

Rizzante parte con 20 ragazzi under 30 e punta alla leadership europea nel giro di pochi anni, guardando soprattutto ai clienti business

Reply scommette sul mobile gaming e lancia Forge

DI RAFFAELE RICCIARDI

Replay lancia Forge Reply e raccoglie la sfida dello sviluppo di giochi per dispositivi mobili, smartphone e tablet. «Abbiamo approcciato il mondo del gaming già dal 2010», spiega Filippo Rizzante, executive partner di Reply e figlio di Mario, il fondatore dell'azienda torinese che progetta soluzioni digitali per new media e web. Una spinta ulteriore per la crescita di Reply, che ha confermato nel primo trimestre 2011 la buona performance di tutti gli indicatori economici dopo aver chiuso lo scorso esercizio con un fatturato di 384 milioni (+13% sul 2009). Anche a Piazza Affari il titolo si è comportato bene nell'ultimo anno, registrando un rialzo di oltre il 30%. «Lo scenario dei giochi per il mobile è cambiato negli ultimi tempi. Oggi il modello di successo delle grandi aziende che investono milioni per singoli titoli è stato sostituito da quello di piccoli gruppi di sviluppatori che lavorano a giochi meno complessi». Nel panorama italiano si contano una sessantina di aziende che sviluppano giochi, per la maggior parte con ricavi di gran lunga inferiori al milione di euro. «Piccoli nuclei di ragazzi che per

noi non costituivano neanche un target di acquisizione», specifica Rizzante. Reply ha infatti dato vita a un gruppo di lavoro di circa 20 persone, per la maggior parte sotto i trent'anni. Il capitale della start-up è all'85% nelle mani della stessa Reply (il restante 15% è del management, secondo la strategia consueta della società che prevede meccanismi di valorizzazione dei gruppi di lavoro in base al raggiungimento di determinati obiettivi). I progetti sono ambiziosi, come conferma lo stesso Rizzante: «Ci sono le competenze per diventare leader a livello europeo per lo sviluppo di giochi, nel giro di qualche anno». In effetti il settore è in grande fermento. Nella sola Europa sono 57 milioni gli utenti che usano abitualmente piattaforme di gioco su supporti mobili: il settore del gaming cresce a ritmi del 50% annuo. Stando alle proiezioni degli analisti, i download di applicazioni per smartphone e supporti mobili passeranno a livello globale da 10,9 miliardi del 2010 a 76,9 miliardi del 2014. Secondo Rizzante «a differenza di quanto avviene

per le case produttrici di giochi da console, che comportano investimenti molte volte superiori alla decina di milioni di dollari, nel mondo del mobile gaming gli investimenti necessari sono molto più contenuti». Parlando di un'applicazione tra le più conosciute tra i possessori di iPhone, il gioco Angry Birds, si ha l'esempio di un prodotto costato alla casa Rovio una manciata di migliaia di dollari, che grazie ai 75 milioni di utenti attivi si è di recente attirata un finanziamento di 42 milioni di euro dal cofondatore di Skype Niklas Zennström. «Quello è però un caso limite, che non capita tutti i giorni», spiega Rizzante. «Infatti noi siamo convinti di dover essere presenti nel settore dedicato ai consumatori (in portafoglio Forge Reply ha già sette titoli di giochi e tra luglio e fine anno ne lancerà due nuovi, ndr) ma puntiamo soprattutto ad affermarci come produttori di contenuti per le piattaforme della clientela business». Il messaggio è dunque rivolto alle grandi aziende, che possono usare i contenuti per diffonderli ai clienti, veicolare messaggi sul brand, ottenere profili più dettagliati sugli utenti e abbinare l'entertainment all'informazione. (riproduzione riservata)

