



AFACEREA STARCRAFT

Jocurile pe calculator sunt, în egală măsură, un drog pentru consumatori și o mină de aur pentru investitori. Succesul fenomenului StarCraft se clădește pe pasiune, moarte și profit.

DE RALUCA BÂRA-IACOB, DIANA-FLORINA COSMIN, SILVIU ȘTEFĂNESCU, RADU TĂTARU MARINESCU



Alte mame își sacrifică fiii pentru patrie, eu mi-am dat copilul jocurilor de strategie, își striga disperarea o mamă către o agenție de știri din Seul, la începutul acestui an. Femeia era înspăimântată la gândul că fiul său, „prizonierul” jocurilor StarCraft și Warcraft, va avea soarta coreeanului Lee Seung Seop care a murit, în 2005, la 28 de ani, după 50 de ore de joc neîntrerupt. Deloc surprinzător, deci, în încercarea disperată de a contracara dependența tinerilor de jocuri pe calculator, Ministerul Culturii, al Sporturilor și al Turismului din Coreea de Sud – țara gamingului profesionist – a implementat, în urmă cu trei luni, un filtru care să blocheze accesul utilizatorilor minori la jocurile tip StarCraft după miezul nopții. Motivul: aproape 30% dintre elevii de liceu sunt dependenți de jocuri, iar alți 40% sunt pe cale să le cadă în plasă.

PROFITABILA PASIUNE

În timp ce gamerii fanatici pierd timp construind strategii în lumea virtuală, investitorii pe bursă câștigă bani mizând, indirect, pe aceeași tentantă industrie a jocurilor pe calculator. Cu atât mai mult cu cât evoluția companiilor reprezentative pentru această industrie a întrecut, în ultimii ani, orice

imaginație. Uneori, chiar și pe cea a fondatorilor acestora. Niciunul dintre cei trei proaspăt absolvenți ai UCLA - Allen Adham, Michael Morhaime și Frank Pierce, care au înființat, în 1991, compania Blizzard (inițial numită Silicon&Synapse) - nu s-a gândit vreodată că mica lor firmă va ajunge un puternic dezvoltator de jocuri-fenomen (acum, parte a imperiului Activision Blizzard), precum Warcraft, Diablo sau StarCraft. Cei trei au început într-o vreme în care jocurile pe calculator - precum și dependența de PC - erau încă departe. Allen Adham își amintește cum, la începuturile companiei, cei trei își mâncau prânzul pe podeaua modestului lor sediu din Irvine, California, povestind cu înflăcărare despre jocuri în timp ce-și savurau hamburgerii. „Acele discuții au dus la The Lost Vikings și, după câțiva ani, la Warcraft”, povestește Adham. Pe atunci, „businessul” era, de fapt, un grup de prieteni care făceau jocuri împreună. Nimic pragmatic. Adham își amintește cum unul dintre designerii Blizzard l-a provocat la o partidă de Warcraft în doi chiar când se pregătea să plece la masă. „Când i-am spus «Hai s-o lăsăm pe mai târziu», mi-a răspuns provocator: «De ce, ți-e prea frică?»”, râde Adham, care a renunțat la prânz și a intrat într-un joc de câteva ore. Când au avut cei trei sentimentul că au dat lovitura? Nu există o altă senzație mai plăcută pentru un creator de jocuri decât să stea singur în fața unui computer, știind că undeva, în spațiul virtual, se află „un alt nebun care construiește, explorează și plănuiește distrugerea lui”, glumește Adham.

La începuturile industriei video, două automobile erau arhisuficiente pentru ca toți angajații companiei Blizzard să iasă în oraș, iar „petrecherile” erau, de fapt, concursuri de Street Fighter desfășurate pe podeaua unui apartament. Cei trei rămân convinși că farmecul jocurilor pe calculator constă în faptul că un grup de oameni talentați împărtășesc o viziune și o transformă în realitate. Asta - în timp ce se distrează copios!

GREUTATEA REALITĂȚII

În prezent, dezvoltatorii de jocuri se află, toți, în goana după aur, vânzându-și fanteziile pentru ceea ce se găsește, practic, în centrul fascinației fiecărui adult: banul. Acest schimb pe care prea puțini ar fi pariat prin anii '90 și-a dovedit, mai ales pe parcursul crizei financiare care a izbucnit în 2007, cât de nesigură poate deveni granița dintre lucrurile făcute în joacă (dar cu simțul răspunderii jocului construit) și cele realizate în deplină maturitate (acoperind, însă, perfid, un joc extrem de nociv). În timp ce imobiliarele, băncile, sectorul auto și media aproape că s-au „evaporat” în 2008, vânzările globale de jocuri video au urcat cu 11% față de anul anterior, iar în 2009 au scăzut cu doar 8%. Ecuația este simplă: această industrie transformă ceva ireal în ceva extrem de real: mașini, case, proprietăți etc. În schimb, respectabila industrie a băncilor, de pildă, prin opoziție, plasează bani (adevărații!) în ipotecă cu acoperire în produse derivate care nu au nicio valoare... reală. Produsele pe care le-au vândut au fost ceva mai mult decât o fantezie. Se dovedește, odată în plus, că doar s-au prefăcut că iau lucrurile în serios și au transformat

totul într-un joc pentru care plătim, acum, cu toții. Lucru pe care l-au înțeles și o parte dintre investitorii care... joacă pe piețele de capital. Cine a abandonat mirajul titlurilor coloșilor financiari cu picioare de lut a descoperit, în spatele acțiunilor producătorilor de jocuri pe calculator, un activ mult mai sigur, chiar dacă este construit în totalitate pe tranzacționarea irealului în stare pură. Compania Activision Blizzard este iubită, în prezent, de milioane de jucători de Warcraft sau StarCraft. Dar și de către investitori. Titlurile Activision Blizzard (Nasdaq: ATVI) au performat constant, surclasând detașat principalii indici ai burselor americane (vezi graficul *Fără nicio criză*). Astfel, în iulie 2008, când declinul economic pusese la pământ o parte din cotațiile bursiere, titlurile ATVI marcau, față de începutul lui ianuarie 2007, o ascensiune de 117%! Asta în timp ce indicele Dow Jones Industrial Average raporta un -8%, iar S&P un -11%.

BANI DIN JOACĂ

„Principalul nostru scop nu a fost să facem bani, ci jocuri“, spunea, la zece ani de la înființarea Blizzard, Allen Adham. Firește, este un rezultat... fericit că jocurile bune au o viață lungă și fac o căruță de bani, atât pentru ei, cât și pentru investitorii de la bursă. Secretul lor? „Dacă pui cu adevărat jocul înaintea banilor, atunci decizii precum a amâna o lansare, chiar dacă asta înseamnă să ratezi Crăciunul, numai pentru a scoate ceva perfect, sunt extrem de importante. Niciodată nu am regretat o decizie!“, spunea Adham.

Blizzard nu a dat greș nici când a amânat pentru 27 iulie 2010 lansarea StarCraft II, pe care cei mai mulți o anticipau pentru 2009. Prima versiune a acestui război al lumilor futuriste (lansată în 1998), unde se înfruntă Zergii,

Protossii și Terranii, a fost vândută, în 12 ani, în 11 milioane de exemplare, iar analiștii estimează că noua versiune va vinde cel puțin 7,5–8 milioane de exemplare în primul an. Adică, la un preț de vânzare a versiunii standard de 59,99 de dolari (fără să luăm în calcul, deci, versiunile cu bonusuri), ar însemna cel puțin 450 de milioane de dolari din vânzări până în vara lui 2011. Cifre astronomice! Anecdotic, StarCraft a fost și prima copie a unui joc pe calculator care a luat calea spațiului cosmic, în 1999, odată cu United States Space Shuttle Discovery. Specialistul Daniel T. Barry și-a luat pe naveta spațială jocul favorit, iar CD-ul, care a călătorit nu mai puțin de 3,5 milioane de mile nautice și a înconjurat de 153 de ori Pământul, se află la loc de cinste în sediul central al Blizzard.

Lansarea StarCraft II din vara acestui an ar putea, totuși, să fie umbrită de contextul în care vânzările de jocuri video au căzut cu 8% în primele șase luni din acest an în SUA, potrivit institutului NPD Group. Totuși, șefii Activision Blizzard sunt încrezători. „StarCraft II nu va duce lipsă de clienți. Milioane de gameri încă joacă prima versiune care a apărut în urmă cu 12 ani“, ne asigură Robert Kotick, CEO-ul companiei. Activision Blizzard speră să reproducă succesul lui World of Warcraft, al Call of Duty și al Guitar Hero, toate – blockbuster. Aceste titluri au devenit, de-a lungul timpului, veritabile mine de aur, fiecare nouă versiune dovedindu-se un succes comercial. Cele mai recente ediții ale World of Warcraft și Call of Duty i-au adus grupului o cifră de afaceri în creștere cu 33% pe primul trimestru din acest an (comparativ cu primul trimestru din 2009), împotriva curentului întregii piețe. Venitul net a ajuns, la finalul lui martie, la 381 milioane de dolari, adică 30 de cenți/acțiune, iar vânzările au cumulat 714 milioane de dolari.



Frank Pierce (stânga) și Michael Morhaime, doi dintre fondatorii Blizzard

JOCURILE DEVIN BUSINESS

Dar Activision nu a fost dintotdeauna imperiul de astăzi. În anii '90, când Allen Adham, Michael Morhaime și Frank Pierce puneau în mișcare Blizzard, compania Activision se afla în pragul falimentului. Și nimic nu prevestea fuziunea de proporții care avea să urmeze 17 ani mai târziu. Paradoxal, omul care a transformat o companie aflată în pragul falimentului într-unul dintre cei mai mari publisheri de jocuri pe calculator din lume nu este un geniu al PC-ului și nu seamănă nici pe departe cu Allen, Michael sau Frank, care și-au petrecut adolescența proiectând jocuri în garajul părinților. Dimpotrivă, Robert Kotick (45 de ani) este un CEO imun la fascinația jocurilor video, dar cu un fler înnăscut la „ochirea” unui succes de piață răsunător. Și, cel mai important, un antreprenor pursânge. Într-un interviu acordat ediției americane Forbes, în 2009, Kotick afirma, mai în glumă, mai în serios, că mama sa l-a declarat oficial „capitalist” din copilărie, când i-a vândut scrumiera preferată pentru trei dolari unei prietene de familie. De la scrumieră la idei de milioane de dolari au trecut câțiva ani, timp în care Kotick a fost, pe rând, băiat care livrează sandvișuri, reparator de rachete de tenis sau vânzător de portofele. Americanul a ajuns pentru prima oară în revista Forbes la vârsta de 20 de ani, când a pus bazele unei companii de software cu care voia să răstoarne Apple Computer. Tocmai de aceea, decizia sa de a cumpăra, șase ani mai târziu, în 1991, un producător de jocuri aflat pe marginea prăpastiei, părea o decizie de business sinucigașă. Mari fanatici ai jocurilor, precum Nolan Bushnell de la Atari sau William Hawkins de la Electronic Arts, făcuseră, într-adevăr, avere din lumea jocurilor, însă ce șanse ar fi avut un om de afaceri în vârstă de 26 de ani, care recunoștea deschis că „jocurile pe computer sunt o mare plictiseală”? Acum, după 19 ani, de când este în poziția de CEO, valoarea bursieră a acțiunilor Activision, cum se numea pe atunci compania, a crescut de 40 de ori, veniturile se ridică la trei miliarde de dolari iar compania are o valoare de piață de 14,2 miliarde de dolari, dublu față de liderul industriei, Electronic Arts (care produce The Sims, Need for Speed sau Battlefield).

UN CAPITALIST PURSÂNGE

În 2008, Activision, care își consolidase poziția pe piața jocurilor pentru calculator prin lansările Guitar Hero și Call of Duty, întâlnește Blizzard, care, la rândul său, se bucura de succesul versiunilor World of Warcraft și StarCraft. Noua formulă: Activision Blizzard. La fel cum se întâmplă și la Hollywood, un vizionar de succes este acela care reușește să intuiească momentul potrivit pentru o mutare câștigătoare. Mogulul DreamWorks Animation, CEO-ul Jeffrey Katzenberg, vechi prieten al lui Kotick, se minunează și acum de flerul amicului său: „Ca să înțelegi succesul industriei de jocuri din zilele noastre, trebuie mai întâi să cunoști povestea unui lunatic ambițios și nebun care n-avea nicio șansă de a reuși în lumea asta”. Dacă-l întrebi pe Kotick însuși, succesul său are o explicație foarte simplă: faptul că a înțeles, dar nu

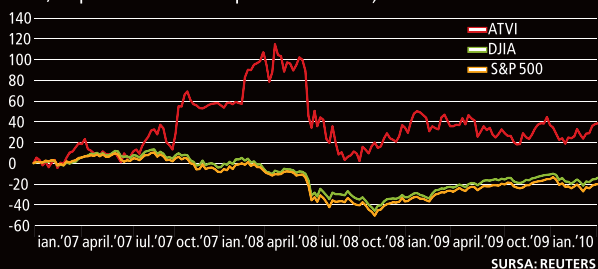
CEO-ul Robert Kotick
este urât de fanii StarCraft
din întreaga lume



a împărtășit niciodată mecanismul dependenței. Înainte de facultate (a studiat literatură și istoria artei la Universitatea din Michigan) își câștiga banii organizând petreceri pentru minori și închiriind spații pentru zile de naștere. „Nu puteam să înțeleg cum unii oameni și-ar da și ultimul ban pentru cocaină sau marijuana”, își amintește Kotick, care a ajuns să speculeze un alt tip de dependență. Deși recunoaște că detestă socializarea, americanul putea deveni un adevărat vrăjitor când venea vorba de afaceri. La 19 ani, Kotick a călătorit la Dallas special pentru Balul Baronilor Agricoli și l-a abordat cu îndrăzneală pe mogulul cazinourilor, Steve Wynn, propunându-i o idee de business. Rezultatul: o infuzie de 300.000 de dolari a lui Wynn în start-up-ul de software al lui Kotick. La începutul anilor '90, tot săpând după idei de afaceri ingenioase, Kotick a descoperit Activision, o companie cu un bilanț dezastruos, dar cu o istorie glorioasă. Patru programatori de la Atari fondaseră Activision după ce aflaseră că jocurile create de ei aduseseră companiei 60 de milioane de dolari, în timp ce veniturile lor abia se ridicau la 20.000 de dolari pe an. Prin urmare, cei patru au început să scrie pe cont propriu jocuri pentru sistemele Atari, ajungând, după procese îndelungate cu compania pe care o părăsiseră, să

FĂRĂ NICIO CRIZĂ

Jocurile video sunt iubite, în egală măsură, de gameri și de investitorii la bursă. De la începutul crizei financiare, titlurile Activision Blizzard (Nasdaq: ATVI) au performat constant peste indicii DJIA și S&P 500.



legitimeze public ideea de a scrie jocuri pentru hardware-ul unei alte companii. Din păcate pentru cei patru, numărul mare de companii care au preluat din mers ideea i-a aruncat aproape de faliment, de unde Kotick i-a ridicat în 1991, când aceștia aveau active de două milioane de dolari și datorii de 30 de milioane de dolari. Cu o investiție de doar 440.000 de dolari, Kotick, Steve Wynn și încă doi parteneri au cumpărat o treime din companie, iar Kotick a devenit noul CEO.

MODEL DE AFACERI

Studiind modelele de afaceri ale altor companii, în speță Electronic Arts, Kotick a observat că aceștia promovau design-erii de jocuri ca artiști. Cutia cu jocul purta numele designerului, așa cum un cântăreț rock își pune numele pe coperta ultimului său CD. La mijlocul anilor '90, însă, acest model devenise greu de susținut: o singură persoană nu mai putea

scrie singură un joc și cu atât mai puțin să se autofinanțeze. Prin urmare, ca un studio de Hollywood, Electronic Arts a strâns designerii și a început să își folosească forța de vânzări pentru a crea branduri, lăsând măiestria programatorilor în plan secund. În ceea ce s-a considerat, oficial, o tentativă de a-i depozeda pe creatorii de jocuri de identitate, Electronic Arts și-a grupat programatorii care lucrau până atunci în regim autonom în birouri regionale. Aceștia nu au rămas impasibili la tendința de înregimentare și au ripostat. Prima privire aruncată de Robert Kotick celor de la Electronic Arts a dus la un diagnostic rapid: o companie profitabilă, dar sfâșiată de lupta dintre artiști pasionați și manageri fideli cifrelor din bilanț. Concluzia? „Mi-am zis că pot s-o fac mai bine decât ei”, își amintește Kotick. Deși ideea de joystick „îi repugna” și nu-și folosise niciodată propriul produs, Kotick și-a propus să le dea fanaticilor după jocuri de calculator exact ceea ce aceștia își doreau: aventură, emoție, pasiune. Între 1997 și 2003, Kotick a cumpărat nouă studiouri pentru a crea un sistem interconectat, care să le permită designerilor pasionați să inoveze, lăsându-i să-și păstreze sediul și chiar și denumirea.

În 1999, studioul Neversoft din cadrul Activision a lansat Tony Hawk's Pro Skater, prima franciză de succes a grupului, ajunsă în prezent la a opta versiune, cu venituri de 1,6 miliarde de dolari în total. Kotick a furnizat finanțare pentru un grup de dezvoltatori de jocuri de la Electronic Arts, care au fondat un nou studio și au creat Call of Duty, un joc inspirat de cel de-al Doilea Război Mondial, devenit cea de-a doua serie de succes a grupului. După primul succes au venit și restul. În 2006, mai rămăsese un singur tip de joc pe care

Blizzard, game by game

1991

Michael Morhaime, Allen Adham și Frank Pearce pun bazele companiei Silicon&Synapse, în Irvine, California. Inițial, cei trei se vor ocupa de crearea de software pentru jocurile altor studiouri (J.R.R. Tolkien's The Lord of the Rings, Vol. I, Battle Chess II: Chinese Chess).



1995

Sunt lansate platforma The Lost Vikings II, jocul Justice League Task Force și versiunea Warcraft II (Tides of Darkness).



1996

Davidson este cumpărată de CUC International; Blizzard lansează Warcraft II (Beyond the Dark Portal) și Diablo. CUC International fuzionează cu o companie hotelieră – HFS (deținătorul, printre altele, și a francizei Howard Johnson), și se formează o nouă companie numită Cendant Corporation.



1993

Compania creează primele jocuri: Rock N'Roll Racing, The Lost Vikings.

1994

Silicon&Synapse își schimbă denumirea în Chaos Studios pentru o scurtă perioadă, înainte să se numească Blizzard Entertainment. În același an este cumpărată, pentru șapte milioane de dolari, de către distribuitorul Davidson&Associates, din Los Angeles. Tot în 1994, Blizzard lansează Warcraft: Orcs and Humans, ceea ce avea să devină o adevărată mașinărie de făcut bani.



Kotick nu îl avea încă în portofoliu: un joc tip multiplayer. Situația s-a remediat când Kotick a primit un telefon de la Jean-Bernard Lévy, CEO al conglomeratului francez de entertainment Vivendi, deținătorul Blizzard, care realiza, printre altele, World of Warcraft cu 11 milioane de abonați și vânzări anuale de 1,1 miliarde de dolari. Cel mai profitabil și popular joc din lume, ai cărui utilizatori petreceau, în medie, 11 ore pe săptămână online. În 2008, Robert Kotick devine CEO al companiei Activision Blizzard, iar Michael Morhaime, singurul dintre cei trei fondatori ai Blizzard rămas în echipă – președinte și CEO. Sfârșit fericit? Nu tocmai. Pe forumurile fanilor StarCraft, cele mai populare thread-uri de discuții

poartă titluri precum „Robert Kotick este Satana” sau „Cine se crede acest capitalist împuțit?” și au mii de răspunsuri ale fanilor revoltați. Principala nemulțumire este formulată de un utilizator care semnează TheAbsoluteOrc: „Cei de la Blizzard și-au vândut sufletul unui om care vrea doar să facă bani și e dispus să pună taxă pe orice”. Problemele interne ale companiei sunt tot mai vizibile. În luna martie a acestui an, echipa de designeri a fost concediată de Kotick pe motive de indisciplină. Conflictul s-a mutat acum în tribunale. Dacă fantasticele jocuri care se petrec în lumea virtuală țin sus veniturile companiei, problemele interne, din lumea reală, ar putea umbri profiturile investitorilor pe burse.

Fenomenul StarCraft

Blizzard Entertainment a început dezvoltarea jocului în 1995. O versiune de bază a StarCraft și-a făcut debutul în 1996, la Expoziția Divertismentului Electronic din Los Angeles. Publicul nu a fost prea entuziasmat, iar mulți critici au spus că StarCraft este, de fapt, o versiune a predecesorului său, Warcraft, dar plasată în spațiul extraterestru.

Imediat producătorii au retras jocul și s-au concentrat asupra creării celor trei specii de personaje care animează acțiunea. Au creat, de asemenea, un scenariu al conflictelor spațiale, în decoruri extraterestre sumbre. StarCraft a devenit astfel un joc de strategie cu posibilități nelimitate, iar la începutul lui 1997, noua versiune a fost lansată pe piață, primind o reacție mult mai bună. În următorul an, jocul a fost îmbunătățit și mai mult: o grafică mai variată, modele tridimensionale, muzică și voci ale unor actori profesioniști. Versiunea lansată la nivel internațional în 1998 a devenit cel mai bine vândut joc de PC al acelui an:

peste 1,5 milioane de copii în întreaga lume. În deceniul care a urmat, StarCraft s-a vândut în peste 9,5 milioane de copii și a ajuns astfel unul dintre cele mai populare jocuri electronice din lume. Popularitatea i-a adus nominalizări în Cartea Recordurilor Guinness: cel mai bine vândut joc de strategie, cele mai mari câștiguri obținute de jucătorii profesioniști, cea mai mare audiență pentru un concurs de jocuri electronice. Ultimul titlu a fost obținut după ce 120.000 de fani au urmărit finala sezonului profesionist din Busan, Coreea de Sud, în 2005. Unul dintre cei mai cunoscuți jucători din Coreea de Sud a raportat în 2005 venituri de peste 220.000 de dolari.

StarCraft a ajuns și în curricula academică: în 2009, Universitatea Berkeley din SUA a oferit un curs de teorie a strategiei bazat pe StarCraft, iar Forțele Aeriene ale SUA au folosit scenariul extraterestru pentru a preda noilor ofițeri planificarea în condiții de stres și lucrul în echipă.



1998

Cendant Corporation vinde divizia de software, incluzând Blizzard, companiei franceze Havas SA, pentru 800 de milioane de dolari. Blizzard devine, astfel, parte a Vivendi SA (titlurile companiei sunt tranzacționate pe Bursa din Paris, Euronext, sub simbolul VIV), în divizia Vivendi Universal Games. Tot în acest an sunt lansate StarCraft și StarCraft: Brood War.



2007

Blizzard anunță oficial la Seul că lucrează la lansarea StarCraft II.



2008

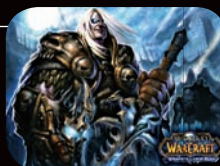
La jumătatea acestui an ia naștere Activision Blizzard. Vivendi cumpără 52% din acțiunile Activision (titlurile companiei sunt tranzacționate pe Nasdaq: ATVI) – unul dintre publisherii lideri ai divertismentului interactiv.



2000

Este lansată versiunea Diablo II. În prima lună, jocul vinde nu mai puțin de un milion de copii.

Compania lansează World of Warcraft. Într-un timp, activitatea Vivendi Universal Games este punctată de lansările versiunilor Diablo II: Lord of Destruction, Warcraft III: Reign of Chaos și Warcraft III: The Frozen Throne.



2004



2010

Pe 27 iulie este lansat StarCraft II, pe care împătimitii jocurilor îl așteptau încă din 2009.



STARCRAFT II: LIDER ÎN LIGA MILIONARILOR

În 2007, când a fost anunțată viitoarea lansare a unei versiuni radical îmbunătățite a StarCraft, președintele Activision Blizzard, Mike Morhaine, spunea că firma nu și-a stabilit un buget fix pentru realizarea jocului. „Investim oricâți bani și oricât timp este nevoie pentru a obține un produs extraordinar“, a declarat atunci oficialul. O estimare publicată de Wall Street Journal, potrivit căreia producția StarCraft II ar fi costat 100 de milioane de dolari, a fost prompt negată de Activision Blizzard, care a anunțat că cifra este incorectă, fără să precizeze însă care ar fi suma exactă.

Investiția de 100 de milioane nu este însă o exagerare, dacă luăm în considerare faptul că un alt jucător important din industria jocurilor electronice, Rockstar Games, a dezvăluit anul trecut că a alocat câte 100 de milioane de dolari pentru noile versiuni ale celebrelor jocuri Grand Theft Auto și Red Dead Redemption. A meritat? Cu siguranță. În prima săptămână de la lansarea din 2008, GTA IV a adus peste 500 de milioane, iar până acum s-a vândut în 13 milioane de exemplare. Acestea sunt sume care concurează lejer cu bugetele unor filme de succes de la Hollywood. Dar atât Blizzard cât și analiștii din industria divertismentului electronic prognozează o recuperare rapidă a cheltuielilor. CEO-ul Activision Blizzard, Bobby Kotick, a numit StarCraft printre „pilonii de profit“ ai companiei, alături de jocurile Call of Duty, Guitar Hero, World of Warcraft și Diablo. Primele informații despre vânzări par să confirme optimismul lui Kotick. În prima săptămână de la lansarea din 27 iulie, StarCraft II a urcat pe prima poziție în topul vânzărilor în SUA, Europa și Japonia, potrivit statisticilor Amazon.com. De asemenea, potrivit analizelor de piață GFK Chart Track, StarCraft II a ajuns pe prima poziție în clasamentul vânzărilor din Marea Britanie. Este o poziție mai bună chiar și decât cea obținută de versiunea originală a jocului în 1998, care la o săptămână de la lansarea de acum 12 ani se afla pe locul 24 în același clasament. De fapt, în Marea Britanie, StarCraft II a vândut mai multe copii în prima săptămână decât versiunea originală în cei 12 ani de existență (cifrele absolute nu sunt încă disponibile).

VÂNZĂRILE ÎN ROMÂNIA

Vânzările de jocuri în România sunt estimate pentru 2010 la 18 milioane de euro, reprezentând 0,17% din vânzările înregistrate în SUA. O picătură în ocean! Este o piață infimă și pentru că românii preferă să descarce jocurile de pe internet, rata pirateriei fiind de peste 80% în România. Totuși, piața autohtonă se află pe o pantă ascendentă în acest an, în ciuda crizei. Și asta pentru că românii renunță sau reduc din bugetele dedicate concediilor sau ieșirilor în oraș pentru a sta mai mult în fața calculatorului sau consolei de jocuri. Pentru compania Best Distribution, distribuitorul StarCraft în România, jocul este o mană cerească. În primul rând, e lansat pe timpul verii, când vânzările de jocuri stagnează. În al doilea rând, este unul dintre puținele titluri care va atinge pragul de 10.000 de unități vândute în acest an și va împărți podiumul cu alte jocuri celebre, precum FIFA (fotbal) sau Need For Speed (curse de mașini). Andreea Allardin, directorul Best Distribution, estimează că piața jocurilor video va crește anul acesta cu aproape un milion de euro față de anul trecut. Best Distribution estimează că numai o cincime din jocurile video aflate în țară au fost cumpărate legal, restul provenind de pe piața neagră. **F**

CELE MAI SCUMPE JOCURI

Bugetele medii ale marilor producători de jocuri electronice variază între 15 și 30 de milioane de dolari, însă în ultimii ani a apărut o ligă superioară a jocurilor celebre, a căror producție ajunge să coste și 100 de milioane. De cele mai multe ori, aceste investiții aduc profituri înzecite. Iată cele mai nebunești pariuri în aventurile electronice:

GTA IV



Compania britanică Rockstar North a cheltuit 100 de milioane de dolari pentru a patra versiune a jocului Grand Theft Auto, potrivit președintelui acesteia, Leslie Benzies. Succesul produsului a adus în prima săptămână vânzări de 500 de milioane de dolari. De la lansarea care a avut loc 2008 s-au vândut peste 13 milioane de copii.

Too Human



Dezvoltatorul canadian de jocuri electronice Silicon Knights a investit cel puțin 80 de milioane de dolari în jocul Too Human, publicat în vara lui 2008 de Microsoft Game Studios. În schimb, a primit recenzii călduțe și a vândut doar 168.000 de copii în SUA în prima lună după lansare.

Halo 3



Jocul a fost dezvoltat de compania americană Bungie pentru consola Microsoft Xbox 360. Costurile de producție și de marketing pentru Halo 3 s-au ridicat la 60 de milioane de dolari, din care Microsoft a suportat zece milioane, pentru a promova lansarea jocului, în 2007. Halo 3 a adus imediat încasări de 300 de milioane de dolari în prima săptămână și s-a vândut până acum în peste opt milioane de exemplare.