



NASCE L'OSSERVATORIO DBGA

DIGITAL BROS GAME ACADEMY DIFFONDE I PRIMI DATI SULLE ABITUDINI DEI VIDEOGIOCATORI RACCOLTI ATTRAVERSO IL PROPRIO OSSERVATORIO

Milano, 27 Novembre 2017 - Digital Bros Game Academy, l'accademia di formazione e specializzazione del Gruppo Digital Bros, per diventare sviluppatori di videogiochi, ufficializza la nascita dell'**Osservatorio DBGA** comunicando i dati della prima indagine online sulle abitudini dei videogiocatori del proprio panel, un database di utenti, composto da professionisti del settore, studenti, ex studenti e un cospicuo gruppo di core gamer, interessati allo sviluppo tecnico, artistico e culturale del medium videoludico.

Attraverso la somministrazione di sondaggi qualitativi, l'Osservatorio DBGA si prepone l'obiettivo di indagare preferenze, inclinazioni e tendenze che riguardano una fattispecie specifica di giocatori, ovvero quella parte di appassionati e professionisti che rappresentano in qualche modo avanguardia, in quanto anticipatori (quando non creatori) di trend di consumo e creazione.

Il profilo degli intervistati si caratterizza per un contatto costante e ravvicinato, un'attenzione puntuale e una curiosità molto acuta per la materia videoludica, intesa in senso generale.

Si tratta di giocatori abituali che dedicano al gioco quotidianamente, vuoi per piacere, vuoi per passione o per esigenze professionali, almeno un'ora al giorno, con costanza (83,6% degli intervistati). Di questi, il 27,2% dedicano ai videogame abitualmente più di tre ore ogni giorno.

Si tratta, nella quasi totalità dei casi, di giocatori "multiformato", essendo assai trasversali nelle proprie scelte per quanto riguarda le piattaforme di gioco. Nonostante una sostanziale sovrapposizione d'uso, nel range di opzioni si evidenzia una marcata predilezione per i formati PC (66,9% delle preferenze), PS4 (60,8%) e per i dispositivi mobile (48,8%).

Sono giocatori equamente distribuiti sia nell'interesse per le diverse tipologie di produzione, sia per quello che riguarda le offerte commerciali che si susseguono nel ciclo di vita dei prodotti. Se, infatti, il 57,9% dei rispondenti dichiara di non avere specifiche preferenze prestabilite che guidino dall'inizio le proprie scelte, dovendo indicare una priorità ipotetica, il 21,3% si mostra preminentemente interessato alle grandi produzioni in uscita sin dal Day1, il 14,6% a giochi indipendenti dall'elevato contenuto creativo. La leva del prezzo, invece, ha un'efficacia maggiore per le produzioni a medio/basso budget (1,4%) rispetto a quanto non ne abbia sui titoli tripla A. Questi ultimi sono giochi da avere a prezzo pieno al momento dell'uscita e comunque di prima mano: solo il 7,9% dichiara di attendere le uscite in versione budget dei grandi titoli e lo 0,6% li acquista usati.

Per quanto riguarda le caratteristiche più rilevanti che un videogioco debba mostrare di avere per dimostrarsi di buon livello, l'89,2% pone l'accento sul gameplay: questo deve essere immersivo, ovvero capace di garantire un'esperienza coinvolgente. Il 75,3% riconosce, in questo contesto, un ruolo centrale alla narrazione, richiedendo una storia strutturata e avvincente perché il gioco riesca a coinvolgere

emotivamente. Il 56,6% ritiene che sia altrettanto significativa la presenza di personaggi convincenti, con una solida storia alle spalle e una personalità definita (o che almeno si definisca nel corso dell'azione). C'è spazio però anche per giochi di puro intrattenimento (40,4%), che per il 42,8% deve essere preferibilmente anche occasione per divertirsi con gli amici. Per un modesto 28,9% è fondamentale riuscire a sbloccare tutte le missioni e gli obiettivi e solo per il 6,6% scalare le classifiche e conquistare tutti i trofei.

Questo per quanto attiene ad un giudizio "oggettivo". Quando invece si tratta di definire quali siano gli aspetti più appaganti dell'esperienza di gioco a livello personale, il mosaico si arricchisce di più tasselli, in cui fa la sua comparsa in modo preponderante, il comparto grafico (imprescindibile per il 56,6% degli intervistati). Quindi il gioco ideale deve combinare le specificità del gameplay con un'ambientazione ricca di dettagli da ammirare e aree da esplorare (69,3%).

Il 68,1% predilige un gameplay incalzante e ricco di azione, il 56,6% preferisce che richieda anche la risoluzione di situazioni complesse e sfidanti e un altro 26,5% ama affrontare puzzle logici e cognitivi.

Bilanciato il rapporto tra impulso e programmazione: per il 39,8% è sfidante un gameplay che richieda pianificazione e strategie a lungo termine, mentre per il 39,2% lo è un gioco che metta alla prova tempismo e abilità di controllo.

Relativamente agli aspetti del multiplayer una leggera predilezione sembrerebbe definirsi per le modalità cooperative (37,6%), rispetto alle modalità competitive (31%).

I sondaggi somministrati attraverso l'Osservatorio DBGA offrono la possibilità, per i partecipanti, di fornire risposte multiple a ciascuna domanda.

Questo implica che le percentuali associate a ciascuna risposta possano dare somme superiori al 100%.

Per ulteriori informazioni contattare:

Ufficio Stampa Digital Bros Game Academy

Annapina Leone – a.leone@digitalbros.com

Tel. 02/413031