più di successo per realizzare una community più unita e coinvolta nei loro stessi video. Per fare ciò Facebook si avvalerà di mezzi come il suo stesso sistema social, **Instagram**, e i **siti Oculus**.

Facebook, sostiene inoltre, che equipaggerà gli streamer con gli strumenti necessari per livestream sempre più di qualità, come **il supporto al 1080p / 60fps**, e costruirà una "piattaforma" in cui i creatori di qualsiasi livello abbiano l'opportunità di crescere. Il blog, accenna anche a nuovi metodi di pagamento per lo streamer, come le **donazioni live**.

In poche parole, sembra che **Facebook** voglia ottenere streamer di alto livello, in modo da poter competere con **Twitch** e identificando allo stesso tempo i creatori che diventeranno i volti di questi sforzi.

Una piccola parte di questi è stata già messa in pratica dalla società di **Zuckeberg**, che ha già messo in evidenza streamer come **StoneMountain64** che, grazie al seguito di oltre un milione di follower, lo rende uno dei più popolari sulla scena.


Il sito ha già accolto 27.500 streamer nell'ultimo trimestre del 2017 mentre, nel frattempo, **Twitch** e **YouTube** ne hanno ospitato rispettivamente 814.000 e 293.000, quindi la strada è ancora lunga.

Resta da vedere se Facebook sarà in grado di sostenere una rapida crescita, necessaria per diventare una piattaforma di streaming competitiva nell'industria dei videogiochi. L'anno scorso, la società ha affermato il suo impegno ad ampliare la propria copertura degli **Esport**, cosa che potrebbe attrarre più streamer e pubblico al sito.


[Xbox Scorpio: spuntano teaser \(e un probabile logo\)](#)

Sul sito web dell'[European Union Intellectual Property Office](#) è stato registrato da **Microsoft** un nuovo marchio, raffigurante una semplice "S" spezzata. Che sia il nuovo logo di Xbox Scorpio? Sarebbe anomalo pensare che **Scorpio** sia il nome definitivo della nuova console, ma il nome di questa potrebbe comunque condividere la stessa iniziale.

Graphic representation



Trade mark information

Name	S	Filing date	05/06/2017
Filing number	016801243	Registration date	
Basis	EUTM	Expiry date	
Date of receipt	05/06/2017	Designation date	
Type	Figurative	Filing language	English
Nature	Individual	Second language	French
Nice classes	9, 28 (Nice Classification)	Application reference	O33265.
Vienna Classification		Trade mark status	Application under examination 
		Acquired distinctiveness	No

Goods and services

English (en)

- 9** Computer game software for use with personal computers and video game consoles.
- 28** Video game consoles for use with an external display screen or monitor; video game interactive remote control units.

Nel frattempo, sono stati rilasciati i primi teaser trailer di **Xbox Project Scorpio**, pillole di marketing per preparare il terreno all'E3. Non sono stati rilasciati su alcun canale ufficiale, il primo

leak pare provenire dal [canale Twitter di AllGamesDelta](#) che pare averli pubblicati per prima. Di seguito un video che raccoglie tutti e 3 i teaser:

[Pokémon Direct: ecco i giochi annunciati](#)

Con l'E3 sempre più vicino, **Nintendo** anticipa tutti annunciando un Direct dedicato a **Pokémon** il giorno prima della pubblicazione. In questi casi, di solito è segno che la grande N ha in serbo qualcosa di grosso.

Nella prima parte della live di oggi pomeriggio, iniziata alle 16 con una breve introduzione di **Tsunekazu Ishihara**, è stato annunciato **Pokken Tournament DX** per Nintendo Switch, con un trailer che ha mostrato nuovi Pokémon, non presenti sulla precedente versione per WiiU (ovvero Decidueye, Darkrai, Scizor, Empoleon e Croagunk) e nuove modalità di combattimento, oltre alla possibilità di sfruttare il multiplayer locale utilizzando i **Joy-con**. Abbiamo anche una data di uscita che non è nemmeno troppo lontana: **22 settembre 2017**.

Ma non è finita qui: subito dopo la fine del primo trailer, la palla è stata passata a **Junichi Masuda**, che ne ha lanciato un secondo, quello contenente i titoli che un po' tutti si aspettavano, **Pokémon Ultra Sun** e **Pokémon Ultra Moon**. Dal trailer si evince che i due nuovi capitoli della serie sono sì legati alla regione di Alola, che ha ospitato l'ultima generazione, ma la trama in sé racconterà una storia alternativa e non si tratterà di un seguito come si sperava. Si parla inoltre di "Pokémon che prima non erano apparsi" e si intravedono nel video **Solgaleo** e **Lunala** in forme piuttosto particolari. Anche per questi due nuovi giochi abbiamo una data d'uscita, ovvero **il 17 novembre 2017**. Ovviamente entrambi saranno disponibili per la famiglia **Nintendo 3DS**.

E, come ciliegina sulla torta, senza nemmeno un attimo di respiro, spunta il trailer di altri due titoli: direttamente dal **Game Boy Color**, **Pokémon Oro** e **Pokémon Argento** torneranno tra le nostre mani, in formato digitale e sulle nostre console portatili nel caso di *Rosso e Blu* usciti l'anno scorso, lo stesso giorno di uscita del nuovo **Pokken**, **il 22 settembre 2017**.

I fan del brand **Pokémon** quest'anno non resteranno di certo a bocca asciutta, con ben **tre titoli** tra cui scegliere, tra nuovi e non.

[Destiny 2: Bungie si prepara a una live mozzafiato](#)

Fra un paio di settimane **Bungie** terrà una sessione live streaming che mostrerà al pubblico il **gameplay** dell'attesissimo **Destiny 2**.

Nelle ultime ore **Bungie** ha inviato alcuni inviti a **youtuber**, **streamer** e anche ad alcune **community** dedicate al titolo, che potranno assistere alla live e, dopo, giocare a **Destiny 2** su **PS4** e **PC**.

Inoltre sul sito Bungie.net il community manager, **Deej**, ha scritto: "Saremo live il **18 maggio**. Speriamo di vedervi collegati. Forse avrete notato che abbiamo anche invitato alcuni ospiti speciali

dei media e della community a far parte del pubblico. Tra questi vi saranno anche coloro che potranno mettere le mani su **Destiny 2** subito dopo la trasmissione in streaming. Metteremo in mostra la versione del gioco per **PS4** e **PC**, dunque aspettatevi un'altra ondata di notizie e contenuti da gustarvi a fine evento. Speriamo di vedervi carichi quanto noi. Sia che seguiate dal vivo, tramite un rappresentante della community o da dietro gli schermi di casa, vogliamo ricompensarvi bene per la vostra attenzione."

Grazie per tutto il sostegno e l'energia positiva che abbiamo ricevuto in seguito ai primi trailer. È un'esperienza incredibile e non vediamo l'ora di mostrarvi altri contenuti."

Destiny 2 sarà disponibile l'**8 Settembre** e lo anticiperà una **beta**, che sarà giocabile solo da chi avrà prenotato il gioco, ma ancora non ha una data. Mentre il **18 Maggio** ci sarà la live stream che mostrerà il **gameplay**.