



Dipartimento di Impresa e Management

Cattedra di Marketing

**Magicgrafia,  
ovvero comprendere Magic: the  
Gathering capendo il giocatore**

RELATORE

Prof. Maria Giovanna Devetag

CANDIDATO

Fulvio Nicolamaria

Matricola 196541

ANNO ACCADEMICO 2017 / 2018

*A Sara Maurici,  
che mi ha fatto capire che l'impossibile  
spesso è solo un'opzione non considerata.*

## *Prefazione*

Terminare il proprio percorso di Laurea Triennale scegliendo come argomento di tesi l'analisi di un gioco di carte è sicuramente un fatto atipico che potrebbe, addirittura, sembrare per nulla adatto ad un lavoro del genere. L'Economia, tuttavia, è la scienza della risoluzione del problema economico, ossia del coniugare i bisogni illimitati dell'essere umano con risorse limitate. Tra questi rientrano anche le necessità di divertimento, di svago, di socializzazione e di competitività, le quali vengono soddisfatte anche da un gioco di carte come è *Magic: the Gathering*.

Si tratta di un argomento di nicchia e non comune in ambito accademico. Non si nasconde un certo osteggiamento iniziale di questa scelta da parte di alcuni, vicini all'autore, prodotto da un certo grado di diffidenza nei confronti del soggetto trattato. Certo, utilizzare un argomento più comune e "accettato" in un'ambiente universitario sarebbe stata una scelta più sicura, tuttavia l'autore pensa che una tesi di laurea dovrebbe essere l'atto finale di un percorso di crescita e formazione, sia accademica che personale, durato anni.

Come tale, il lavoro dovrebbe rispecchiarne le preferenze, le idee, i valori ed esprimere il proprio sé nella maniera più adeguata possibile. Annullare un'idea che era nella mente dell'autore da anni in cambio di utilizzarne un'altra più sicura ed "accettabile" sarebbe stato, senza ombra di dubbio, un tradimento di questa concezione della tesi. Per questo, si è preferito assumersi il rischio e proporre un lavoro originale che rispecchi le idee e la personalità dell'autore.

Il nome del progetto, *Magicgrafia*, è un gioco di parole utilizzando una crasi tra *Magic: the Gathering* ed etnografia, la disciplina della Sociologia e del Marketing che si occupa dello studio delle popolazioni mediante l'osservazione diretta e prolungata di esse. La *Magicgrafia* è nient'altro, quindi, che lo studio della "popolazione" di *Magic: the Gathering*, ossia dei suoi giocatori. Si avrà modo di leggere nel corso del lavoro come essa sia il pilastro fondamentale che sorregge l'intera tesi.

## ***Ringraziamenti***

In primis, si ringrazia la professoressa Maria Giovanna Devetag, relatrice di questa tesi, per aver avuto fiducia in questo lavoro fin dal primo momento e averne permesso la realizzazione.

Si ringraziano gli oltre mille partecipanti ai questionari utilizzati e le pagine Facebook che hanno permesso di poterli raggiungere. Il loro contributo è il principale pilastro su cui si basa l'intero progetto.

Si ringraziano gli intervistati: Simone Mandrioli, Nicolò Prandelli, Dante Roberto, Federico Vecchio e i due intervistati che hanno richiesto l'anonimato. Il loro contributo è stato provvidenziale per completare il progetto nelle parti non raggiungibili dai questionari.

Si ringrazia, ultima in ordine ma non in importanza, Sara Maurici, a cui questa tesi è dedicata. Il suo enorme sostegno morale che ha dato all'autore nel corso degli anni è stato fondamentale a spronarlo a puntare sempre più in alto. Senza di lei probabilmente non si sarebbe neppure concepito questo lavoro.

# INDICE

<b>Prefazione</b> .....	<b>3</b>
<b>Ringraziamenti</b> .....	<b>4</b>
<b>Introduzione: Il negozio, la locanda e il giocatore</b> .....	<b>10</b>
0.1 Il negozio di Magic: the Gathering .....	10
0.2 La locanda di Hearthstone .....	10
0.3 Analizzare non il gioco, ma il giocatore .....	11
0.4 Sette domande da porsi .....	12
<b>Capitolo 1: Magic ed Hearthstone, le due facce del TCG</b> .....	<b>14</b>
1.1 Due prodotti in concorrenza? .....	14
1.2 I giochi di carte .....	15
1.2.1 I Giochi di Carte Non Collezionabili e Collezionabili .....	15
1.2.2 I Giochi di Carte Collezionabili Online .....	16
1.3 Il brand Magic: the Gathering .....	17
1.3.1 Wizards of the Coast.....	17
1.3.2 Magic: the Gathering .....	19
1.3.2.1 I formati di gioco .....	20
1.3.2.1.1 Formati Limited .....	21
1.3.2.1.2 Formati Constructed di rotazione.....	22
1.3.2.1.3 Formati Constructed Eternal.....	23
1.3.3 Magic: the Gathering Online .....	24
1.3.3.1 Event Ticket .....	25
1.4 Il brand Hearthstone .....	26
1.4.1 Blizzard Entertainment .....	26
1.4.2 Hearthstone .....	28
1.4.2.1 Le Classi .....	29
1.4.2.2 Sezioni di Gioco .....	30
1.4.2.2.1 Sezione Gioco .....	30

1.4.2.2.2 Sezione Avventura .....	31
1.4.2.2.3 Sezione Arena .....	32
1.4.2.2.4 Sezione Rissa.....	32
1.5 I clienti di Magic ed Hearthstone .....	33
1.5.1 Capire il cliente per capire il gioco .....	33
1.5.2 La clientela di Magic: the Gathering .....	34
1.5.3 La clientela di Hearthstone .....	34
1.5.4 Due clientele pressoché identiche .....	35
1.6 Magic: the Gathering ed Hearthstone sono concorrenti? .....	35
<b>Capitolo 2: Il mondo dei tornei .....</b>	<b>37</b>
2.1 Essere competitivi è tutto? .....	37
2.2 Organizzazione dell'aspetto competitivo in Magic: the Gathering .....	37
2.3 Il rapporto tra i giocatori di Magic e la competizione .....	39
2.3.1 Essere competitivi in Magic .....	39
2.3.2 Dove si concentra la competizione.....	40
2.4 Organizzazione dell'aspetto competitivo in Hearthstone .....	42
2.5 Confronto fra i due sistemi.....	43
2.6 Quanto incide la competizione? .....	44
<b>Capitolo 3: Il bazar delle carte.....</b>	<b>45</b>
3.1 I conti tornano? .....	45
3.2 I due mercati di Magic: the Gathering .....	46
3.2.1 Mercato primario e mercato secondario.....	46
3.2.2 Cosa determina il prezzo di una carta? .....	46
3.3 Spese in Magic: the Gathering .....	49
3.3.1 Una stima tendenziale .....	49
3.3.2 Le spese nel mercato primario .....	49
3.3.3 Le spese nel mercato secondario.....	50
3.3.4 I ricavi nel mercato secondario.....	51

3.3.5	<i>Incidenza del mercato secondario</i> .....	52
3.3.6	<i>Si può davvero guadagnare con Magic?</i> .....	54
3.4	<i>L'Economia di gioco di Hearthstone</i> .....	55
3.4.1	<i>Il sistema delle Missioni</i> .....	55
3.4.2	<i>Il sistema di creazione delle carte</i> .....	55
3.5	<i>Spese in Hearthstone</i> .....	56
3.5.1	<i>Spese in valuta reale</i> .....	56
3.5.2	<i>Incidenza del mercato secondario</i> .....	57
3.6	<i>Confronto fra i due modelli economici</i> .....	57
3.7	<i>Quando incide l'aspetto commerciale, in particolar modo quello tra singoli?</i> .....	59
	<b>Capitolo 4: Socializzare in negozio</b> .....	<b>60</b>
4.1	<i>Quanto valgono le interazioni umane?</i> .....	60
4.2	<i>Organizzazione dell'aspetto sociale in Magic: the Gathering</i> .....	60
4.3	<i>La socialità dei giocatori di Magic: the Gathering</i> .....	61
4.4	<i>Organizzazione dell'aspetto sociale in Hearthstone</i> .....	62
4.5	<i>Confronto fra i due sistemi</i> .....	63
4.6	<i>Quanto incide l'aspetto sociale?</i> .....	64
	<b>Capitolo 5: Giocare allo stesso tavolo di Hearthstone</b> .....	<b>66</b>
5.1	<i>Si può rendere Magic un TCGO?</i> .....	66
5.2	<i>Discutere di un gioco in Closed Beta</i> .....	67
5.2.1	<i>Closed Beta e Open Beta</i> .....	67
5.2.2	<i>Alcune limitazioni da rispettare</i> .....	68
5.3	<i>Prospettive per MTG Arena</i> .....	69
5.3.1	<i>MTG Arena ed Hearthstone</i> .....	69
5.3.2	<i>MTG Arena e Magic Online</i> .....	70
5.3.3	<i>MTG Arena e Magic: the Gathering</i> .....	71
5.3.4	<i>Possibili Sviluppi per MTG Arena</i> .....	73
5.4	<i>Quanto Inciderà MTG Arena nel brand di Magic: the Gathering?</i> .....	74

<b>Capitolo 6: Il giocatore medio di Magic .....</b>	<b>75</b>
6.1 Come si identifica la clientela? .....	75
6.2 Il giocatore medio e la competizione .....	75
6.3 Il giocatore medio e il commercio.....	76
6.4 Il giocatore medio e la socialità.....	77
6.5 Quando gli aspetti compaiono insieme .....	78
6.5.1 Il prezzo delle carte nel mercato secondario .....	78
6.5.2 Il mercato secondario .....	79
6.5.3 I tornei da negozio .....	80
6.6 Chi è il giocatore medio di Magic?.....	81
<b>Capitolo 7: Magic: the Gathering in prospettiva .....</b>	<b>83</b>
7.1 Magic può rimanere sul mercato? .....	83
7.2 Possibili Sviluppi sul breve periodo.....	84
7.3 Possibili sviluppi sul medio periodo .....	85
7.4 Possibili sviluppi sul lungo periodo .....	86
7.5 Conclusioni.....	87
<b>Bibliografia .....</b>	<b>89</b>
<b>Appendice.....</b>	<b>94</b>
Introduzione .....	94
Appendice 1 - Questionari.....	96
1.1 Questionario sugli aspetti socio-economici di Magic: the Gathering .....	96
1.2 Questionario sugli aspetti economici di Magic: the Gathering .....	105
1.3 Questionario sul rapporto tra Hearthstone, Altri TCGO e Magic: the Gathering ..	119
Appendice 2 – Dimostrazione dell’omogeneità del campione di Magic: the Gathering .....	127
Appendice 3 - Interviste.....	130
3.1 Intervista a Simone Mandrioli – esperto delle meccaniche di MagicCardMarket - data 29 Novembre 2017.....	130
3.2 Intervista strutturata “Magic: the Gathering Arena” .....	136

3.2.1 <i>Struttura Intervista</i> .....	136
3.2.2 <i>Intervistato numero 1 – Federico Vecchio – Data 27 Febbraio 2018</i> .....	139
3.2.3 <i>Intervistato numero 2 – Dante Roberto – Data 27 Febbraio 2018</i> .....	147
3.2.4 <i>Intervistato numero 3 – Anonimo – Data 27 Febbraio 2018</i> .....	152
3.2.5 <i>Intervistato numero 4 – Anonimo – Data 28 Febbraio 2018</i> .....	157
3.2.6 <i>Intervistato numero 5– Nicolò Prandelli– Data 28 Febbraio 2018</i> .....	165
<b>Indice delle figure</b> .....	
<i>Figura 1: logo ufficiale Wizards of the Coast</i> .....	18
<i>Figura 2: logo ufficiale Magic: the Gathering</i> .....	20
<i>Figura 3: logo ufficiale Magic: the Gathering Online</i> .....	26
<i>Figura 4: logo ufficiale Blizzard Entertainment</i> .....	27
<i>Figura 5: logo ufficiale Hearthstone</i> .....	29
<i>Figura 6: logo ufficiale Duelists’ Convocation International</i> .....	39
<i>Figura 7: Gerarchia dei tornei e distribuzione della community</i> .....	41
<i>Figura 8: Tarmogoyf, Set “Future Sight”</i> .....	47
<i>Figura 9: Lightning bolt, Set “Magic 2011”</i> .....	48
<i>Figura 10: Comparazione spese mercato primario e secondario</i> .....	51
<i>Figura 11: Comparazione spese e ricavi annui in Magic: the Gathering</i> .....	52
<i>Figura 12: Comparazione spese annue in Magic: the Gathering ed Hearthstone</i> .....	58
<i>Figura 13: logo ufficiale Wizards Play Network</i> .....	61
<i>Figura 14: logo ufficiale Hearthstone Fireside Gatherings</i> .....	63
<i>Figura 15: logo ufficiale Magic: the Gathering Arena</i> .....	67
<i>Figura 16: Risultato dell’interazione tra aspetto competitivo e aspetto commerciale</i> .....	79
<i>Figura 17: Risultato dell’interazione tra aspetto commerciale e aspetto sociale</i> .....	80
<i>Figura 18: Risultato dell’interazione tra aspetto sociale e aspetto competitivo</i> .....	81

## ***Introduzione: Il negozio, la locanda e il giocatore***

### ***0.1 Il negozio di Magic: the Gathering***

Varcare la porta di un negozio di *Magic: the Gathering*, il gioco di carte collezionabili più giocato al mondo, non è un semplice entrare in un locale in cui vi è un venditore autorizzato alla rivendita. È entrare in un microcosmo, in un mondo dentro ad un mondo, toccare la punta dell'iceberg di una delle *community* più grandi al mondo. Tralasciando gli scaffali pieni di prodotti, non necessariamente solo di *Magic: the Gathering*, cosa altro vedremmo? Vedremmo dei tavoli e forse vedremmo pure dei giocatori seduti a quei tavoli, intenti in varie attività. Vedremmo alcuni aver tirato fuori i propri mazzi da gioco per potersi giocare una partita amichevole, altri invece intenti in una compravendita di carte, altri ancora semplicemente scambiarsi due chiacchiere. Non parliamo poi di quando in negozio si organizza un torneo: in quel caso il locale sarebbe gremito di gente intenta a sfidarsi nella speranza di poter vincere un premio.

Questa visione potrebbe sembrare un po' strana, ma è la realtà che *Magic: the Gathering* si è costruita nell'arco di venticinque anni. In un mondo che è in costante crescita è riuscita anch'essa ad evolversi e sopravvivere pur mantenendo il suo spirito originario, dominando su tutta la concorrenza di settore. Eppure negli ultimi anni qualcosa sta cambiando, poiché una minaccia ben più consistente di un nuovo concorrente rischia di stravolgere le regole in gioco: una minaccia che risponde alla categoria dei giochi di carte collezionabili online. Per avere una visione più chiara di questo concetto conviene uscire dal negozio. Abbandoniamo i locali pieni di scaffali, tavoli e giocatori per poter entrare in un altro negozio, anzi, in una locanda: quella di *Hearthstone*.

### ***0.2 La locanda di Hearthstone***

Accedere ai server di gioco di *Hearthstone*, il gioco di carte collezionabili online più giocato al mondo, è un'esperienza per certi versi simile a quella di entrare in un negozio di *Magic: the Gathering*. Anche qui non si accede soltanto a un videogioco, ma ad un'intera realtà alternativa, ad un altro microcosmo che attende solo di essere esplorato. È difficile descrivere quella sensazione di entrare in una vera e propria locanda, con un suo locandiere che ti dà il benvenuto e dice di accomodarti mentre cerca una sedia. Per quanto solo virtuale, è difficile non immaginarsi davvero seduti lì dentro, mentre si gioca con un avversario guardando le proprie carte prendere vita e parlare. E che dire della consapevolezza di sapere che l'avversario con cui

ci si scontra può essere fisicamente in qualsiasi parte del mondo? Forse davvero non ci si rende conto della portata che può avere un semplice algoritmo di accoppiamento di giocatori. Forse è un qualcosa di così nuovo che davvero non possiamo comprendere.

Per quanto forse un po' prosaica, è questa la realtà di *Hearthstone*. Nonostante abbia soltanto quattro anni, grazie ad Internet è cresciuta in maniera incredibilmente veloce, arrivando ad essere vissuta anch'essa da milioni di giocatori. Ha spalancato le porte al suo genere, che prima esisteva ma in maniera assai minore, e ancora oggi si ritrova in una nettissima posizione di dominio rispetto a tutti i suoi omologi. Non si sarebbe in errore nel dire che abbia una storia simile a quella di *Magic: the Gathering*, ma più veloce: entrambe sono state le prime nel loro genere e hanno saputo sfruttare al meglio il vantaggio di essere *first mover* per poter competere e dominare i loro mercati. Tutte e due hanno delle *community* vastissime, ma, in questi quattro anni, sembrerebbe che abbiano proseguito su binari diversi, ciascuna incurante dell'altra. Ma è davvero così?

### 0.3 Analizzare non il gioco, ma il giocatore

L'idea di questa ricerca nasce sull'ambiguità del rapporto tra *Magic: the Gathering* ed *Hearthstone*, cercando di capire quali dinamiche esistano tra i due e come possano influenzarsi a vicenda. In particolar modo è su *Magic* che si è posto lo sguardo: è ancora al passo coi tempi? È ancora competitivo? È in grado di poter rispondere alle nuove sfide che gli sono state lanciate dall'improvvisa avanzata di *Hearthstone* e dai suoi simili? Per rispondere non si sono analizzate a fondo le politiche di *Magic: the Gathering*, ma il suo cliente: il giocatore. Si è cercato di identificarlo, di riuscire a capire quali siano i suoi bisogni e le sue aspettative rispetto al gioco, e di come si rapporti con *Hearthstone*. Non ci si è basati su ricerche fatte da altri, ma si è chiesto direttamente alla *community* italiana di *Magic: the Gathering* tramite questionari e interviste.

Sono stati somministrati in tutto tre questionari. Il primo questionario è stato somministrato il 6 Novembre 2017, ed era progettato per riuscire a fare un'analisi socio-economica del giocatore. Nello specifico si è cercato di analizzare cosa pensasse la *community* circa tre aspetti di *Magic*: l'aspetto competitivo, l'aspetto commerciale tra i singoli, e l'aspetto sociale.<sup>1</sup> Un secondo questionario è stato somministrato il 20 Novembre 2017, ed era indirizzato agli aspetti

---

<sup>1</sup> Appendice 1.1

prettamente economici di *Magic*. In quel questionario la *community* ha dichiarato le proprie spese medie e i propri ricavi medi avuti.<sup>2</sup>

Nello stesso giorno del primo questionario ne è stato mandato un altro parallelo ai due, destinato però alla *community* italiana di *Hearthstone*. Questo per fini principalmente comparativi, in modo tale da capire in maniera qualitativa e quantitativa quanto *Magic* sia competitivo rispetto ad *Hearthstone* e viceversa.<sup>3</sup>

Una gran parte dei dati utilizzati in questa sede sono riportati nell'*Appendice*. In essa si trovano le trascrizioni dei questionari e delle relative risposte, nonché degli appunti per chiarire alcune domande o aspetti di esse. Essa è divisa in tre sezioni, più una sua introduzione. Nella prima si trovano i tre questionari, nella seconda la dimostrazione dell'omogeneità del campione di *Magic: the Gathering*<sup>4</sup>, e nella terza delle interviste. Una di esse è stata utilizzata per poter al meglio spiegare alcune argomentazioni del capitolo 3<sup>5</sup>, mentre le altre sono state rivolte principalmente a *Magic the Gathering: Arena*<sup>6</sup>.

Qualora sia necessario focalizzare l'attenzione su particolari aspetti, non solo si citerà la specifica domanda che ha portato quei risultati, ma si provvederà anche a riportare una visualizzazione grafica della stessa. In ogni caso si fa presente che non è stato possibile utilizzare la totalità delle informazioni ottenute, per quanto si abbia cercato di utilizzarne la maggior parte possibile.

#### 0.4 Sette domande da porsi

Il suddetto lavoro è stato organizzato sulla base di sette domande. Ciascuna di esse apre uno dei capitoli, venendo utilizzata come introduzione per poter condurre ai contenuti dei suddetti, per poi trovare una risposta alla fine. Fa eccezione l'ultima domanda, in quanto essendo quella conclusiva avrà nello stesso capitolo conclusivo la sua risposta.

Nel primo capitolo si indagherà se *Magic: the Gathering* ed *Hearthstone* siano concorrenti. Sarà utilizzata come pretesto per poter descrivere le principali caratteristiche di entrambi e fornire così una visione generale prima di cominciare la trattazione vera e propria.

---

<sup>2</sup> Appendice 1.2

<sup>3</sup> Appendice 1.3

<sup>4</sup> Appendice 2

<sup>5</sup> Appendice 3.1

<sup>6</sup> Appendice 3.2

Nei successivi tre capitoli si analizzeranno nel dettaglio tre aspetti. Il secondo sarà incentrato sull'analisi dell'aspetto competitivo e sulla gestione dell'ambiente dei tornei. Il terzo sarà dedicato all'analisi dell'aspetto commerciale tra singoli. Sarà su un aspetto su cui s'indagherà molto approfonditamente, date le sue numerosissime implicazioni che trascendono lo stesso business dei due *brand*. Il quarto si concentrerà sull'analisi dell'aspetto sociale, quindi su come il giocatore viva la socialità e quanto essa influenzi il suo rapporto col gioco.

Il quinto capitolo sarà dedicato all'analisi dei possibili sviluppi di *Magic the Gathering: Arena*, un prodotto che cerca di fondere insieme il gioco di *Magic* portandolo su una piattaforma online simile a quella di *Hearthstone*.

Gli ultimi due capitoli sono quelli conclusivi dell'opera. Il sesto sarà un sunto dei capitoli 2, 3 e 4 permettendo di comprendere quale sia il cliente servito da *Magic: the Gathering*, Infine l'ultimo utilizzerà tutte le informazioni analizzate ed esplicate nei capitoli precedenti per poter cercare di dare delle previsioni sullo sviluppo del *brand* nel breve e lungo periodo.

## **Capitolo 1: Magic ed Hearthstone, le due facce del TCG**

### **1.1 Due prodotti in concorrenza?**

*“Magic: the Gathering ed Hearthstone sono concorrenti?”*

Se questa domanda fosse stata posta quattro anni fa non ci sarebbe stato alcun dubbio nel fornire una risposta negativa: *Hearthstone* era un'assoluta novità, vista da tutti come un caso a parte separato dalla stessa concezione del gioco di carte, eppure se la domanda viene posta adesso, allora la risposta non è più banale o scontata. Rispondere in maniera negativa nega l'influenza che il mercato dei giochi di carte collezionabili online ha nei confronti di quello cartaceo, mentre rispondere in maniera positiva implica il dover ridefinire lo stesso concetto del gioco di carte collezionabile. Per questo è doveroso essere cauti e ponderare la natura stessa dei due giochi al fine di poter rispondere a questa domanda.

Tale cautela potrebbe risultare eccessiva, ma si avrà modo nel corso del presente lavoro di poter osservare quanto i due *brand* siano allo stesso tempo simili e completamente diversi e come gli stessi aspetti di gioco abbiano delle conseguenze diverse e, soprattutto, quanto questo vada ad impattare sul rapporto che generano con la *community*. Parlare ad un giocatore di *Magic: the Gathering* affermando che sia simile ad *Hearthstone* scatenerebbe senza ombra di dubbio reazioni avverse. Lo stesso *brand* ha creato una serie di aspettative, non solo a livello puramente di gioco ma anche su un livello di cosa esso implichi nell'ambiente circostante, messo però in discussione dall'avvento della controparte online. Per questo rispondere alla prima domanda non è per nulla un'impresa semplice, ma dà l'opportunità per poter illustrare chi siano nello specifico *Magic: the Gathering* ed *Hearthstone*, in modo tale da poterne dare una panoramica generale. Ciò è necessario per poter capire al meglio la trattazione che partirà dal capitolo 2: prima verrà inquadrato il contesto generale in cui essa si muove, poi si potrà procedere con essa.

Occorre, però, fare un passo indietro. Fino a questo momento ci si è riferiti a *Magic: the Gathering* e ad *Hearthstone* come “giochi di carte collezionabili”, senza tuttavia definire cosa esso significhi. È necessario quindi dare una definizione dell'intera categoria prima di procedere.

## 1.2. I Giochi di Carte

### 1.2.1 I Giochi di Carte Non Collezionabili e Collezionabili

Un *Gioco di Carte Collezionabile* (*GCC*), detto anche *Collectible Card Game* (*CCG*) oppure *Trading Card Game* (*TCG*, questa è la sigla utilizzata in questa sede), è una delle due categorie di giochi di carte. Insieme al *Gioco di Carte Non Collezionabile* (non ha una sigla ufficiale, ma verrà abbreviata in questa sede in *GCNC*) è una sottocategoria dei giochi da tavolo. Per spiegare meglio la sua natura è necessario prima descrivere cosa sia un *GCNC*, di cui ne esistono in commercio svariate tipologie. L'esempio più conosciuto è il mazzo di carte francesi. Ogni *GCNC* utilizza uno o più mazzi da gioco preimpostato dalla casa produttrice, composto da una serie di carte in numero e in quantità ben specifiche. Ad esempio nelle carte francesi si ha un mazzo composto da 54 carte, con le carte divise in quattro gruppi detti Semi e ciascuno di essi composto da 13 carte diverse che vanno dall'Asso al Re con l'aggiunta di carte dette Jolly. Non ci sono cambiamenti di alcun tipo nel mazzo, al massimo se ne aggiungerà un secondo con le medesime caratteristiche. Altri giochi in commercio prevedono l'uscita di *Espansioni*, cioè di nuovi gruppi di carte che vanno ad aggiungersi al mazzo principale, ma sono solo delle aggiunte ad esso che non possono sostituirlo: sarà sempre richiesto il mazzo di partenza per poter giocare. Per esempio, il *GCNC Munchkin*<sup>7</sup> conta oltre 30 *Espansioni* e per giocare è sempre necessario possedere il primo mazzo stampato, il quale è autonomo rispetto a tutti gli altri. Tutte le sue *Espansioni* forniscono carte e regole in più da aggiungere al mazzo, ma sono aggiunte opzionali: un qualsiasi gruppo di gioco può giocare solo col mazzo originario senza possedere alcuna *Espansione*, mentre il contrario non è possibile.

I giocatori di un *GCNC* giocano utilizzando le stesse carte prese dallo stesso mazzo (o dagli stessi mazzi). Non c'è alcun modo per cui carte esterne al mazzo di partenza entrino nel gioco, poiché essi sono strutturati per essere giocati solo e soltanto con esso. Si pensi ad una partita di *Poker*, gioco che utilizza le carte francesi: le carte distribuite ai giocatori provengono dal medesimo mazzo. Non c'è alcun modo che il totale delle carte in mano ai giocatori, sul tavolo e sul mazzo sia diverso dal mazzo originario, poiché nessun secondo mazzo partecipa al gioco, se si esclude la possibilità che uno dei giocatori abbia il famoso "asso nella manica" (ma in quel caso si stanno violando le regole)!

I *TCG* seguono invece delle regole diverse. La prima regola è che ogni giocatore possiede il proprio mazzo di carte, e di conseguenza una partita è possibile farla solo se vi sono tanti mazzi quanti sono i giocatori. A differenza di un *GCNC* i mazzi non sono preimpostati, ma sono

---

<sup>7</sup> "Munchkin – il Sito Ufficiale Italiano!", <http://munchkin.raven-distribution.com/>, visualizzato il 14 Gennaio 2018

assemblati dai giocatori stessi in un tempo antecedente la partita. Infatti la principale caratteristica dei *TCG* è che le carte sono vendute in confezioni (dette buste di gioco) che contengono ciascuno un assortimento di carte diverso<sup>8</sup>. Questo di conseguenza porta all'introduzione di un nuovo concetto: i *Set di Espansione*, da non confondere con le *Espansioni* dei *GCNC*. Un *Set* introduce nuove carte nel gioco, aumentando così il numero totale delle carte disponibili per i giocatori. A differenza quindi delle *Espansioni* viste prima, procurarsi le carte appena uscite o una parte di esse risulta fondamentale per poter continuare a giocare. Si potrebbe continuare a giocare con le carte già in proprio possesso, ma i *TCG* sono strutturati in modo tale che chiunque abbia le nuove carte abbia un vantaggio rispetto a chi non ne ha, spingendo tutti i giocatori a procurarsele.

Qui entra in gioco un fattore importante. La definizione più comune di tali giochi è *Trading Card Game*, dove bisogna far notare il *Trading*, cioè la componente di commercio e scambio. Si tornerà meglio sull'argomento nel capitolo 3, ma è opportuno subito introdurre il concetto. Cosa succede se un giocatore ha bisogno di una determinata carta? Comprare confezioni nella speranza di trovarla è un procedimento lungo e dispendioso, ma ha un'alternativa: può scambiarla con altre carte e/o comprarla da altri possessori. Quest'opzione è così data per scontata che non solo si ritrova nella definizione di *TCG* ma, addirittura, se qualsiasi carta in un gioco del genere non fosse ottenibile attraverso un numero di scambi o di acquisti relativamente limitati allora quel gioco non sarebbe un *TCG*<sup>9</sup>!

### 1.2.2 I Giochi di Carte Collezionabili Online

Dopo aver esaminato i *TCG* bisogna domandarsi in che categoria si inseriscano *Hearthstone* e i suoi simili. Essi sono dei *Trading Card Game Online (TCGO)*, vale a dire dei *TCG* ma non con mazzi di carta fisici ma digitali sfruttando delle applicazioni e dei server dedicati. Nello specifico in realtà si dovrebbe parlare di *Free TCGO*, poiché una loro peculiare caratteristica è essere gratuiti e il poter spendere del denaro in valuta reale è facoltativo. Infatti, è possibile svolgere compiti all'interno delle applicazioni ricevendo in cambio della valuta di gioco, e quest'ultima potrà essere utilizzata per gli acquisti in gioco.

Altra importante caratteristica è la completa mancanza della componente di scambio e/o commercio tra singoli. Il sistema di ottenimento delle carte singole è gestito tramite un apposito

---

<sup>8</sup> Andrea Angiolino e Beniamino Sidoti, *Dizionario dei giochi*, p.121, Bologna, Zanichelli, 2010

<sup>9</sup> John Jackson Miller e Joyce Greenholdt, *Collectible Card Games Checklists & Price Guide*, p.14, 2<sup>a</sup> ed., Krause Publication, 2003

sistema di creazione carte, nel quale si utilizza una seconda valuta di gioco indirizzata esclusivamente a questa tipologia di operazioni. Anche questo verrà approfondito in maniera più specifica nel capitolo 3, ma l'introduzione è fondamentale per citare una critica spesso mossa alla definizione stessa di questi giochi. Se infatti manca la componente di *trade*, allora perché chiamarli *Trading Card Game Online*?

Intesa in maniera letterale l'obiezione ha senso: non vi è possibilità di fare *trade*, quindi sarebbe più opportuno utilizzare la definizione di *Collectible Card Game Online*. Tuttavia è pur vero che i *TCGO* hanno un funzionamento di gioco completamente identico a quello dei *TCG*, in cui i giocatori si sfidano ciascuno con un proprio mazzo creato precedentemente da una serie di carte presenti in gruppi causali nelle confezioni, presenti anche in questa tipologia. Di conseguenza in una maniera più pratica si potrebbe asserire che è giusto definirli in questa maniera in virtù di questa affinità di funzionamento. È un quesito probabilmente destinato a non avere mai una risposta definitiva.

Infine esistono in teoria i *Not-free Trading Card Game Online*, in cui si deve utilizzare valuta reale per poter ottenere le carte. Nella pratica tuttavia esiste soltanto un caso, ovvero *Magic: the Gathering: Online*, la versione online di *Magic: the Gathering*. Trattandosi di un *unicum* videoludico se ne parlerà appositamente più avanti in questo capitolo.

### 1.3 Il brand *Magic: the Gathering*

#### 1.3.1 Wizards of the Coast

La *Wizards of the Coast* (in sigla *WotC* o semplicemente *Wizards*) fu fondata da Peter Adikson nel 1990 con sede a Renton, nello Stato di Washington negli USA (in figura 1 il logo ufficiale dell'azienda<sup>10</sup>). Cominciò ad avere successo dal 1993, anno in cui mise sul mercato *Magic: the Gathering*<sup>11</sup>, il primo *TCG* pubblicato. Tre anni dopo pubblicò un altro gioco di carte collezionabili ispirato al noto brand *Pokemon: Pokèmon Trading Card Game*. Nel 1997 acquisì la *Tactical Studies Rules* che era in fallimento, diventando così proprietaria del celebre gioco di ruolo *Dungeons & Dragons*. Successivamente nel 1999 venne acquistata e divenne sussidiaria della *Hasbro Interactive*, a sua volta sussidiaria della *Hasbro*.

Non solo essa ha messo sul mercato il primo *TCG* della storia ma addirittura esso stesso è un brevetto, nello specifico il brevetto USA n. 5,662,332 compilato nell'Ottobre del 1995 e

---

<sup>10</sup> "Wizards of the Coast – Contact Us", <http://company.wizards.com/content/contact-us>, 9 Marzo 2014

<sup>11</sup> "Magic: the Gathering Fact Sheet Revised 5/26/09",

[http://www.wizards.com/company/downloads/Magic\\_Fact\\_Sheet\\_Aug09.pdf](http://www.wizards.com/company/downloads/Magic_Fact_Sheet_Aug09.pdf), 9 Marzo 2014

conferito nel Settembre del 1997<sup>12</sup>. Esso comprende i giochi pubblicati nella forma di *TCG*, quindi quelli in cui i mazzi dei giocatori sono composti da una serie di carte collezionabili, e anche alcuni aspetti delle regole originariamente ideate per *Magic: The Gathering*, e questo le permette sia di chiedere una percentuale sulle vendite alle altre case produttrici di *TCG*, che di fare cause legali sull'argomento. Questo accadde nel 2003, quando la *Wizards* citò presso la Corte Distrettuale di Seattle la *Nintendo*. La *Wizards* aveva perso i diritti su *Pokèmon Trading Card Game* nel Luglio 2003, ma il gioco continuò ad essere stampato dalla *Nintendo*, violando il brevetto. La questione legale venne risolta con un accordo tra le parti, di cui non si conoscono i termini, nel Dicembre 2003<sup>13</sup>.



Figura 1 - Logo ufficiale Wizards of the Coast

---

<sup>12</sup> "Trading card game method of play", [https://worldwide.espacenet.com/publicationDetails/biblio?CC=US&NR=5662332&KC=&FT=E&locale=en\\_EP](https://worldwide.espacenet.com/publicationDetails/biblio?CC=US&NR=5662332&KC=&FT=E&locale=en_EP), su *Espacenet*, European Patent Office, 2 Settembre 1997

<sup>13</sup> "Pokèmon USA, Inc. and Wizards of the Coast, Inc. Resolve Dispute", <http://www.businesswire.com/news/home/20031229005065/en/Pokemon-USA-Wizards-Coast-Resolve-Dispute>, Business Wire, 29 Dicembre 2003

### 1.3.2 Magic: the Gathering

*Magic: the Gathering* (anche noto come *Magic* oppure *MTG*, e in passato tradotto in italiano come *Magic: l'Adunanza*) è un *TCG* inventato da Richard Garfield e pubblicato dalla *Wizards of the Coast* nel 1993<sup>14</sup>, ed è a tutti gli effetti il padre del suo genere, dato che, come si è visto in precedenza, il brevetto dei *TCG* è abbinato alla sua creazione (in figura 2 il suo logo ufficiale<sup>15</sup>). Due giocatori (o più in certe varianti del gioco) si sfidano l'uno contro l'altro utilizzando le carte a disposizione nei loro mazzi di gioco per vincere la partita.

Non è utile ai fini del presente lavoro visionare quali siano nello specifico le regole di gioco. Basti sapere che la varietà delle tipologie di carte e delle meccaniche di gioco giustificano il suo essere *TCG*: ogni giocatore può potenzialmente avere con sé un mazzo diverso e unico e sfruttare varie sinergie per portarsi a casa la vittoria.

*Magic* è un *brand* che è andato oltre il solo gioco di carte. Ad esso sono anche abbinate le storie dei personaggi delle carte e dei loro mondi, fino a qualche anno fa presentati sotto forma di libri e fumetti, per poi passare alla forma di racconti online denominati *Uncharted Realms*. È stato anche il primo gioco di carte ad avere anche una propria piattaforma online, *Magic the Gathering: Online*. Inoltre bisogna considerare il suo grandissimo impatto culturale, che ha portato alla ridefinizione del gioco di carte in sé, e si può affermare che ogni altro *TCG* e *TCGO* esistente gli deve qualcosa in termini di ispirazione. Non sorprende ad esempio che gran parte del gergo della *community* di *Magic* sia utilizzato anche dalle *community* degli altri giochi di carte: anche se il riferimento originario è assente il suo concetto è ben presente nelle menti dei giocatori.

Si prenda ad esempio la *community* di *Hearthstone*. La quasi totalità dei suoi componenti conosce *Magic*<sup>16</sup>, nonostante lo giochi poco meno della metà di essa.<sup>17</sup> I giocatori che giocano ad entrambi ne apprezzano la complessità delle meccaniche, la varietà dei formati di gioco e dei Set, e l'aspetto di interazione sociale.<sup>18</sup> Ce ne si può accorgere leggendo articoli di natura tecnica di strategie o di spiegazione dei mazzi di gioco: spesso si trovano termini originari di *Magic*. Questo è la prova di come il gioco abbia trasceso i suoi confini, diventando il *TCG* per antonomasia, termine di paragone e di confronto per la maggior parte dei suoi simili.

---

<sup>14</sup> "Magic: the Gathering Fact Sheet Revised 5/26/09",

[http://www.wizards.com/company/downloads/Magic\\_Fact\\_Sheet\\_Aug09.pdf](http://www.wizards.com/company/downloads/Magic_Fact_Sheet_Aug09.pdf), 9 Marzo 2014

<sup>15</sup> "Raising a New Banner", <https://magic.wizards.com/en/articles/archive/news/raising-new-banner-2017-10-08>, 8 Ottobre 2017

<sup>16</sup> Appendice 1.3, Sezione 4, Domanda 1

<sup>17</sup> Appendice 1.3, Sezione 4, Domanda 2

<sup>18</sup> Appendice 1.3, Sezione 4, Domanda 3/3a

La sua descrizione non si può limitare solo agli aspetti funzionali della distribuzione e della fruizione del gioco di carte, ma anche alle conseguenze di questi. La maggioranza di essi li si vedrà nel corso dei capitoli. Nello specifico, nel capitolo 2 si accennerà alla struttura dei tornei, nel capitolo 3 si spiegherà come sono venduti i prodotti e come è gestito il mercato, e nel capitolo 4 si accennerà al ruolo nei negozi. In questo capitolo rimane da analizzare un singolo aspetto, ma fondamentale: i formati di gioco.



Figura 2 - Logo ufficiale *Magic: the Gathering*

### 1.3.2.1 I formati di gioco

*Magic* è un TCG con oltre 25 anni di vita, e il numero di carte differenti stampate è sull'ordine delle decine di migliaia. Una simile mole di carte è a conti fatti ingestibile, sia a livello di numero sia a livello di interazioni. Si pensi ad un nuovo giocatore: come potrebbe approcciarsi al gioco con carte stampate oltre 20 anni fa, in cui non solo il testo era diverso (poiché le regole sono andate via via aggiornandosi nel corso del tempo) ma anche la loro reperibilità è scarsa? Inoltre questo genera problematiche anche interne al gioco, poiché non è raro trovare interazioni valide a livello strategico tra carte stampate a distanza di anni le une dalle altre. Per gestire questa situazione si sono dunque creati i cosiddetti *formati di gioco*.

Cos'è un formato di gioco? È giocare a *Magic* utilizzando una specifica frazione delle carte stampate. Invece di attingere all'intero insieme di esse per costruire i mazzi di gioco, ogni formato ne seleziona uno specifico sottoinsieme e solo quello è utilizzabile. Spesso il criterio di selezione è su base temporale, dato che una delle principali difficoltà è nelle reperibilità delle

carte. Accompagnate ad essi vi sono anche le *banlist*, cioè delle liste di carte che, pur facendo parte del sottoinsieme selezionato, non possono essere giocate. La motivazione alla base di queste liste risiede nella giocabilità e nella varietà dei formati. A causa dell'immensa mole di carte le sinergie tra esse sono molte, e ne possono capitare alcune fin troppo forti per garantire un bilanciamento. Di conseguenza si risolve il problema alla radice mettendo una o più carte nella *banlist* del formato in questione.

I formati si dividono in due grandi categorie: i formati *Limited* e i formati *Constructed*. I primi sono caratterizzati dal fatto che le carte vengano fornite durante il corso del torneo attraverso l'apertura di buste di gioco, creando così il mazzo sul momento, mentre nei secondi i giocatori utilizzano dei mazzi che si sono precostruiti. I formati *Constructed* sono poi suddivisi in due sottocategorie: i formati *Di Rotazione* e i formati *Eternal*. Nei primi viene sempre utilizzato un certo sottoinsieme dei set di carte usciti più recentemente e di conseguenza questo viene periodicamente aggiornato. Nei secondi invece l'insieme delle carte utilizzabili parte da una determinata espansione e comprende tutte quelle uscite successivamente.

### 1.3.2.1.1 Formati Limited

Esistono due formati *Limited*: il *Booster Draft* e il *Sealed Deck*.

Il *Booster Draft*<sup>19</sup> è uno dei formati più conosciuti e apprezzato da giocatori. La sua peculiare caratteristica risiede nel modo in cui le carte vengono fornite. I partecipanti ad un evento del formato si siedono ad un tavolo, ciascuno con tre bustine a disposizione. Simultaneamente ne aprono una a testa, scelgono una carta da essa, poi passano il resto al giocatore o alla loro destra o alla loro sinistra, ricevendo a loro volta un altro mazzetto di carte. Il procedimento si ripete fino a che il contenuto delle bustine non si è esaurito. Infine ogni giocatore crea un mazzo partendo dall'insieme di carte che ha scelto.

Il *Sealed Deck*<sup>20</sup> invece fornisce ad ogni partecipante sei bustine, e dal contenuto di esse si creano i mazzi. La differenza di bustine rispetto al *Booster Draft*, nonostante il numero minimo di carte in un mazzo sia identico in entrambi i formati, è giustificato dalla grande varianza delle carte. Se infatti in un *Booster Draft* i giocatori possono decidere le carte da scegliere, creando così con relativa facilità i mazzi che desiderano, nel *Sealed Deck* invece non ne hanno facoltà. Di

---

<sup>19</sup> "Formato Booster Draft", <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/booster-draft>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

<sup>20</sup> "Formato Sealed Deck", <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/sealed-deck>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

conseguenza viene fornito un insieme di carte grande il doppio per poter facilitare la costruzione e aumentare le probabilità di avere delle carte sinergiche.

Il *Limited* in generale è molto apprezzato dalla *community*. Questo formato infatti permette sia di tenere le carte uscite dalle bustine e garantisce un livello di parità di forza dei mazzi nel corso del torneo. Di conseguenza, circa un giocatore su due gioca ad almeno uno dei formati.<sup>21 22</sup>

### 1.3.2.1.2 Formati Constructed di Rotazione

Esistono due formati *Constructed di Rotazione*: lo *Standard* e il *Brawl*.

Lo *Standard*<sup>23</sup> (anche noto come *Tipo 2* o *T2*) utilizza le carte uscite negli ultimi due anni di gioco, aggiornando l'insieme di carte utilizzabili ogni sei mesi. Alla scadenza, che avviene sempre con l'uscita di uno specifico set, vengono tolti dal formato i due set più vecchi finora utilizzabili (in gergo si dice che vengono "ruotati fuori", da cui il termine *Rotazione*).

Questo è il formato più seguito e promosso dalla *Wizards of the Coast*. È infatti il formato che utilizza gli ultimi set, favorendone le vendite e rendendolo accessibile ai nuovi giocatori. Questi ultimi usufruiscono di tornei in cui devono al massimo ricercare carte stampate da due anni, la cui reperibilità è quindi assai elevata. Inoltre è un formato particolarmente seguito anche da un punto di vista di creazione delle carte da parte dei team di sviluppo di gioco, i quali pongono particolare enfasi sul rendere sinergici i vari set tra loro. È un formato giocato da circa un giocatore su tre.<sup>24 25</sup>

Il *Brawl*<sup>26</sup> utilizza il medesimo insieme di carte dello *Standard*, seguendo esattamente le sue tempistiche nel rinnovamento delle carte utilizzabili. Si tratta di una variante del formato *Commander* (si veda il paragrafo successivo) la cui particolarità risiede proprio nell'aggiornare ogni sei mesi i set. Si tratta di un formato di recentissima introduzione, ufficializzato il 22 Marzo 2018: per questo motivo non è stato citato all'interno dei questionari.

---

<sup>21</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 7, "Limited (Draft/Sealed)"

<sup>22</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 7, "Limited (Draft/Sealed)"

<sup>23</sup> "Formato Standard", <https://magic.wizards.com/it/formats/standard>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

<sup>24</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 7, "Standard"

<sup>25</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 7, "Standard"

<sup>26</sup> "Buttati nella mischia con Brawl", <https://magic.wizards.com/it/articles/archive/ways-play/buttati-nella-mischia-con-brawl-2018-03-22>, 22 Marzo 2018

### 1.3.2.1.3 Formati Costruted Eternal

Il resto dei formati è *Constructed Eternal*. La loro varietà è assai elevata, per cui è opportuno descrivere solo i cinque più conosciuti: il *Vintage*, il *Legacy*, il *Modern*, il *Pauper* e il *Commander*. Si noti che il *Pauper* è ufficiale soltanto all'interno di *Magic The Gathering: Online*, ma viene esposto in questa sezione per motivi di organicità e chiarezza.

Il *Vintage*<sup>27</sup> (anche noto come *Tipo 1* o *T1*) è il più grande dei formati di questa categoria. Infatti sono a disposizione tutte le carte mai stampate in *Magic*, ed è l'unico formato a non avere una *banlist*, ma solo una lista di carte "ristrette", cioè limitate ad una sola copia. Questo lo ha reso il formato elitario per eccellenza, poiché sono presenti carte molto potenti e molto costose non disponibili in altri formati: per questo motivo è giocato da appena il 5% della *community*.<sup>28 29</sup>

Il *Legacy*<sup>30</sup> (anche noto come *Tipo 1.5* o *T1.5*) è un formato la cui grandezza è simile a quella del *Vintage*. Utilizza il medesimo insieme di carte, ma è dotata di una propria *banlist*. Questo lo ha portato ad essere un formato più equilibrato e meno sbilanciato, ma anch'esso è diventato sempre più elitario a causa della difficoltà nel reperire le carte più vecchie. Non sorprende che sia uno dei formati meno seguiti, giocato da circa un giocatore su quattro.<sup>31 32</sup>

Il *Modern*<sup>33</sup> cerca di rimediare al problema della reperibilità e dei prezzi delle carte dei due formati appena citati. Utilizza infatti un insieme di carte più recenti, il cui set più vecchio è *Ottava Edizione* (stampato il 28 Giugno 2003), cioè il set in cui cambiò per la prima volta il frame di stampa delle carte. Venne creato con l'obiettivo di poter avere un formato *Eternal* però con dei prezzi accessibili a più giocatori. Obiettivo portato a buon fine: è il formato più popolare nella *community*, giocato da due giocatori su tre.<sup>34 35</sup>

Il *Pauper*<sup>36</sup> è un formato nato originariamente dai giocatori. A differenza degli altri formati, che selezionano le carte in base a un fattore temporale, esso invece utilizza come discriminante la rarità delle carte. Sono disponibili nel formato tutte le carte che sono state stampate almeno una

---

<sup>27</sup> "Formato Vintage", <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/vintage>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

<sup>28</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 7, "Vintage"

<sup>29</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 7, "Vintage"

<sup>30</sup> "Formato Legacy", <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/legacy>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

<sup>31</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 7, "Legacy"

<sup>32</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 7, "Legacy"

<sup>33</sup> "Formato Modern", <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/modern>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

<sup>34</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 7, "Modern"

<sup>35</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 7, "Modern"

<sup>36</sup> "Pauper Format", <https://magic.wizards.com/en/game-info/gameplay/formats/pauper>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

volta a rarità Comune su *Magic: the Gathering Online* (si veda il capitolo 3 per maggiori spiegazioni). Nonostante sia stato reso ufficiale solo su *Magic: the Gathering Online* è un formato che sta sempre più prendendo piede anche nel gioco cartaceo, poiché a causa delle sue caratteristiche i suoi mazzi hanno dei prezzi irrisori sia in senso assoluto sia comparati con gli altri formati. Per quanto riguarda la versione cartacea, essa è giocata da circa un giocatore su tre.<sup>37 38</sup>

Il *Commander*<sup>39</sup> è un altro formato nato dai giocatori, che utilizza tutte le carte stampate. Ha varie caratteristiche dal punto di vista di costruzione del mazzo di gioco, tra cui ad esempio il fatto che sia composto da 99 carte (dove la norma dei formati è di 60) quasi tutte in singola copia. Il formato ha avuto un successo strepitoso tra i giocatori, al punto che la *Wizards* decise di ufficializzarlo con prodotti appositi. Si tratta comunque di un formato nato dai giocatori, ed esistono attualmente ben cinque versioni di esso (senza contare il *Brawl*), di cui tre gestite da commissioni di giocatori esterne all'azienda. Considerando quindi una linea generica del formato, esso è giocato da circa due giocatori su cinque.<sup>40 41</sup>

### 1.3.3 Magic: the Gathering Online

*Magic: the Gathering Online*<sup>42</sup> (anche noto come *MTGO* oppure *Magic Online*) è la versione online di *Magic*, pubblicata nel 2002 (in figura 3 il suo logo ufficiale<sup>43</sup>). Si tratta di un vero e proprio *TCGO ante litteram*, tuttavia non si può neppure ascrivere a quella categoria, poiché non ha alcuna delle sue caratteristiche peculiari. Nello specifico lo si dovrebbe collegare in una particolare categoria denominata *Not-free TCGO*, di cui tuttavia è l'unico esponente. Di conseguenza è opportuno considerarlo come un vero e proprio *unicum* videoludico.

Il fattore principale che lo caratterizza è il modo con cui i giocatori si approcciano ad esso. Infatti non è mai stato visto come un'alternativa a *Magic*, ma piuttosto come un prodotto integrativo. Gli intervistati che hanno dichiarato di giocare a *Magic Online* hanno dichiarato di giocare anche a *Magic* cartaceo. Solo una minoranza davvero esigua ha detto di giocare solo ad *MTGO*.<sup>44 45</sup>

---

<sup>37</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 7, "Pauper"

<sup>38</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 7, "Pauper"

<sup>39</sup> "Formato Commander", <https://magic.wizards.com/it/content/commander-format>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

<sup>40</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 7, "Commander"

<sup>41</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 7, "Commander"

<sup>42</sup> "MTGO.com", <https://magic.wizards.com/it/products/magic-online>, visualizzato il 2 Gennaio 2016

<sup>43</sup> "The Battle for Zendikar cometh", <https://magic.wizards.com/en/articles/archive/organized-play/battle-zendikar-cometh-2015-09-24>, 25 Aprile 2015

<sup>44</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 5

<sup>45</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 5

Nonostante sia giocabile a sé stante, è percepito come un qualcosa in più rispetto alla versione cartacea, ma non un suo sostituto.

Questo è dovuto principalmente a tre motivi. Il primo è lo standard di carattere sociale di *Magic*, il quale non può essere raggiunto da *MTGO* per sua intrinseca natura: se deve scegliere tra una partita cartacea e una partita online, il giocatore preferisce la prima opzione. Il secondo motivo risiede nel basso grado di inserimento nel circuito competitivo del titolo, infatti è possibile partecipare solo a tornei di basso livello sulla piattaforma, ma anche vincendo l'ingresso ad un torneo di livello più alto questo andrà giocato in formato cartaceo.

Il terzo motivo risiede nel fatto che anche in *Magic Online* bisogna pagare valuta reale per poter accedere ai suoi servizi, a partire da una quota di iscrizione di \$9,90. Combinato col secondo motivo ne consegue una naturale tendenza a preferire un investimento direttamente sulla versione cartacea piuttosto che sulla versione online. Sulla piattaforma è infatti possibile acquistare bustine e set, accedere ai tornei e persino fare compravendita delle carte singole, tutte opzioni possibili anche nella versione cartacea.

### **1.3.3.1 Event Ticket**

L'*Event Ticket* (anche detto *Ticket* o *Tix*) è la moneta ufficiale di gioco. Esso era nato originariamente con lo scopo di essere il pagamento dei tornei su *MTGO*, da cui il suo nome. Ogni *Ticket* viene pagato un dollaro americano (su *Magic Online* ci si rapporta sempre a quella valuta) ed ogni torneo ha un costo d'iscrizione che varia dai 2 ai 6 *Ticket*. Tuttavia questo ha generato una particolare situazione. Essendo il *Ticket* scambiabile tra i giocatori questi hanno iniziato allora a scambiare le carte singole in loro possesso con esso, comparandoli col dollaro americano perché quest'ultimo non è utilizzabile direttamente poiché usufruibile solo nella fase di acquisto dei prodotti. Questo ha portato il *Tix* ad essere la moneta ufficiale di *MTGO*, al punto che si ragiona anche con le frazioni di esso.



Figura 3: Logo Magic: the Gathering Online<sup>46</sup>

#### 1.4 Il brand Hearthstone

##### 1.4.1 Blizzard Entertainment

La *Blizzard Entertainment* (anche detta solo *Blizzard*) è una *software house* fondata nel 1991 da Michael Morhaime col nome di *Silicon & Synapse* con sede ad Irvine, nello stato della California negli USA<sup>47</sup> (in figura 4 il suo logo ufficiale<sup>48</sup>). Conobbe il successo nel 1994 con il videogioco *Warcraft: Orcs & Humans* (anche noto come *Warcraft*). Due anni dopo creò *Diablo* e con esso lanciò *Battle.net*, la prima piattaforma di gioco online gratuita: prima di essa altri giochi disponevano di un supporto al gioco online, ma a pagamento. Nel 1998 rilasciò *Starcraft*<sup>49</sup>, e negli anni successivi si dedicò allo sviluppo dei capitoli successivi dei tre titoli citati. Notevole fu il cambio di rotta con la serie *Warcraft*, la quale subì un cambio di genere nel 2004 con l'uscita di *World of Warcraft*<sup>50</sup>, diventando l'*MMORPG* (sigla per *Massive(ly) Multiplayer Online Role-Playing Game*) più giocato di sempre.

Nel corso degli anni l'azienda ha subito diverse acquisizioni a partire dal 1994, che terminarono nel 1998 con l'acquisizione da parte del gruppo *Vivendi*. Continuò a farne parte fino al Luglio del 2008, anno in cui venne fusa con l'*Activision* creando la *Blizzard Activision*<sup>51</sup>, diventandone

---

<sup>46</sup> Si noti che è la penultima versione del logo, poiché la più recente ancora non è disponibile in formato immagine

<sup>47</sup> "Company Profile",

<https://web.archive.org/web/20080311073433/http://www.blizzard.com/us/inblizz/profile.html>, 11 Marzo 2008

<sup>48</sup> "Blizzard Entertainment logo and trademark guidelines", <http://us.blizzard.com/en-us/company/legal/trademarks.html>, visualizzato il 2 Aprile 2018

<sup>49</sup> "Starcraft", <http://eu.blizzard.com/it-it/games/sc/>, 11 Dicembre 2009

<sup>50</sup> "World of Warcraft", <https://worldofwarcraft.com/it-it/>, visualizzato il 3 Gennaio 2018

<sup>51</sup> "Activision Blizzard: fusione approvata", [https://gaming.hwupgrade.it/news/videogiochi/activision-blizzard-fusione-approvata\\_25930.html](https://gaming.hwupgrade.it/news/videogiochi/activision-blizzard-fusione-approvata_25930.html), 10 Luglio 2008

una sua divisione. Nel 2013 lanciò sul mercato *Hearthstone: Heroes of Warcraft*<sup>52</sup>. Nel 2015 uscì *Heroes of the Storm*<sup>53</sup> e infine, nel 2016, *Overwatch*<sup>54</sup>.

La *Blizzard* è conosciuta nel mondo videoludico come una *software house* atipica. Ha infatti un numero di videogiochi molto basso considerando i suoi anni e la media di videogiochi prodotti dalle *software house* concorrenti, poiché ha sempre preferito puntare alla qualità piuttosto che alla quantità. Il risultato di quella politica è che le tre saghe iniziate negli anni '90 sono tutte e tre considerate delle pietre miliari della storia videoludica, e i titoli del nuovo millennio hanno tutti riscosso un grandissimo successo. *Starcraft II* (seguito di *Starcraft*), *World of Warcraft* ed *Hearthstone* sono leader nei loro rispettivi generi.

Bisogna avere la consapevolezza che *Hearthstone* non è la punta di diamante dell'azienda, ma uno dei suoi prodotti di qualità. Sono le implicazioni che esso comporta nel panorama dei TCG il punto nevralgico. Esse pongono il prodotto su un livello di attenzione e interesse particolare se lo si analizza non dal punto di vista videoludico, ma dal punto di vista dei TCGO.



Figura 4 – Logo ufficiale Blizzard Entertainment

<sup>52</sup> “Hearthstone”, <https://playhearthstone.com/it-it/>, visualizzato il 4 Gennaio 2018

<sup>53</sup> “Heroes of the Storm”, <http://eu.battle.net/heroes/it/>, visualizzato il 4 Gennaio 2018

<sup>54</sup> “Overwatch”, <https://playoverwatch.com/it-it/>, visualizzato il 4 Gennaio 2018

## 1.4.2 Hearthstone

*Hearthstone* (originariamente denominato *Hearthstone: Heroes of Warcraft*) è un videogioco rientrante nella categoria dei *Trading Card Game Online*, uscito nel Marzo del 2014, anche se una sua versione *beta* era già disponibile fin dall'Agosto del 2013 (in figura 5 il suo logo ufficiale<sup>55</sup>). Era nato come uno spin-off di *World of Warcraft*. Il titolo ha sviluppato una sua certa indipendenza, anche se continua per la creazione di nuovi contenuti ad attingere all'universo dell'*MMORPG*.

Come modalità di gioco ha tutte le caratteristiche di un *TCG*: due giocatori si affrontano, ciascuno con un proprio mazzo di carte, e utilizzano le risorse a propria disposizione per sconfiggere l'avversario. Le differenze sono quelle spiegate a inizio capitolo, ovvero l'utilizzo di Internet, l'avere le carte in formato digitale, e l'assenza della componente di *Trade* (se si considera il termine di *TCG* in senso stretto). Questo mix lo ha posto come l'inventore *de facto* del *TCGO*, che già esisteva prima di esso ma era sempre rimasto di nicchia, ponendosi nel suo genere praticamente allo stesso modo con cui *Magic* si è posto nel mondo del *TCG*.

Il successo di *Hearthstone* è tale da avere messo in ombra tutti i suoi diretti concorrenti. Ad esempio, nella *community* di *Magic* oltre l'80% lo conosce, mentre solo il 30% circa conosce il secondo classificato, ovvero *Gwent*.<sup>56</sup> Sempre nella stessa *community*, circa due persone su cinque gioca ad un *TCGO*<sup>57</sup>, e la quasi totalità di esse gioca ad *Hearthstone*, mentre per gli altri *TCGO* la percentuale è decisamente inferiore<sup>58</sup>.

La situazione diventa ancora più evidente se si va ad indagare nella *community* del gioco. Nonostante i prodotti concorrenti di *Hearthstone* siano più noti che nella *community* di *Magic* (il sopracitato *Gwent* ad esempio è conosciuto dall'80% della *community* di *Hearthstone*)<sup>59</sup>, solo un giocatore su tre gioca ad un altro *TCGO*<sup>60</sup>, con una distribuzione analoga alla conoscenza della concorrenza.<sup>61</sup> Inoltre vi è una grandissima fedeltà al prodotto, visto che la quasi totalità dei giocatori che giocano ad un altro *TCGO* ha dichiarato di preferire *Hearthstone* in caso di scelta

---

<sup>55</sup> "Blizzard Entertainment logo and trademark guidelines", <http://us.blizzard.com/en-us/company/legal/trademarks.html>, visualizzato il 2 Aprile 2018

<sup>56</sup> Appendice 1.1, Sezione 3, Domanda 2

<sup>57</sup> Appendice 1.1, Sezione 3, Domanda 1

<sup>58</sup> Appendice 1.1, Sezione 3, Domanda 3

<sup>59</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 2

<sup>60</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 1

<sup>61</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 3

esclusiva.<sup>62</sup> Le caratteristiche più apprezzate di esso sono la relativa semplicità delle meccaniche, il sistema di creazione carte e il sistema delle ricompense.<sup>63</sup>

Alcune delle sue particolarità saranno come per *Magic* trattate nei capitoli successivi. Nel capitolo 2 si accennerà alla gestione della parte competitiva, nel capitolo 3 si spiegherà il funzionamento del sistema di ricompense e del sistema di creazione carte, e nel capitolo 4 sarà esaminata la gestione del suo risvolto sociale. In questo capitolo si parlerà del funzionamento delle modalità di gioco.



Figura 5 – Logo ufficiale *Hearthstone*

#### 1.4.2.1 Le Classi

Senza scendere nei particolari delle regole, vi è una caratteristica peculiare nel sistema di creazione dei mazzi di gioco. Se in *Magic* qualsiasi carta è sempre utilizzabile, nei limiti dei formati di gioco, in *Hearthstone* si è provveduto con una divisione a monte. Ogni giocatore al momento della creazione del mazzo sceglie un proprio avatar, denominato *Eroe*, e a ciascuno di essi è assegnata una determinata *Classe*. Esistono in totale nove *Classi*: *Mago*, *Ladro*, *Druido*, *Cacciatore*, *Sciamano*, *Guerriero*, *Sacerdote*, *Stregone*, *Paladino*. Tutte sono direttamente ispirate alle nove classi originali di *World of Warcraft*.

Cosa comporta la scelta di una *Classe*? Il pool di carte utilizzabili. Ogni set di gioco è suddiviso in dieci sottoinsiemi, cioè uno per ognuna delle *Classi* più un decimo insieme detto *Neutrale*.

<sup>62</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 4

<sup>63</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 5a, 5c, 5f

Ogni *Classe* può giocare solo con il proprio sottoinsieme di carte più quello neutrale, limitando così le scelte di gioco. Questo sistema ha permesso a ciascuna di esse di avere una propria identità strategica, potendo attuare sinergie non attuabili nelle altre.

### 1.4.2.2 Sezioni di Gioco

Il gioco è suddiviso in quattro sezioni principali: *Gioco*, *Avventura*, *Arena* e *Rissa*. Esse comprendono sia modalità di gioco in cui si scontrano i singoli giocatori (dette *Player vs Player* o *PvP*), sia modalità in cui il giocatore si scontra contro partite gestite dall'intelligenza di gioco (dette *Player vs Enemies* o *PvE*).

#### 1.4.2.2.1 Sezione Gioco

La sezione *Gioco* è la principale sezione *PvP*. È possibile selezionare due modalità in essa, l'*Amichevole* e la *Classificata*. La prima è una modalità fatta per poter giocare soltanto per divertimento, la seconda invece è pensata per il gioco competitivo, di cui se ne discuterà nel dettaglio nel capitolo 2. Il fatto notevole di questa modalità è che, come *Magic*, ha i suoi formati di gioco, anche detti modalità. Attualmente ne esistono due: il formato *Standard* e il formato *Selvaggio*.

Il formato *Standard* è l'esatto equivalente dell'omonimo formato di *Magic*. Utilizza i Set e le Avventure (di cui si parlerà tra poco) usciti negli ultimi due anni di gioco, con una rotazione annuale. Tuttavia utilizza anche due set fissi: il *Base* e il *Classico*. Si noti che in *Hearthstone* non esiste il concetto di *banlist*: questo non è dovuto ad una particolare lungimiranza nella creazione delle carte, ma al fatto che ciascuna di essa è digitale. Come tale, è possibile direttamente modificare le carte problematiche.

Lo *Standard* è il formato più seguito dal team di sviluppo, nonché l'unico per cui vi è un supporto totale per il lato competitivo. Anche grazie a questo è in assoluto il più seguito dalla *community*, giocato praticamente dalla totalità di essa.<sup>64</sup>

Il formato *Selvaggio* è l'equivalente dei formati *Constructed Eternal* di *Magic*. In esso è possibile utilizzare tutti i Set usciti fin dalla creazione del gioco. A differenza della modalità

---

<sup>64</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 6, "Standard"

*Standard* ha un supporto al lato competitivo molto limitato, ed è la principale causa per cui è poco seguito. Infatti è giocato da circa un giocatore su quattro.<sup>65</sup>

#### 1.4.2.2 Sezione Avventura

La modalità *Avventura* è l'unica sezione *PvE*. È suddivisa a sua volta in quattro modalità: *Allenamento*, *Avventura*, *Missione* e *Spedizione*.

La modalità *Allenamento* è pensata principalmente per i neofiti del gioco. In esso è possibile sfidare l'intelligenza artificiale di gioco che utilizza mazzi semplificati.

La modalità *Avventura* era il grosso dell'esperienza, ed essa dà il nome all'intera sezione. Essa ha avuto un excursus molto particolare. Originariamente *Hearthstone* non ha seguito una modalità di rilascio Set tipica dei *TCG*, ma ha alternato il rilascio delle Avventure a quello dei Set. Le prime avevano un numero di carte molto inferiore a quelle dei Set. Tuttavia questo discorso è stato valido fino all'Avventura *Una Notte a Karazhan* (uscita l'11 Agosto 2016), dopo di essa vi è stata un cambio sulle politiche di rilascio delle carte. Il ristretto numero di carte che uscivano da ogni Avventura era fin troppo ristretto per garantire un ricambio nelle strategie di gioco, di conseguenza si è deciso di non rilasciare più nuove Avventure.

La modalità *Missione* è la diretta erede delle *Avventure*. Come in esse vi sono avversari controllati da un'intelligenza artificiale, ciascuno con mazzi e abilità uniche, ed è divisa in ali. Inoltre ogni *Missione* è associata ad un particolare set, di cui ne narra la storia. Le ali si sbloccano gratuitamente e gradualmente al raggiungimento di una certa data, e le ricompense sono in bustine di gioco.

La modalità *Spedizione* è anch'essa associata ad un set, come la *Missione*, ma è strutturata in maniera completamente differente. In essa il giocatore sceglie una *Classe* e gli viene fornito un mazzo precostruito da 10 carte (si consideri che un mazzo normale ne ha 30). Deve poi sfidare un avversario controllato dall'intelligenza artificiale di gioco, e se riesce a sconfiggerlo aggiunge 3 nuove carte a scelta al mazzo. L'obiettivo è di riuscire a sconfiggere otto avversari di fila. A differenza delle *Missioni* non si guadagnano confezioni contenenti carte (cioè le buste di gioco), ma vi sono delle missioni di gioco che permettono di guadagnarne con questa modalità (si veda il capitolo 3 per i dettagli sulle missioni di gioco). Inoltre il giocatore non può tenere le carte utilizzate per comporre il mazzo.

---

<sup>65</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 6, "Selvaggia"

### 1.4.2.2.3 Sezione Arena

La sezione *Arena* è una sezione *PvP*. Si tratta dell'equivalente dei formati *Limited* di *Magic*.

L'accesso alla modalità è subordinata al pagamento di una quota d'iscrizione. La prima scelta che viene proposta al giocatore è tra tre *Classi*. Dopo la prima scelta al giocatore vengono proposte altre trenta scelte tra tre carte ogni volta. Queste carte appartengono o al sottoinsieme della *Classe* scelta oppure alle *Neutrali*. Il giocatore utilizza quelle trenta carte per costruire il mazzo di gioco, e una volta composto si scontra con altri avversari che hanno costruito un mazzo con le stesse regole. L'obiettivo è di raggiungere le dodici vittorie, e sono ammesse soltanto due sconfitte: alla terza non è più possibile continuare a fare partite con quel mazzo. Mano a mano che si procede col numero di vittorie, il gioco assegna come avversari giocatori con un numero uguale di vittorie in modo da poter garantire equità negli scontri poiché si presume che più il numero di vittorie è alto più il mazzo di un giocatore sia performante. Il giocatore infine ottiene una ricompensa proporzionata al numero di vittorie ottenute, ma non mantiene le carte utilizzate per costruire il mazzo.

Si tratta di una modalità apprezzata dalla *community*, essendo giocata da circa due giocatori su cinque.<sup>66</sup>

### 1.4.2.2.4 Sezione Rissa

È una modalità pensata per essere una modalità di divertimento alternativa alla sezione *Gioco*. La sua peculiare caratteristica è che cambia le sue regole ogni settimana. Possono capitare quindi sfide in cui vi sono particolari condizioni di gioco, o con uso di mazzi precostruiti. A volte non è neppure una modalità *PvP* ma *PvE*, ed in alcune occasioni particolari vi sono state le *Risse cooperative*, in cui due giocatori erano alleati per sconfiggere un avversario rappresentato sul campo di battaglia. L'accesso ad esse è gratuito, e la prima volta in cui si vince una partita con una nuova regola si vince un premio (solitamente una busta di gioco).

Un particolare tipo di *Rissa* è la *Rissa Eroica*, e compare circa tre volte l'anno. A differenza di una normale, questa vuole essere una sfida molto competitiva. Si deve infatti pagare una quota di iscrizione molto alta e, come nella modalità *Arena*, si punta a realizzare dodici vittorie con solo

---

<sup>66</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 6, "Arena"

due sconfitte concesse. Tuttavia le ricompense per chi arriva ad un numero elevato di vittorie sono le più alte sia in termini assoluti sia in rapporto alla quota d'iscrizione.

## *1.5 I clienti di Magic ed Hearthstone*

### **1.5.1 Capire il cliente per capire il gioco**

Come è stato più volte ribadito nel corso del capitolo, è tutto fuorché semplice stabilire quanto *Magic* ed *Hearthstone* siano affini e quanto siano distanti. A seconda di come si affronta il discorso e si cambia il punto di vista i due mondi ora si avvicinano, ora si allontanano, ora sembrano quasi fondersi, ora sembrano antitetici. Per si è provveduto a risolvere questo problema procedendo per altre vie. Se guardando direttamente i dubbi non fanno che moltiplicarsi, cosa succede se invece si guarda indirettamente? Cosa accade se invece di analizzare direttamente il gioco si analizza il giocatore (cioè il suo cliente)?

Questo è il fulcro cui ruota intorno l'intero lavoro. Vista l'impossibilità pratica di poter fare dei paragoni diretti si analizza il giocatore, e partendo da quest'ultimo si risalgono i passaggi per poter riuscire a comprendere al meglio le caratteristiche di entrambi i giochi.

Ma se questa ricerca è finalizzata a comprendere le possibili politiche di *Magic* nel breve e nel lungo periodo, cosa centra *Hearthstone*? Per quanto sia trattato in maniera secondaria, svolge un ruolo cruciale: è la principale alternativa a *Magic*. Esso ha completamente cambiato le carte in tavola (è il caso di dirlo!), ponendosi come un avversario diretto o indiretto. Di conseguenza non si può tentare di capire le possibili politiche di *Magic* se non si considera *Hearthstone* e se non si pongono i due giochi a confronto.

Il capitolo era partito con una domanda: "*Magic: the Gathering ed Hearthstone sono concorrenti?*". Per riuscire a trovare la risposta occorre esaminare i clienti di entrambi i giochi. Nel corso dei capitoli si analizzeranno nel dettaglio vari aspetti, ma ora si comincia con una psicografia generica. Una domanda che ora ci si pone è: quale segmento di mercato occupano i due giochi? Servono lo stesso tipo di clienti, oppure servono due tipologie diverse? Per rispondere, la prima sezione del questionario di *Hearthstone* è stato strutturato in maniera simile alla prima sezione dei due questionari di *Magic*, al fine di poter fare un confronto tra le due *community*. Tramite esse potremo rispondere alla domanda che ci si è appena posti, e da quella si potrà rispondere al quesito iniziale.

### 1.5.2 La clientela di Magic: the Gathering

La quasi totalità della *community* di *Magic* è costituita da individui di sesso maschile<sup>67 68</sup>, la maggior parte dei quali con un'età ascrivibile a quella degli studenti universitari o dei giovani lavoratori, con un'età media di circa 25-30 anni.<sup>69 70</sup> Non sorprende che quindi circa il 40% non produca reddito, mentre coloro che lo producono si aggirano nella fascia €10000 - €25000 lordi.<sup>71 72</sup> Questo conduce ad una clientela composta principalmente da individui di ceto basso e medio, con pochissima presenza del ceto alto.

Il numero di anni di gioco dei partecipanti ai questionari è risultato molto variabile, ma tre giocatori su quattro hanno dichiarato un'esperienza di gioco non superiore ai 15 anni.<sup>73 74</sup> Poco più del 50% fa più di una partita alla settimana, e circa il 75% lo gioca almeno una volta alla settimana.<sup>75 76</sup> È un dato piuttosto sorprendente se si considera la necessità della presenza fisica di almeno due persone per poterci giocare. Ciò conferma non solo l'assiduità, ma anche la grande passione della *community*. I giocatori hanno varie preferenze sui formati, di cui i più popolari sono il *Modern*, il *Commander* e i formati *Limited*.<sup>77 78</sup>

### 1.5.3 La clientela di Hearthstone

La quasi totalità della *community* di *Hearthstone* è costituita da individui di sesso maschile<sup>79</sup>, la maggior parte dei quali con un'età ascrivibile a quella degli studenti universitari o dei giovani lavoratori, con un'età media di circa 22-27 anni.<sup>80</sup> Due individui su tre non producono reddito, mentre coloro che lo producono si aggirano nella fascia €10000 - €25000 lordi.<sup>81</sup> Questo conduce ad una clientela composta principalmente da individui di ceto basso e medio, con pochissima presenza del ceto alto.

---

<sup>67</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 1

<sup>68</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 1

<sup>69</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 2

<sup>70</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 2

<sup>71</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 3/3a

<sup>72</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 3/3a

<sup>73</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 4

<sup>74</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 4

<sup>75</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 6

<sup>76</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 6

<sup>77</sup> Appendice 1.1, Sezione 1, Domanda 7

<sup>78</sup> Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 7

<sup>79</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 1

<sup>80</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 2

<sup>81</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 3

Nonostante i pochi anni di attività di *Hearthstone* il numero di anni di gioco dei partecipanti al questionario è risultato anch'esso molto variabile, ma circa il 50% ha un'esperienza di gioco di circa 2 anni.<sup>82</sup> La frequenza di gioco è elevatissima: circa l'80% fa una partita almeno una volta al giorno, e la quasi totalità di essi ne fa almeno una alla settimana.<sup>83</sup> Ciò è dovuto alla caratteristica del gioco di poter fare una partita in qualsiasi momento si preferisca, ma conferma anche l'assiduità della *community*. La quasi totalità di essa gioca nel formato *Standard*.<sup>84</sup>

#### 1.5.4 Due clientele pressoché identiche

I dati derivanti dai due gruppi campione mostrano un'omogeneità molto alta. Le informazioni psicografiche di base, vale a dire sesso, età e reddito, si sono rivelate pressoché identiche. Il gruppo di *Hearthstone* ha una percentuale di giovani e di non produttori di reddito più alta rispetto a quello di *Magic*, ma lo scarto delle età medie e dei redditi lordi medi dei due gruppi è minimo.

Questo porta entrambi i giochi a puntare al medesimo segmento di mercato: giovani uomini, senza reddito o con un reddito medio-basso, appassionati di giochi di carte. *Magic* punta leggermente di più alla fasce più anziane di questa categoria, mentre *Hearthstone* a quelle più giovani, ma ciò è insufficiente per poter separare la categoria in due sottocategorie ben distinte.

#### 1.6 *Magic: the Gathering* ed *Hearthstone* sono concorrenti?

Nel corso del capitolo si è avuto modo di poter descrivere le caratteristiche generali sia di *Magic* sia di *Hearthstone* e si è anche avuto la possibilità di far emergere le prime caratteristiche della clientela, in modo tale da poter individuare a quali segmenti di mercato appartengano. Questo conduce ad una chiara risposta della domanda posta ad inizio capitolo: sì, i due giochi sono concorrenti.

Questa risposta pone delle implicazioni molto importanti. Nonostante non vi sia la percezione da parte delle due community, i due prodotti si rivolgono al medesimo segmento di mercato. I *TCG* e i *TCGO* non devono essere considerati come due realtà a parte ben distinte l'una dall'altra. Quattro anni fa si sarebbe detto che erano separate ma, con l'avanzare nel tempo, vi è stata una fusione e quindi i due prodotti sono rientrati nella stessa categoria.

---

<sup>82</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 4

<sup>83</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 5

<sup>84</sup> Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 6

Nel corso dei successivi capitoli si avrà modo di poter rendere evidenti le differenze al fine di focalizzare al meglio la clientela di *Magic*, ma si deve avere presente che *Hearthstone* non è un prodotto a parte, ma un vero e proprio concorrente con cui il *brand* deve fare i conti.

## **Capitolo 2: Il mondo dei tornei**

### **2.1 Essere competitivi è tutto?**

*“Quanto incide la competizione?”*

La competizione è parte stessa della natura umana. Si ha sempre la tendenza a primeggiare in qualsiasi ambito, nel tentativo di mostrare a se stessi e agli altri le proprie capacità. Il mondo dei *TCG* e dei *TCGO* non fa eccezione: nulla fa riunire più giocatori in uno stesso luogo se non un torneo. La prospettiva di poter vincere qualcosa, la possibilità di dimostrare le proprie abilità, il misurarsi con altri sfidanti sono sempre delle ottime motivazioni. I livelli di competizioni sono molteplici, partendo da chi vuole fare qualche partita senza badare ai risultati, fino a chi ha fatto della competizione la sua vocazione. Nei due mondi si trovano addirittura dei giocatori professionisti, persone che hanno fatto del gioco di carte il loro lavoro (o secondo lavoro), competendo sempre per poter accedere ai tornei più prestigiosi e vincere i premi più importanti. Il connubio tra la prospettiva di premiazione e lo spirito competitivo è il principale motore che muove tutto il sistema. L'ambiente competitivo non è che la maniera con cui si mette in pratica questo principio, permettendone la formalizzazione e il controllo.

Per riuscire a comprendere a fondo questi meccanismi si è deciso di indagare su questo aspetto. Quanto incide la competizione in *Magic: the Gathering*? Quanto conta per i giocatori? La risposta a queste domande saranno date nel corso di questo capitolo. Dopo aver fatto alcuni accenni sull'ambiente dei tornei in *Magic: the Gathering* si analizzeranno le risposte dalla sua *community*, e dopo aver accennato al sistema competitivo di *Hearthstone* si trarranno le conclusioni.

### **2.2 Organizzazione dell'aspetto competitivo in *Magic: the Gathering***

*Magic* dispone di un sistema molto complesso e strutturato per gestire ogni aspetto dell'ambito competitivo. Sia che si parli di un torneo di basso livello svolto in negozio, sia che si parli del campionato mondiale, vi è un insieme di regole creato per poter svolgere al meglio le competizioni.

La gestione dei singoli eventi è affidata principalmente ai *Judges*. Essi sono le figure ufficiali incaricate di far rispettare le regole di gioco, di aiutare gli organizzatori dei tornei nel gestirli al meglio, e di punire i giocatori che commettono infrazioni. A tal fine è stato istituito il *Rules*

*Enforcement Level* (in sigla *REL*). Si tratta di una serie di tre livelli di severità nella punizione delle infrazioni: a partire dal più basso si trovano i livelli *Regular*, *Competitive*, *Professional*.

La ragione dell'utilizzo di tre gradi risiede negli obiettivi di ciascuna delle tipologie di competizione. I tornei di basso livello devono essere caratterizzati da un'atmosfera rilassata e di divertimento, per cui si utilizza un livello di severità bassa pensata più per aiutare i giocatori nel comprendere i loro errori che per punirli; viceversa, in una competizione di alto livello, i premi sono sostanziosi, di conseguenza si utilizza un grado di severità più alta per disciplinarli al meglio.

Ad ogni giocatore è assegnato, nel corso della sua carriera, un codice numerico unico detto *Numero DCI* (sigla per *Duelists' Convocation International*, l'organo della *Wizards* che si occupa della gestione delle regole di gioco e degli eventi, in figura 6 il suo logo ufficiale<sup>85</sup>). Ogni volta che un giocatore partecipa ad un torneo ufficiale dalla *WotC* i suoi risultati vengono riportati e trasmessi sotto forma di uno specifico punteggio, i *Punti Planeswalker*.<sup>86</sup> Attraverso questi punti i giocatori possono ricevere ricompense, tra cui le più ambite sono gli inviti ai tornei più importanti. Questo perché non tutti gli eventi sono aperti a tutti, ma alcuni richiedono di “vincere l'invito al torneo”, ossia la possibilità di poter partecipare<sup>87</sup>.

Si può suddividere l'intero panorama competitivo in tre categorie: i tornei da negozio, i tornei di qualificazione e i tornei professionistici. I primi costituiscono la maggior parte degli eventi svolti dalla *community* di *Magic* e sono ideati per divertirsi e riunirsi badando relativamente poco ai premi ed anche per riunire con regolarità le *community* locali dei tornei. I tornei di qualificazione sono quasi tutti ideati per poter vincere degli inviti per le competizioni professionistiche. Nell'ambito di queste ultime si trovano tutti gli eventi più importanti e prestigiosi, con in palio i premi più ricchi e ambiti nell'intero panorama competitivo.

---

<sup>85</sup> “DCI Homepage”, <http://www.wizards.com/default.asp?x=dc/welcom>, visualizzato il 2 Aprile 2018

<sup>86</sup> “Planeswalker Points”, <http://www.wizards.com/Magic/PlaneswalkerPoints/Information#LifetimeTotal>, visualizzato il 13 Gennaio 2018

<sup>87</sup> “Magic: the Gathering Premier Event Invitation Policy”, [https://wpn.wizards.com/sites/wpn/files/attachements/mtg\\_peip-17\\_17sep26\\_en.pdf](https://wpn.wizards.com/sites/wpn/files/attachements/mtg_peip-17_17sep26_en.pdf), 26 Settembre 2017



Figura 6 – Logo ufficiale Duelists' Convocation International

## 2.3 Il rapporto tra i giocatori di Magic e la competizione

### 2.3.1 Essere competitivi in negozio

L'offerta competitiva offerta di *Magic: the Gathering* è assai ampia, tuttavia, più si sale di livello nella competizione meno sono i giocatori che possono accedervi. Inoltre non sono molti i giocatori che possono permettersi di essere competitivi ai massimi livelli, poiché i tornei più importanti sono sparsi per il mondo. La *Wizards of the Coast* include negli inviti a questi eventi anche i biglietti aerei, ma per le persone con un lavoro regolare è molto difficile poter partecipare a tutti i tornei necessari per poter accedere ad altri eventi, avere una continuità nel gioco e negli allenamenti e ad accumulare il punteggio necessario per essere invitati alle competizioni più prestigiose.

Questo si traduce nel fatto che la maggior parte dei giocatori ha molto raramente, se non mai, giocato in un torneo ad invito. Che cosa implica tutto questo? Implica che la maggioranza dei giocatori gioca in maniera quasi esclusiva ad eventi da negozio, la maggior parte dei quali a *REL Regular*. Questo porta ad un'interessante conseguenza: se si chiede ad un giocatore come viva la competitività senza specificare la tipologia di evento a cui è abituato, questi risponderà come la vive quando gioca in negozio. Così come si è rivelato nei questionari indagare sul rapporto che intercorre tra un giocatore di *Magic* e la competizione significa approfondire ciò che accade negli eventi di basso livello, cioè nei tornei da negozio.

Nelle domande si è chiesto ai giocatori di immaginarsi due scenari tipo: in un uno essi si recano ad un negozio di *Magic* senza che vi sia in corso un torneo, nell'altro, invece, per partecipare ad una competizione. Si sono utilizzati questi scenari per evidenziare le differenze di priorità su vari aspetti che saranno utili anche nei capitoli successivi.

Ora si concentrerà l'attenzione sulle partite e sulla competizione. Nella situazione senza torneo il 60% dei giocatori ha dichiarato di andare in negozio con l'intenzione di fare una o più partite a

Magic, indipendentemente dal risultato.<sup>88</sup> Tuttavia nella situazione con il torneo questa percentuale cala leggermente assestandosi al 50%<sup>89</sup>: un giocatore su due quando partecipa ad un torneo vuole anche vincere le partite, non solo giocarle! Oltre il 70% dei giocatori ha dichiarato di partecipare ad un torneo con l'intenzione di essere competitivo.<sup>90</sup> Dal dato deriva che c'è un 20% dei giocatori che vuole essere competitivo ai tornei ma è indifferente al risultato.

I tornei a *REL Regular* sono strutturati in modo tale da creare un'ambiente sereno e rilassato. Contribuiscono a questo risultato, nonostante la competizione sia molto sentita, il basso livello di severità, la bassa tensione, il basso desiderio di vincere i premi, e la voglia di mettersi in gioco. Un torneo da negozio ha una quota di iscrizione variabile, ma solitamente si aggira intorno ai €5-€15. I premi consistono solitamente in buste contenenti carte di gioco, le quali ripagano relativamente poco più di quanto si è pagato per accedere.

Questo porta i giocatori ad essere invogliati a partecipare ad un torneo, poiché la quota d'iscrizione è bassa. Allo stesso tempo li porta a non esser tesi nel cercare una vittoria perché i premi non sono ricchi, sia in senso assoluto sia in relazione alla quota d'iscrizione. Nel complesso quindi i giocatori vogliono partecipare agli eventi, giocare delle partite ed eventualmente vincere qualcosa. Tuttavia il fattore premio è messo quasi in disparte, a favore dell'opportunità di fare qualche partita e di scambiare due chiacchiere. Per quanto il presente lavoro separi gli aspetti competitivi, commerciali e sociali dei giochi, non bisogna dimenticare che essi compaiono spesso e volentieri allo stesso tempo e si influenzano l'un l'altro.

### 2.3.2 Dove si concentra la competizione

L'aspetto competitivo si concentra nei tornei da negozio, in quanto la quasi totalità dei giocatori non ha accesso ad altri tipi di torneo. Cosa pensa, quindi, il giocatore dell'organizzazione dei tornei? Il questionario ha evidenziato che la community di *Magic* ritiene importante l'aspetto competitivo: lo pensano quattro giocatori su cinque.<sup>91</sup> Inoltre per un giocatore su tre è così importante che non giocherebbe più se non vi fosse.<sup>92</sup> Sono poco più di quelli a cui gli importa soltanto di giocare (quasi il 30%).<sup>93</sup>

---

<sup>88</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 3c

<sup>89</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 4a

<sup>90</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 4b

<sup>91</sup> Appendice 1.1, Sezione 3, Domanda 4a

<sup>92</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 5

<sup>93</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 5

Apparentemente qualcosa non torna: la maggior parte dei giocatori ritiene importante l'aspetto competitivo, sono essi stessi competitivi ai tornei, eppure solo una minoranza lo ritiene fondamentale. È possibile capirne il motivo avendo in mente lo scenario generale. Gli eventi da negozio sono quelli situati più in basso nella gerarchia, poiché sono altri i tornei a cui puntano i giocatori competitivi, allo stesso tempo sono anche gli eventi più giocati. Per loro natura le competizioni professionistiche sono riservate ad una élite di giocatori e un discorso simile vale anche per i tornei di qualificazione. Le modalità per poter ricevere gli inviti sono restrittive. Ciò crea una piramide in cui alla base vi sono i tornei da negozio giocati da milioni di giocatori in tutto il mondo, in mezzo i tornei di qualificazione che contano partecipanti nell'ordine delle migliaia, e in cima i tornei professionistici a quali accedono solo poche centinaia (vedere anche la figura 7).



Figura 7 – Gerarchia dei tornei e distribuzione della community

La scalata al vertice è un'impresa per nulla semplice, che richiede non solo abilità nel gioco ma anche tempo da dedicare. La maggior parte della *community* manca di una delle due componenti, quindi è portata a disinteressarsi a questo sistema; perciò, l'aspetto competitivo in generale è poco sentito: una buona parte dei giocatori non aspira ad andare oltre il livello dei negozi da torneo perché consapevole di non averne le capacità e/o il tempo.

Se è così elitario, perché comunque circa il 30% lo ritiene importante? Si può identificare una serie di sottocategorie di giocatori in questa percentuale:

- Vi sono quelli che effettivamente sono riusciti ad accedere almeno ai tornei di qualificazione;
- Altri sono giocatori molto competitivi, i quali vogliono avere un sistema che li sproni a migliorare e a puntare in alto;
- Altri ancora non sono competitivi ma comunque ritengono estremamente importante questo aspetto;
- Coloro, poi, che amano guardare in diretta le partite degli eventi più importanti. Questi ultimi passano in questo caso da essere giocatori a spettatori, e beneficiano del sistema dei tornei per poter osservare gli scontri di altissimo livello.

Questo conduce a due conclusioni. La prima è che la maggioranza della *community* non supera il livello del torneo da negozio ed è disinteressata ai tornei professionistici. La seconda è che un giocatore vuole comunque competere nella realtà dei piccoli tornei. Questo risolve l'apparente contraddizione: fintanto che si parla solo dei tornei da negozio il giocatore si appropria in maniera competitiva al sistema, ma in una visione globale soltanto una minoranza lo fa.

#### *2.4 Organizzazione dell'aspetto competitivo in Hearthstone*

*Hearthstone* dispone di una struttura dei tornei meno ampia e complessa di quella di *Magic*, ma ha una particolarità: una parte della competizione non passa per i tornei, ma per la modalità Classificata. Essa è suddivisa in 26 livelli chiamati *gradi* e si avanza in essa vincendo le partite, ma si retrocede se invece si perdono. Arrivare al livello più alto, il *grado Leggenda*, è un'impresa ardua e soltanto una minoranza dei giocatori ci riesce. Tutto è gestito da una graduatoria che si aggiorna in maniera costante in base alle vittorie e alle sconfitte.

Ogni giocatore dispone di un proprio account *Battle.net*, a cui è associato un *nickname* e un codice numerico a quattro cifre. Ogni account può essere associato a tre dei quattro server di *Hearthstone: Europe, Americas, Asia-Pacific*. Ne esiste anche un quarto, *China*, destinato esclusivamente ai giocatori cinesi. Inoltre ad esso è associato un punteggio professionistico: i *punti Hearthstone Cup*. Questo punteggio può essere ottenuto in vari modi: aver raggiunto un certa posizione nella graduatoria del *rango Leggenda* (ma solo per il formato *Standard*) o essersi posizionati nei primi posti di un torneo ufficiale. L'ottenimento di questi punti facilita l'ingresso

ai tornei più importanti, poiché i giocatori più in alto in classifica hanno accesso a vie preferenziali durante i tornei di qualificazione.<sup>94</sup>

*Hearthstone* dispone di un proprio circuito professionistico. Tramite appositi eventi di qualificazione vengono selezionati ogni anno dei giocatori dai suoi quattro server, i quali gareggiano in una competizione finale.

## 2.5 Confronto fra i due sistemi

*Magic* dispone di una gerarchia a tre livelli di tornei, ciascuno dei quali contiene una grande varietà di tipologie di competizioni. Questo permette ai giocatori di distribuirsi al meglio, ponendosi nel livello più adatto alle loro capacità. *Hearthstone* non presenta una struttura così grande, ma anch'essa utilizza varie procedure per poter fare accedere soltanto i migliori alle competizioni più importanti.

Entrambi i sistemi sono elitari, permettendo soltanto a poche centinaia di poter accedere ai tornei più importanti. Ambedue utilizzano a questo fine sia un punteggio individuale sia una serie di tornei di qualificazione per poter scremare le rispettive community e selezionare i giocatori più bravi. Tutte e due, infine, hanno anche un proprio sistema di eventi amatoriali che si rivolge alla maggioranza per farla divertire e continuare a rimanere interessata al gioco.

Un giocatore di *Magic* che si appassiona ad *Hearthstone* troverà pari difficoltà nello scalare la gerarchia dei tornei. Dovrà investire molto tempo nel migliorare le proprie abilità, recarsi di persona alle varie competizioni cercando di vincerle, e solo se saprà dimostrare di averne le capacità potrà accedere ai tornei professionistici. A parità di fattori, come la passione nel gioco e lo spirito di competizione, si ha una sostanziale eguaglianza in termini di difficoltà di avanzamento. Da un punto di vista competitivo i due giochi presentano un'offerta simile. La discriminante è dovuta unicamente ai gusti dei giocatori, dato che ciascuno di essi ha regole e approcci strategici diversi.

---

<sup>94</sup> “2017 Hearthstone Europe Championship Tour – Official Competition Rules”, <https://bnetcmsus-a.akamaihd.net/cms/gallery/mg/MGBFGZFTLIPL1455317546019.pdf>, visualizzato il 19 Gennaio 2018

## 2.6 Quanto incide la competizione?

Giunti alla fine di questo capitolo è chiaro che questa domanda non ha una risposta univoca. Se si guarda il sistema delle competizioni di *Magic* la risposta è: non incide per nulla. Questo perché è riservato ad un élite e solo una minoranza dei giocatori ne usufruisce, ma se invece si guarda solo alla parte relativa ai tornei da negozio allora la risposta cambia. In quel caso la competizione ha un certo peso ed è una delle motivazioni che spinge un giocatore a partecipare ad un evento.

Dare una risposta complessiva che abbracci entrambi i punti di vista è complesso, ma è possibile riassumerla in: la competizione incide, ma non troppo. La maggior parte dei giocatori è disinteressata alle competizioni professionistiche, mentre viceversa è molto interessata agli eventi da negozio, ma questi ultimi sono tutti tornei di livello amatoriale. Di conseguenza la competizione è un fattore secondario, ed è presente più per la natura umana che per la struttura dei tornei. Per *Hearthstone* il discorso è molto simile: anche in esso il sistema delle competizioni è strutturato per favorire solo una minoranza dei giocatori e la maggior parte della *community* si concentra sui piani bassi del sistema.

La competizione è, dunque, un fattore sostanzialmente neutro che non ha troppo peso sulle aspettative generali della *community*. Senza ombra di dubbio *Magic* deve continuare a tenere in piedi il sistema dei tornei per continuare a spronare i giocatori e allo stesso tempo auto-imporre una politica di creazione carte che renda le competizioni divertenti, variegata ed entusiasmanti, ma non è il fattore su cui deve puntare.

### **Capitolo 3: Il bazar delle carte**

#### **3.1 I conti tornano?**

“Quanto incide l’aspetto commerciale, in particolar modo quello tra singoli?”

*Magic* è un prodotto venduto da un’azienda privata e come tale bisogna spendere del denaro per ottenerne il possesso. Dalle buste di carte ai prodotti speciali, ogni cosa ha un suo prezzo e vi è la necessità di comprare per poter avere i propri mazzi sempre aggiornati e al passo con l’evoluzione del gioco. Tuttavia è necessario ricordare una nozione espressa nel capitolo 1: comprare buste su buste sperando di trovare le carte necessarie è un procedimento lungo e dispendioso e da questo deriva naturalmente il commercio tra giocatori.

I singoli giocatori hanno la proprietà delle carte acquistate e possono scambiarle, comprarle e venderle. Il processo di ricerca di una determinata carta porta a contattare persone in suo possesso, negoziare i termini di compravendita e cercare di portare a termine la trattativa. Se si guarda l’insieme di queste operazioni si nota come ci sia un vero e proprio mercato delle carte singole a fianco di quello ufficiale.

Ne consegue che il volume d’affari totale intorno a *Magic* non sia limitato ai guadagni della *WotC* e dei suoi rivenditori ufficiali ma che sia anche esteso alle compravendite interne alla community. Un nuovo giocatore che vuole approcciarsi al prodotto non deve solo sborsare denaro per comprare i prodotti ufficiali, ma utilizzarlo anche nelle compravendite tra singoli. È da questa constatazione che nascono le indagini alla base di questo capitolo. Quanto spende un giocatore per comprare i prodotti ufficiali? Quanto spende per la compravendita tra singoli? Conviene ad un nuovo giocatore approcciarsi a questo gioco considerando i suoi prezzi medi e le alternative possibili sul mercato?

Per rispondere a queste domande è stato necessario indagare a fondo sia nella *community* di *Magic: the Gathering* sia in quella di *Hearthstone*, valutandone gli aspetti commerciali. Nella prima parte del capitolo si darà una spiegazione dei due mercati di *Magic: the Gathering* per poi passare all’analisi dei dati. Nella seconda parte si passerà ad esaminare le particolarità di *Hearthstone* e le risposte date dalla sua *community*. Infine tutto verrà messo a confronto in modo da poterne trarre le conclusioni.

Per motivi di completezza del discorso, si era preventivato di inserire anche i dati relativi a *Magic: the Gathering Online*, tuttavia sono stati davvero troppo pochi quelli che hanno risposto. Il numero non ha raggiunto il minimo richiesto per essere considerato valido statisticamente e di

conseguenza la parte dei questionari relativi ad *MTGO* è risultata essere inutilizzabile ai fini del presente lavoro<sup>95</sup>.

### 3.2 I due mercati di Magic: the Gathering

#### 3.2.1 Mercato primario e mercato secondario

Il *mercato primario* è l'insieme delle transazioni effettuate tramite i canali ufficiali della *WotC*. Ne esistono diverse tipologie come i mazzi preconfezionati oppure dei prodotti pensati per i collezionisti, ma in questa sede si descriverà soltanto la confezione di base: la busta di carte.

Essa, chiamata anche “bustina”, è il mezzo più comune di vendita delle carte. Ciascuna ne contiene quattordici ed esse sono catalogate secondo una scala di rarità. All'ultimo posto troviamo la carta *Comune*, poi la *Non Comune*, quindi la *Rara* ed infine la *Rara Mitica*. In ogni busta se ne trovano dieci *Comuni*, tre *Non Comuni*, una *Rara* e talvolta, al posto di quest'ultima, una *Rara Mitica*.<sup>96</sup>

Accanto al mercato primario è presente il *mercato secondario*, il quale è l'insieme delle transazioni effettuate tra i singoli che si scambiano carte. La maggior parte delle transazioni inerenti *Magic* è fatta in quel mercato, nonostante non sia ufficiale: esistono diversi siti specializzati in materia come ad esempio *Decktutor*<sup>97</sup>, *StarCityGames*<sup>98</sup> oppure *MagicCardMarket*<sup>99</sup>.

#### 3.2.2 Cosa determina il prezzo di una carta?

Non è possibile esaminare le spese di un giocatore se prima non si identificano le motivazioni che portano a determinare i prezzi delle carte. Nel caso del mercato primario i prezzi sono consigliati dalla *WotC*, vale a dire che se anche vi è un minimo da rispettare i negozianti possono vendere il prodotto ad uno maggiore, come accade quando vi è una grande richiesta.

---

<sup>95</sup> La parte inutilizzabile è relativa all'Appendice 1.2, Sezione 4

<sup>96</sup> Le carte in totale in una busta di gioco in realtà sono sedici, ma due esulano dal discorso delle rarità ed è quindi più opportuno evitare di inserirle nel discorso.

<sup>97</sup> “Decktutor – Buy & Sell your cards!”, <https://mtg.decktutor.com/>, visualizzato il 25 Gennaio 2018

<sup>98</sup> “StarCityGames.com – World's Largest Magic: the Gathering Store!”, <http://www.starcitygames.com/>, visualizzato il 25 Gennaio 2018

<sup>99</sup> “MagicCardMarket | Comprare e vendere carte”, <https://www.cardmarket.com/it/Magic/>, visualizzato il 25 Gennaio 2018

Cosa determina i prezzi, invece, nel mercato secondario? Tutto ruota attorno alla carta. Si è chiesto ai giocatori quanto incidessero le caratteristiche della carta stessa tra cui quanto è giocata, la sua rarità e le sue condizioni fisiche.<sup>100</sup> È risultato che in generale tutte quante incidono sul costo ma in particolar modo è il fattore giocabilità ad essere il più accreditato: lo pensa praticamente la totalità della community.<sup>101</sup>

Il meccanismo alla base è molto semplice: più una carta è considerata competitiva più saranno i mazzi che la utilizzeranno nelle loro strategie. Questo porta molti giocatori a richiederla e per la legge della domanda e dell'offerta il prezzo della carta salirà fino a quando non si troverà il punto di equilibrio. Un esempio molto noto è fornito dalla carta *Tarmogoyf* (in figura 8<sup>102</sup>), la quale per anni è stata venduta ad oltre €100 per ogni singola copia. Ora il suo prezzo è sceso a circa €70 poiché è stata stampata in più set aumentandone così le copie in circolazione<sup>103</sup>.



Figura 8 – *Tarmogoyf*, Set “*Future Sight*”

<sup>100</sup> Questionario 1.2, Sezione 3, Domanda 3

<sup>101</sup> Questionario 1.2, Sezione 3, Domanda 3a

<sup>102</sup> “Tarmogoyf – Future Sight (Rare)”, <https://magiccards.info/fut/en/153.html>, visualizzato il 26 Gennaio 2018

<sup>103</sup> “MagicCardMarket | Comprare e vendere carte”, “Tarmogoyf (Visione Futura)”, <https://www.cardmarket.com/it/Magic/Products/Singles/Future+Sight/Tarmogoyf>, visualizzato il 6 Maggio 2018

I fattori della rarità della carta e del numero di set di stampa sono anch'essi molto importanti. Le carte più costose sono *Rare* o *Rare Mitiche*, ovvero le carte meno stampate per set. Viceversa, le *Comuni* e le *Non Comuni* hanno dei prezzi decisamente inferiori a causa del grande numero in circolazione. Un esempio lampante è dato dalla carta *Lightning Bolt* (in figura 9<sup>104</sup>), considerata una delle carte più giocate in assoluto in tutto il panorama competitivo di *Magic*, venduta sul mercato secondario a prezzi irrisori<sup>105</sup>. Il motivo è che è stata stampata in un grande numero di set a rarità *Comune* e questo ha creato un eccesso nell'offerta senza dare al prezzo l'opportunità di alzarsi.

Gli altri quattro fattori, ossia le condizioni fisiche, la sua età, gli *artwork* alternativi e la presenza nella *Reserved List* (lista di carte che la *Wizards* ha dichiarato che mai verranno più ristampate) non faranno parte della successiva disamina in quanto principalmente legati all'aspetto collezionistico che non verrà trattato. Il giocatore medio è poco interessato a quell'aspetto perché la maggior parte delle volte preferisce una versione standard meno costosa da comprare.



Figura 9 – *Lightning Bolt*, Set “*Magic 2011*”

<sup>104</sup> “Lightning Bolt – Magic 2011 (Common)”, <https://magiccards.info/m11/en/149.html>, visualizzato il 26 Gennaio 2018

<sup>105</sup> “MagicCardMarket | Comprare e vendere carte”, “Fulmine (Magic 2011)”, <https://www.cardmarket.com/it/Magic/Products/Singles/Magic+2011/Fulmine>, visualizzato il 6 Maggio 2018

### 3.3 Spese in *Magic: the Gathering*

#### 3.3.1 Una stima tendenziale

Prima di procedere con l'analisi dei dati sono necessarie alcune precisazioni. La prima è che ai giocatori è stata richiesta una stima di massima delle loro spese, le quali sono distribuite anche nel corso di due decenni: è impossibile tenere conto degli effetti dell'inflazione e della perdita di potere d'acquisto della moneta. *Magic* è in commercio dal 1993 (in Italia da 1994) e di conseguenza per i giocatori di lunga data le prime spese non sono state nemmeno in euro ma in lire! Sono indistinguibili, infine, coloro che hanno giocato a *Magic* solo per certi periodi di tempo da quelli che hanno giocato continuamente.

I dati raccolti, quindi, sono essenzialmente indicativi. Non importa conoscere quale sia l'esatta spesa media di un giocatore: basta una stima tendenziale dei costi che deve sostenere. Questa risulterà meglio quando sarà compiuta la stima, anch'essa tendenziale, dei costi sostenuti da un giocatore di *Hearthstone*.

#### 3.3.2 Le spese nel mercato primario

Si comincia l'analisi partendo dalle spese che un giocatore di *Magic* sostiene nel mercato primario, ossia quando si rivolge ad un canale ufficiale di commercio della *WotC*. Solitamente ci si rivolge ad esso almeno una volta nell'arco di un trimestre<sup>106</sup>, cioè nel periodo di tempo che intercorre tra un'uscita di un set regolare ed un altro. Ogniqualvolta si compra qualcosa si spende mediamente intorno ai €50, ma si deve tenere conto che i prezzi dei prodotti ufficiali sono molto variabili e quindi si valuta un *range* che varia tra i €20 e i €70.<sup>107</sup>

Per quanto riguarda la spesa totale bisogna fare un'analisi molto più attenta. Le sole dichiarazioni di quanto i giocatori abbiano dovuto sostenere in termini monetari nel corso della loro intera carriera, dai €500 ai €3000<sup>108</sup>, non bastano. Naturalmente una persona che ha più anni di esperienza di gioco sostiene più spese di una che gioca da poco. Come si può trovare, quindi, una spesa media totale?

---

<sup>106</sup> Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 1/1a

<sup>107</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 3/3a

<sup>108</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 2/2a

Per calcolarla ci si è basati su un'analisi incrociata tra la spesa media totale e la media degli anni di esperienza di gioco<sup>109</sup>, tenendo in considerazione anche le loro varianze. Il risultato è che un giocatore mediamente spende all'anno tra i €150 e i €200 euro nel mercato primario.

### 3.3.3 Le spese nel mercato secondario

Si analizzano ora le spese sostenute nel mercato secondario, cioè quando un giocatore si rivolge al commercio tra singoli o ad un canale non ufficiale di vendita. Ci si rivolge a questo mercato più frequentemente rispetto a quello primario: la maggior parte della *community* compra almeno una volta al mese<sup>110</sup>. Ogniqualvolta si compra qualcosa si spende mediamente intorno ad €80, ma anche nel mercato al dettaglio i prezzi sono molto variabili, tra i €40 e i €120<sup>111</sup>.

Anche per le spese totali bisogna ricorrere all'accortezza utilizzata in precedenza: infatti, prese singolarmente, ci troveremmo di fronte ad un intervallo che va dai €1000 ai €4500<sup>112</sup> che prende in esame giocatori che sono entrati in tempi diversi. Mediando questo risultato con gli anni di esperienza è possibile risalire ad una spesa media annua nel mercato secondario che si aggira intorno ai €300.

Sommando le spese dei due mercati si trova la spesa media annua totale: si tratta di una somma stimabile in circa €500 euro all'anno. Il dato tiene conto di tutte le approssimazioni del caso e permette di avere un riferimento dei costi sostenuti. Questo risultato è tuttavia parziale poiché non tiene conto che nel mercato secondario si possono anche generare ricavi.

Per una rappresentazione grafica delle informazioni si guardi la figura 10, la quale compara le spese per singola volta di acquisto e le spese annue sia per il mercato primario sia per il mercato secondario.

---

<sup>109</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.2, Sezione 1, Domanda 4

<sup>110</sup> Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 4/4a

<sup>111</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 6/6a

<sup>112</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 5/5a

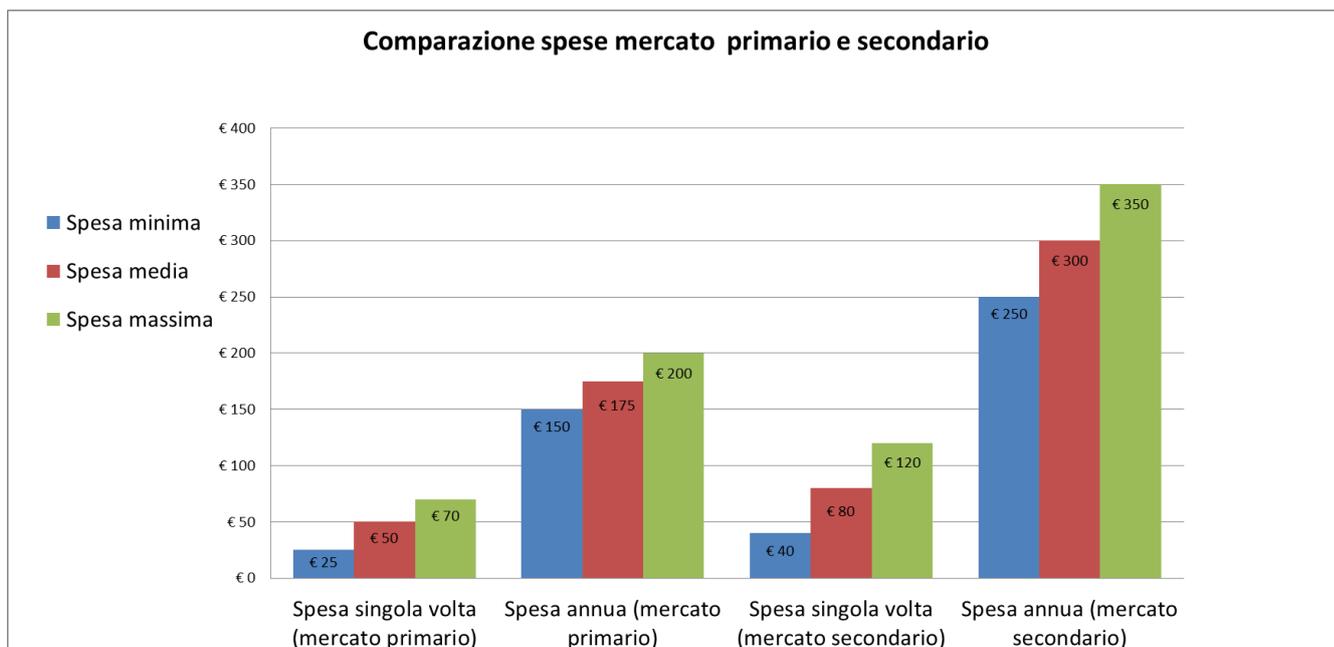


Figura 10 – Comparazione delle spese nel mercato primario e secondario

### 3.3.4 I ricavi nel mercato secondario

Il mercato secondario è generato dalla compravendita tra singoli e di conseguenza un giocatore può vendere le carte oltre che comprarle. Bisogna quindi considerare anche i flussi positivi di denaro per poter dare dei dati quanto più possibilmente attinenti alla realtà. Si parte dal presupposto che la community si rivolga al mercato secondario per vendere con la stessa frequenza che per comprare.<sup>113</sup>

Ogniquale volta vi è un'operazione di vendita si ha un ricavo medio variabile che si può inserire in un *range* compreso tra i €25 e i €100.<sup>114</sup> I ricavi totali invece, si inseriscono nella fascia tra i €500 e i €3500<sup>115</sup> e devono essere mediati per gli anni di gioco. Questo porta ad un risultato dei ricavi medi annui di circa €200.

È necessario, tuttavia, aggiungere un'ultima considerazione. La quasi totalità della *community* ha dichiarato di aver comprato almeno una volta sia nel mercato primario sia nel mercato secondario, mentre un 20% di essa non ha mai venduto. Siccome il risultato di prima non ne ha tenuto conto è opportuno calibrarlo su un valore di €150 per considerare anche quella porzione di giocatori.

<sup>113</sup> Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 4/4a

<sup>114</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 8/8a

<sup>115</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.2, Sezione 2, Domanda 7/7a

Facendo una semplice sottrazione è possibile quindi trovare i costi netti annui medi: si tratta di un dato medio di €350, il quale può essere inserito in una fascia compresa tra i €300 e i €400 che tiene conto anche delle varianze dei risultati. Si guardi la figura 11 per una visualizzazione grafica di questi risultati. Si noti che la parte “Spesa annua lorda” non corrisponde ad una somma delle colonne “Spesa annua” della figura 10 per via della approssimazione a €500 fatta nel paragrafo antecedente.

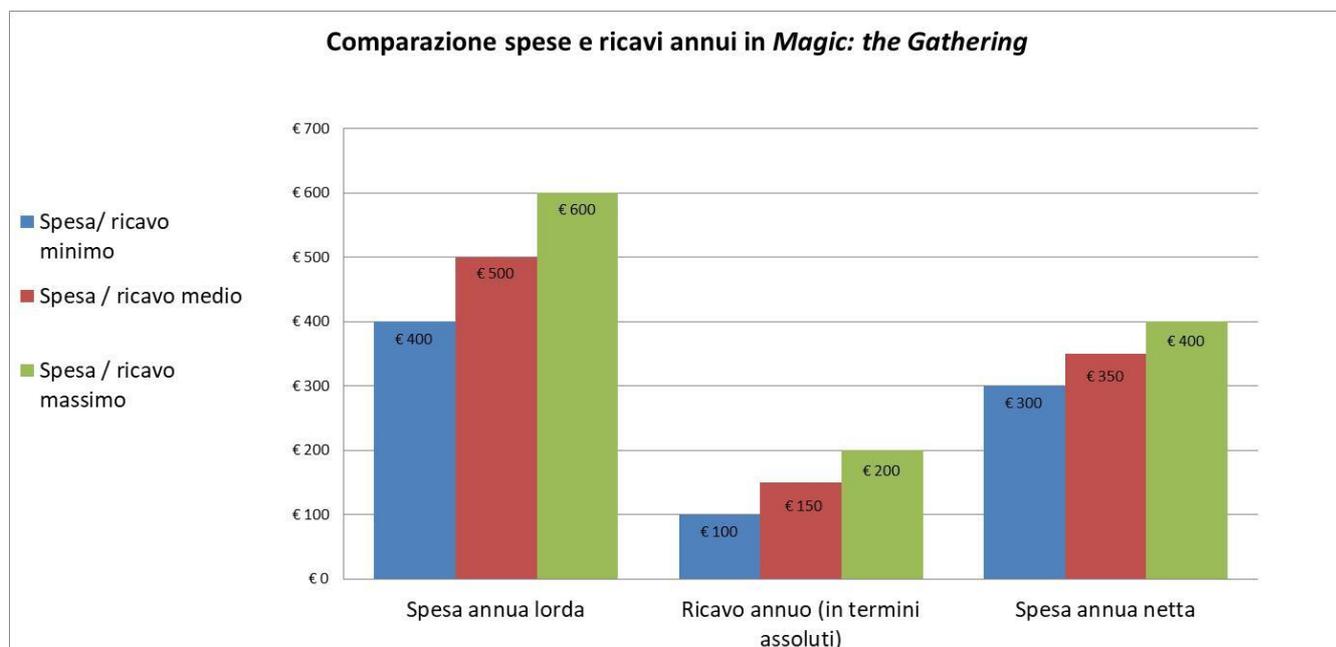


Figura 11 – Comparazione delle spese e dei ricavi annui in Magic: the Gathering

### 3.3.5 Incidenza del mercato secondario

Ai giocatori non è stato chiesto soltanto l’importo delle somme spese o guadagnate ma anche come percepiscono l’influenza del mercato, in particolar modo quello secondario. È noto all’interno della *community* che quest’ultimo sia più costoso rispetto a quello primario. Due giocatori su tre, infatti, hanno dichiarato di aver avuto un esborso maggiore comprando dal mercato secondario rispetto a quello primario.<sup>116</sup> In particolar modo circa la metà di essi trova che le carte singole abbiano un prezzo più alto del dovuto, contro un 30% che lo ritiene giusto e un 10% che lo ritiene basso.<sup>117</sup>

Il motivo di tali differenze nelle risposte può risiedere in fattori come la disponibilità economica e la propensione a spendere: nonostante il mercato secondario sia più oneroso di quello primario

<sup>116</sup> Appendice 1.2, Sezione 3, Domanda 1

<sup>117</sup> Appendice 1.2, Sezione 3, Domanda 2

non è percepito come tale dalla totalità della community.<sup>118</sup> A cosa è dovuta questa percezione distorta? Per un giocatore alla ricerca di carte specifiche conviene rivolgersi al mercato al dettaglio: comprare buste da gioco è il più delle volte molto più oneroso dell'acquisto delle singole carte, anche se quest'ultime hanno un prezzo molto più alto<sup>119</sup>. Il giocatore medio preferisce il mercato secondario e spende più volentieri il denaro in esso rispetto al mercato primario in quanto ciò gli consente di trovare direttamente le carte che gli occorrono<sup>120 121</sup>.

Se il mercato al dettaglio è allo stesso tempo oneroso ma non percepito come tale; cosa pensa, allora, la *community* dell'aspetto commerciale tra i singoli giocatori di *Magic*? Circa il 60% lo ritiene importante<sup>122</sup> e metà della *community* afferma che *Magic* stesso sia favorito dalla sua presenza<sup>123</sup>. Tuttavia è anche ritenuto non fondamentale: solo per una minoranza è così importante che non giocherebbe più se non fossero possibili le trattative tra singoli<sup>124</sup>.

L'aspetto commerciale in generale risulta essere meno considerato rispetto a quello competitivo e a quello sociale. Si riprendano, per esempio, le due situazioni tipo già descritte nel capitolo 2: andare in negozio senza il torneo o con il torneo. Nella prima situazione solo il 20% degli intervistati va in negozio con l'intenzione di acquistare prodotti ufficiali<sup>125</sup> mentre il 40%, cioè il doppio, vi si reca per poter comprare carte singole<sup>126</sup>. Se si considera la situazione col torneo i risultati si abbassano ulteriormente: appena il 10% della *community* dichiara che in quella situazione andrebbe in negozio per acquistare prodotti ufficiali<sup>127</sup> mentre il 30% dei giocatori acquisterebbe carte singole<sup>128</sup>.

Non è contraddittorio accostare il negozio al commercio al dettaglio. Spesso gli stessi negozianti offrono in vendita carte singole per poter ricavare degli introiti e i giocatori interessati a vendere sanno di massimizzare le loro possibilità di trovare un compratore in due modi, ossia cercandolo in negozio oppure online.

---

<sup>118</sup> Appendice 3.1, Domanda 9a

<sup>119</sup> Appendice 3.1, Domanda 10

<sup>120</sup> Appendice 3.1, Domanda 11

<sup>121</sup> Appendice 3.1, Domanda 12

<sup>122</sup> Appendice 1.1, Sezione 3, Domanda 4b

<sup>123</sup> Appendice 1.1, Sezione 3, Domanda 4c

<sup>124</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 5

<sup>125</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 3a

<sup>126</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 3b

<sup>127</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 4c

<sup>128</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 4d

### 3.3.6 Si può guadagnare con Magic?

Si è dimostrato come il mercato secondario sia obiettivamente oneroso nonostante non sia percepito come tale da una parte della community. Si potrebbe affermare che il sistema permetta ad un giocatore, utilizzando al meglio il sistema di compravendita, di poterne addirittura ricavare un guadagno. Ma è davvero così? I dati riportati mostrano che i ricavi annui medi stimati non coprono nemmeno la metà delle spese, ma in realtà c'è un fondo di verità.

Il mercato al dettaglio non è utilizzato solo dai giocatori: esistono, infatti, singoli che comprano carte col solo obiettivo di rivenderle non appena il prezzo sale. Questi soggetti trattano il mercato secondario come un qualsiasi investitore tratterebbe un mercato finanziario. Le variazioni di prezzo sono determinate, ad esempio, dalle aspettative di gioco, dall'evoluzione dei vari formati o dall'aggiornamento delle *banlist*.

Un grosso compratore, come ad esempio lo sono i principali siti di compravendita delle carte, possono effettuare operazioni di acquisto di una notevole quantità di una determinata carta in modo da poterla rivendere lucrando sulla differenza di prezzo<sup>129</sup>. I piccoli compratori hanno delle reali possibilità di poter guadagnare<sup>130</sup> essendo allo stesso tempo dei giocatori assidui? La risposta è no.

Il prezzo di una carta è proporzionale a molti fattori, di cui il principale è la quantità di richieste da parte della *community* che la vuole nei propri mazzi. Ne consegue che, anche se ha un prezzo alto e ci si potrebbe guadagnare molto, non viene venduta perché in quel momento serve per giocare.<sup>131</sup>

Questo conduce ad una divisione netta tra i giocatori e chi vuole guadagnare sul mercato al dettaglio: sono solo questi ultimi che hanno una reale possibilità di ricavare qualcosa ma non fanno parte della clientela di *Magic*. Le spese sostenute da un giocatore assiduo sono sempre superiori ai ricavi sulle carte cedute.

---

<sup>129</sup> Appendice 3, Domanda 15

<sup>130</sup> Appendice 3, Domanda 16

<sup>131</sup> Appendice 3, Domanda 16a/17

### 3.4 L'economia di gioco di Hearthstone

#### 3.4.1 Il sistema delle Missioni

*Hearthstone* è una pietra miliare per tutto il genere del TCGO e la caratteristica più rilevante è di essere completamente gratuito. Possono essere effettuate transazioni con valuta reale all'interno del sistema di gioco ma è possibile approcciarsi ad esso anche senza spendere un centesimo, mediante due sistemi che regolano, rispettivamente, il mercato delle buste di carte e la gestione delle carte singole.

Il primo lo si potrebbe definire come *sistema delle Missioni*, il quale si occupa di regolare la quantità della moneta ufficiale di gioco, denominata *Oro*, in possesso del giocatore. Ogni giorno è presentata una *Missione*, ossia una sfida proposta al giocatore la quale può essere, ad esempio, vincere un certo numero di partite con una determinata *Classe*. Soddisfatti i requisiti richiesti si viene ricompensati tramite una certa quantità di *Oro* variabile a seconda della *Missione* e con questa è possibile acquisire le buste di carte del gioco.

Le carte sono suddivise, come in *Magic*, in quattro gradi di rarità crescente: *Comune*, *Rara*, *Epica* e *Leggendaria*. La presenza del loro assortimento ha un'alta varianza, poiché delle cinque contenute in ogni busta è garantito trovarne almeno una di grado *Rara* o superiore.

#### 3.4.2 Il sistema di creazione delle carte

A differenza di *Magic* non è possibile effettuare né scambi né compravendita di carte singole. Invece del mercato secondario è operante un sistema alternativo per poter gestire le carte singole che prende il nome di *sistema di creazione delle carte* e che regola una seconda valuta di gioco denominata *Polvere Arcana*.

Non è possibile con la *Polvere Arcana* comprare le buste di carte e non è ottenibile mediante le *Missioni*. Il solo modo per ottenerla è “*disincantare le carte*”, vale a dire rinunciare al possesso di una carta in cambio di una certa quantità di *Polvere Arcana*. Essa varia a seconda della rarità della carta e una volta ottenuta sarà possibile spenderla per poterne ottenere altre. Questo sistema apparentemente sembra quasi inutile: che senso avrebbe rinunciare a delle carte potenzialmente giocabili per ottenerne altre?

Le carte in possesso di un giocatore sono utilizzabili in tutti i suoi mazzi, ma a differenza di una versione fisica hanno un effetto “moltiplicativo”. Si immagini, per esempio, che una determinata

carta venga giocata in quattro mazzi di gioco differenti: è necessario possedere una copia e non quattro poiché il sistema è come se la duplicasse per ogni mazzo.

Quando si eccede il numero massimo di copie giocabili la parte in eccesso risulta essere inutile e si può quindi “*disincantare*” per ottenere *Polvere Arcana*. Agli inizi un giocatore ottiene sempre carte nuove dalle buste di gioco e col passare del tempo, ed il crescere della sua collezione, esse diminuiscono sostituite da copie in eccesso di carte già possedute, le quali saranno tramutate in *Polvere Arcana* per ottenere altre carte necessarie.

### 3.5 Spese in *Hearthstone*

#### 3.5.1 Spese in valuta reale

I due sistemi appena descritti permettono di potersi approcciare al gioco in maniera completamente gratuita. Ciò nonostante è possibile effettuare transazioni in denaro ed è su queste ultime che si è concentrata l’indagine nella community di *Hearthstone*. Quanto effettivamente un giocatore assiduo deve spendere per poter continuare a giocare? È davvero facoltativo spendere del denaro oppure è indispensabile pagare qualcosa?

Un giocatore compra in valuta reale in media una o due volte al quadrimestre<sup>132</sup>, ovvero nel tempo che intercorre tra due uscite di set. Ogniqualvolta viene comprato un prodotto dal negozio interno al gioco si spendono tra i €30 e i €40: bisogna tenere presente che questo risultato è influenzato anche da quella parte, costituita dal 20% circa degli intervistati, che ha dichiarato di non aver mai speso nulla<sup>133</sup>.

La spesa totale in valuta reale si assesta su una fascia compresa tra gli €80 e i €200<sup>134</sup>. Per questo valore si è ricorso allo stesso metodo utilizzato per *Magic* di incrociare il dato con la media degli anni di esperienza di gioco<sup>135</sup>. Il risultato è una spesa media annua compresa tra i €50 e i €150, la quale tiene conto della parte di *community* che ha dichiarato di non spendere nulla.

Questi dati mostrano come nella pratica la maggior parte dei giocatori spenda qualcosa nel gioco. La parte della community che ha dichiarato di non utilizzare valuta reale è identificabile come la prova della non obbligatorietà di acquisto e di come effettivamente si possa giocare senza spendere nulla.

---

<sup>132</sup> Appendice 1.3, Sezione 2, Domanda 1

<sup>133</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.3, Sezione 2, Domanda 3/3a

<sup>134</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.3, Sezione 2, Domanda 2/2a

<sup>135</sup> Estrapolazione dati da Appendice 1.3, Sezione 1, Domanda 4

### 3.5.2 Incidenza dell'aspetto commerciale

È stato chiesto nei questionari ai giocatori di *Hearthstone* come l'aspetto commerciale influenzi la loro esperienza di gioco. Il sistema delle missioni, in quanto si occupa di regolare la moneta ufficiale di gioco, è apprezzato positivamente da poco più del 50% dei giocatori<sup>136</sup>, così come il sistema di creazione delle carte<sup>137</sup>.

Se i prezzi in valuta di gioco non incidono in maniera particolare,<sup>138</sup> invece un giudizio negativo va ai prezzi in valuta reale i quali non sono apprezzati dalla metà della *community*.<sup>139</sup> In particolar modo sono ritenuti cari da circa due giocatori su tre mentre il restante terzo ritiene che invece siano giusti.<sup>140</sup>

### 3.6 Confronto fra i due modelli economici

*Magic* ed *Hearthstone* offrono due modelli quasi antitetici tra loro: l'uno offre un sistema basato sull'acquisto dei prodotti ufficiali con valuta reale a cui si appoggia un mercato di compravendita tra i singoli, l'altro invece si basa sull'ottenimento di un'apposita moneta di gioco e sulle creazione delle carte. Questa differenza è tale da essere il punto di maggior distacco tra i due giochi ma, soprattutto, delle loro categorie di appartenenza.

Nel corso del capitolo si è identificata una stima tendenziale dei costi che i giocatori devono sostenere ogni anno per poter continuare a giocare. I risultati hanno portato ad una spesa media annua di *Magic* compresa tra i €300 e i €400 mentre per *Hearthstone* il valore è risultato compreso tra i €50 e i €150, ribadendo che le spese in denaro sono facoltative. Da questo ne consegue che un giocatore assiduo del *TCGO* della *Blizzard* spende in media tre o quattro volte meno di un giocatore assiduo del *TCG* della *WotC*. Si guardi anche la figura 12, la quale confronta graficamente le spese totali annue dei due giochi.

---

<sup>136</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 5f

<sup>137</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 5c

<sup>138</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 5d

<sup>139</sup> Appendice 1.3, Sezione 3, Domanda 5e

<sup>140</sup> Appendice 1.3, Sezione 2, Domanda 4

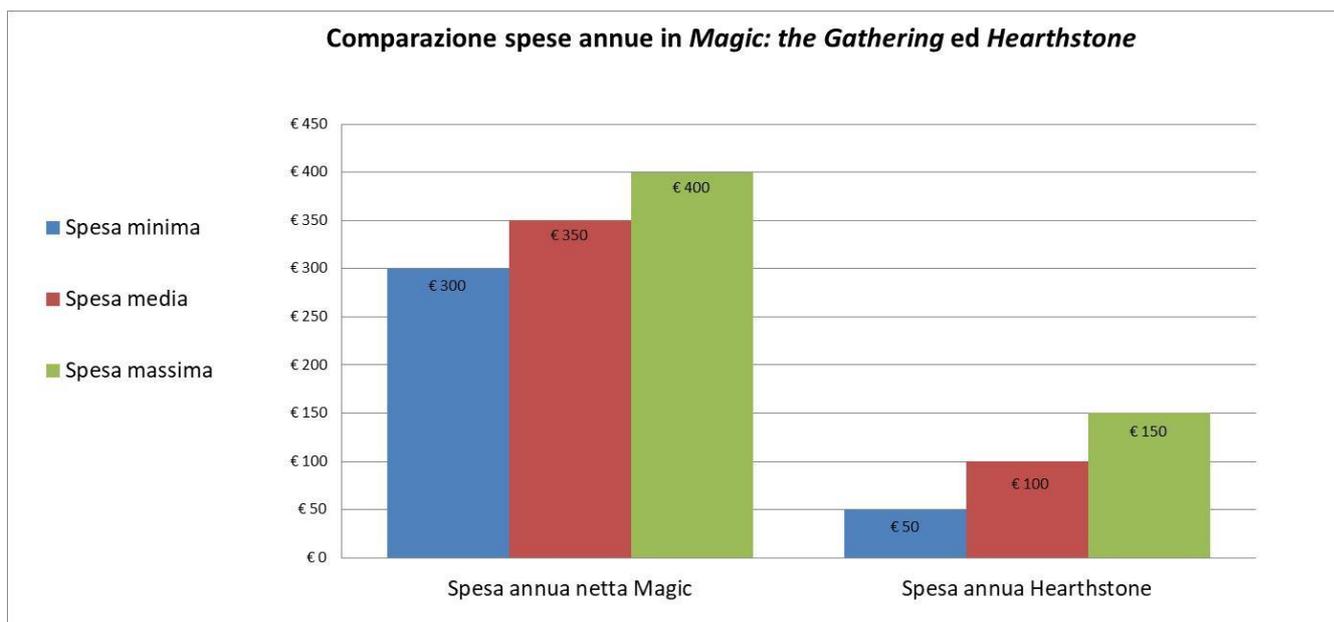


Figura 12 – Comparazione delle spese annue in *Magic: the Gathering* ed in *Hearthstone*

Un soggetto che vuole approcciarsi ad uno dei due ed è sensibile unicamente a quanti soldi dovrà spendere si rivolgerà sicuramente ad *Hearthstone*: potrà provare il gioco senza spendere un centesimo, vedere se le sue meccaniche lo appassionano e ponderare se convenga investirci del denaro. In *Magic*, invece, dovrà fin da subito spendere dei soldi per provare il gioco e continuare a farlo se vuole rimanere aggiornato.

Il ragionamento si può estendere alle intere categorie: ogni *TCGO* successivo ad *Hearthstone*, infatti, ha il suo sistema di missioni e di creazione carte, mentre ogni *TCG* ha il suo mercato secondario. Da un punto di vista puramente economico la prima categoria prevale sulla seconda in maniera schiacciante proponendo un modello di business basato sulle spese in denaro facoltative ed in media molto più basse.

Come mai allora *Magic* continua ad essere così giocato nonostante perda la battaglia sui prezzi? Due sono le motivazioni principali. La prima risiede in un aspetto di carattere qualitativo e di gusti dei giocatori, i quali associano il *TCG* della *Wizard* a una serie di fattori come l'esperienza nel settore, la qualità del gioco o l'aspetto sociale (di cui si parlerà nel prossimo capitolo). Nonostante i prezzi alti lo associano a un qualcosa per cui vale la pena spendere dei soldi.

La seconda risiede nell'accumulo di carte nel corso degli anni. Un giocatore di lunga data può avere nella propria collezione anche decine di migliaia di carte le quali nel complesso hanno un certo valore economico, un certo potenziale di gioco e spesso anche un valore affettivo. Rinunciare a giocare a *Magic* consisterebbe nel vendere tutto il patrimonio di carte accumulato

recuperando solo una minima parte del denaro speso: è un vero e proprio *switch cost* molto elevato.

### 3.7 Quanto incide l'aspetto commerciale, in particolar modo quello tra singoli?

La domanda presenta risposte diverse se si guarda ai dati oggettivi oppure alla percezione dei giocatori. Nel primo caso l'aspetto commerciale incide in maniera piuttosto negativa e in particolar modo il mercato secondario risulta essere più costoso dei canali ufficiali, mentre tra i giocatori la percezione oscilla tra il considerare i prezzi un po' cari e lo spendere volentieri per procurarsi le carte.

La risposta complessiva può essere: l'aspetto commerciale, in particolar modo quello tra singoli, incide negativamente per l'economia di *Magic* ma in maniera neutra per i giocatori. Si è dimostrato come il mercato al dettaglio incida sulle tasche della *community* ma allo stesso tempo non è controllabile dalla *Wizard*. Quest'ultima può solo agire indirettamente mediante la ristampa delle carte, ma non ha un controllo diretto sui prezzi<sup>141</sup>. Non ha la possibilità di essere competitiva con *Hearthstone* da questo punto di vista poiché si deve scontrare con un modello che basa tutto su prezzi bassi, facoltativi e su cui i singoli non hanno voce in capitolo.

L'aspetto commerciale è, quindi, un fattore che pur essendo neutro per i giocatori è il più problematico per *Magic*. Non ha mezzi per poter contrastare un qualsiasi *TCGO* non solo per motivi di prezzi ufficiali ma soprattutto per il mercato secondario sul quale incide ben poco. Può solo puntare sulla differenziazione e sulla fedeltà dei vecchi clienti e deve anche trovare gli elementi indispensabili ad attrarre nuovi giocatori nonostante la concorrenza.

---

<sup>141</sup> Appendice 3.1, Domande 14-14b

## Capitolo 4: Socializzare in negozio

### 4.1 Quanto valgono le interazioni umane?

“Quanto incide l’aspetto sociale?”

*Magic* è un TCG e come tale è anche un gioco da tavolo in cui i giocatori si siedono, mescolano i loro mazzi, pescano le carte e si sfidano: sono degli esseri umani e come tali hanno delle interazioni gli uni verso gli altri. Si devono organizzare autonomamente per poter svolgere una partita, stabilendo il luogo e il tempo in cui farla, incontrarsi e finalmente giocare. Sicuramente faranno delle chiacchiere prima, durante e dopo i match, parlando di tutta una serie di argomenti non necessariamente inerenti a *Magic*. Nulla vieta che quelle stesse persone facciano insieme altre attività di gruppo, una volta finita la voglia di giocare. L’uomo è, infatti, un animale sociale che ha bisogno del contatto con i suoi simili per il suo sviluppo e il gioco delle carte è solo una delle molteplici espressioni del bisogno di riunirsi ed interagire. La stessa socialità diventa quindi un motivo valido per poter invogliare un giocatore a fare una partita o a partecipare ad un torneo, poiché gli permette di soddisfare il desiderio di riunirsi con altri.

Questo ha reso necessario approfondire l’aspetto di interazione sociale. Nel corso di questo capitolo verrà esaminato quanto incide nelle politiche di *Magic: the Gathering* e quanto è importante per i suoi giocatori. Si accennerà, inoltre, a come la stessa *WotC* tragga beneficio dal consolidamento dei rapporti interpersonali per poi passare alla presentazione delle analisi nella *community*. In seguito si prenderà in esame il modo in cui *Hearthstone* gestisce questo aspetto e si potrà, quindi, giungere alle conclusioni.

### 4.2 Organizzazione dell’aspetto sociale in *Magic: the Gathering*

Ogni negozio per poter organizzare dei tornei sanzionati *Magic* deve iscriversi al *Wizards Play Network* (in sigla *WPN*, in figura 13 il suo logo ufficiale<sup>142</sup>). Si tratta di un network con il compito di coordinare e calendarizzare i vari eventi tenuti negli esercizi convenzionati. Questi ultimi, una volta ottenuto l’accesso, avranno il diritto e il dovere di organizzare delle competizioni ufficiali, di introdurre nuovi giocatori e in generale di creare e mantenere una comunità locale di appassionati<sup>143</sup>.

È attraverso il *WPN* che la *Wizards* realizza due obiettivi. Con il primo formalizza la parte sociale del gioco, lasciando la formazione e la gestione delle comunità di giocatori nelle mani dei

<sup>142</sup> “Wizards Play Network”, <https://wpn.wizards.com/it>, visualizzato il 31 Gennaio 2018

<sup>143</sup> “Wizards Play Network – Join WPN”, <https://wpn.wizards.com/it/join-wpn>, visualizzato il 31 Gennaio 2018

negozianti affiliati. Con il secondo gestisce la gerarchia delle competizioni: ciò le permette di fare una prima scrematura dei giocatori che accederanno ai tornei di qualificazione e allo stesso tempo coordina gli eventi da negozio.



Figura 13 – Logo ufficiale Wizards Play Network

#### 4.3 La socialità dei giocatori di Magic: the Gathering

L'organizzazione stessa alla base di *Magic* punta al raggruppamento sociale dei giocatori con lo scopo di creare una comunità. Questo porta di conseguenza ad avere un certo numero di persone, accomunate dalla passione per il gioco, che si riuniscono con regolarità nei negozi con motivazioni molteplici: partecipare ad un torneo, comprare prodotti ufficiali o carte singole, chiacchierare. Si è indagato nei due precedenti capitoli sui tornei e sulla compravendita ma non sulla socialità. Che ne pensano i giocatori dell'aspetto sociale?

Nei due scenari tipo: andare in negozio senza o con un torneo, si è chiesto agli intervistati quanto conti il semplice chiacchierare e socializzare. Nella prima situazione circa la metà ha dichiarato che si tratta di un fattore importante al punto da spingerli in negozio<sup>144</sup>. Un risultato simile si ha nella situazione in presenza di un torneo<sup>145</sup>.

---

<sup>144</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 3d

<sup>145</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 3d

Significa che in generale un giocatore su due, quando va in negozio, vuole socializzare indipendentemente dal contesto. Non è possibile indicare di preciso a cosa sia rivolto questo desiderio di fare anche solo due chiacchiere poiché si è stati volontariamente vaghi e aperti nel corso dei questionari. Si tratta, probabilmente, di un fattore a carattere bivalente: una persona va in un negozio di *Magic* con l'intenzione di fare qualcosa relativo al gioco ma allo stesso tempo vuole anche interagire con le persone presenti.

Si è indagato ulteriormente chiedendo quanto fosse importante l'aspetto sociale per la *community*. I risultati indicano che per oltre l'80% di essa è importante <sup>146</sup> e quasi la stessa percentuale ha dichiarato che *Magic* non sarebbe così seguito se mancasse questa componente <sup>147</sup>. Per oltre un 40%, inoltre, è talmente importante che smetterebbe di giocare se mancasse <sup>148</sup>.

Questi ultimi dati sono particolarmente significativi. Nonostante l'aspetto competitivo sia percepito di pari gradimento rispetto a quello sociale solo quest'ultimo è ritenuto fondamentale nell'esperienza di un giocatore. Lo si è dimostrato nel capitolo 2: la maggior parte della *community* si concentra nei tornei da negozio e questi ultimi sono il luogo principale di socializzazione.

#### 4.4 Organizzazione dell'aspetto sociale in *Hearthstone*

*Hearthstone* ha un approccio con la socialità completamente differente rispetto a *Magic*. Se quest'ultimo punta tutto sulle interazioni di carattere fisico il *TCGO* della *Blizzard*, al contrario, sfrutta invece delle dinamiche da social network per poter gestire la sua *community* di giocatori. Si applica, in realtà, ciò che viene utilizzato da sempre in tutti i videogiochi con una componente di gioco online.

Il gioco dispone di una propria chat interna in cui si scambiano dei messaggi. È possibile chiacchierare solo con giocatori con cui si è in "amicizia", la quale deve essere appositamente richiesta. In questa maniera si possono sfidare i propri "amici" e si può anche assistere alle loro partite con altri giocatori tramite l'apposita modalità *Spettatore*. Alcune *Missioni*, infine, possono essere effettuate solo se si ha almeno un "amico" poiché ne è richiesta l'interazione.

---

<sup>146</sup> Appendice 1.1, Sezione 3, Domanda 4e

<sup>147</sup> Appendice 1.1, Sezione 3, Domanda 4f

<sup>148</sup> Appendice 1.1, Sezione 2, Domanda 4f

Nonostante questa componente fortemente online in realtà è possibile riunirsi fisicamente per giocare grazie ai *Fireside Gatherings* (in figura 14 il suo logo ufficiale<sup>149</sup>). Si tratta di veri e propri raduni ufficiali che chiunque può organizzare a patto di avere la disponibilità di un luogo pubblico in cui riunirsi. Si potrebbe affermare che si sia in presenza di un analogo del *WPN*, poiché uno degli scopi è proprio quello di creare delle comunità locali.



Figura 14 – Logo ufficiale *Hearthstone Fireside Gatherings*

#### 4.5 Confronto dei due sistemi

Dal punto di vista delle interazioni sociali si può notare come *Magic* ed *Hearthstone* abbiano due offerte molto diverse. Il primo utilizza i negozi per poter creare delle *community* locali di gioco e far sentire ogni giocatore come parte di esse, mentre il secondo utilizza delle dinamiche da chat online lasciando la formazione delle comunità locali come obiettivo marginale.

Questa disparità è anche dovuta ai tempi e ai modi diversi in cui sono apparsi i due giochi. *Magic* è stato messo sul mercato in un periodo in cui Internet era poco diffuso, ha sfruttato i canali fisici di vendita per potersi espandere in tutto il mondo e l'unica maniera per essere apprezzato era creare delle comunità di gioco. *Hearthstone*, invece, è apparso utilizzando la rete per poter raggiungere i giocatori di tutto il mondo creando una grande *community* globale unita grazie alle tecnologie digitali.

Un nuovo giocatore che vuole approcciarsi ad uno dei due giochi, considerando solo l'aspetto sociale, dovrebbe chiedersi cosa preferisce tra un'interazione di stampo classico od una di carattere digitale, in quanto le due modalità non possono coesistere. La mancanza del diretto contatto umano potrebbe far pensare che nel digitale non sia possibile socializzare, ma gli ultimi

<sup>149</sup> "Hearthstone Fireside Gatherings", <https://eu.battle.net/hearthstone/it/fireside-gatherings>, visualizzato il 31 Gennaio 2018

anni hanno dimostrato la potenza dei social network come strumento di aggregazione sociale seppur in uno spazio virtuale. Di conseguenza non è corretto affermare che *Hearthstone* e i *TCGO* non dispongano di un proprio aspetto di interazione sociale: è sicuramente diverso rispetto a quello a cui l'umanità è stata abituata nel corso dei millenni, ma è presente.

Si tratta quasi di un conflitto generazionale tra due forme di socializzazione molto diverse tra loro ed è difficile, se non impossibile, riuscire a capire come le nuove tecnologie stiano influenzando la sfera dei rapporti umani. Essi, mediati da Internet, sono una delle novità del XXI secolo e come tale sono visti con un misto tra curiosità e diffidenza. I questionari non hanno indagato su questo aspetto, ma una cosa è certa: *Hearthstone* ha messo in discussione anche la stessa definizione di socialità dei giochi di carte.

Questa divisione causata dalle diverse forme di relazioni tra persone potrebbe costituire una delle principali motivazioni per cui molti giocatori preferiscono rimanere nell'ambito di *Magic* o di altri *TCG* invece di rivolgersi ad *Hearthstone*. Piuttosto che approcciarsi a giochi simili in cui, come si è visto nel capitolo 3, le spese annue sono decisamente inferiori ma mancano di socialità di stampo classico, preferiscono spendere di più pur di rimanere in un ambiente fisico che li appaga di più.

#### 4.6 Quanto incide l'aspetto sociale?

La risposta a questa domanda è piuttosto chiara: incide molto ed in maniera positiva. I giocatori di *Magic* si avvicinano al gioco anche per la forte componente sociale che lo contraddistingue e per le occasioni di interazione offerte. Si sviluppa così un meccanismo di relazioni ruotante intorno al tavolo da gioco in cui ogni partita diventa un'occasione per poter scambiare opinioni ed idee.

*Hearthstone* dunque ne esce completamente sconfitto su questo aspetto? La risposta dipende molto dai punti di vista. Se si considera l'aspetto sociale nella sua forma più comune allora non c'è competizione: non offre quasi nulla, il massimo sono i raduni del *Fireside Gathering* e l'interazione classica è tramite chat. Se, tuttavia, si prendono in considerazione anche le nuove forme con cui le chat online e i social network mettono in contatto le persone, allora la risposta cambia. In quel caso le potenzialità sono anche maggiori poiché si possono avere contatti con giocatori di tutto il mondo.

L'aspetto sociale è, riferendosi alla versione a cui sono abituati i giocatori di *Magic*, molto importante. È il collante che tiene insieme le varie comunità locali ed il principale motivo per cui il *TCG* della *WotC* continua ad essere giocato ed apprezzato. L'azienda non deve quindi fare nulla di nuovo se non continuare con la politica del *WPN* e gestire la sua intera *community* come ha sempre fatto.

## **Capitolo 5: Giocare allo stesso tavolo di *Hearthstone***

### **5.1 Si può rendere *Magic* un TCGO?**

“Quanto inciderà MTG Arena nel brand di *Magic: the Gathering*?”

Nel corso di questi capitoli è apparso chiaramente che *Hearthstone* è un concorrente molto forte di *Magic*. Si è dimostrato che i due giochi sono sostanzialmente indifferenti per quanto riguarda l'aspetto competitivo, ma differenti per la socialità e soprattutto come il TCGO della *Blizzard* vince in maniera considerevole la guerra dei prezzi. Su quest'ultimo punto il rischio che sul lungo periodo il modello di *Hearthstone* vinca su quello di *Magic* è alto e potrebbe non esserci alcuna soluzione se non affidarsi soltanto ai gusti della clientela.

Tuttavia negli ultimi mesi si profila un altro componente nel vasto brand di *Magic*, cioè *Magic: the Gathering Arena* (in sigla *Magic Arena* o *MTG Arena*, in figura 15 il suo logo ufficiale<sup>150</sup>). Si tratta a tutti gli effetti del TCG della *Wizards* ma su una piattaforma da TCGO. È un prodotto probabilmente nato dall'esigenza di far fronte non tanto alla guerra dei prezzi sopracitata quanto piuttosto per invogliare nuovi giocatori a provare il gioco. Questo potrebbe essere quindi la quadratura del cerchio che si era dimostrata difficilmente realizzabile nel corso del capitolo 3 che prendeva in esame solo il modello cartaceo.

Le domande che si pongono pensando a *MTG Arena* sono molteplici. Quanto davvero può essere incisiva e persuasiva nell'attrarre nuovi giocatori? Può prendere il posto di leader del mercato dei TCGO superando *Hearthstone*? Come si rapporta con le altre due versioni di *Magic*, cioè quella cartacea e quella *Online*? Sono domande a cui si tenterà di dare una risposta nel corso di questo capitolo.

---

<sup>150</sup> “Raising a New Banner”, <https://magic.wizards.com/en/articles/archive/news/raising-new-banner-2017-10-08>, 8 Ottobre 2017



Figura 15 – Logo ufficiale Magic: the Gathering Arena

## 5.2 Discutere di un gioco in Closed Beta

### 5.2.1 Closed Beta e Open Beta

Prima di cominciare è obbligatorio precisare che *MTG Arena* attualmente è in *Closed Beta*. Una *Beta* di un videogioco è una fase precedente al suo rilascio ufficiale, in cui solitamente vi è già una base solida che illustra come sarà il prodotto finale ma in cui sono da implementare nel dettaglio le varie caratteristiche. Se si parla di un videogioco online è diventata pratica comune far provare direttamente la *Beta* a dei giocatori al fine di avere un feedback diretto. A tal proposito solitamente si divide la *Beta* in due sotto-fasi: la *Closed Beta* e l'*Open Beta*.

Nella *Closed Beta* il numero dei partecipanti è limitato e si può accedere soltanto su invito da parte degli sviluppatori del gioco. Una persona che vuole parteciparvi si registra e si mette in una lista d'attesa per avere una chiave d'accesso, ovvero un codice alfanumerico che dovrà essere inserito al momento della creazione dell'account di gioco. Questa restrizione degli accessi è dovuta principalmente a due motivi: evitare sovraccarichi nei server e avere relativamente pochi giocatori che possano mandare feedback diretti (letteralmente dei messaggi agli sviluppatori). È in questa fase che si fanno le maggiori implementazioni.

Successivamente si apre la fase di *Open Beta*, la quale invece non ha limitazioni di accesso. Questa fase è utilizzata per poter capire come gestire i sovraccarichi nei server e per fare le

implementazioni finali al prodotto. Solitamente dopo qualche mese si ha il rilascio ufficiale della prima versione di gioco.

### 5.2.2 Alcune limitazioni da rispettare

Cosa implica il fatto che *MTG Arena* sia in *Closed Beta*? In sostanza due fattori riguardanti il contenuto. Il primo è che il gioco è ancora in evoluzione ed espansione e di conseguenza non si può parlare nel dettaglio dei suoi contenuti. Il secondo è che vi era il divieto di pubblicare *screenshot* e *gameplay* (cioè filmati in cui vengono riprese sessioni di gioco), fatto decadere dalla *Wizards* il 22 Marzo 2018<sup>151</sup>. Questi due fattori necessariamente portano a doversi muovere con molta cautela quando si tratta di questo argomento.

Di conseguenza tutta la parte relativa ad *MTG Arena* non è stata incentrata sul contenuto ma sulla prospettiva futura che i giocatori hanno di esso. L'unica cosa certa che si può dire riguardo la sostanza del gioco è il fatto che sia un *TCGO* con tutte le sue caratteristiche, vale a dire ha un suo sistema di *Missioni* e di creazione delle carte. Si consideri che tutte le informazioni acquisite si riferiscono alla versione di fine Febbraio 2018 e che al momento delle interviste vi era ancora il divieto di pubblicare *screenshot* e *gameplay*.

Essendo in fase di *Closed Beta* non è stato possibile utilizzare i questionari per poterne discutere data la sua diffusione molto limitata. Si sono utilizzate delle interviste rivolte a cinque giocatori selezionati i quali soddisfano tre requisiti fondamentali: avere esperienza con *Magic: the Gathering*, avere esperienza con i *TCGO* (tutti e cinque hanno anche giocato ad *Hearthstone*) e avere l'accesso alla *Closed Beta* di *MTG Arena*. Si è sopperito alla mancanza della validità campionaria dei questionari con la competenza di pochi che però hanno una chiara visione globale.

Si utilizzerà in questo capitolo l'ultima parte delle interviste, espressamente rivolta a questo argomento. Le altre parti non sono state utilizzate poiché avevano come scopo solo quello di poter identificare al meglio i giocatori e rendersi conto se vi erano eventuali grosse discrepanze tra le opinioni degli intervistati e i dati raccolti durante i questionari, base del presente lavoro. Dato che non ne sono state rilevate non si è ritenuto necessario aggiungere le loro impressioni nel corso dei capitoli precedenti.

---

<sup>151</sup> "MTG Arena development: the next closed beta phase", <https://magic.wizards.com/en/articles/archive/magic-digital/mtg-arena-development-next-closed-beta-phase-2018-03-20>, 20 Marzo 2018

## 5.3 Prospettive per MTG Arena

### 5.3.1 MTG Arena ed Hearthstone

La prima prospettiva da esaminare è quella di *MTG Arena* come *TCGO* in sé e per sé. Come potrebbe inserirsi in un mercato che da oltre quattro anni è dominato da *Hearthstone* senza che nessun altro prodotto sia riuscito a fargli veramente concorrenza? Può essere una seria minaccia per quest'ultimo oppure è destinato ad avere la sua nicchia di mercato senza tuttavia poter aspirare ad una posizione di dominio?

Gli intervistati si sono divisi in due opinioni contrapposte riguardo a queste tematiche. Nel considerare se *MTG Arena* sia destinato a diventare il nuovo leader del settore dei *TCGO* una parte asserisce che non possa averne le capacità per via della difficoltà di inserire le meccaniche di *Magic* in un gioco online; si mette in evidenza, poi, il contrasto con la semplicità delle regole di altri giochi, *Hearthstone* in primis. Inoltre si afferma che soffre anche la concorrenza di *Magic Online*<sup>152</sup>. Altri invece pensano che ne abbia le capacità a causa del suo enorme potenziale e che avrà un numero possibile di giocatori molto grande considerando la fama della versione cartacea. Anche questi ultimi, tuttavia, riconoscono che in ogni caso il *TCGO* della *Blizzard* sia un avversario duro da battere nella competizione per il primo posto.<sup>153</sup>

La divisione nelle risposte continua se si domanda se possa essere un serio concorrente di *Hearthstone* anche nel caso in cui non domini il mercato. Le motivazioni contrarie hanno come motivo principale il fatto che una partita di *Magic* è molto meno fluida e veloce di una di *Hearthstone*, portando i giocatori a preferire quest'ultimo<sup>154</sup>. A favore invece si ribadisce il grande numero potenziale di giocatori e anche la possibilità che possa attirare una certa fascia di clientela più interessata ad un gioco con meccaniche approfondite. Non bisogna dimenticare che *Magic* è percepito come un gioco più “basato sull'abilità” rispetto ad *Hearthstone* e questo potrebbe pendere a favore di *MTG Arena*<sup>155</sup>.

In ogni caso tutti sono concordi nel dire che *Hearthstone* continuerà ad esistere anche qualora *MTG Arena* dovesse avere un grandissimo successo in quanto, oltre alla semplicità delle sue meccaniche, è un *TCGO* che si regge da solo, a differenza di *Magic Arena* il quale potrebbe venire utilizzato solo per aumentare ulteriormente il bacino di utenza del brand *Magic*. Inoltre le

---

<sup>152</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.5 , Sezione 4, Domanda 3a

<sup>153</sup> Appendice 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3a

<sup>154</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.5 , Sezione 4, Domanda 3b

<sup>155</sup> Appendice 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3b

preferenze dei giocatori potrebbero anche decretare che entrambi siano giocabili per una netta differenziazione dei due prodotti nel mercato che permetterebbe una loro convivenza<sup>156</sup>.

*MTG Arena* si rivela quindi essere una grande incognita del settore dei *TCGO*, la quale a seconda di come il mercato reagirà potrà o essere un prodotto di nicchia oppure un prodotto di successo entrando in competizione con *Hearthstone*. Non rimarrà inosservato in nessuno dei casi, ma forse la *Wizards* non può aspirare a quella posizione di dominio che ha nel settore del *TCG*.

### 5.3.2 MTG Arena e Magic Online

*Magic Online* è nato in un periodo in cui il *TCGO* non esisteva o si inseriva in un mercato di nicchia. *MTGO* è stato utilizzato come prodotto integrativo ma non sostitutivo della versione cartacea e messo ai margini dal sistema competitivo nonché dagli stessi giocatori. La presenza di *MTG Arena* minaccia la sua esistenza e lo mette ancora di più in equilibrio precario: potrebbe ancora esistere nonostante tutto? Oppure è destinato a scomparire dal mercato e ad essere rimpiazzato da un prodotto online in grado di assicurarsi la competitività in un mondo in cui le stesse regole dei *TCG* sono state messe in discussione?

Gli intervistati sono stati concordi nell'affermare che *Magic Online* abbia ancora concreti margini di espansione e non sarà *MTG Arena* a causarne la fine. Un paio citano un comunicato della *Wizards* in cui si dichiara anche la volontà di voler continuare lo sviluppo di *Magic Online*.<sup>157</sup> Questo quindi porterebbe i giocatori che hanno un account ben fornito di carte sulla piattaforma a non abbandonarla.<sup>158</sup>

La dichiarazione della *Wizards*, tuttavia, porta con sé un enorme interrogativo. I questionari hanno dimostrato come i giocatori stiano sempre più disertando *Magic Online* per tutta la serie di motivi prima esplicitati. Perché allora voler continuare ad investirci quando *MTG Arena* ha un potenziale molto più grande? La domanda sorge spontanea: ma questa dichiarazione è stata fatta per reale volontà di voler continuare a sostenere la piattaforma, oppure soltanto per prendere tempo in attesa di vedere i risultati di *MTG Arena*?

Chiedendolo agli intervistati, essi si sono divisi. Una parte sostiene che possano essere mantenuti aperti entrambi i servizi per l'enorme disparità di carte contenute (*Magic Online* ha nel suo database quasi tutte le carte stampate) e perché in generale sia sostenibile uno scenario in cui

---

<sup>156</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3c

<sup>157</sup> "MTG Arena Public FAQs", <https://magic.wizards.com/en/mtgarena/faq>, visualizzato il 5 Marzo 2018

<sup>158</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3h

entrambi rimangono divisi.<sup>159</sup> Altri, invece, pensano che potrebbe essere effettivamente solo una manovra per prendere tempo, esprimendo comunque riserve. Le opinioni si dividono tra chi dubita che *MTG Arena* farà abbastanza numeri per giustificare una chiusura di *Magic Online* e chi sostiene si debba in quel caso trovare un sistema per “vendere” le carte in possesso ai giocatori della piattaforma prima della sua chiusura.<sup>160</sup>

Vi è concordanza sulla possibilità che *MTG Arena* possa avere un proprio circuito competitivo dedicato, a differenza di quanto è accaduto ad *MTG Online*. Le motivazioni si riconducono al fatto che *Hearthstone* ha dimostrato la possibilità di poter fare circuiti professionistici anche per i *TCGO*, soprattutto a causa del sistema di creazione delle carte.<sup>161</sup> Questo è un punto a favore della nuova piattaforma, la quale invoglierebbe i giocatori interessati al lato competitivo ma che non possono permettersi i prezzi del *Magic* cartaceo.

Il rapporto che intercorre tra *Magic Online* e *MTG Arena* appare quindi estremamente incerto. Potrebbe essere sia conflittuale che di convivenza, così come vi sono probabilità, a favore di *Arena*, che uno dei due prevalga sull'altro. In questo caso è tutto in mano alle politiche di sviluppo della *Wizards* la quale dovrà trovare un equilibrio tra le due controparti, oppure in alternativa chiudere una delle due piattaforme in favore dell'altra.

### 5.3.3 MTG Arena e Magic: the Gathering

*MTG Arena* nasce per lo stesso motivo per cui nacque *Magic Online*: fornire una forma diversa di interazione con il gioco rispetto al *Magic* cartaceo. Ma se il secondo è sempre stato defilato rispetto al gioco principale, come potrebbe rapportarsi ad esso il primo? È destinato anch'esso a rimanere sempre in disparte oppure assumerebbe un ruolo rilevante nell'ambito dello sviluppo?

La prima domanda da porsi è se *MTG Arena* e *Magic: the Gathering* puntino o meno a due fasce di clientela differenti. Gli intervistati sono stati concordi nel dare una risposta affermativa: *Arena* si rivolgerebbe prevalentemente al pubblico nuovo mentre i giocatori più navigati continuerebbero a rimanere nella versione cartacea o su *Magic Online*. Inoltre potrebbe anche

---

<sup>159</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.4 , Sezione 4, Domanda 3i

<sup>160</sup> Appendice 3.3.3 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3i

<sup>161</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3f

essere il prodotto per chi gioca alla versione cartacea ma non può permettersi di spendere soldi anche su *MTGO*<sup>162</sup>

Ciò nonostante tutti sono d'accordo nell'affermare che un giocatore di uno dei sistemi potrebbe anche giocare a quell'altro. I giocatori della versione cartacea avrebbero la possibilità di giocare anche da casa in una maniera alternativa a *Magic Online*. Coloro che si avvicinano per la prima volta ad *MTG Arena*, invece, sarebbero potenzialmente invogliati a provare la versione cartacea<sup>163</sup>.

Cosa succede se si prova a focalizzare l'attenzione sull'aspetto dei costi? *MTG Arena* potrebbe risultare più conveniente della versione cartacea e convincere ad abbandonarla? Qui le risposte sono state negative ma con varie sfumature. Alcuni hanno dato una risposta solo parzialmente negativa indicando soltanto i giocatori dello *Standard* e del *Limited* come coloro che potrebbero effettivamente abbandonare *Magic* cartaceo in favore di *MTG Arena*, mentre altri ne danno una completamente negativa ricordando come non si sia mai verificato un abbandono a causa di *Magic Online*<sup>164</sup>.

Concordando con l'impressione precedente si esclude la possibilità di una possibile flessione negativa del mercato secondario dovuto ad *MTG Arena*. Si tratta principalmente del fatto che quest'ultimo si rivolgerebbe ai nuovi giocatori, mentre nel mercato secondario sono influenzati solo quelli più vecchi. Inoltre i maggiori guadagni sono dovuti ai formati *Constructed Eternal* e non allo *Standard*, il quale sarebbe la ragione principale di un un'eventuale migrazione da parte dei giocatori<sup>165</sup>.

Tutti quanti, infine, sono concordi nell'affermare che *MTG Arena* non potrebbe in alcun modo decretare la chiusura della versione cartacea di *Magic* per i motivi più diversi. Bisogna considerare il numero di giocatori, che è molto grande nella versione cartacea e che assicura notevoli introiti alla *Wizards*. Vi è inoltre l'aspetto, importante per i giocatori, che riguarda l'interazione sociale e l'importanza del collezionismo. Inoltre vi è una buona probabilità che i principali formati *Constructed Eternal* continuino ad essere una prerogativa della versione cartacea.<sup>166</sup>

*MTG Arena* deve quindi fare i conti con l'essere un prodotto in posizione di subordinazione rispetto a *Magic*, così come è *Magic Online*. Potrebbe cambiare gli equilibri per quanto riguarda

---

<sup>162</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3d

<sup>163</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3e

<sup>164</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3g

<sup>165</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3k

<sup>166</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 3j

alcuni formati di gioco, ma in linea generale non cambierà troppo la situazione della versione cartacea del gioco.

#### **5.3.4 Possibili sviluppi per MTG Arena**

I dati raccolti mettono MTG Arena in una posizione sostanzialmente neutra rispetto agli altri principali giochi considerati, per quanto abbia un potenziale maggiore per generare novità e cambiamento. Tutto ciò considerato, quindi, quali sono le prospettive future di sviluppo?

L'incognita è rappresentata dai possibili sviluppi futuri di *Magic Online*. Se quest'ultimo continuasse a rimanere punto fisso per molti dei principali formati allora *MTG Arena* potrebbe vedersi tagliate molte possibilità di evoluzione e rimanere incentrata soltanto su alcuni formati. Se, invece, la tendenza fosse quella di crescere col passare del tempo, allora sarebbe la vecchia piattaforma online a dover ridimensionare la sua crescita. Gli intervistati non hanno dubbi: o rimarrà concentrata sullo *Standard*, oppure si espanderà anche verso altri formati.<sup>167</sup>

Parrebbe plausibile, inoltre, la possibilità che tutte le tre principali branche del *brand* (*Magic* cartaceo, *Magic Online* ed *MTG Arena*) possano coesistere insieme. Quali possibili equilibri potrebbero crearsi tra le tre? Gli intervistati hanno avuto risposte sostanzialmente identiche. Secondo loro sicuramente la versione cartacea rimarrà quella preferita, con i giocatori che si distribuiranno in maniera all'incirca equa nelle due piattaforme online. Queste due, tuttavia, hanno l'alto rischio di potersi fare concorrenza tra loro ma è incerto se uno dei due debba chiudere a favore dell'altro.

---

<sup>167</sup> Appendice 3.3.2 / 3.3.3 / 3.3.4 / 3.3.5 / 3.3.6 , Sezione 4, Domanda 2

#### 5.4 Quanto inciderà MTG Arena nel brand di Magic: the Gathering?

È molto difficile, se non impossibile, dare una risposta certa a questa domanda. *MTG Arena* appare come una grande incognita che potrebbe sia passare in sordina sia cominciare un nuovo capitolo della storia di *Magic*. I fattori e le variabili da considerare sono davvero tanti. Tra i principali vi sono le politiche di sviluppo della *Wizards* (soprattutto per quanto riguarda *Magic Online*) e come il mercato dei *TCGO* reagirà al suo lancio ufficiale. A tale proposito si è chiesto all'utenza di *Hearthstone* cosa ne pensasse di *MTG Arena* quando questo era stato soltanto annunciato e ancora nulla si sapeva su di esso. Il risultato è stato piuttosto sorprendente: nonostante quasi due persone su tre non ne avessero mai sentito parlare<sup>168</sup>, il 70% avrebbe voluto comunque provarlo<sup>169</sup>.

Non è possibile stabilire con certezza quale possa essere il suo ruolo, visto che è un gioco allo stesso tempo con un potenziale enorme ma con grosse incertezze relative a fattori come complessità delle regole e difficoltà nel riuscire a trasporre su piattaforma da *TCGO* la molteplicità delle meccaniche caratteristiche di *Magic*. Probabilmente non passerà completamente inosservato e in un qualche modo dirà la sua, ma poter affermare quanto di preciso si farà sentire all'interno sia del panorama *TCGO* sia nel panorama *Magic* è un calcolo che ha fin troppe variabili per poter dare un risultato attendibile.

---

<sup>168</sup> Appendice 1.3, Sezione 4, Domanda 4

<sup>169</sup> Appendice 1.3, Sezione 4, Domanda 5

## **Capitolo 6: Il giocatore medio di Magic**

### **6.1 Come si identifica la clientela?**

“Chi è il giocatore medio di Magic?”

Le indagini svolte attraverso i questionari e riportate in questo lavoro avevano come fine principale quello di individuare il cliente tipo di *Magic*. Si sono canalizzate le risposte separando gli aspetti competitivi, economici e sociali, in modo tale da analizzarli nel dettaglio e far emergere ogni implicazione. L'obiettivo era mettere a fuoco il giocatore medio di *Magic: the Gathering* e riuscire ad osservarlo nel suo complesso. Partendo dall'analisi della clientela, il traguardo è riuscire a fare previsioni sullo sviluppo del gioco.

Questo capitolo illustrerà, quindi, quanto si è evidenziato sul giocatore nel corso dei capitoli 2-4. Prima di procedere con la conclusione occorre dare una visione organica di tutte le componenti finora analizzate solo singolarmente. I precedenti capitoli, infatti, avevano il compito di mostrare e spiegare i singoli dati ottenuti dai questionari. Ora si avrà, invece, modo di poterne riepilogare le caratteristiche principali così da coglierle tutte nel loro complesso. Inoltre è indispensabile fare una breve analisi su come i tre aspetti interagiscano tra loro. Fino a questo momento si è sempre cercato di scinderli per studiarne le caratteristiche ma nella realtà spesso si intersecano l'uno con l'altro.

### **6.2 Il giocatore medio e la competizione**

La competizione risulta essere un fattore con una certa neutralità. Si è avuto modo di notare come vi sia una netta distinzione tra il sistema dei tornei in sé e come i giocatori si avvicinano ad esso. La quasi totalità della *community* non ha mai partecipato né ad un torneo di competizione né ad uno di qualificazione rimanendo nel settore degli eventi da negozio. Questo è dovuto al sistema stesso, molto elitario e che porta al vertice solo una percentuale quasi nulla.

Nonostante ciò la competizione ha comunque una certa rilevanza nell'attrarre la clientela. I tornei amatoriali tenuti ogni settimana tengono alta l'attenzione sul gioco e danno modo ai loro partecipanti di avere delle occasioni per poter fare delle partite nella speranza di vincere qualcosa. La competitività in sé, seppur in uno spazio rilassato e tranquillo, è una motivazione valida ad invogliare all'iscrizione.

*Magic* ha un sistema di tornei più per mantenere viva l'attenzione sul prodotto che per gestire le competizioni in sé per sé. La sola idea di poter essere premiati per la propria bravura e le proprie abilità spinge i giocatori a migliorarsi continuamente nel gioco, investendoci tempo e denaro.

Seppur la maggioranza non raggiunga le vette della competizione nel corso della loro intera carriera, lo spiraglio di possibilità che si intravede motiva a partecipare, competere e magari puntare ad eventi prestigiosi.

Per spingere i giocatori alla partecipazione ai tornei *Magic* svolge un continuo ed attento sviluppo del design delle carte e delle meccaniche di gioco. Questo per cercare di renderlo sempre più divertente, interessante, appassionante ed indurre all'acquisto di nuovi prodotti. Il meccanismo, quindi, tende chiaramente ad autoalimentarsi con incrementi sempre maggiori dei volumi di vendita.

*Hearthstone* risulta in una sostanziale parità per quanto riguarda l'attrazione per i giocatori. Anch'esso ha un suo sistema elitario di tornei in cui la maggior parte della clientela rimane al livello più basso. Non ha quindi alcuna attrattività in più per la clientela abituale di *Magic* se non per le preferenze dei singoli giocatori.

### 6.3 Il giocatore medio e il commercio

L'aspetto commerciale è il più complesso da gestire per la *Wizards*. I dati hanno evidenziato come in questo ambito la clientela sostenga dei costi che esulano dal prezzo dei prodotti ufficiali. I volumi più grandi di affari, infatti, sono condotti nel mercato secondario delle carte singole, sul quale l'azienda non ha quasi voce in capitolo. Questo mercato è determinato unicamente dalla legge della domanda e dell'offerta creata dal commercio tra giocatori, sul quale non sono poste regolamentazioni.

Il risultato è che i costi complessivi sostenuti derivano dalla somma del mercato primario e da quello secondario. Dal punto di vista dei giocatori questi costi sono percepiti in maniera piuttosto neutra: da un lato le spese sono considerevoli e questo è il lato negativo, dall'altro la presenza di un commercio delle singole carte è visto come un fattore positivo. Il poter cercare direttamente le carte a cui si è interessati è percepito come un beneficio tale da compensare il prezzo medio maggiore.

La clientela, inoltre, è anche molto affezionata al prodotto: ad esso associa un'immagine di qualità e qualcosa per cui valga la pena spendere soldi. *Magic* è considerato come un investimento in termini di divertimento e di qualità del gioco. Questo porta ad identificare il giocatore come una persona che accetta di buon grado di investire anche molto denaro in un'attività ludica.

*Hearthstone*, tuttavia, propone un modello di business assolutamente più vantaggioso. Offre un

sistema basato su transazioni in denaro completamente opzionali e gratuite, in cui tutto è gestito da due valute di gioco e da una completa mancanza di un mercato secondario. Inoltre i dati hanno evidenziato come i costi sostenuti in valuta reale dai suoi giocatori siano nettamente inferiori rispetto a quelli di *Magic*. Questo mette il *TCGO* della *Blizzard* in una posizione di netto vantaggio su un piano economico. La fedeltà al prodotto fa sì che la vecchia clientela di *Magic* non sia interessata ad una prospettiva di spese inferiori ma d'altra parte altri clienti potenziali lo potrebbero trovare molto più appetibile.

#### 6.4 Il giocatore medio e la socialità

La socialità ricopre un ruolo molto importante per la clientela di *Magic*: le stesse partite sono per i giocatori un'occasione per poter interagire gli uni con gli altri. I dati hanno riportato come sia a tutti gli effetti il più considerato dei fattori finora visti. Il poter socializzare in sé per sé è un motivo sufficiente per giocare poiché favorisce gli incontri, ad esempio un gruppo di giocatori ne può usufruire per scambiarsi idee e opinioni anche su argomenti non inerenti al *TCG* anche se nel frattempo stanno facendo una partita.

Si tratta di un fattore pienamente supportato dalla *Wizards*. È stato il modello della suddivisione della *community* globale nelle comunità locali ad essere uno dei fattori determinanti del successo. Il garantire che ogni singolo giocatore abbia un suo negozio di riferimento e un gruppo di persone con cui fare delle partite ha permesso a *Magic* di consolidarsi come gioco abituale. Non è un caso che siano i tornei da negozio quelli più frequenti: non sono tanto delle competizioni quanto una maniera per convincere le comunità locali a riunirsi per sfidarsi tutti insieme.

*Hearthstone* utilizza invece un altro tipo di socialità incentrata sul digitale e sui social network. In questo caso è impossibile fare un paragone diretto poiché si tratta di due tipi completamente diversi di interazioni umane. La clientela a cui si rivolge *Magic* non solo è abituata agli scambi interpersonali faccia a faccia ma, inoltre, li pretende. Considerando questo ne consegue che il *TCGO* della *Blizzards* non abbia molta presa sul giocatore di *Magic* da questo punto di vista.

## 6.5 Quando gli aspetti compaiono insieme

I tre aspetti principali: la competizione, il commercio e la socialità sono stati finora esaminati solo separatamente. Questi, tuttavia, non sono compartimenti stagni che non comunicano, anzi interagiscono tra loro. *Magic* è il risultato olistico di questi fattori, a cui bisogna aggiungerne altri non considerati in questo lavoro come il collezionismo oppure le meccaniche di gioco.

Si passerà, ora, ad esaminare le interconnessioni tra i tre aspetti. Si potrebbe pensare che si tratti solo delle precisazioni, ma si avrà modo di notare come alcune caratteristiche attribuite in precedenza solo a un fattore siano in realtà scaturite da una combinazione e che quindi, senza uno dei due, mai si sarebbero verificate.

### 6.5.1 Il prezzo delle carte nel mercato secondario

I prezzi del mercato secondario sono determinati dalla presenza simultanea dell'aspetto competitivo e dell'aspetto commerciale (si veda anche la figura 16). Si è mostrato in precedenza come la giocabilità di una carta sia il principale indicatore che incide sui prezzi. Anche se la maggior parte della *community* gioca in tornei da negozio i mazzi giocati sono gli stessi di un torneo professionistico. Il motivo risiede nell'efficienza all'interno del panorama competitivo di alcune strategie, le quali vengono giocate per poter massimizzare le probabilità di vittoria.

Senza la competizione i prezzi sarebbero molto più bassi: la richiesta delle carte singole si baserebbe principalmente su aspetti di valore collezionistico. Tutto sarebbe determinato solo dalle caratteristiche particolari come edizioni speciali o *artwork* alternativi ma la maggioranza non salirebbe mai ai livelli di prezzo attribuiti su un mercato in cui conta anche la giocabilità. Bisogna considerare che essa è spesso abbinata alla fretta di acquisire subito le carte, la quale porta i compratori a non trattare troppo sul prezzo.

In assenza di un mercato secondario non esisterebbe che il baratto fra le carte e questo bloccherebbe una circolazione efficace delle stesse. Si potrebbe pensare di utilizzare comunque una valuta per dare dei valori di riferimento, ma il poter solo scambiare carte complicherebbe le trattative.

I prezzi delle carte sono determinati dalla clientela stessa. L'impatto che hanno è sostanzialmente neutro poiché i giocatori accettano il loro prezzo in cambio della possibilità di acquistarne direttamente senza passare per il mercato primario.



Figura 16 – Risultato dell'interazione tra aspetto competitivo e aspetto commerciale

### 6.5.2 Il mercato secondario

L'esistenza stessa del mercato secondario si ha quando l'aspetto commerciale incontra l'aspetto sociale (si veda anche la figura 17). Una compravendita tra privati si crea in presenza di tre fattori: uno dei due vuole vendere un determinato bene o servizio, il secondo vuole comprarlo ed entrambi trovano un modo per accordarsi sui termini di contratto. Le carte non fanno eccezione a questo schema e circolano in commercio grazie alle interazioni tra giocatori. A differenza del mercato primario i beni non circolano per volontà dell'azienda produttrice ma per via della *community* e solo tramite quest'ultima si concretizza il commercio tra singole carte.

Senza il commercio, cioè senza la possibilità di fare compravendita tra singoli, non esisterebbe neppure un mercato secondario. Se fosse vietato il mercato al dettaglio sarebbe molto più problematico procurarsi le singole carte se non tramite lo scambio. In quel caso la *Wizards* stessa dovrebbe trovare una maniera per poter gestire quelle richieste, attraverso ad esempio un negozio dedicato, oppure ristampando frequentemente le carte più giocate.

Senza la socialità non esisterebbero gli scambi tra singoli giocatori. Questo, tuttavia, non implicherebbe una completa sparizione del mercato secondario ma una sua totale gestione da parte dei principali siti online di compravendita. Allo stato attuale, il mercato delle singole carte

segue delle dinamiche da concorrenza monopolistica in cui vi è una moltitudine di venditori. In quel caso invece sarebbe una situazione di oligopolio in cui i prezzi delle carte salirebbero molto: pochi venditori le offrirebbero e il rischio della formazione di un cartello sarebbe molto alto.

Il mercato secondario è una creazione della clientela stessa con la quale riesce ad autogestire la proprietà delle singole carte. È visto con positività per la sua caratteristica di poter cercare, comprare e vendere le carte in totale autonomia basandosi solo sui prezzi di mercato.

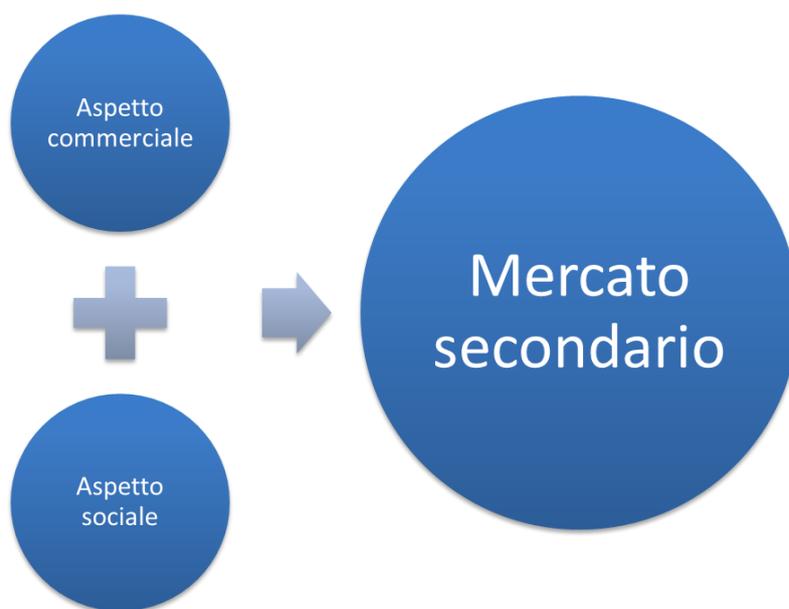


Figura 17 – Risultato dell'interazione tra aspetto commerciale e aspetto sociale

### 6.5.3 I tornei da negozio

Gli eventi da negozio sono uno dei cardini delle politiche di *Magic*. Il principale motivo del loro successo è dovuto alla combinazione tra l'aspetto competitivo e sociale, in cui i giocatori vogliono partecipare sia per poter vincere un premio sia per poter scambiarsi idee e opinioni su vari argomenti (si veda anche la figura 18). I tornei sono sempre caratterizzati da una interconnessione tra volontà di gareggiare e possibilità di potersi riunire in un unico luogo con altri partecipanti.

La mancanza di competitività non creerebbe questi eventi perché i giocatori non avrebbero interesse a parteciparvi: mancherebbe la volontà di mettersi in gioco e vincere. In quel caso è probabile che tutti i principali tornei da negozio verrebbero sostituiti da altre iniziative volte a riunire la comunità locale. Attività di carattere più sociale o in cui si gioca senza pensare a premi o a gareggiare contribuirebbero a formare e a tenere uniti i vari gruppi di giocatori. Il *Wizards Play Network* non esisterebbe o sarebbe preposto a coordinare non più tornei ma altre tipologie

di eventi.

La mancanza della socialità, invece, creerebbe un effetto opposto: solo le competizioni sarebbero un motivo valido per spingere i giocatori a riunirsi in un negozio. Non si potrebbe neppure parlare di una vera e propria comunità locale ma piuttosto di un gruppo di giocatori riuniti con il solo scopo di competere. Per quanto il torneo da negozio in sé continuerebbe ad esistere non avrebbe la sua tipica atmosfera tranquilla e rilassata, anzi al contrario avrebbe l'aria tesa che si respira nelle competizioni di alto livello.

I tornei da negozio riuniscono la clientela e la influenzano positivamente: riescono a soddisfare sia il suo bisogno di socializzare con altri giocatori che il suo desiderio di competere e vincere, nonché sono fondamentali nel processo di creazione delle comunità locali.

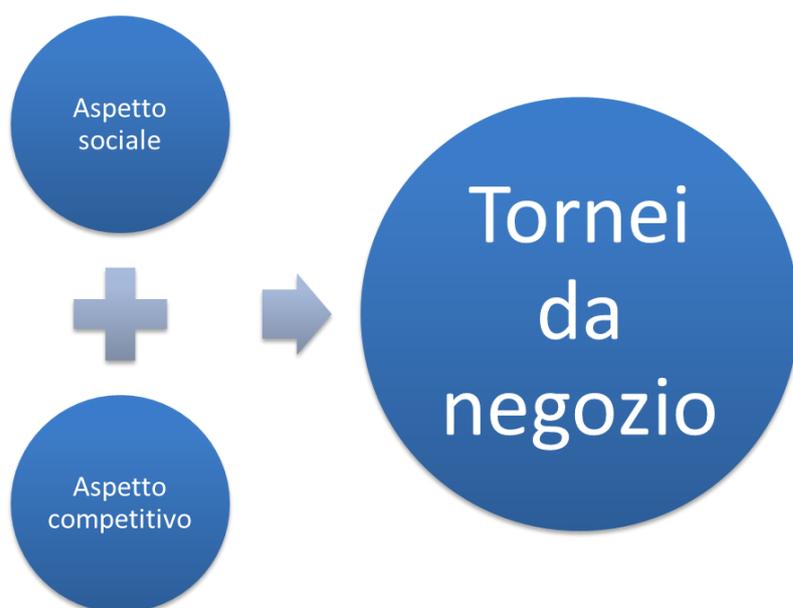


Figura 18 – Risultato dell'interazione tra aspetto sociale e aspetto competitivo

### 6.6 Chi è il giocatore medio di Magic?

Questa è stata in realtà la domanda implicita di tutto il lavoro svolto fino a questo momento: individuare la clientela di *Magic*. In tre capitoli si è analizzato come gli aspetti principali di gioco la influenzassero e in quest'ultimo si è avuto modo di poter osservare il quadro generale. Ora non resta che rispondere al quesito e poter capire chi sia il giocatore medio di *Magic*.

Il giocatore medio di *Magic* è un giovane uomo con un'età compresa tra i 25 e i 30 anni. Si tratta di uno studente universitario oppure di un giovane lavoratore ed in quest'ultimo caso si inserisce come reddito in un ceto sociale medio-basso. Si tratta, innanzitutto, di un individuo sociale che si

approccia al gioco col principale obiettivo di poter incontrare altri giocatori, interagire con essi, scambiare opinioni e fare delle partite. Questo suo bisogno di socialità è anche la principale ragione per cui non gli interessano i TCGO come *Hearthstone*: vuole interagire con altri individui mentre gioca.

Si reca in negozio abitualmente in concomitanza con i principali eventi, ma non è un giocatore particolarmente competitivo pur partecipando ai tornei. Assai raramente, infatti, partecipa a competizioni di medio-alto livello, preferendo gli eventi amatoriali poiché in questi riesce a soddisfare il suo bisogno di socializzazione, pur non escludendo a priori l'idea di poter fare carriera all'interno del gioco.

L'individuo in questione può far conto su una certa disponibilità economica. Sostiene nel corso di un anno circa €400 di spese per poter continuare a giocare, seppur questa cifra abbia una certa varianza. La maggior parte dei costi, tuttavia, non sono propriamente dovuti a *Magic* ma al mercato delle carte al dettaglio intorno ad esso. Bisogna comunque considerare anche queste spese di gioco poiché sono necessarie per poter continuare ad approcciarsi al prodotto. Nonostante possa anche vendere le carte non riesce a coprire le spese ma non gli importa poiché spende volentieri il suo denaro.

Questo è il giocatore medio di *Magic*. Grazie ai dati raccolti e la loro analisi è stato possibile individuarlo, metterlo a fuoco e capire quali siano i suoi principali obiettivi quando si approccia al gioco. Ora si può procedere con l'obiettivo di questa ricerca: fare delle previsioni plausibili sullo sviluppo delle politiche inerenti il gioco.

## **Capitolo 7: Magic: the Gathering in prospettiva**

### **7.1 Magic può rimanere sul mercato?**

“Come può svilupparsi Magic: the Gathering?”

*Magic* non ha mai sofferto la concorrenza diretta in quanto gli altri due principali TCG sul mercato, ovvero *Yu-Gi-Oh!*<sup>170</sup> e *Pokemon Trading Card Game*<sup>171</sup>, hanno occupato altre nicchie di mercato rivolgendosi ad una clientela più giovane. Il risultato è che si è sempre trovato in una posizione di dominio nel mercato dei giochi di carte collezionabili affermandosi come prodotto di qualità universalmente noto a tutti gli appassionati del genere. Nei suoi 25 anni di produzione è sempre riuscito a mantenersi leader grazie a politiche di sviluppo del gioco molto mirate, che hanno condotto ad una semplificazione delle regole, a una grande quantità di varianti di gioco e, soprattutto, a una *community* globale di milioni di giocatori.

Questa posizione di dominio, tuttavia, è stata messa in discussione dall'avvento di *Hearthstone* e dei *TCGO*. Agli inizi si sarebbe potuto dire che si rivolgessero ad un mercato differente, cioè quello dei giochi di carte collezionabili online, ma negli ultimi tempi si è notata una lenta fusione che sta portando i TCG e i TCGO ad essere trattati come prodotti simili. La conseguenza è ovvia: bisogna considerare *Magic* ed *Hearthstone* come diretti concorrenti.

Questo porta naturalmente a domandarsi allora come il TCG della *Wizards* possa confrontarsi con questo nuovo concorrente. Può riuscire a sostenere e a vincere questa nuova sfida? Può continuare ad essere il gioco di carte collezionabili più conosciuto ed apprezzato al mondo? Oppure è destinato a chiudere non riuscendo a sostenere la concorrenza e diventare una reliquia del passato? Del futuro non c'è certezza, ma come obiettivo finale di questo lavoro si vogliono fare delle previsioni basandosi su tutto quanto si è analizzato fino a questo momento.

Le previsioni sono state fatte su tre diversi orizzonti temporali. Il primo è basato su un periodo di uno-due anni, il secondo su uno compreso tra i tre e i cinque anni, il terzo ne contempla uno tra i cinque e i dieci anni. Per ciascuno di questi intervalli si è cercata la chiave per capirne i possibili sviluppi.

---

170 “Shonen Jump Yu-Gi-On! Gioco di Carte Collezionabili”, <http://www.yugioh-card.com/it/>, visualizzato il 17 Marzo 2018

171 “Pokémon Trading Card Game”, <https://www.pokemon.com/it/gcc/gioca/>, visualizzato il 17 Marzo 2018

## 7.2 Possibili sviluppi sul breve periodo

È apparso chiaro nel corso dei capitoli che *Magic* cartaceo e *Magic Online* non possono subire delle variazioni nel breve periodo. Il primo è ancora saldamente legato al mercato e mantiene la sua competitività grazie alla clientela fedele, il secondo invece deve la sua vitalità alla volontà espressa dalla *Wizards* di mantenerlo aperto e in costante sviluppo.

L'incognita nel breve periodo è quindi rappresentata da *MTG Arena*. Quest'ultimo dovrà soddisfare due requisiti fondamentali per poter essere ben presente sulla scena dei *TCGO*: riuscire a trasporre nella maniera più fedele possibile *Magic* sulla nuova piattaforma, mantenendo la fluidità tipica dei giochi online e convincere la clientela a giocarci. Sono entrambe sfide difficili ma non impossibili.

La trasposizione su piattaforma online è più un problema di carattere tecnico, ma un soggetto che giocherà a *MTG Arena* si aspetterà di avere un'esperienza molto simile, se non identica, a quella del *Magic* cartaceo. Quest'ultimo utilizza tutta una serie di regole nei vari meccanismi interni, le quali risultano efficaci in un contesto fisico ma possono essere percepite come fin troppo rigide in un ambiente online. Tutto sta nelle mani degli sviluppatori del gioco, i quali dovranno trovare un equilibrio per poter assicurare sia la fedeltà al prodotto originario sia l'allineamento agli standard tecnici di un *TCGO*.

La percezione da parte della clientela può avere vari risvolti. La presenza di *Hearthstone* si farà sicuramente sentire, ma quanto in effetti potrebbe incidere? La clientela potrebbe non considerare *MTG Arena* poiché monopolizzata dal *TCGO* della *Blizzard*. Non si può escludere, a priori, che essa possa apprezzare il nuovo arrivato, non solo perché si tratterebbe della versione *TCGO* di un prodotto noto a tutti nel settore, ma anche perché è considerato come un gioco che richiede più abilità rispetto ad *Hearthstone* e questo potrebbe attirare una certa parte di clientela.

Lo scenario che si prospetta non è di facile previsione, ma è pur vero che le prospettive che si intravedono sono a favore di *MTG Arena*. Se non diventerà il nuovo leader nel settore dei *TCGO* potrebbe comunque aspirare ad una posizione molto rilevante, capace di poter influenzare gli equilibri di mercato e di avere voce in capitolo. Tutto dipende, nel periodo di tempo considerato, dalla reazione del mercato.

In ogni caso è certo che anche una sua eventuale esplosione di popolarità non colpirebbe nel breve periodo né *Magic* cartaceo né *Magic Online*. Il design di ogni Set di gioco inizia uno – due anni prima del suo effettivo rilascio di gioco, quindi non vi sono le tempistiche per poter attuare dei repentini cambiamenti delle politiche di espansione. Inoltre tutti i principali *TCGO* hanno

passato i loro primi anni focalizzandosi su poche modalità di gioco per poter risolvere al meglio tutti i problemi tecnici. *MTG Arena* non farà eccezione a questo processo, anche se comincia con una base solida per quanto riguarda i formati di gioco.

### *7.3 Possibili sviluppi sul medio periodo*

Anche in questo periodo di tempo *Magic* cartaceo non potrà essere particolarmente influenzato. Pur ammettendo un possibile successo di *MTG Arena* si è potuto constatare come una gran parte dei giocatori preferisca in ogni caso la versione cartacea. Questi, quindi, non abbandonerebbero il gioco tradizionale poiché legati a tutti i suoi fattori tipici, come l'aspetto di interazione sociale oppure quello del collezionismo.

Le incognite sul medio periodo sono *MTG Arena* e *Magic Online*, in particolar modo quest'ultimo. Se sul breve periodo anche un eventuale successo del nuovo *TCGO* non influenzerebbe la vecchia piattaforma, sul medio periodo invece le influenze comincerebbero a farsi sentire con una certa insistenza.

Perché? Si è dimostrato come *Magic Online* sia sempre meno giocato eppure la *Wizards* vuole continuare il suo sviluppo. D'altro canto la presenza di *MTG Arena*, in quanto gratuito, attirerà a sé la nuova clientela creando una diminuzione, se non un totale annullamento, degli afflussi ad *MTGO*. Tra i due è più probabile un rapporto di concorrenza che non di convivenza, così come non è un'ipotesi così remota la possibilità che uno dei due chiuda a favore dell'altro. In quel caso con tutta probabilità sarebbe *Magic Online* quello a soccombere.

Le motivazioni sono principalmente riconducibili ad una maggiore competitività di *MTG Arena* nell'ambito del panorama online, dove invece *Magic Online* è sempre stato un prodotto a sé stante incapace di poter aspirare a qualsiasi posizione di dominio. Precursore dell'intero genere dei *TCGO*, ma senza alcuna delle sue caratteristiche, in uno scenario in cui *Arena* domina, sarebbe destinato a chiudere mentre tutte le sue principali modalità confluirebbero nella nuova piattaforma.

Il punto critico, nel caso di una sua possibile chiusura, sarebbe nella gestione degli account di gioco. Come si potrebbe ricompensare chi ha speso soldi nella piattaforma e se la ritrova chiusa a causa di un cambio generazionale? La soluzione più democratica potrebbe essere quella di una vera e propria conversione degli account di *MTGO* in quelli di *MTG Arena* trasferendo l'intera

collezione di carte, così come si potrebbero convertire gli *Event Tickets* in possesso dei giocatori nel loro equivalente in moneta di gioco.

Non sarebbe anche in quel caso un procedimento indolore, poiché sicuramente arriverebbero lamentele da parte dei giocatori, in particolar modo da chi possiede grosse quantità di carte multiple nella propria collezione, le quali sarebbero convertite, perdendo i potenziali guadagni sul mercato secondario. Per questo motivo una chiusura di *Magic Online* appare chiaramente subordinata ad un grosso successo di *MTG Arena*. Le due piattaforme sono strettamente correlate tra di loro in quanto la popolarità di una potrebbe influenzare in maniera negativa l'altra.

Il medio periodo appare quindi più incerto che mai: vi è una sfida interna tra *MTG Arena* e *MTGO* sul dominio online del *brand*. Per quanto uno scenario in cui entrambi convivano sia possibile è più probabile che una delle due piattaforme risulterà dominante rispetto all'altra. Sarà la reazione del mercato sul medio periodo rispetto ad *MTG Arena* e gli eventuali nuovi sviluppi di *Magic Online* a decretare chi sarà il vincitore dello scontro.

#### *7.4 Possibili sviluppi sul lungo periodo*

Lo scenario di lungo periodo richiede una visione di più largo respiro rispetto alle precedenti. Infatti in questo caso l'incognita è rappresentata dallo stesso mercato dei *TCGO*. Si tratta di un mercato che è praticamente nato negli ultimi quattro anni, ma tra cinque – dieci anni potrebbe essere ancora così fiorente? Si tratta soltanto di una moda dell'ultimo lustro destinata poi a scomparire oppure si è di fronte ad una rivoluzione nel mondo del gioco delle carte?

È a seconda di come questo mercato si evolverà che si potranno osservare i possibili sviluppi della versione cartacea di *Magic* sul lungo periodo. Si hanno quindi due visioni diverse: una in cui i *TCGO* non avranno più quell'appeal sul pubblico che hanno oggi, l'altra in cui invece continueranno ad averlo. Si noti che in questo periodo di tempo non si terrà troppo in considerazione né *MTG Arena* né *Magic Online* perché il loro sviluppo è subordinato alle reazioni del mercato nel breve e medio periodo, quindi è praticamente impossibile determinare con certezza quali saranno le loro posizioni nel lungo periodo.

Se i *TCGO* dovessero subire una battuta d'arresto è chiaro che *Magic*, così come in generale il panorama *TCG*, potrebbe tirare un metaforico sospiro di sollievo. In quel caso, infatti, si tornerebbe ad una situazione di mercato simile a quella pre-*Hearthstone* in cui *Magic* dominava incontrastato. In quel caso non bisognerebbe neppure tenere conto di *MTG Arena*, il quale o

chiuderebbe oppure diventerebbe una sorta di *Magic Online 2.0*, destinata ad avere la sua nicchia di pubblico ma comunque in disparte rispetto alla versione cartacea.

Se, invece, i *TCGO* continuassero ad avere successo, allora *Magic* potrebbe trovarsi in seria difficoltà. Attualmente la versione cartacea basa molti dei suoi guadagni sui vecchi giocatori, ma quanti di questi giocheranno ancora tra cinque – dieci anni? Inoltre il flusso dei nuovi giocatori potrebbe essere in diminuzione a causa di *MTG Arena*. Se quest'ultimo continuasse a rimanere in un mercato sempre florido la prospettiva di una chiusura di *Magic* cartaceo potrebbe non essere più così irrealistica come lo è attualmente. Se volesse continuare ad esistere anche su formato fisico dovrebbe di certo risolvere in qualche modo il problema della speculazione sul mercato secondario, principale causa degli alti prezzi del gioco.

Quale dei due scenari è più probabile? Non si hanno dati per saperlo a causa dell'assoluta novità rappresentata dal mercato dei *TCGO*. *Magic* stesso ha dimostrato come un *TCG* possa continuare ad esistere per venticinque anni senza mai subire battute d'arresto, quindi perché non si potrebbe assistere al venticinquesimo anniversario di *Hearthstone*? Dipenderà unicamente dai gusti della clientela e soprattutto da come saranno i rapporti tra i *TCG* e i *TCGO*.

La partita sul lungo periodo è quindi più aperta che mai. *Magic* parte da una posizione di vantaggio e con tutta probabilità potrebbe trovare una maniera per sopravvivere anche negli scenari peggiori, ma si ritroverebbe a dover affrontare una sfida che non ha mai affrontato nel corso della sua vita: porsi ancora come modello di qualità e di riferimento in un mercato profondamente cambiato.

## 7.5 Conclusioni

*Magic: the Gathering* è stato il padre del suo genere: ha spalancato le porte ad un nuovo modo di intendere il gioco delle carte e il gioco da tavolo, tutti i *TCG* successivi gli devono qualcosa, persino i *TCGO* non sono altro che un'evoluzione di ciò che esso ha iniziato. Dopo venticinque anni di attività ancora non accenna a perdere colpi, dimostrando flessibilità nel saper gestire le nuove sfide e una clientela sempre più numerosa col passare degli anni. *Magic Online* ed *MTG Arena* fanno anch'essi parte di un metodo consolidato volto a soddisfare i gusti di un mercato in continua evoluzione, centrando quasi sempre l'obiettivo.

*Hearthstone* e i *TCGO* rappresentano sicuramente una nuova sfida, ben diversa da quelle affrontate in precedenza. Non si tratta solo del tentativo di attrarre vecchi e nuovi giocatori, ma

anche una sfida concettuale su cosa significhi al giorno d'oggi il *Trading Card Game*. È solo quello cartaceo destinato a chi ama sentire il mazzo di carte che viene mescolato nelle sue mani? Oppure è anche quello online destinato a chi non può che rimanere affascinato di fronte alle sue enormi potenzialità? Come già detto agli inizi di questo lavoro si tratta di quesiti destinati probabilmente a rimanere senza risposta. Un giorno, forse senza accorgersene, sarà normale non recarsi più in un negozio ma accedere direttamente ad un server e dire, senza problemi, che si sta giocando ad un *TCG*.

*Magic* riuscirà a vincere anche questa sfida e ad arrivare a trenta, quaranta se non addirittura a cinquanta anni di carriera? Alla luce di tutto ciò, la risposta più plausibile è: nulla è certo, ma le potenzialità per farlo ci sono e sono enormi. La struttura delle regole di *Magic* del 1993 sicuramente non sarebbe più apprezzata oggi, infatti, nel corso degli anni essa è lentamente ma costantemente cambiata per poter evolvere il gioco e continuare a renderlo godibile. Agli inizi aveva un solo formato di gioco, ora ne ha oltre dieci. Una volta i vari effetti delle carte avevano dei testi lunghi e non sempre di facile comprensione, mentre oggi vi è una chiara codifica dei termini per poterli illustrare al meglio.

Se quindi si è di fronte ad un *brand* che è sempre stato capace di adattarsi alle nuove situazioni, dimostrando una notevole resilienza, perché si dovrebbe pensare a una sua improvvisa battuta di arresto? Le sfide che propongono i *TCGO* probabilmente costringeranno a cambiare le strategie di vendita e di marketing, così come senza dubbio *MTG Arena* è già un primo tentativo di risposta a questa nuova minaccia. La vera sfida, tuttavia, risiede nel riuscire a mantenere la considerazione dei giocatori per il *TCG* come un qualcosa con cui si può interagire per davvero solo in uno spazio fisico e non in uno virtuale.

Il mondo digitale avanza inesorabilmente eppure qualcosa forse non cambierà. Magari tra venti anni ancora si vedranno persone recarsi in un negozio portandosi dietro mazzi di gioco, pronte a sfidarsi. Sedersi ad un tavolo, mescolare i mazzi, esultare per la vittoria, essere ancora dei filamenti di quell'immenso tessuto sociale che ha creato *Magic: the Gathering*. Continuerà ad essere ancora quel microcosmo, quel mondo dentro al mondo che milioni di giocatori hanno imparato ad apprezzare ed amare? Con tutta probabilità la risposta alla domanda è: sì, continuerà.

## ***Bibliografia***

“2017 Hearthstone Europe Championship Tour – Official Competition Rules”,  
<https://bnetcmsus-a.akamaihd.net/cms/gallery/mg/MGBFGZFTLIPL1455317546019.pdf>,

visualizzato il 19 Gennaio 2018

“Activision Blizzard: fusione approvata”,

[https://gaming.hwupgrade.it/news/videogiochi/activision-blizzard-fusione-approvata\\_25930.html](https://gaming.hwupgrade.it/news/videogiochi/activision-blizzard-fusione-approvata_25930.html), 10 Luglio 2008

“Blizzard Entertainment logo and trademark guidelines”, <http://us.blizzard.com/en-us/company/legal/trademarks.html>, visualizzato il 2 Aprile 2018

*Collectible Card Games Checklists & Price Guide*, p.14, John Jackson Miller e Joyce Greenholdt, 2<sup>a</sup> ed., Krause Publication, 2003

“Company Profile”,

<https://web.archive.org/web/20080311073433/http://www.blizzard.com/us/inblizz/profile.html>,

11 Marzo 2008

“DCI Homepage”, <http://www.wizards.com/default.asp?x=dc/welcome>, visualizzato il 2 Aprile 2018

“Decktutor – Buy & Sell your cards!”, <https://mtg.decktutor.com/>, visualizzato il 25 Gennaio 2018

*Dizionario dei giochi*, p.121, Andrea Angiolino e Beniamino Sidoti, Bologna, Zanichelli, 2010

“Formato Booster Draft”, <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/booster-draft>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

“Formato Legacy”, <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/legacy>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

“Formato Commander”, <https://magic.wizards.com/it/content/commander-format>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

“Formato Sealed Deck”, <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/sealed-deck>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

“Formato Standard”, <https://magic.wizards.com/it/formats/standard>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

“Formato Vintage”, <https://magic.wizards.com/it/game-info/gameplay/formats/vintage>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

“Hearthstone”, <https://playhearthstone.com/it-it/>, visualizzato il 4 Gennaio 2018

“Hearthstone Fireside Gathering”, <https://eu.battle.net/hearthstone/it/fireside-gatherings>, visualizzato il 31 Gennaio 2018

“Heroes of the Storm”, <http://eu.battle.net/heroes/it/>, visualizzato il 4 Gennaio 2018

*Intervista a Simone Mandrioli – Esperto delle meccaniche di MagicCardMarket, 29 Novembre 2017, Appendice 3.1*

*Intervista strutturata “Magic: the Gathering” Arena, 27-28 Febbraio 2018, Appendice 3.2*

*Intervistato numero 1 – Federico Vecchio, 27 Febbraio 2018, Appendice 3.3.2*

*Intervistato numero 2 – Dante Roberto, 27 Febbraio 2018, Appendice 3.3.3*

*Intervistato numero 3 – Anonimo, 27 Febbraio 2018, Appendice 3.3.4*

*Intervistato numero 4 – Anonimo, 28 Febbraio 2018, Appendice 3.3.5*

*Intervistato numero 5 – Nicolò Prandelli, 28 Febbraio 2018, Appendice 3.3.6*

“Pauper Format”, <https://magic.wizards.com/en/game-info/gameplay/formats/pauper>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

“Pokémon USA, Inc. and Wizards of the Coast, Inc. Resolve Dispute”, <http://www.businesswire.com/news/home/20031229005065/en/Pokemon-USA-Wizards-Coast-Resolve-Dispute>, Business Wire, 29 Dicembre 2003

“MagicCardMarket | Comprare e vendere carte”, <https://www.cardmarket.com/it/Magic/>, visualizzato il 25 Gennaio 2018

“MagicCardMarket | Comprare e vendere carte”, “Fulmine (Magic 2011)”, <https://www.cardmarket.com/it/Magic/Products/Singles/Magic+2011/Fulmine>, visualizzato il 26 Gennaio 2018

“MagicCardMarket | Comprare e vendere carte”, “Tarmogoyf (Visione Futura)”, <https://www.cardmarket.com/it/Magic/Products/Singles/Future+Sight/Tarmogoyf>, visualizzato il 26 Gennaio 2018

“Magic: the Gathering Fact Sheet Revised 5/26/09”, [http://www.wizards.com/company/downloads/Magic\\_Fact\\_Sheet\\_Aug09.pdf](http://www.wizards.com/company/downloads/Magic_Fact_Sheet_Aug09.pdf), 9 Marzo 2014

“Magic: the Gathering Premier Event Invitation Policy”, [https://wpm.wizards.com/sites/wpm/files/attachements/mtg\\_peip-17\\_17sep26\\_en.pdf](https://wpm.wizards.com/sites/wpm/files/attachements/mtg_peip-17_17sep26_en.pdf), 26 Settembre 2017

“MTG Arena Public FAQs”, <https://magic.wizards.com/en/mtgarena/faq>, visualizzato il 5 Marzo 2018

“MTGO.com”, <https://magic.wizards.com/it/products/magic-online>, visualizzato il 2 Gennaio 2018

“Munchkin – il Sito Ufficiale Italiano!”, <http://munchkin.raven-distribution.com/>, visualizzato il 14 Gennaio 2018

“Overwatch”, <https://playoverwatch.com/it-it/>, visualizzato il 4 Gennaio 2018

*Questionario sugli aspetti economici di Magic: the Gathering*, 20 Novembre 2017 – 22 Novembre 2017, Appendice 1.2

*Questionario sugli aspetti socio-economici di Magic: the Gathering*, 6 Novembre 2017 – 20 Novembre 2017, Appendice 1.1

*Questionario sul rapporto tra Hearthstone, altri TCGO e Magic: the Gathering*, 6 Novembre 2017 – 9 Novembre 2017, Appendice 1.3

“Lightning Bolt – Magic 2011 (Common)”, <https://magiccards.info/m11/en/149.html>, visualizzato il 26 Gennaio 2018

“Planeswalker Points”, <http://www.wizards.com/Magic/PlaneswalkerPoints/Information#LifetimeTotal>, visualizzato il 13 Gennaio 2018

“Pokémon Trading Card Game”, <https://www.pokemon.com/it/gcc/gioca/>, visualizzato il 17 Marzo 2018

“Raising a New Banner”, <https://magic.wizards.com/en/articles/archive/news/raising-new-banner-2017-10-08>, 8 Ottobre 2017

“Shonen Jump Yu-Gi-On! Gioco di Carte Collezionabili”, <http://www.yugioh-card.com/it/>, visualizzato il 17 Marzo 2018

“StarCityGames.com – World’s Largest Magic: the Gathering Store!”, <http://www.starcitygames.com/>, visualizzato il 25 Gennaio 2018

“Starcraft”, <http://eu.blizzard.com/it-it/games/sc/>, 11 Dicembre 2009

“Tarmogoyf – Future Sight (Rare)”, <https://magiccards.info/fut/en/153.html>, visualizzato il 26 Gennaio 2017

“The Battle for Zendikar cometh”, <https://magic.wizards.com/en/articles/archive/organized-play/battle-zendikar-cometh-2015-09-24>, 25 Aprile 2015

“Trading card game method of play”, [https://worldwide.espacenet.com/publicationDetails/biblio?CC=US&NR=5662332&KC=&FT=E&locale=en\\_EP](https://worldwide.espacenet.com/publicationDetails/biblio?CC=US&NR=5662332&KC=&FT=E&locale=en_EP), su *Espacenet*, European Patent Office, 2 Settembre 1997

“Wizards of the Coast – Contact Us”, <http://company.wizards.com/content/contact-us>, 9 Marzo 2014

“Wizards Play Network”, <https://wpn.wizards.com/it>, visualizzato il 31 Gennaio 2018

“Wizards Play Network – Join WPN”, <https://wpn.wizards.com/it/join-wpn>, visualizzato il 31 Gennaio 2018

“World of Warcraft”, <https://worldofwarcraft.com/it-it/>, visualizzato il 3 Gennaio 2018

## *Appendice*

### *Introduzione*

In questa appendice sono riportati tutti i questionari e le interviste utilizzati nel lavoro di ricerca. Prima di esporli sono necessarie alcune precisazioni al fine di averne una migliore comprensione.

I tre questionari sono stati tutti somministrati durante il mese di Novembre 2017 e chiusi nello stesso mese. Nello specifico:

- Il *questionario sugli aspetti socio-economici di Magic: the Gathering (appendice 1.1)* è stato somministrato il 6 Novembre 2017 e ha avuto la sua ultima risposta il 20 Novembre 2017;
- Il *questionario sugli aspetti economici di Magic: the Gathering (appendice 1.2)* è stato somministrato il 20 Novembre 2017 e ha avuto la sua ultima risposta il 22 Novembre 2017;
- Il *questionario sul rapporto tra Hearthstone, altri TCGO e Magic: the Gathering (appendice 1.3)* è stato somministrato il 6 Novembre 2017 e ha avuto la sua ultima risposta il 9 Novembre 2017.

Nel corso dei vari questionari si troveranno delle note inserite con l'intento di poter porre l'attenzione su alcuni aspetti delle domande. Vi sono altresì delle note di carattere generale che vengono poste ora all'attenzione per evitare ripetizioni. Innanzitutto alcune domande hanno subito un processo di "depurazione" per poter analizzare meglio i dati. Ad esempio, quando è stato richiesto di dichiarare il proprio reddito lordo vi sono state percentuali che hanno dichiarato di non produrlo, e quindi per analizzare il reddito lordo medio si è proceduto ad una depurazione. Nei questionari sono quindi riportati sia i dati ottenuti dalle ricerche sia quelli depurati, e in quest'ultimo caso sarà citato il numero assoluto di intervistati che compone la depurazione. Non sono invece riportati i calcoli e i risultati ottenuti da essi: sono stati citati nel corso del presente lavoro ove fosse stato necessario. Fa eccezione la dimostrazione dell'omogeneità del campione dei due questionari relativi a *Magic: the Gathering*, posta nell'apposita *appendice 2*.

Lo strumento utilizzato per i questionari, ovvero *Moduli Google*, arrotonda tutte le percentuali al primo decimale. In coerenza con esso anche tutte le depurazioni sono riportate con quell'arrotondamento. Questo giustifica il perché alcune domande riportano la somma delle percentuali delle risposte non uguale a 100%.

Alcune domande avevano un'opzione denominata "Altro" per poter indicare scelte alternative a risposta aperta. Per motivi di praticità non sono state riportate tutte le risposte, ma sono state accorpate in un'unica voce.

Si è verificato un fenomeno apparentemente inspiegabile durante le risposte. In alcune domande vi era un'opzione in cui l'intervistato poteva asserire di essere estraneo a ciò che era chiesto nella domanda stessa. Quando la stessa opzione è ripetuta consecutivamente, ossia quando vi sono più domande sullo stesso argomento, ci si aspetterebbe di trovare le stesse percentuali di risposta. Tuttavia le risposte di esse variano: le variazioni sono minime ma presenti. È difficile poter dire con certezza a cosa sia dovuto, ma si possono ipotizzare due situazioni. La prima è l'aver cliccato per sbaglio su di essa mentre si voleva selezionare un'altra risposta, la seconda è una possibile mal interpretazione della domanda. Si è deciso di riportare i dati così come erano e non di tentare correzioni, tranne in un paio di casi che però hanno coinvolto risposte chiaramente leggibili in "Altro".

L'*appendice 3* contiene delle interviste utilizzate per raccogliere ulteriori dati. La prima, contenuta in *appendice 3.1*, è un'intervista non strutturata che si basa principalmente sul funzionamento del mercato secondario. Non era stata inizialmente prevista nel corso del lavoro poiché è stata fatta sul momento cogliendo un'opportunità.

Le altre interviste, contenute nell'*appendice 3.2*, sono state invece previste e strutturate secondo le domande che si trovano all'inizio di essa. Queste sono state utilizzate sia per poter meglio focalizzare i punti trattati nei questionari sia, soprattutto, di poter avere delle informazioni circa cosa ne pensino i giocatori riguardo *Magic: the Gathering Arena*. Due degli intervistati hanno richiesto l'anonimato e per questo sono stati indicati come "Anonimi".

È stato necessario effettuare delle modifiche alle risposte soprattutto a causa dell'utilizzo dello *slang* utilizzato dai giocatori di *Magic*. Queste hanno riguardato unicamente la forma e mai il contenuto e sono state fatte con l'unico fine di rendere meglio fruibile la lettura e la comprensione delle stesse. In alcuni casi è stato comunque necessario mettere delle note a piè di pagina per poter spiegare alcuni riferimenti.

## 1.1 Questionario sugli aspetti socio-economici di Magic: the Gathering

### Sezione 1: Informazioni Generali<sup>172</sup>

#### **Domanda 1: Quale è il tuo sesso?**

Maschio: 97,5%

Femmina: 2,5%

#### **Domanda 2: Qual è la tua età?**

Meno di 18 anni: 3,9%

18 – 25 anni: 49,6%

25 – 40 anni: 43,6%

40 – 60 anni: 2,8%

Oltre 60 anni: 0,0%

#### **Domanda 3: Qual è il tuo reddito lordo? (Fa fede l'ultima dichiarazione IRPEF)**<sup>173</sup>

Non produco reddito: 42,4%

€1 - €15000: 28,5%

€15001 - €28000: 19,6%

€28001 - €55000: 7,7%

€55001 - €75000: 1,2%

Oltre €75000: 0,7%

#### **3a: Depurata da “Non produco reddito”**<sup>174</sup>

€1 - €15000: 49,4%

€15001 - €28000: 34,0%

€28001 - €55000: 13,4%

€55001 - €75000: 2,0%

Oltre €75000: 1,2%

---

<sup>172</sup> Numero partecipanti questionario pari a 597

<sup>173</sup> L'IRPEF è relativo ai redditi conseguiti nel 2016

<sup>174</sup> Numero depurato di intervistati pari a 344

**Domanda 4: Da quanti anni giochi a Magic: the Gathering? (Da questo momento abbreviato in “Magic”)**

Meno di 5 anni: 29,5%

5 – 10 anni: 28,8%

10 – 15 anni: 25,1%

15 – 20 anni: 8,4%

20 – 25 anni: 8,2%

**Domanda 5: A quale versione di Magic giochi?**

Magic: the Gathering cartaceo: 80,2%

Magic: the Gathering Online: 1,0%

Entrambe le versioni: 18,8%

**Domanda 6: Quanto giochi in media a Magic? (Per “giocare” si intende semplicemente aver fatto una partita)**

Più di una volta a settimana: 52,6%

Una volta a settimana: 25,0%

Una volta ogni due settimane: 8,0%

Una volta al mese: 7,5%

Una volta al trimestre/semestre: 4,2%

Meno di una volta al semestre: 2,7%

**Domanda 7: A quali formati di Magic solitamente giochi ?<sup>175</sup>**

Standard: 37,5%

Limited (Draft / Sealed): 47,9%

Modern: 66,3%

Legacy: 24,5%

Commander: 38,9%

Pauper: 28,6%

Vintage: 6%

Altro: 8,6%

---

<sup>175</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

## **Sezione 2: Magic: the Gathering**

**Domanda 1: Quante volte in media vai da un rivenditore autorizzato Magic? (Da questo momento indicato come “negozio di Magic”)**

Più di una volta a settimana: 27,1%

Una volta alla settimana: 24,5%

Una volta ogni due settimane: 12,1%

Una volta ogni mese: 16,2%

Una volta ogni trimestre/semestre: 11,6%

Meno di una volta al semestre: 8,5%

**Domanda 2: Per quale motivo principalmente vai in un negozio di Magic ?**

Compravendita prodotti/carte Magic: 25,0%

Fini competitivi/torneistici: 49,6%

Per socializzare: 21,6%

Altro: 4,0%

**Domanda 3: Indica in ordine di importanza ciò che ti spinge ad andare in un negozio di Magic, senza che in esso sia in corso o in programma un torneo.**<sup>176</sup>

**3a: Comprare prodotti ufficiali Magic**

Per nulla: 15,6%

Pochissimo: 18,9%

Poco: 19,4%

Il giusto: 26,6%

Molto: 10,0%

Moltissimo: 5,9%

In misura totale: 3,5%

---

<sup>176</sup> In questa domanda è stato richiesto un parere degli intervistati circa 4 aspetti di Magic correlati ad “andare in negozio (situazione in cui non vi è un torneo in corso)”

### **3b: Compravendita di carte singole Magic**

Per nulla: 9,1%

Pochissimo: 8,9%

Poco: 13,4%

Il giusto: 26,8%

Molto: 21,8%

Moltissimo: 12,4%

In misura totale: 7,2%

### **3c: Fare una o più partite a Magic, indipendentemente dal risultato**

Per nulla: 8,0%

Pochissimo: 5,5%

Poco: 8,0%

Il giusto: 18,3%

Molto: 26,1%

Moltissimo: 22,6%

In misura totale: 11,1%

### **3d: Chiacchiere / socializzazione (non necessariamente Magic deve essere l'argomento principale)**

Per nulla: 12,1%

Pochissimo: 6,0%

Poco: 8,2%

Il giusto: 20,8%

Molto: 21,1%

Moltissimo: 20,6%

In misura totale: 11,2%

**Domanda 4: Indica in ordine di importanza ciò che ti spinge ad andare in un negozio di Magic, in cui è in corso un torneo in cui tu sei iscritto/vuoi iscriverti.**<sup>177</sup>

**4a: Fare una o più partite a Magic, indipendentemente dal risultato**

Per nulla: 9,2%

Pochissimo: 6,7%

Poco: 9,9%

Il giusto: 23,1%

Molto: 21,8%

Moltissimo: 16,6%

In misura totale: 12,1%

**4b: Competere (sia per vincere premi, sia per puro spirito di competizione)**

Per nulla: 5,9%

Pochissimo: 3,7%

Poco: 3,7%

Il giusto: 16,8%

Molto: 23,8%

Moltissimo: 26,8%

In misura totale: 19,4%

**4c: Comprare prodotti Magic**

Per nulla: 19,3%

Pochissimo: 20,8%

Poco: 24,5%

Il giusto: 23,1%

Molto: 8,2%

Moltissimo: 2,5%

In misura totale: 1,9%

---

<sup>177</sup> In questa domanda è stato richiesto un parere degli intervistati circa 5 aspetti di Magic correlati ad “andare in negozio (situazione in cui vi è un torneo in corso)”

#### **4d: Compravendita di carte singole Magic**

Per nulla: 10,4%

Pochissimo: 12,6%

Poco: 16,9%

Il giusto: 31,2%

Molto: 17,1%

Moltissimo: 8,4%

In misura totale: 3,5%

#### **4e: Chiacchiere / Socializzazione**

Per nulla: 6,7%

Pochissimo: 5,9%

Poco: 7,4%

Il giusto: 29,3%

Molto: 24,6%

Moltissimo: 17,1%

In misura totale: 9,0%

#### **Domanda 5: La mancanza di quale elemento ti spingerebbe a non giocare più a Magic?<sup>178</sup>**

Elemento competitivo (es: tornei): 33,8%

Elemento commerciale (es: compravendita di carte singole): 20,6%

Elemento sociale (es: chiacchiere con altri giocatori): 42,5%

Nessuno dei tre: mi basta giocare: 29,6%

### **Sezione 3: Free TCGO**

#### **Domanda 1: Giochi a un free TCGO, cioè ad un Tactical Card Game Online gratuito?**

**(N.B. : MTG Online non è “free”)**

Si: 43,2%

No: 56,8%

---

<sup>178</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

**Domanda 2: Quali tra questi free TCGO conosci?**<sup>179</sup>

Hearthstone: 82,4%

Gwent: 30,2%

The Elder Scrolls Legends (TESL): 20,8%

Eternal Card Game: 9,0%

Shadowverse: 7,5%

Non ne conosco uno: 14,7%

Altro: 5,3%

**Domanda 3: A quali tra questi free TCGO giochi?**<sup>180</sup>

Hearthstone: 38,4%

Gwent: 5,0%

The Elder Scrolls Legends: 2,8%

Eternal Card Game: 2,7%

Shadowverse: 1,3%

Non gioco a nessun TCGO : 53,4%

Altro: 4,4%

**Domanda 4: Indica quanto ti trovi d'accordo con le seguenti affermazioni:**<sup>181</sup>

**4a: L'aspetto competitivo in Magic è importante**

Per nulla d'accordo: 1,5%

Pochissimo d'accordo: 2,5%

Poco d'accordo: 4,5%

Né in accordo né in disaccordo: 13,7%

Molto d'accordo: 36,6%

Moltissimo d'accordo: 18,8%

Totalmente d'accordo: 22,1%

---

<sup>179</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

<sup>180</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

<sup>181</sup> In questa domanda è stato richiesto un parere degli intervistati circa 7 aspetti su *Magic* e sui *free TCGO*

#### **4b: L'aspetto commerciale (tra singoli) in Magic è importante**

Per nulla d'accordo: 2,9%

Pochissimo d'accordo: 3,9%

Poco d'accordo: 7,9%

Né in accordo né in disaccordo: 21,1%

Molto d'accordo: 36,3%

Moltissimo d'accordo: 15,6%

Totalmente d'accordo: 12,4%

#### **4c: Magic è favorito dal suo aspetto commerciale (tra singoli)**

Per nulla d'accordo: 3,5%

Pochissimo d'accordo: 5,2 %

Poco d'accordo: 10,4%

Né in accordo né in disaccordo: 25,0%

Molto d'accordo: 30,2%

Moltissimo d'accordo: 13,1%

Totalmente d'accordo: 12,7%

#### **4d: I free TCGO sono favoriti dalla mancanza dell'aspetto commerciale (tra singoli)**

Per nulla d'accordo: 10,2%

Pochissimo d'accordo: 6,5%

Poco d'accordo: 15,1%

Né in accordo né in disaccordo: 31,7%

Molto d'accordo: 16,1%

Moltissimo d'accordo: 10,2%

Totalmente d'accordo: 10,2%

#### **4e: L'aspetto sociale in Magic è importante**

Per nulla d'accordo: 1,8%

Pochissimo d'accordo: 1,8%

Poco d'accordo: 3,9%

Né in accordo né in disaccordo: 8,7%

Molto d'accordo: 31,0%

Moltissimo d'accordo: 22,3%

Totalmente d'accordo: 30,5%

**4f: Magic sarebbe meno giocato se mancasse il suo aspetto sociale**

Per nulla d'accordo: 3,2%

Pochissimo d'accordo: 3,7%

Poco d'accordo: 6,0%

Né in accordo né in disaccordo: 12,7%

Molto d'accordo: 25,8%

Moltissimo d'accordo: 21,6%

Totalmente d'accordo: 27,0%

**4g: I free TCGO sarebbero più giocati se avessero un aspetto sociale simile a quello di Magic**

Per nulla d'accordo: 6,9%

Pochissimo d'accordo: 6,7%

Poco d'accordo: 8,7%

Né in accordo né in disaccordo: 24,5%

Molto d'accordo: 20,8%

Moltissimo d'accordo: 17,3%

Totalmente d'accordo: 15,2%

## 1.2 Questionario sugli aspetti economici di Magic: the Gathering

### Sezione 1: Informazioni Generali<sup>182</sup>

#### **Domanda 1: Quale è il tuo sesso?**

Maschio: 96,4%

Femmina: 3,6%

#### **Domanda 2: Qual è la tua età?**

Meno di 18 anni: 3%

18 – 25 anni: 48,5%

25 – 40 anni: 44,6%

40 – 60 anni: 4,0%

Oltre 60 anni: 0,0%

#### **Domanda 3: Qual è il tuo reddito lordo (Fa fede l'ultima dichiarazione IRPEF)**<sup>183</sup>

Non produco reddito: 45,9%

€1 - €15000: 21,8%

€15001 - €28000: 21,8%

€28001 - €55000: 8,3%

€55001 - €75000: 0,7%

Oltre €75000: 1,7%

#### **3a: Depurata da “Non produco reddito”**<sup>184</sup>

€1 - €15000: 40,2%

€15001 - €28000: 40,2%

€28001 - €55000: 15,2%

€55001 - €75000: 1,2%

Oltre €75000: 3,1%

---

<sup>182</sup> Numero partecipanti questionario pari a 303

<sup>183</sup> L'IRPEF è relativo ai redditi conseguiti nell'anno 2016

<sup>184</sup> Numero depurato di intervistati pari a 164

**Domanda 4: Da quanti anni giochi a Magic: the Gathering? (Da questo momento abbreviato in “Magic”)**

Meno di 5 anni: 29,7%

5 – 10 anni: 23,8%

10 – 15 anni: 28,4%

15 – 20 anni: 8,3%

20 – 25 anni: 9,9%

**Domanda 5: A quale versione di Magic giochi?**

Magic: the Gathering cartaceo: 82,2%

Magic: the Gathering Online: 0,0%

Entrambe le versioni: 17,8%

**Domanda 6: Quanto giochi in media a Magic? (Per “giocare” si intende semplicemente aver fatto una partita)**

Più di una volta a settimana: 50,8%

Una volta a settimana: 27,4%

Una volta ogni due settimane: 7,6%

Una volta al mese: 7,6%

Una volta al trimestre/semestre: 4,6%

Meno di una volta al semestre: 2,0%

**Domanda 7: A quali formati di Magic solitamente giochi ?<sup>185</sup>**

Standard: 33,0%

Limited (Draft / Sealed): 46,9%

Modern: 65,7%

Legacy: 28,7%

Commander: 43,9%

Pauper: 34,7%

Vintage: 5,0%

Altro: 5,6%

---

<sup>185</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

## Sezione 2: Spese e Ricavi in Magic: the Gathering cartaceo<sup>186</sup>

**Domanda 1: Ogni quanto in media compri un prodotto ufficiale Magic tramite rivenditori ufficiali o canali ufficiali Wizards of the Coast? (Da questo momento indicato come “mercato primario”)**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%  
Non ho mai comprato nel mercato primario: 5,3%  
Una o più volte alla settimana: 9,6%  
Una volta ogni due settimane: 14,9%  
Una volta al mese: 24,1%  
Una volta al trimestre: 22,1%  
Una volta al semestre: 10,2%  
Meno di una volta al semestre: 13,9%

**1a: Depurata da “Non gioco a Magic cartaceo” e da “Non ho mai comprato nel mercato primario”<sup>187</sup>**

Una o più volte alla settimana: 10,1%  
Una volta ogni due settimane: 15,7%  
Una volta al mese: 25,4%  
Una volta al trimestre: 23,3%  
Una volta al semestre: 10,8%  
Meno di una volta al semestre: 14,6%

**Domanda 2: Quanto hai speso in totale nel mercato primario?**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%  
Non ho mai comprato nel mercato primario: 5,9%  
Meno di €500: 42,6%  
Tra i €500 e i €2000: 32,3%  
Tra i €2000 e i €5000: 11,9%  
Tra i €5000 e i €10000: 3,3%  
Oltre i €10000: 4,0%

---

<sup>186</sup> Quando è stato domandato di indicare un esborso/introito monetario è stato specificato che bastava rispondere con una stima di massima. È stato altresì specificato, qualora l'intervistato non giocasse a *Magic: the Gathering* cartaceo, di rispondere sempre con “Non gioco a Magic cartaceo”

<sup>187</sup> Numero depurato di intervistati pari a 287

**2a: Depurata da “Non gioco a Magic cartaceo” e da “Non ho mai comprato nel mercato primario”<sup>188</sup>**

Meno di €500: 45,3%

Tra i €500 e i €2000: 34,4%

Tra i €2000 e i €5000: 12,6%

Tra i €5000 e i €10000: 3,5%

Oltre i €10000: 4,2%

**Domanda 3: Quanto spendi in media ogniqualvolta compri tramite il mercato primario?**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%

Non ho mai comprato nel mercato primario: 5,9%

Meno di €50: 71,6%

Tra i €50 e i €100: 14,9%

Tra i €100 e i €200: 5,0%

Oltre €200: 2,6%

**3a: Depurata da “Non gioco a Magic cartaceo” e da “Non ho mai comprato nel mercato primario”<sup>189</sup>**

Meno di €50: 76,1%

Tra i €50 e i €100: 15,8%

Tra i €100 e i €200: 5,2%

Oltre €200: 2,8%

---

<sup>188</sup> Numero depurato di intervistati pari a 285

<sup>189</sup> Numero depurato di intervistati pari a 285

**Domanda 4: Ogni quanto in media fai compravendita di carte singole e/o altri prodotti Magic tramite singoli giocatori e/o siti specializzati esterni alla Wizards of the Coast? (Da questo momento indicato come “mercato secondario”)**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%  
Non ho mai fatto compravendita nel mercato secondario: 1,3%  
Una o più volte alla settimana: 23,8%  
Una volta ogni due settimane: 17,5%  
Una volta al mese: 29,4%  
Una volta al trimestre: 15,2%  
Una volta al semestre: 5,9%  
Meno di una volta al semestre: 6,9%

**4a: Depurata da “Non gioco a Magic cartaceo” e da “Non ho mai comprato nel mercato secondario”<sup>190</sup>**

Una o più volte alla settimana: 24,0%  
Una volta ogni due settimane: 17,7%  
Una volta al mese: 29,8%  
Una volta al trimestre: 15,4%  
Una volta al semestre: 6,0%  
Meno di una volta al semestre: 7,0%

**Domanda 5: Quanto hai speso in totale nel mercato secondario?**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%  
Non ho mai comprato nel mercato secondario: 1,3%  
Meno di €500: 28,4%  
Tra i €500 e i €2000: 31,4%  
Tra i €2000 e i €5000: 21,1%  
Tra i €5000 e i €10000: 8,3%  
Oltre i €10000: 9,6%

---

<sup>190</sup> Numero depurato di intervistati pari a 299

**5a: Depurata da “Non gioco a Magic cartaceo” e da “Non ho mai comprato nel mercato secondario”<sup>191</sup>**

Meno di €500: 28,8%

Tra i €500 e i €2000: 31,8%

Tra i €2000 e i €5000: 21,4%

Tra i €5000 e i €10000: 8,3%

Oltre i 10000: 9,7%

**Domanda 6: Quanto spendi in media ogniqualvolta compri tramite mercato secondario?**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%

Non ho mai comprato nel mercato secondario: 1,0%

Meno di €50: 43,9%

Tra i €50 e i €100: 32,3%

Tra i €100 e i €200: 14,5%

Oltre i €200: 8,3%

**6a: Depurata da “Non gioco a Magic cartaceo” e da “Non ho mai comprato nel mercato secondario”<sup>192</sup>**

Meno di €50: 44,3%

Tra i €50 e i €100: 32,7%

Tra i €100 e i €200: 14,7%

Oltre i €200: 8,3%

**Domanda 7: Quanto hai venduto in totale nel mercato secondario?**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%

Non ho mai venduto nel mercato secondario: 19,8%

Meno di €500: 39,3%

Tra i €500 e i €2000: 22,8%

Tra i €2000 e i €5000: 9,2%

Tra i €5000 e i €10000: 3,6%

Oltre i €10000: 5,3%

---

<sup>191</sup> Numero depurato di intervistati pari a 299

<sup>192</sup> Numero depurato di intervistati pari a 300

**7a: Depurata da “Non gioco a Magic cartaceo” e da “Non ho mai venduto nel mercato secondario”<sup>193</sup>**

Meno di €500: 49,0%

Tra i €500 e i €2000: 28,4%

Tra i €2000 e i €5000: 11,5%

Tra i €5000 e i €10000: 4,5%

Oltre i €10000: 6,6%

**Domanda 8: Quanto ricavi in media ogniqualvolta vendi tramite mercato secondario?**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%

Non ho mai venduto nel mercato secondario: 20,1%

Meno di €50: 49,8%

Tra i €50 e i €100: 21,1%

Tra i €100 e i €200: 4,3%

Oltre €200: 4,6%

**8a: Depurata da “Non gioco a Magic cartaceo” e da “Non ho mai venduto nel mercato secondario”<sup>194</sup>**

Meno di €50: 62,4%

Tra i €50 e i €100: 26,5%

Tra i €100 e i €200: 5,4%

Oltre i €200: 5,8%

**Sezione 3: Incidenza del mercato secondario in Magic: the Gathering cartaceo<sup>195</sup>**

**Domanda 1: In linea di massima, hai avuto un esborso monetario maggiore comprando dal mercato primario o dal mercato secondario?**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%

Mercato primario: 34,4%

Mercato secondario: 65,7%

---

<sup>193</sup> Numero depurato di intervistati pari a 243

<sup>194</sup> Numero depurato di intervistati pari a 242

<sup>195</sup> Quando è stato domandato di indicare un esborso/introito monetario è stato specificato che bastava rispondere con una stima di massima. È stato altresì specificato, qualora l'intervistato non giocasse a *Magic: the Gathering* cartaceo, di rispondere sempre con “Non gioco a Magic cartaceo”

## **Domanda 2: Come ti sembrano i prezzi delle carte nel mercato secondario?**

Non gioco a Magic cartaceo: 0%  
Bassi, ed è giusto: 11,2%  
Più bassi di quanto dovrebbero essere: 5,9%  
Né alti né bassi: 29,7%  
Più alti di quanto dovrebbero essere: 45,9%  
Alti, ed è giusto così: 7,3%

## **Domanda 3: Indica quanto, secondo te, ciascuno di questi aspetti incida sul prezzo di una carta nel mercato secondario:<sup>196 197</sup>**

### **3a: Quanto è giocata**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,3%  
Per nulla: 0,3%  
Pochissimo: 0,0%  
Poco: 1,7%  
In media misura: 4,0%  
Molto: 24,4%  
Moltissimo: 50,2%  
In misura totale: 19,1%

### **3b: La sua rarità (in termini di set)**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,3%  
Per nulla: 3,0%  
Pochissimo: 2,6%  
Poco: 10,2%  
In media misura: 26,7%  
Molto: 34,0%  
Moltissimo: 18,2%  
In misura totale: 5,0%

---

<sup>196</sup> Agli intervistati sono stati richiesti pareri circa 7 aspetti del prezzo di una carta nel mercato secondario

<sup>197</sup> Nonostante fino a questa domanda nessun intervistato abbia dichiarato di non aver mai giocato a *Magic: the Gathering* cartaceo, sono comparse delle risposte “Non gioco a Magic cartaceo”. Dato che il loro numero, e di conseguenza il loro peso statistico, è assai basso si è deciso di non effettuare alcuna depurazione

### **3c: Il numero di set in cui è stata stampata**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,3%

Per nulla: 2,6%

Pochissimo: 0,7%

Poco: 4,6%

In media misura: 23,4%

Molto: 35,0%

Moltissimo: 26,4%

In misura totale: 7,0%

### **3d: La sua età (cioè quanto tempo è passato dall'ultima volta che è stata stampata)**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,3%

Per nulla: 2,3%

Pochissimo: 5,3%

Poco: 11,6%

In media misura: 20,5%

Molto: 29,4%

Moltissimo: 23,1%

In misura totale: 7,6%

### **3e: Le sue condizioni fisiche (es. graffi)**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,3%

Per nulla: 0,0%

Pochissimo: 2,0%

Poco: 4,3%

In media misura: 18,8%

Molto: 28,7%

Moltissimo: 27,7%

In misura totale: 18,2%

### **3f: Il suo artwork, se è alternativo**

Non gioco a Magic cartaceo: 3,3%

Per nulla: 7,6%

Pochissimo: 9,6%

Poco: 23,4%

In media misura: 31,0%

Molto: 12,5%

Moltissimo: 8,3%

In misura totale: 4,3%

### **3g: Si trova nella Reserved List (lista di carte che la Wizards ha dichiarato che non verranno più ristampate)**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,7%

Per nulla: 0,3%

Pochissimo: 3,6%

Poco: 4,0%

In media misura: 9,9%

Molto: 15,2%

Moltissimo: 28,1%

In misura totale: 38,3%

### **Domanda 4: Se la Wizards gestisse il mercato secondario, con ad esempio delle regolamentazioni o stampe di carte singole, i prezzi delle carte secondo te sarebbero:**

Non gioco a Magic cartaceo: 0,0%

Più bassi di quelli di adesso: 56,8%

Simili a quelli di adesso: 22,8%

Più alti di quelli di adesso: 20,5%

#### **Sezione 4: Spese e ricavi in Magic: The Gathering Online**<sup>198 199</sup>

##### **Domanda 1: Se giochi a Magic: the Gathering Online, da quanti anni ci giochi?**

Non gioco a Magic Online: 81,8%

Meno di 5 anni: 14,2%

5 – 10 anni: 2,6%

10 – 15 anni: 1,3%

##### **Domanda 2: Ogni quanto in media compri tickets (da questo momento denominati “tix”) o altri prodotti ufficiali Magic dal rivenditore ufficiale in Magic the Gathering: Online (da questo momento indicato come “Magic Online”)?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai comprato tix nel mercato primario: 3,6%

Una o più volte alla settimana: 0,3%

Una volta ogni due settimane: 0%

Una volta al mese: 3,6%

Una volta al trimestre: 3%

Una volta al semestre: 1,7%

Meno di una volta al semestre: 3,3%

##### **Domanda 3: Quanti tix in totale hai comprato dal rivenditore ufficiale?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai comprato tix nel mercato primario: 4,3%

Meno di 100: 6,3%

Tra i 100 e i 200: 2%

Tra i 200 e i 500: 2,3%

Tra i 500 e i 1000: 0,3%

Oltre i 1000: 0,3%

---

<sup>198</sup> Quando è stato domandato di indicare un esborso/introito monetario è stato specificato che bastava rispondere con una stima di massima. È stato altresì specificato, qualora l'intervistato non giocasse a *Magic: the Gathering Online*, di rispondere sempre con “Non gioco a Magic Online”

<sup>199</sup> Nonostante l'alto numero in assoluto di intervistati, solo una minima percentuale di essi ha dichiarato di giocare a *Magic: the Gathering Online* (55 su 303). Il numero si è ulteriormente ridotto a seconda della tipologia della domanda (da 36 ad appena 10). Di conseguenza l'intera sezione è risultata essere inutilizzabile ai fini della ricerca poiché una volta proceduta la depurazione dei dati il numero effettivo di intervistati si è rivelato statisticamente non valido. Per questa ragione non sono riportati i dati depurati per quanto concerne questa sezione.

**Domanda 4: Quanti tix in media compri ogniqualvolta ti rivolgi al mercato primario?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai comprato tix nel mercato primario: 4,3%

Meno di 20: 7,3%

Tra i 20 e i 50: 2%

Tra i 50 e i 100: 1,7%

Oltre i 100: 0,3%

**Domanda 5: Ogni quanto in media compri tix da rivenditori esterni a Magic: the Gathering Online?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai comprato tix da rivenditori esterni: 6,6%

Una o più volte alla settimana: 0%

Una volta ogni due settimane: 0%

Una volta al mese: 2,3%

Una volta al trimestre: 2,3%

Una volta al semestre: 1,5%

Meno di una volta al semestre: 2,6%

**Domanda 6: Quanti tix in totale hai comprato da rivenditori esterni?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai comprato tix da rivenditori esterni: 6,3%

Meno di 100: 3,6%

Tra i 100 e i 200: 3,3%

Tra i 200 e i 500: 1,3%

Tra i 500 e i 1000: 0,7%

Oltre i 1000: 0,3%

**Domanda 7: Quanti tix in media compri ogniqualvolta ti rivolgi ai rivenditori esterni?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai comprato tix da rivenditori esterni: 6,3%

Meno di 20: 4%

Tra i 20 e i 50: 3,3%

Tra i 50 e i 100: 1,3%

Oltre i 100: 0,7%

**Domanda 8: In media a che prezzo paghi un tix?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai comprato tix da rivenditori esterni: 6,6%

Più di \$0,90: 1,3%

Intorno ai \$0,90 (\$45 per 50 tix): 5%

Intorno ai \$0,80 (\$40 per 50 tix): 1,7%

Intorno ai \$0,70 (\$35 per 50 tix): 1,3%

Meno di \$0,70: 0%

**Domanda 9: Ogni quanto in media vendi tix?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai venduto tix: 11,9%

Una o più volte alla settimana: 0%

Una volta ogni due settimane: 0%

Una volta al mese: 0,7%

Una volta al trimestre: 1,3%

Una volta al semestre: 0%

Meno di una volta al semestre: 1,7%

**Domanda 10: Quanti tix in totale hai venduto?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai venduto tix: 12,2%

Meno di 100: 1,3%

Tra i 100 e i 200: 0,3%

Tra i 200 e i 500: 0,3%

Tra i 500 e i 1000: 0,7%

Oltre i 1000: 0,7%

**Domanda 11: Quanti tix in media vendi ogniqualvolta fai un'operazione di vendita?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai venduto tix: 12,2%

Meno di 20: 0,7%

Tra i 20 e i 50: 1,3%

Tra i 50 e i 100: 1,3%

Oltre i 100: 0%

**Domanda 12: In media a che prezzo vendi un tix?**

Non gioco a Magic Online: 84,5%

Non ho mai venduto tix: 11,9%

Più di \$0,90: 1,3%

Intorno ai \$0,90 (\$45 per 50 tix): 1%

Intorno ai \$0,80 (\$40 per 50 tix): 0,7%

Intorno ai \$0,70 (\$35 per 50 tix): 0,3%

Meno di \$0,70: 0,3%

## 1.3 Questionario sul rapporto tra Hearthstone, altri TCGO e Magic: the Gathering

### Sezione 1: Informazioni Generali<sup>200</sup>

#### **Domanda 1: Quale è il tuo sesso?**

Maschio = 96,6%

Femmina = 3,4%

#### **Domanda 2: Qual è la tua età?**

Meno di 18 anni = 12,3%

18 – 25 anni = 59,8%

25 – 40 anni = 26,8%

40 – 60 anni = 1,1%

Oltre 60 anni = 0,0%

#### **Domanda 3: Qual è il tuo reddito lordo? (Fa fede l'ultima dichiarazione IRPEF)<sup>201</sup>**

Non produco reddito = 65,9%

€1 – €15000 = 18,4%

€15001 - €28000 = 11,7%

€28001 - €55000 = 2,2%

€55001 - €75000 = 1,1%

Oltre €75000 = 0,6%

#### **3a: Depurata da “Non produco reddito”<sup>202</sup>**

€1-€15000 = 54,1%

€15001 - €28000 = 34,4%

€28001 - €55000 = 6,6%

€55001 - €75000 = 3,3%

Oltre €75000 = 1,6%

---

<sup>200</sup> Numero partecipanti questionario pari a 179

<sup>201</sup> L'IRPEF è relativo ai redditi conseguiti nell'anno 2016

<sup>202</sup> Numero depurato di intervistati pari a 61

#### **Domanda 4: Da quanti anni giochi ad Hearthstone?**

Meno di un anno = 19,6%

1-2 anni = 27,9%

2-3 anni = 34,1%

Oltre 3 anni (periodo di alfa e beta incluso in questa risposta) = 18,4%

#### **Domanda 5: Quante volte giochi ad Hearthstone? (Per “giocare” si intende semplicemente aver fatto una partita)**

Almeno una volta al giorno: 79,3%

Una volta ogni 2-3 giorni: 14,5%

Una volta alla settimana: 3,9%

Una volta ogni due settimane: 0,0%

Una volta al mese: 0,6%

Una volta al trimestre/semestre: 1,1%

Meno di una volta al semestre: 0,6%

#### **Domanda 6: A quali modalità di Hearthstone solitamente giochi?<sup>203</sup>**

Standard: 94,4%

Selvaggia: 25,7%

Arena: 39,7%

### **Sezione 2: Spese effettuate<sup>204</sup>**

#### **Domanda 1: Ogni quanto in media compri un prodotto ufficiale Hearthstone utilizzando una valuta reale (e quindi non moneta di gioco)?**

Una o più volte alla settimana: 0,6%

Una volta ogni due settimane: 0,6%

Una volta al mese: 17,3%

Una volta al quadrimestre: 32,4%

Una volta al semestre: 6,7%

Meno di una volta al semestre: 20,1%

Mai: 22,3%

---

<sup>203</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

<sup>204</sup> Quando è stato domandato di indicare un esborso / introito monetario è stato specificato che bastava rispondere con una stima di massima

**Domanda 2: Quanto hai speso in totale in prodotti ufficiali Hearthstone utilizzando valuta reale?**

€ 0: 16,8%

Meno di €200 (€0 esclusi): 51,4%

Tra i €200 e i €500: 26,3%

Oltre i €500: 5,6%

**Domanda 3: Quanto spendi in media quando compri prodotti ufficiali Hearthstone utilizzando valuta reale?**

€ 0: 19,6%

Meno di €20 (€0 esclusi): 28,5%

Tra i €20 e i €50: 44,7%

Oltre i €50: 7,3%

**Domanda 4: I prezzi in valuta reale dei prodotti ufficiali Hearthstone ti sembrano:**

Molto economici: 0,0%

Economici: 3,9%

Giusti: 33%

Cari: 57,5%

Molto cari: 5,6%

### **Sezione 3: altri free TCGO**

**Domanda 1: Giochi ad altri free TCGO oltre ad Hearthstone?**

Si : 31,8%

No : 68,2%

**Domanda 2: Quali tra questi free TCGO conosci?**<sup>205</sup>

Gwent: 81,0%

The Elder Scrolls Legends (TESL): 46,4%

Eternal Card Game: 25,0%

Shadowverse: 42,5%

Non ne conosco nessuno: 11,7%

Altro: 19,5%

**Domanda 3: A quali tra i seguenti free TCGO giochi?**<sup>206</sup>

Gwent: 15,6%

The Elder Scrolls Legend (TESL): 7,3%

Eternal Card Game: 2,8%

Shadowverse: 10,1%

Non ne gioco nessuno: 70,9%

Altro: 7,2%

**Domanda 4: Se dovessi scegliere tra giocare Hearthstone e un altro free TCGO che tu giochi, quale sceglieresti? (Giocare ad uno esclude la possibilità di giocare all'altro)**

Non gioco ad altri free TCGO: 36,9%

Hearthstone: 55,3%

Altro free TCGO: 7,8%

---

<sup>205</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

<sup>206</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

**Domanda 5: Indica come, secondo te, i seguenti fattori incidano sulla tua esperienza di gioco in Hearthstone:<sup>207</sup>**

**5a: Semplicità delle meccaniche di gioco**

In maniera estremamente negativa: 0,6%  
In maniera molto negativa: 1,1%  
In maniera negativa: 5,6%  
Non incidono in particolar modo: 14,0%  
In maniera positiva: 34,1%  
In maniera molto positiva: 27,4%  
In maniera estremamente positiva: 17,3% .

**5b: Fattore RNG (Random Number Generator)**

In maniera estremamente negativa: 9,5%  
In maniera molto negativa: 10,6%  
In maniera negativa: 26,3%  
Non incidono in particolar modo: 26,3%  
In maniera positiva: 21,2%  
In maniera molto positiva: 3,9%  
In maniera estremamente positiva: 2,2%

**5c: Sistema di creazione delle carte**

In maniera estremamente negativa: 2,2%  
In maniera molto negativa: 2,8%  
In maniera negativa: 15,6%  
Non incidono in particolar modo: 24,0%  
In maniera positiva: 27,9%  
In maniera molto positiva: 18,4%  
In maniera estremamente positiva: 8,9%

---

<sup>207</sup> In questa domanda è stato richiesto un parere dell'intervistato circa 6 aspetti di gioco

#### **5d: Prezzi dei prodotti in valuta di gioco**

In maniera estremamente negativa: 4,5%

In maniera molto negativa: 5,0%

In maniera negativa: 10,6%

Non incidono in particolar modo: 40,2%

In maniera positiva: 27,4%

In maniera molto positiva: 9,5%

In maniera estremamente positiva: 2,8%

#### **5e: Prezzi dei prodotti in valuta reale**

In maniera estremamente negativa: 7,8%

In maniera molto negativa: 8,9%

In maniera negativa: 31,8%

Non incidono in particolar modo: 38,6%

In maniera positiva: 11,7%

In maniera molto positiva: 1,1%

In maniera estremamente positiva: 0,0%

#### **5f: Sistema di ricompense (missioni, premi della modalità Arena, ecc.)**

In maniera estremamente negativa: 5,0%

In maniera molto negativa: 7,8%

In maniera negativa: 19,0%

Non incidono in particolar modo: 13,4%

In maniera positiva: 31,3%

In maniera molto positiva: 14,0%

In maniera estremamente positiva: 9,5%

### **Sezione 4: Magic the Gathering**

#### **Domanda 1: Conosci Magic: The Gathering (Da questo momento indicato come “Magic”)?**

Si: 94,4%

No: 5,6%

## **Domanda 2: Giochi a Magic?**

Si, gioco alla versione cartacea: 36,9%

Si, gioco alla versione Online: 0%

Si, gioco ad entrambe le versioni: 7,3%

No: 55,9%

## **Domanda 3: Se giochi a Magic, quali elementi te lo fanno preferire ad Hearthstone?<sup>208</sup>**

Non gioco a Magic: 55,5%

La complessità delle meccaniche: 33,5%

La varietà dei set: 20,7%

La varietà dei formati: 17,3%

I prezzi dei prodotti ufficiali: 2,8%

I prezzi nel mercato di compravendita dei singoli: 3,9%

L'aspetto di interazione sociale: 23,5%

Altro : 4,8%

### **3a: Depurata da “Non gioco a Magic”<sup>209</sup>**

La complessità delle meccaniche: 75%

La varietà dei set: 46,3%

La varietà dei formati: 38,8%

I prezzi dei prodotti ufficiali: 6,3%

I prezzi nel mercato di compravendita dei singoli: 8,8%

L'aspetto di interazione sociale: 52,5%

Altro: 10,0%

## **Domanda 4: Sai che sta per essere lanciato MTG Arena, che da quanto è stato dichiarato si profila essere Magic ma su una piattaforma da free TCGO?**

Si, e sono anche iscritto alla beta: 11,2%

Si, ma non sono iscritto alla beta: 31,5%

No: 57,3%

---

<sup>208</sup> Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta

<sup>209</sup> Numero depurato di intervistati pari a 80

**Domanda 5: Vorresti provare MTG Arena?**

Si: 71,9%

No: 28,1%

## *Appendice 2 - Dimostrazione dell'omogeneità del campione di Magic: the Gathering*

A causa della mole delle domande rivolte ai giocatori di *Magic: the Gathering* è stato necessario dividerle in due questionari. Questo ha portato un rischio: vi era la possibilità che i due gruppi di intervistati non fossero omogenei nonostante tutte le accortezze prese durante distribuzione dei questionari. Si è reso quindi necessario un controllo per poter verificare la sussistenza o meno dell'omogeneità del campione. Ciò ha portato la prima sezione dei due questionari relativi a *Magic: the Gathering* ad avere una duplice funzione. Il primo era identificare i tratti psicografici di base per poter fare dei confronti con il campione di *Hearthstone*. Il secondo era poter confrontare direttamente i due gruppi di *Magic: the Gathering*.

Qui sono riportati i raffronti in termini di variazione percentuale, assumendo come valore di riferimento i dati relativi al *Questionario sugli aspetti socio-economici di Magic: the Gathering*. La somma delle variazioni percentuali non dà sempre 0, come dovrebbe essere, a causa degli arrotondamenti al primo decimale.

### **Domanda 1: Quale è il tuo sesso?**

Maschio: -1,1%

Femmine: +1,1%

### **Domanda 2: Qual è la tua età?**

Meno di 18 anni: -0,9%

18 – 25 anni: -1,1%

25 – 40 anni: +1%

40 – 60 anni: +1,2%

Oltre 60 anni: 0%

### **Domanda 3: Qual è il tuo reddito lordo? (Fa fede l'ultima dichiarazione IRPEF)**

Non produco reddito: +3,5%

€1 - €15000: -6,7%

€15001 - €28000: +2,2%

€28001 - €55000: +0,6%

€55001 - €75000: -0,5%

Oltre €75000: +1%

### **3a: Depurata da “Non produco reddito”**

€1 - €15000: -9,2%

€15001 - €28000: +6,2%

€28001 - €55000: +1,8%

€55001 - €75000: -0,8%

Oltre €75000: +1,9%

### **Domanda 4: Da quanti anni giochi a Magic: the Gathering? (Da questo momento abbreviato in “Magic”)**

Meno di 5 anni: +0,2%

5 – 10 anni: -5%

10 – 15 anni: +3,3%

15 – 20 anni: -0,1%

20 – 25 anni: +1,7%

### **Domanda 5: A quale versione di Magic giochi?**

Magic: the Gathering cartaceo: +2%

Magic: the Gathering Online: -1%

Entrambe le versioni: -1%

### **Domanda 6: Quanto giochi in media a Magic? (Per “giocare” si intende semplicemente aver fatto una partita)**

Più di una volta a settimana: -1,8%

Una volta a settimana: +2,4%

Una volta ogni due settimane: -0,4%

Una volta al mese: +0,1%

Una volta al trimestre/semestre: +0,4%

Meno di una volta al semestre: -0,7%

### **Domanda 7: A quali formati di Magic solitamente giochi?**

*Domanda in cui si poteva selezionare più di una risposta*

Standard: -4,5%

Limited (Draft/Sealed): -1%

Modern: -0,6%

Legacy: 4,2%

Commander: 5%

Pauper: +6,1%

Vintage: -1%

Altro: -3%

Le variazioni percentuali non superano il 9,2%. Considerando che il *Questionario sugli aspetti economici di Magic: the Gathering* ha ricevuto poco più della metà delle risposte dell'altro questionario, sono variazioni assimilabili a inferenza statistica. Si può dunque concludere che i due gruppi campione siano omogenei tra loro, e di conseguenza il campione di *Magic: the Gathering* è omogeneo.

**3.1 Intervista a Simone Mandrioli – Esperto delle meccaniche di MagicCardMarket**

**Data 29 Novembre 2017**

**Domanda 1: Qual è la tua età?**

*Risposta 1: 24 anni.*

**Domanda 2: Produci reddito?**

*Risposta 2: Ho iniziato da poco a lavorare.*

**Domanda 3: Dunque hai mai fatto una dichiarazione IRPEF?**

*Risposta 3: No.*

**Domanda 4: Da quanti anni giochi a Magic: The Gathering?**

*Risposta 4: Discontinuamente dal 2006, competitivo da I Khan di Tarkir<sup>210</sup>.*

**Domanda 5: Giochi anche a Magic: the Gathering Online? E se si, da quando?**

*Risposta 5: No.*

**Domanda 6: Quali sono i tuoi formati preferiti?**

*Risposta 6: Pauper, Modern, T2 , Vintage e Limited. Praticamente tutto a parte Commander e Legacy.*

**Domanda 7: Sei un giocatore venditore?**

*Risposta 7: No.*

**Domanda 7a: Intendo uno attivo nel mercato secondario.**

*Risposta 7a: No, confermo.*

---

<sup>210</sup> Si riferisce al Set “I Khan di Tarkir”, rilasciato il 26 Settembre 2014

**Domanda 8: E allora come mai ha fatto un articolo in cui hai raccontato di aver “scatenato” una speculazione e sei esperto di MKM<sup>211 212</sup>?**

*Risposta 8: Ho studiato Economia, e ho applicato quello che ho imparato da anni. Tra i giocatori la piattaforma MKM è piuttosto semplice. Non devi essere un venditore per essere esperto di MKM.*

**Domanda 9: In linea generale, il mercato secondario risulta più o meno oneroso del mercato primario?**

*Risposta 9: Nel senso se le carte costano di più?*

**Domanda 9a: Anche eventuali altri prodotti.**

*Risposta 9a: Il mercato secondario è percepito meno oneroso ma ha target differenti rispetto al primario.*

**Domanda 10: Meno oneroso? Perché è percepito come meno oneroso?**

*Risposta 10: Perché la stragrande maggioranza degli acquirenti del mercato secondario sono giocatori assidui e/o competitivi, a cui serve le quattro copie di una carta o una base per un mazzo che giocheranno (che ha ovviamente diverse edizioni al suo interno), il che crea una mole enorme di domanda trasversale rispetto a tutti i formati che per politiche di stampa la Wizards supporta* *poco.*

*Per esempio, box che sono in T2 sono in tiratura fino a 2 anni dopo l'uscita, i box dei Master<sup>213</sup> non penso. Altro esempio sono i FTV<sup>214</sup> che sono articoli per collezionisti non sono a tiratura limitata, sul mercato secondario costano di più. Idem per i prodotti ufficiali Commander.*

**Domanda 11: Sorge spontanea la domanda. Negli ultimi tempi i box di Magic hanno avuto un prezzo compreso tra i €50 e i €70, mentre è noto che il prezzo di un qualsiasi 4x di una carta competitiva è tendenzialmente superiore e stiamo parlando soltanto di una carta singola. Perché allora è percepito come meno oneroso se obiettivamente lo è?**

*Risposta 11: Solo perché il compratore medio di Magic è anche giocatore assiduo.*

---

<sup>211</sup> L'intervista è stata fatta perché l'intervistato ha scritto un articolo su un blog dedicato a *Magic: the Gathering* riguardo una speculazione sul mercato secondario da lui stesso scatenata.

<sup>212</sup> MKM è la sigla di *MagicCardMarket*

<sup>213</sup> Si riferisce alla serie “Masters”, una serie di set di ristampe di carte a tiratura limitata

<sup>214</sup> Sigla per “From the Vault”, serie di prodotti per collezionisti

**Domanda 12: Quindi mi stai dicendo che il compratore spende “più volentieri” nel mercato secondario che non nel primario?**

*Risposta 12: Risposte breve: Si*

**Domanda 13: Quindi i prezzi delle carte sono alti perché alta è la domanda, nel senso di “quanti di giocatori domandanti in termini assoluti?”**

*Risposta 13: I prezzi delle carte si dividono in 3 categorie:*

*1) Prezzi basati puramente sulla domanda (esempio: carte giocate in T2 + carte giocate in altri formati e stampate recentemente)*

*2) Prezzi basati puramente sull’offerta (esempio: carte in Reserved List dove ci sono pochi venditori)*

*3) Prezzi misti tra i primi due (esempio: carte giocate ma non stampate recentemente)*

*A monte di questa riflessione c’è il sistema della rarità (e secondo me delle rarità nascoste) per cui ovviamente le Mitiche tendono a costare di più delle Rare e così via.*

**Domanda 14: Ok, questo era chiaro. La seguente domanda ti parrà strana ma ti chiedo di rispondere con la massima serietà. Se la Wizard avesse controllo del mercato secondario, tramite regolamenti oppure stampe di carte singole, i prezzi delle carte sarebbero più alti o più bassi?**

*Risposta 14: Fammi un esempio di un regolamento con cui la Wizards controllerebbe il mercato? Perché non ho capito bene.*

**Domanda 14a: Tipo poter porre imporre un prezzo massimo. Oppure ristampare soltanto, per esempio, *Tarmogoyf*<sup>215</sup> e venderlo singolarmente. Comprendi?**

*Risposta 14a: Si si. L’unico metodo che avrebbe secondo me è sul ristampare o non ristampare le carte (sui prezzi è impossibile controllarlo).*

---

<sup>215</sup> Carta nota per il suo alto prezzo sul mercato secondario. Si veda a proposito anche il Capitolo 3 al paragrafo 3.3.2

**Domanda 14b: Io intendo questo: se ammettiamo che possa farlo, al di là se sia nella pratica possibile o meno, i prezzi delle carte sarebbero più alti o più bassi?**

*Risposta 14b: La Wizards ha già il controllo del mercato secondario o di buona parte di esso, e i prezzi delle carte sono più alti se c'è ne sono poche o più bassi se c'è ne sono molte (vedi analisi del prezzo come sopra).*

**Domanda 15: Ok, questo era chiaro. Quanto incide la speculazione dei singoli sui prezzi?**

*Risposta 15: A seconda della disponibilità economica dello speculatore rispetto al range di prezzi di MKM (punto di riferimento per i prezzi del mercato secondario). Esempio: se il minimo è 1 e l'ultima disponibile è a 999 avendo soldi infiniti potresti comprarti tutte le copie di quella specifica carta e venderla a quanto vuoi. Oppure puoi fermarti prima di 999 e metterne una alla volta a 998.*

**Domanda 16: Un commerciante di carte singole ha una reale possibilità di poter guadagnare con Magic? O può solo recuperare parte della spesa?**

*Risposta 16: Senz'altro sì. Ne conosco tanti e la differenza tra chi ci guadagna e chi no, non è sul gioco Magic. È a livello di imprenditorialità.*

**Domanda 16a: Riformuliamola in questo modo allora: un giocatore di Magic, uno che spende soldi per essere competitivo, potrebbe col mercato secondario ritornare con le spese?**

*Risposta 16a: Dipende dal tipo di giocatore secondo me, se cambi raramente mazzo e giochi 1 forse 2 formati solamente potresti ritornarci. In sostanza un aspetto limita l'altro.*

**Domanda 17: Quindi chi guadagna in Magic è uno che non gioca a Magic?**

*Risposta 17: Sì, in base alla mia esperienza. Se gioca è inteso competitivo. Ho un amico che fa il venditore e secondo me guadagna, però gioca solo un mazzo competitivo solo in un formato da un anno almeno.*

**Domanda 18: Cambiamo argomento. Tu giochi ai Free TCGO (es. Hearthstone)?**

*Risposta 18: No, perché non amo il TCG online in genere.*

**Domanda 19<sup>216</sup>: Secondo te i free TCGO sono favoriti dalla mancanza di un mercato secondario e dalla presenza di un sistema di creazione delle carte singole?**

*Risposta 19: Nel breve periodo si, nel lungo probabilmente no.*

**Domanda 20: Perché?**

*Risposta 20: Perché è un sistema che tende ad annullare quasi totalmente l'aspetto di deckbuilding<sup>217</sup>. Rendendo il gioco noioso che perderà clienti, ecc... Fare un mazzo deve avere un costo non solo monetario.*

**Domanda 21: Eppure Hearthstone conta sia tantissimi giocatori sia una grande varietà di mazzi non necessariamente competitivi. Per mia esperienza posso dirti che i giocatori appassionati di deckbuilding popolano anche i TCGO. Secondo te perché?**

*Risposta 21: Non lo so.*

**Domanda 22: Ultimo argomento. Immagino tu abbia sentito parlare di MTG Arena, giusto?**

*Risposta 22: Sì.*

**Domanda 23: Lo vuoi provare?**

*Risposta 23: No perché non sono amante dei TCG online.*

**Domanda 24: Secondo te MTG Arena, ammettendo che abbia il sistema di creazione carte dei TCGO, potrebbe fare concorrenza a Magic cartaceo e/o Magic Online?**

*Risposta 24: Forse a MTGO nel lungo periodo, ma non credo nel breve, hanno target diversi.*

**Domanda 25: E agli altri TCGO?**

*Risposta 25: Sì.*

---

<sup>216</sup> Per rispondere alla domanda successiva è stato necessario spiegare all'intervistato il funzionamento del sistema di creazione carte dei TCGO. Le spiegazioni sono state omesse.

<sup>217</sup> Si intende l'aspetto di gioco relativo all'ideazione e alla costruzione dei mazzi di gioco.

**Domanda 26: Hai parlato di target diversi. Potresti dirmi quale è secondo te il target di Magic cartaceo e quello di MTG Arena?**

*Risposta 26: MTG Arena punta ai giovani giovanissimi che hanno magari solo visto il brand, insegnargli a giocare. MTG cartaceo è il cuore trasversale tutti giocano a Magic nella sua vastità di formati in negozi e non. Il problema secondo me è che il giocatore medio sta invecchiando e le nuove generazioni sono molto più digitali e staccate dalle carte fisiche.*

*MTG Arena fa cattura/prova e magari vai in negozio, o fai MTGO se ti piace il gioco.*

**Domanda 27: Secondo te quindi non potrebbe svilupparsi in formati tali da poter essere piattaforma principale di gioco con un'estensione pari ad almeno a Magic Online?**

*Risposta 27: A livello di numero di giocatori? Potrebbe tranquillamente superare Magic Online come numero ma giocare ad uno non significa non giocare sull'altro.*

**Domanda 28: Intendo a livello di varietà di formati. Rimarrà una sorta di versione di prova di Magic cartaceo oppure potrebbe avere uno sviluppo di formati come Magic Online?**

*Risposta 28: Potrebbe averlo.*

**3.2.1 Struttura intervista**

**Sezione 1: Informazioni generali**

*Domanda 1: Quanti anni hai?*

*Domanda 2: Che lavoro fai?*

*Domanda 3: Quanto hai dichiarato di reddito lordo all’ultima dichiarazione IRPEF? Basta un numero di massima.*

*Domanda 4: Quanti anni di esperienza hai con Magic: the Gathering?*

*Domanda 5: Hai mai giocato a Magic: the Gathering Online? Se sì, quanti sono i tuoi anni di esperienza?*

*Domanda 6: Quali sono i tuoi formati preferiti in Magic: the Gathering?*

*Domanda 7: A quali Trading Card Game Online giochi (Magic: the Gathering Arena escluso)?*

*Domanda 8: Quanti anni di esperienza hai nei Trading Card Game Online (Magic: the Gathering Arena escluso)?*

**Sezione 2: Magic: the Gathering**

*Domanda 1: Cosa ne pensi di Magic: the Gathering, così in generale?*

*Domanda 2: Cosa ne pensi del suo aspetto competitivo?*

*Domanda 3: Cosa ne pensi del suo aspetto commerciale tra singoli?*

*Domanda 4: Pensi che la speculazione nel mercato secondario sia un fattore negativo per il gioco?*

*Domanda 5: Cosa ne pensi dell’aspetto sociale?*

**Sezione 3: Trading Card Game Online**

*Domanda 1: Senza entrare nello specifico di ogni singolo Trading Card Game Online, che cosa ne pensi così in generale?*

*Domanda 2: Cosa ne pensi del loro aspetto competitivo?*

*Domanda 3: Cosa ne pensi della mancanza dell'aspetto commerciale tra singoli e della sua sostituzione con il sistema di creazione carte?*

*Domanda 4: Cosa pensi del fatto che sia impossibile speculare in questo sistema?*

*Domanda 5: Cosa ne pensi del loro aspetto sociale (da social network)?*

#### **Sezione 4: Magic: the Gathering Arena**

*Domanda 1: Come è la tua esperienza in Magic: the Gathering Arena?*

*Domanda 2: Come vedi i possibili sviluppi di Magic: the Gathering Arena?*

*Domanda 3: Rispondi alla seguenti affermazioni con "D'accordo", "In disaccordo" oppure "Né d'accordo né in disaccordo", argomentando. Basati solo sulla tua esperienza personale.*

*Affermazione 3a: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di diventare leader nel settore dei Trading Card Game Online.*

*Affermazione 3b: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di poter fare seriamente concorrenza ad Hearthstone anche qualora non diventasse leader nel settore.*

*Affermazione 3c: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Hearthstone.*

*Affermazione 3d: Magic: the Gathering e Magic: the Gathering Arena si rivolgono a due fasce di clientela diversa.*

*Affermazione 3e: Chiunque giochi a Magic: the Gathering non giocherà mai ad Magic: the Gathering Arena e viceversa.*

*Affermazione 3f: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di essere competitivo e di avere un proprio circuito professionistico dedicato (a differenza di come è accaduto a Magic: the Gathering Online.)*

*Affermazione 3g: I giocatori di Magic: the Gathering potrebbero abbandonarlo a favore di Magic: the Gathering Arena a causa delle aspettative di costi molto più bassi.*

*Affermazione 3h: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering Online.*

*Affermazione 3i: La Wizards of the Coast dice che Magic: the Gathering Online continuerà a rimanere aperto, nonostante Magic: the Gathering Arena, solo per prendere tempo e vedere lo sviluppo di Magic: the Gathering Arena e non per intenzione di mantenere due servizi online aperti nello stesso momento.*

*Affermazione 3j: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering*

*Affermazione 3k: La speculazione del mercato secondario subirà una flessione negativa causata dall'avvento di Magic: the Gathering Arena.*

*Domanda 4: Come vedi un futuro equilibrio tra Magic: the Gathering, Magic: the Gathering Online e Magic: the Gathering Arena?*

### 3.2.2 Intervistato n.1 - Federico Vecchio

Data 27 Febbraio 2018

#### Sezione 1: Informazioni generali

**Domanda 1: Quanti anni hai?**

*Risposta 1: 27*

**Domanda 2: Che lavoro fai?**

*Risposta 2: Posseggo una ditta di produzione di accessori cimiteriali, in particolare prodotti di fotoceramiche.*

**Domanda 3: Quanto hai dichiarato di reddito lordo all'ultima dichiarazione IRPEF? Basta un numero di massima.**

*Risposta 3: Circa €60.000.*

**Domanda 4: Quanti anni di esperienza hai con Magic: the Gathering?**

*Risposta 4: Ho conosciuto Magic con l'uscita di Quinta Alba<sup>218</sup> (2004). Ho cominciato però ad affacciarmi al gioco competitivo solo da Cicatrici di Mirrodin<sup>219</sup> (2010).*

**Domanda 5: Hai mai giocato a Magic: the Gathering Online? Se sì, quanti sono i tuoi anni di esperienza?**

*Risposta 5: Sì, una breve parentesi di un annetto circa. Ho ancora l'account che utilizzo per Draft occasionali o per gli eventi festivi riservati ai Judge<sup>220</sup>.*

**Domanda 6: Quali sono i tuoi formati preferiti in Magic: the Gathering?**

*Risposta 6: Legacy, Commander, Sealed in ordine di preferenza.*

---

<sup>218</sup> Si riferisce al Set "Quinta Alba", rilasciato il 4 Giugno 2004

<sup>219</sup> Si riferisce al Set "Cicatrici di Mirrodin", rilasciato il 1 Ottobre 2010

<sup>220</sup> L'intervistato è un Judge (per informazioni si veda il Capitolo 2 al paragrafo 2.2)

**Domanda 7: A quali Trading Card Game Online giochi (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 7: Hearthstone (in maniera discontinua), Eternal Card Game (attivamente)*

**Domanda 8: Quanti anni di esperienza hai nei Trading Card Game Online giochi (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 8: Gioco ad entrambi sin dalla Beta (tecnicamente Eternal è ancora in beta).*

## **Sezione 2: Magic: the Gathering**

**Domanda 1: Cosa ne pensi di Magic, così in generale?**

*Risposta 1<sup>221</sup>: In generale penso che Magic sia uno dei giochi strategici più divertenti a cui abbia mai avuto la possibilità di giocare. Più divertenti nel senso che unisce la logica e la strategia che c'è dietro il gioco degli scacchi pur mantenendo quella componente casuale tipica dei giochi carte, cioè il pescare da un mazzo completamente casuale. I suoi punti di forza sono senz'altro i suoi pezzi di gioco i quali non sono asettici come una regina, una torre o un alfiere, ma hanno dietro un background, una lore, una storia. Quindi raffigurano draghi, elfi o artefatti dal potere mistico.*

*Questo fa sì che anche la fetta di popolazione che può interessarsi a questo tipo di giochi è maggiore rispetto all'appeal che può avere il gioco degli scacchi proprio perché uno può avvicinarsi a Magic per diversi motivi. Uno si può avvicinare perché interessato al disegno, perché interessato al collezionare le carte, perché interessato al gioco in maniera competitiva o perché interessato ad un gioco veloce che può fare con un suo amico nelle pause d'ufficio o nelle pause scolastiche (che è un po' più o meno la filosofia con cui è stato creato Magic in origine).*

*Magic è uno dei pochi giochi di carte, se consideriamo anche il mondo dei giochi online, che ha la sua componente cartacea. Avere una componente cartacea significa avere una componente sociale molto importante e rilevante, per cui se vuoi giocare Magic a 360° sei costretto ad uscire di casa, a socializzare con le persone, a conoscere persone nuove. A me, per esempio, Magic mi ha permesso sia come giocatore sia come arbitro di viaggiare sia per l'Europa sia per il mondo seguendo un hobby, seguendo una cosa che mi piace. Cosa che prima avrei fatto con più difficoltà, anche perché in questo caso ho già i compagni di viaggio pronti, che non è cosa da poco!*

---

<sup>221</sup> Questa risposta è stata detta a voce tramite messaggio vocale. Qui è riportato testualmente.

## **Domanda 2: Cosa ne pensi del suo aspetto competitivo?**

*Risposta 2: L'aspetto competitivo è importante per permettere al gioco di avere uno sviluppo continuativo. Se esistesse solo il "Magic da tavolo della cucina" l'interesse nelle nuove espansioni andrebbe via via scemando. Il giocatore competitivo è poi quello che all'effettivo inventa i mazzi e fonde le meccaniche delle carte, andando ad analizzare aspetti che il giocatore casual spesso non coglie, mantenendo acceso l'interesse per la strategia e la profondità di gioco che Magic riesce a creare.*

*Il gioco competitivo inoltre va di pari passo con lo "spettacolo": interviste, partite in streaming, articoli e via dicendo. Un ottimo elemento di marketing praticamente a costo zero. Se prendiamo altri TCG cartacei, ad esempio Force of Will, notiamo che la mancanza di un circuito professionistico si combina con la poca diffusione del gioco, che di conseguenza non riesce a creare interesse.*

## **Domanda 3: Cosa ne pensi del suo aspetto commerciale tra singoli?**

*Risposta 3: È un'inevitabile conseguenza del collezionismo. Quando eravamo bambini attribuivamo il valore alle figurine dei Pokémon ed ora lo facciamo con le carte di Magic. Solo che siamo più grandicelli e convertiamo questo valore artefatto in valore monetario. Il lato "positivo" è che questo permette di reperire anche carte che non si possono più trovare all'interno dei prodotti in commercio, nonostante ultimamente l'azienda abbia messo in atto una forte campagna di ristampe. Il lato "negativo" è che molti esemplari sono soggetti a speculazioni degne di quelle sul Bitcoin.*

*Se vuoi essere competitivo in questo hobby hai bisogno di spendere. Ma lo accetto. È un "pay to play", ma non un "pay to win". La mia strategia ed abilità con le carte prescinde dal valore economico delle stesse. Ma anche in molti sport per essere competitivi bisogna spendere: ad esempio per comprare l'attrezzatura o per pagare il personal coach.*

## **Domanda 4: Pensi che la speculazione nel mercato secondario sia un fattore negativo per il gioco?**

*Risposta 4: Sì e no allo stesso tempo. Penso sia un fattore negativo solo ed esclusivamente per i giocatori "scarsi" e per quelli che costruiscono un mazzo e poi lo rivendono per acquistarne un altro. Magic premia gli accumulatori di carte: averne un alto numero significa avere la possibilità di giocare diverse strategie. Fermo restando che a Magic si può giocare anche senza possedere una carta, ad esempio negli eventi Limited. La speculazione alza la barriera*

*d'ingresso ai formati costruiti come il Legacy o il Modern, che tuttavia hanno diversi mazzi budget e rendono comunque accessibile l'esperienza a chi non possiede carte o a chi non vuole spendere determinate cifre.*

**Domanda 5: Cosa ne pensi del suo aspetto sociale?**

*Risposta 5: Ultimamente Magic dal punto di vista internazionale ha qualche problematica sociale dovuta alla diversità dei giocatori. Mentre prima era un gioco "da nerd" adesso l'attrattiva ha colpito un campionario umano molto più vasto.*

*Tralasciando problemi di carattere sociale/morale, il fattore sociale è proprio la forza di questo gioco. Devi interagire con l'avversario, devi visitare posti e vedere persone nuove per avere un'esperienza completa.*

*E la cosa più bella di tutte: puoi giocare a Magic con una persona con la quale non condividi un singolo vocabolo linguistico, e capirlo lo stesso.*

**Sezione 3: Trading Card Game Online**

**Domanda 1: Senza entrare nello specifico di ogni singolo Trading Card Game Online, che cosa ne pensi così in generale?**

*Risposta 1: Penso che siano una forma di svago più simile ad un videogioco che ad un gioco cartaceo. In cui giochi, sì, contro un avversario umano, ma non lo concretizzi dietro lo schermo. Puoi giocare quando vuoi, dove vuoi, per tutto il tempo che vuoi, a differenza delle controparti cartacee.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del loro aspetto competitivo?**

*Risposta 2: Anche qui l'aspetto competitivo ha lo stesso impatto del gioco cartaceo. Forse in maniere molto più prominente, anche perché solitamente il "giocatore medio di TCGO" è per sua stessa natura competitivo.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi della mancanza dell'aspetto commerciale tra singoli e della sua sostituzione con il sistema di creazione carte?**

*Risposta 3: Penso che faciliti dal punto di vista economico al gioco competitivo. Rimane comunque importante l'abilità, ma quantomeno ti permette di avere le carte "forti" senza spendere denaro, ma ottenendole semplicemente giocando. Chiaramente i più forti, conseguendo più vittorie, ottengono tali carte molto prima degli altri, creando un po' di divario. Ma il vantaggio dei giochi è il sistema di matchmaking<sup>222</sup> basato sulla "bravura" dei giocatori, per cui giocherai sempre contro avversari del tuo stesso livello.*

**Domanda 4: Cosa pensi del fatto che sia impossibile speculare in questo sistema?**

*Risposta 4: Che gli unici interessati al gioco sono quelli davvero interessati al gioco stesso e la qualità delle strategie è probabilmente migliore. Ad un torneo di Magic posso incontrare anche chi non "gioca" ma si è iscritto solo perché "ha le carte e vuole metterle in mostra ai tornei". Al massimo nei TCGO incontri giocatori con varianti premium delle carte, ma questo significa solo che sono senz'altro giocatori di esperienza!*

**Domanda 5: Cosa ne pensi del loro aspetto sociale (da social network)?**

*Risposta 5: Bah, semplicemente sostituiscono la socialità "vera". Semplicemente perché giocando al computer è verosimile che, sempre tramite il web, incontri individui legati da questa passione, mentre "incontrarli" per la strada è più difficile.*

**Sezione 4: Magic: the Gathering Arena**

**Domanda 1: Come è la tua esperienza in Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 1: Ho accesso a MTG Arena sin dall'Alpha. Ho un approccio molto "asettico", nel senso che gioco con la finalità di scoprire eventuali bug o falle nel codice, non per vincere o collezionare premi.*

---

<sup>222</sup> Si riferisce all'algoritmo con cui i TCGO riescono a far sfidare giocatori di pari livello utilizzando, per esempio, il numero totale di partite svolte oppure il numero di vittorie e di sconfitte totali

**Domanda 2: Come vedi i possibili sviluppi di Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 2: Vuole porsi in un mercato diverso da Magic Online, andando a prendere anche il giocatore di TCGO. Non penso avrà molta longevità: I TCGO sono fluidi, veloci, mentre Magic è un gioco molto più complicato e macchinoso.*

*Potrebbe essere utilizzato come piattaforma per i Pro Tour o i Magic World Cup<sup>223</sup>: avremmo partite in cui non si può barare e graficamente gradevoli da seguire in streaming.*

**Domanda 3: Rispondi alle seguenti affermazioni con “D’accordo”, “In disaccordo” oppure “Né d’accordo né in disaccordo, argomentando. Basati solo sulla tua esperienza personale.**

**Affermazione 3a: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di diventare leader nel settore dei Trading Card Game Online.**

*Risposta 3a: In disaccordo.*

*Il brand è molto forte, ma il gioco è difficile da rendere gradevole e valido su piattaforma online come invece gli altri “collegi”.*

**Affermazione 3b: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di poter fare seriamente concorrenza ad Hearthstone anche qualora non diventasse leader nel settore.**

*Risposta 3b: In disaccordo.*

*L’esperienza di gioco di Hearthstone è, al momento, molto più veloce e fluida rispetto a quella proposta da MTG Arena.*

**Affermazione 3c: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Hearthstone.**

*Risposta 3c: In disaccordo.*

*Stessi motivi sopraelencati.*

---

<sup>223</sup> Sono due tipologie di tornei professionistici di *Magic*

**Affermazione 3d: Magic: the Gathering e Magic: the Gathering Arena si rivolgono a due fasce di clientela diversa.**

*Risposta 3d: Né d'accordo né in disaccordo.*

*MMTG Arena incuriosisce anche il giocatore cartacea che non ha la disponibilità economica di giocare a MTGO e, contemporaneamente, non ha un negozio accessibile per giocare a Magic con costanza.*

**Affermazione 3e: Chiunque giochi a Magic: the Gathering non giocherà mai ad Magic: the Gathering Arena e viceversa.**

*Risposta 3e: In disaccordo.*

*Il mondo è vario! E la categoria sopra elencata è già un esempio. Così come al contrario ci saranno giocatore che si avvicineranno prima ad MTG Arena per poi approdare sul cartaceo.*

**Affermazione 3f: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di essere competitivo e di avere un proprio circuito professionistico dedicato (a differenza di come è accaduto a Magic: the Gathering Online.)**

*Risposta 3f: D'accordo.*

*Può funzionare. La visione attuale è un po' distorta perché il pool di carte è limitato, ma con l'idea di rendere MTG Arena una piattaforma dedicata a Standard e Limited potrebbe nascere il circuito competitivo.*

**Affermazione 3g: I giocatori di Magic: the Gathering potrebbero abbandonarlo a favore di Magic: the Gathering Arena a causa delle aspettative di costi molto più bassi.**

*Risposta 3g: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Colpirebbe soltanto i giocatori di Standard e Limited, ma rimarrebbero comunque i grossi eventi cartacei come i Grand Prix<sup>224</sup>. Probabilmente si assisterà ad una piccola diaspora nei negozi, ma la componente sociale rimane comunque molto forte.*

**Affermazione 3h: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering Online.**

*Risposta 3h: Né d'accordo né in disaccordo.*

---

<sup>224</sup> È una tipologia di torneo professionistico di Magic

*Magic Online permette di giocare a tutti i formati di Magic, mentre MTG Arena si focalizzerà solo sullo Standard. Penso che potranno convivere entrambi, ma tutto dipende dalle scelte di marketing della Wizards of the Coast.*

*Permettere le qualificazioni ai tornei professionisti anche tramite MTG Arena potrebbe far pendere pericolosamente l'ago della bilancia.*

**Affermazione 3i: La Wizards of the Coast dice che Magic: the Gathering Online continuerà a rimanere aperto, nonostante Magic: the Gathering Arena, solo per prendere tempo e vedere lo sviluppo di Magic: the Gathering Arena e non per intenzione di mantenere due servizi online aperti nello stesso momento.**

*Risposta 3i: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Mi sembra una scelta sostenibile e molto sicura, potrebbe anche essere così, ma non ho la certezza!*

**Affermazione 3j: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering**

*Risposta 3j: In disaccordo.*

*I formati Eternal continueranno ad avere un seguito, in ogni caso.*

**Affermazione 3k: La speculazione del mercato secondario subirà una flessione negativa causata dall'avvento di Magic: the Gathering Arena.**

*Risposta 3k: In disaccordo.*

*La speculazione si fa sulle carte dei formati costruiti, tralasciando lo Standard. Dubito fortemente che influirà.*

**Domanda 4: Come vedi un futuro equilibrio tra Magic: the Gathering, Magic: the Gathering Online e Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 4: La componente umana rimane importantissima, ma l'accessibilità del digitale fa gola a moltissimi! Già adesso abbiamo chi gioca Magic Online e a Magic su carta in contemporanea. Non escludo che ci sarà chi utilizzerà tutti e tre.*

*Magic cartaceo rimarrà l'attrattiva migliore, Arena sarà focalizzato di più sul Limited e lo Standard, Magic Online sui formati costruiti. Probabilmente la "concorrenza interna" la sentiranno le due varianti "videoludiche".*

### **3.2.3 Intervistato n.2 – Dante Roberto**

**Data 27 Febbraio 2018**

#### **Sezione 1: Informazioni generali**

**Domanda 1: Quanti anni hai?**

*Risposta 1: 24*

**Domanda 2: Che lavoro fai?**

*Risposta 2: Studente.*

**Domanda 3: Quanto hai dichiarato di reddito lordo all'ultima dichiarazione IRPEF? Basta un numero di massima.**

*Risposta 3: Non produco reddito.*

**Domanda 4: Quanti anni di esperienza hai con Magic: the Gathering?**

*Risposta 4: 6 anni.*

**Domanda 5: Hai mai giocato a Magic: the Gathering Online? Se sì, quanti sono i tuoi anni di esperienza?**

*Risposta 5: Sì, per circa un anno.*

**Domanda 6: Quali sono i tuoi formati preferiti in Magic: the Gathering?**

*Risposta 6: Modern e Legacy.*

**Domanda 7: A quali Trading Card Game Online giochi (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 7: Hearthstone e Pokèmon Trading Card Game Online.*

**Domanda 8: Quanti anni di esperienza hai nei Trading Card Game Online (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 8: 3 anni in Hearthstone, meno di un anno in Pokèmon TCGO.*

## **Sezione 2: Magic: the Gathering**

**Domanda 1: Cosa ne pensi di Magic: the Gathering, così in generale?**

*Risposta 1: È un buon TCG, probabilmente migliore che abbia mai provato, tuttavia dal lato competitivo è troppo concentrato sullo Standard.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del suo aspetto competitivo?**

*Risposta 2: Dovrebbero aggiungere altri eventi importanti nei formati Eternal, ora è troppo incentrato sullo Standard.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi del suo aspetto commerciale tra singoli?**

*Risposta 3: La maggior parte delle persone usano i siti di compravendita per verificare il “prezzo corrente e difficilmente si accetta un prezzo minore, diciamo che siamo vincolati a questo.*

**Domanda 4: Pensi che la speculazione nel mercato secondario sia un fattore negativo per il gioco?**

*Risposta 4: Sì*

**Domanda 5: Cosa ne pensi dell'aspetto sociale?**

*Risposta 5: Giocare aiuta a conoscere persone nuove.*

## **Sezione 3: Trading Card Game Online**

**Domanda 1: Senza entrare nello specifico di ogni singolo Trading Card Game Online, che cosa ne pensi così in generale?**

*Risposta 1: Per chi studia, lavora o non ha la possibilità di raggiungere spesso fumetterie e luoghi dove giocare è fantastico.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del loro aspetto competitivo?**

*Risposta 2: È più limitante: non hanno eventi molto rilevanti.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi della mancanza dell'aspetto commerciale tra singoli e della sua sostituzione con il sistema di creazione carte?**

*Risposta 3: L'assenza dell'aspetto commerciale fa in modo che le carte non abbiano un valore se non a livello di rarità. Con la creazione puoi tentare di giocare gratis o comunque spendere meno che comprare tutto.*

**Domanda 4: Cosa pensi del fatto che sia impossibile speculare in questo sistema?**

*Risposta 4: Aiuta i nuovi giocatori: riescono ad iniziare con poche spese.*

**Domanda 5: Cosa ne pensi del loro aspetto sociale (da social network)?**

*Risposta 5: Rispetto alla versione cartacea non ti permette di conoscere gente, al limite può esserci uno scambio di consigli, ma niente di più.*

#### **Sezione 4: Magic: the Gathering Arena**

**Domanda 1: Come è la tua esperienza in Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 1: Mi sta piacendo, ha un gameplay molto simile ad Hearthstone: è un buon inizio.*

**Domanda 2: Come vedi i possibili sviluppi di Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 2: Potrebbe aggiungere altre espansioni e magari aumentare la competitività con eventi.*

**Domanda 3: Rispondi alle seguenti affermazioni con "D'accordo", "In disaccordo" oppure "Né d'accordo né in disaccordo, argomentando. Basati solo sulla tua esperienza personale.**

**Affermazione 3a: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di diventare leader nel settore dei Trading Card Game Online.**

*Risposta 3a: D'accordo.*

*Ha il vantaggio di esserlo nel cartaceo: i giocatori possono semplicemente passare all'online, senza abbandonare il cartaceo. Potrebbe spingere nuova gente a iniziare.*

**Affermazione 3b: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di poter fare seriamente concorrenza ad Hearthstone anche qualora non diventasse leader nel settore.**

*Risposta 3b: D'accordo.*

*I motivi sono gli stessi.*

**Affermazione 3c: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Hearthstone.**

*Risposta 3c: In disaccordo.*

*Penso che coesisteranno.*

**Affermazione 3d: Magic: the Gathering e Magic: the Gathering Arena si rivolgono a due fasce di clientela diversa.**

*Risposta 3d: D'accordo.*

*MTG Arena punterà di più sui nuovi giocatori, mentre non tutti i giocatori cartacei useranno anche MTG Arena.*

**Affermazione 3e: Chiunque giochi a Magic: the Gathering non giocherà mai ad Magic: the Gathering Arena e viceversa.**

*Risposta 3e: In disaccordo.*

*MTG Arena è gratis, è probabile che lo provino in molti. Può spingere a giocare alla versione cartacea.*

**Affermazione 3f: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di essere competitivo e di avere un proprio circuito professionistico dedicato (a differenza di come è accaduto a Magic: the Gathering Online.)**

*Risposta 3f: D'accordo.*

*Principalmente per il basso costo vedrà un sacco di giocatori e saranno i giocatori stessi a volerlo.*

**Affermazione 3g: I giocatori di Magic: the Gathering potrebbero abbandonarlo a favore di Magic: the Gathering Arena a causa delle aspettative di costi molto più bassi.**

*Risposta 3g: D'accordo.*

*Per quanto riguarda i giocatori di Standard.*

**Affermazione 3h: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering Online.**

*Risposta 3h: In disaccordo.*

*Vedrà un calo dei giocatori, ma non morirà.*

**Affermazione 3i: La Wizards of the Coast dice che Magic: the Gathering Online continuerà a rimanere aperto, nonostante Magic: the Gathering Arena, solo per prendere tempo e vedere lo sviluppo di Magic: the Gathering Arena e non per intenzione di mantenere due servizi online aperti nello stesso momento.**

*Risposta 3i: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Dovrebbero in qualche modo permettere di vendere le carte, o ci sarà una "rivolta".*

**Affermazione 3j: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering**

*Risposta 3j: In disaccordo.*

*La Wizards guadagna di più dalla versione cartacea.*

**Affermazione 3k: La speculazione del mercato secondario subirà una flessione negativa causata dall'avvento di Magic: the Gathering Arena.**

*Risposta 3k: In disaccordo.*

*Se colpirà principalmente i nuovi giocatori non dovrebbe cambiare.*

**Domanda 4: Come vedi un futuro equilibrio tra Magic: the Gathering, Magic: the Gathering Online e Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 4: Magic cartaceo sarà esclusivamente competitivo in formato Standard, Magic Online vedrà la perdita di utenti e Magic Arena avrà i giocatori saltuari, prenderà i giocatori che lasceranno Magic Online e quelli che inizieranno.*

### **3.2.4 Intervistato n.3 – Anonimo**

**Data 27 Febbraio 2018**

#### **Sezione 1: Informazioni generali**

**Domanda 1: Quanti anni hai?**

*Risposta 1: 27*

**Domanda 2: Che lavoro fai?**

*Risposta 2: Medico*

**Domanda 3: Quanto hai dichiarato di reddito lordo all'ultima dichiarazione IRPEF? Basta un numero di massima.**

*Risposta 3: Circa €10000.*

**Domanda 4: Quanti anni di esperienza hai con Magic: the Gathering?**

*Risposta 4: Ho iniziato a giocare nel 2004 ma ho smesso per qualche anno. Direi 8 anni in totale più o meno.*

**Domanda 5: Hai mai giocato a Magic: the Gathering Online? Se sì, quanti sono i tuoi anni di esperienza?**

*Risposta 5: Non ho mai giocato a Magic Online.*

**Domanda 6: Quali sono i tuoi formati preferiti in Magic: the Gathering?**

*Risposta 6: Casual, Limited, Modern (da spettatore)*

**Domanda 7: A quali Trading Card Game Online giochi (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 7: Ho giocato in passato ad Hearthstone, Shadow Era ed Urban Rivals. Ora ho smesso di giocare a tutti e tre.*

**Domanda 8: Quanti anni di esperienza hai nei Trading Card Game Online (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 8: Il periodo totale di gioco è stato di 15 anni.*

## **Sezione 2: Magic: the Gathering**

**Domanda 1: Cosa ne pensi di Magic: the Gathering, così in generale?**

*Risposta 1: Fa parte della mia infanzia e ora da un anno ho iniziato ad interessarmi al mondo di Magic un po' di più. È il gioco di carte che ha creato il gioco di carte, insuperabile.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del suo aspetto competitivo?**

*Risposta 2: Lo conosco poco, ma lo trovo affascinante.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi del suo aspetto commerciale tra singoli?**

*Risposta 3: Penso sia insito nel concetto di Trading Card Game.*

**Domanda 4: Pensi che la speculazione nel mercato secondario sia un fattore negativo per il gioco?**

*Risposta 4: Non particolarmente.*

**Domanda 5: Cosa ne pensi dell'aspetto sociale?**

*Risposta 5: Gioco solo tra amici ma è un ottimo punto di incontro, come tutti i giochi da tavolo e i GDR<sup>225</sup>.*

## **Sezione 3: Trading Card Game Online**

**Domanda 1: Senza entrare nello specifico di ogni singolo Trading Card Game Online, che cosa ne pensi così in generale?**

*Risposta 1: Un ottimo modo per giocare con tante persone da casa.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del loro aspetto competitivo?**

*Risposta 2: Li rende stimolanti.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi della mancanza dell'aspetto commerciale tra singoli e della sua sostituzione con il sistema di creazione carte?**

*Risposta 3: In Hearthstone funziona bene, si adatta bene ad un gioco giocabile da chiunque senza necessità di avere amici direttamente coinvolti.*

---

<sup>225</sup> Sigla per Gioco di Ruolo, una particolare tipologia di giochi da tavolo in cui i giocatori si immedesimano in dei personaggi.

**Domanda 4: Cosa pensi del fatto che sia impossibile speculare in questo sistema?**

*Risposta 4: Ci specula sopra la casa produttrice ma non il singolo giocatore. Toglie questa componente di “gestione economica” che con il gioco in sé ha poco a che fare.*

**Domanda 5: Cosa ne pensi del loro aspetto sociale (da social network)?**

*Risposta 5: Tossico: mediamente le persone si arrabbiano di più giocando online in chat.*

#### **Sezione 4: Magic: the Gathering Arena**

**Domanda 1: Come è la tua esperienza in Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 1: Abbastanza positiva.*

**Domanda 2: Come vedi i possibili sviluppi di Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 2: C'è molto potenziale, anche se concentrarsi sullo Standard taglierà una buona fetta di giocatori.*

**Domanda 3: Rispondi alle seguenti affermazioni con “D'accordo”, “In disaccordo” oppure “Né d'accordo né in disaccordo, argomentando. Basati solo sulla tua esperienza personale.**

**Affermazione 3a: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di diventare leader nel settore dei Trading Card Game Online.**

*Risposta 3a: D'accordo.*

*Il potenziale è immenso ma il gioco è un po' lento e meno accessibile rispetto ad Hearthstone. Sarà una bella lotta.*

**Affermazione 3b: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di poter fare seriamente concorrenza ad Hearthstone anche qualora non diventasse leader nel settore.**

*Risposta 3b: D'accordo.*

*Vale quanto detto sopra: Magic ha una grandissima fanbase<sup>226</sup>, per cui se ben sviluppato il gioco ha molto potenziale. Però una partita di Magic (soprattutto con certe tipologie di mazzo) dura in media un po' troppo rispetto ad una di Hearthstone.*

---

<sup>226</sup> Insieme di persone che ammirano e seguono il prodotto, ma non necessariamente lo giocano.

**Affermazione 3c: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Hearthstone.**

*Risposta 3c: In disaccordo.*

*Attirano fasce di popolazione sovrapposte in parte ma diverse.*

**Affermazione 3d: Magic: the Gathering e Magic: the Gathering Arena si rivolgono a due fasce di clientela diversa.**

*Risposta 3d: D'accordo.*

*Purtroppo al momento MTG Arena punta alla fascia che ora gioca ad Hearthstone, sarebbe bello puntasse ad attirare tutta la fanbase di Magic.*

*Ma forse non succederà mai. Magic Online va già troppo bene e ci sono troppe carte per un fare un Free to Play di quelle proporzioni.*

**Affermazione 3e: Chiunque giochi a Magic: the Gathering non giocherà mai ad Magic: the Gathering Arena e viceversa.**

*Risposta 3e: In disaccordo.*

*Moltissimi giocatori della versione cartacea sono incuriositi da MTG Arena, specialmente chi ama lo Standard e il Limited.*

**Affermazione 3f: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di essere competitivo e di avere un proprio circuito professionistico dedicato (a differenza di come è accaduto a Magic: the Gathering Online.)**

*Risposta 3f: D'accordo.*

*Si può fare sfruttando il modello di Hearthstone, la piattaforma si presta ai tornei.*

**Affermazione 3g: I giocatori di Magic: the Gathering potrebbero abbandonarlo a favore di Magic: the Gathering Arena a causa delle aspettative di costi molto più bassi.**

*Risposta 3g: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Forse i giocatori molto giovani o chi appunto gioca solo Standard. Magic è troppo più grande della microfetta contenuta in MTG Arena.*

**Affermazione 3h: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering Online.**

*Risposta 3h: In disaccordo.*

*Per lo stesso motivo appena detto.*

**Affermazione 3i: La Wizards of the Coast dice che Magic: the Gathering Online continuerà a rimanere aperto, nonostante Magic: the Gathering Arena, solo per prendere tempo e vedere lo sviluppo di Magic: the Gathering Arena e non per intenzione di mantenere due servizi online aperti nello stesso momento.**

*Risposta 3i: In disaccordo.*

*Penso li terranno aperti entrambi: uno è microscopico, l'altro è tutto Magic.*

**Affermazione 3j: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering**

*Risposta 3j: In disaccordo.*

*Ci sono troppi appassionati al gioco cartaceo.*

**Affermazione 3k: La speculazione del mercato secondario subirà una flessione negativa causata dall'avvento di Magic: the Gathering Arena.**

*Risposta 3k: In disaccordo.*

*Al momento che credo che Magic Arena farà solo da contorno a Magic.*

**Domanda 4: Come vedi un futuro equilibrio tra Magic: the Gathering, Magic: the Gathering Online e Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 4: Penso che Magic cartaceo e Magic Online proseguiranno come ora in pari, anche se con il tempo il valore delle carte e delle copie online potrebbe avvicinarsi rispetto ad ora (tranne carte molto vecchie forse). Magic Arena è una grande incognita, dipende quanto verrà espanso. Magic Duels<sup>227</sup> per dire non ha avuto alcuna influenza su Magic Online e sul Magic cartaceo.*

---

<sup>227</sup> Si riferisce a *Magic: Duels of the Planeswalkers*, una piattaforma online videoludica su *Magic* che è stata chiusa.

### **3.2.5 Intervistato n.4 – Anonimo**

**Data 28 Febbraio 2018**

#### **Sezione 1: Informazioni generali**

**Domanda 1: Quanti anni hai?**

*Risposta 1: 23*

**Domanda 2: Che lavoro fai?**

*Risposta 2: Nessuno.*

**Domanda 3: Quanto hai dichiarato di reddito lordo all'ultima dichiarazione IRPEF? Basta un numero di massima.**

*Risposta 3: Non produco reddito.*

**Domanda 4: Quanti anni di esperienza hai con Magic: the Gathering?**

*Risposta 4: 12*

**Domanda 5: Hai mai giocato a Magic: the Gathering Online? Se sì, quanti sono i tuoi anni di esperienza?**

*Risposta 5: Ho giocato la versione Demo<sup>228</sup> di una settimana.*

**Domanda 6: Quali sono i tuoi formati preferiti in Magic: the Gathering?**

*Risposta 6: Standard e Modern.*

**Domanda 7: A quali Trading Card Game Online giochi (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 7: Ho giocato a Gwent per tutto il periodo di Open Beta e i due mesi successivi. Gioco ad Hearthstone dall'uscita con frequenza altalenante.*

---

<sup>228</sup> Abbreviazione di *Demonstration*, si tratta di una versione ridotta e gratuita di un videogioco al fine di farlo provare a possibili acquirenti.

**Domanda 8: Quanti anni di esperienza hai nei Trading Card Game Online (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 8: Gwent circa un anno e Hearthstone due anni e mezzo.*

## **Sezione 2: Magic: the Gathering**

**Domanda 1: Cosa ne pensi di Magic: the Gathering, così in generale?**

*Risposta 1: Magic è un gioco incredibilmente interessante e complicato, a tratti frustrante ma che difficilmente ti stufa. Indubbiamente è il mio gioco preferito, anche a confronto di giochi diversi dai giochi di carte.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del suo aspetto competitivo?**

*Risposta 2: È interessante perché ti consente di mettere alla prova la tua capacità di giudizio e quella di adattarti alle diverse situazioni che ti puoi ritrovare ad affrontare. Anche dal punto di vista sociale ho un punto di vista positivo in quanto ti permette di conoscere altre persone appassionate al gioco tanto quanto te con cui instaurare rapporti che poi possono anche deviare dal gioco competitivo.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi del suo aspetto commerciale tra singoli?**

*Risposta 3: Dà la possibilità alle persone di sfruttare e coltivare il proprio senso degli affari e possibilmente di arricchirsi se sfruttato nel modo giusto. Se non fatto in modo esagerato è un ottimo modo per coltivare le proprie capacità sociali e per crearsi esperienza nel mondo della compravendita.*

**Domanda 4: Pensi che la speculazione nel mercato secondario sia un fattore negativo per il gioco?**

*Risposta 4: La speculazione sì, perché porta il mercato in dei punti irraggiungibili per persone che magari vogliono giocare ma non possono permettersi di costruire mazzi competitivi per mancanza di fondi. Un esempio pratica può essere quello di Liliana del Velo<sup>229</sup>, che a distanza di anni dalla sua uscita si era sempre mantenuta sui €30-€40. A gennaio 2015, a seguito di un torneo dominato da mazzi che contenevano la suddetta carta, il suo prezzo è salito di punto in bianco da €60 a quasi €100 in una sola notte. Il prezzo della carta era già alto ma era*

---

<sup>229</sup> Magiccards.info, “Liliana of the Veil – Innistrad (Mythic Rare)” <https://magiccards.info/isd/en/105.html>, visualizzato il 5 Marzo 2018

*gradualmente arrivato a quel valore in circa quattro anni ed in una notte è balzato ad un valore proibitivo per molte persone.*

**Domanda 5: Cosa ne pensi dell'aspetto sociale?**

*Risposta 5: Magic è per natura sua un gioco sociale, le meccaniche del gioco ti portano spesso ad interagire con gli altri giocatori e a discutere con essi di vari argomenti come prezzi delle carte, tipi di mazzi da costruire o anche le carte migliori per costruire i suddetti. Inoltre le carte del gioco sono divise in "colori" che a loro volta possiedono caratteri e strategie di gioco differenti, che possono avvicinare ulteriormente due o più giocatori che si rispecchiano nello stile di gioco e la "filosofia" del colore in questione, portando anche a creare nuove amicizie o rivalità.*

*Riguardo a Magic Online il discorso è molto diverso perché non avendo le persone con cui si interagisce e difficilmente, avendo a che fare con più di una persona alla volta, si riesce a comunicare e creare un legame almeno che uno di due giocatori non sia particolarmente socievole e decida di interagire con l'altro al di fuori del campo di gioco.*

**Sezione 3: Trading Card Game Online**

**Domanda 1: Senza entrare nello specifico di ogni singolo Trading Card Game Online, che cosa ne pensi così in generale?**

*Risposta 1: Sono giochi divertenti, averli a portata di mano anche senza recarsi in luoghi specifici li rende particolarmente accessibili e ottimi per passare il tempo mentre ci si annoia e non si ha tempo per spostarsi o si viaggia sui mezzi pubblici.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del loro aspetto competitivo?**

*Risposta 2: Non mi sono mai trovato coinvolto in tornei nei TCGO, al massimo ho giocato in partite classificate per scalare le classifiche, ma in ogni caso anche giocando in partite classificate l'unica differenza che si nota è la determinazione con cui si vuole vincere. In una partita non competitiva è molto più facile trovarsi in una situazione dalla quale è più difficile vincere e semplicemente arrendersi, mentre in una classificata è più facile ritrovarsi determinati e provare ogni scappatoia per vincere.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi della mancanza dell'aspetto commerciale tra singoli e della sua sostituzione con il sistema di creazione carte?**

*Risposta 3: Lo trovo positivo perché impedisce la speculazione esagerata che un singolo può esercitare sul valore delle carte. In più la possibilità di crearsele porta i giocatori a giocare di più per cercare di guadagnarsele e da un'alternativa al comprare i pacchetti in gioco con soldi reali.*

**Domanda 4: Cosa pensi del fatto che sia impossibile speculare in questo sistema?**

*Risposta 4: Penso sia un'ottima cosa perché permette ai giocatori di utilizzare qualsiasi mazzo gli piaccia senza la paura di spese esagerate o di non poterselo permettere.*

**Domanda 5: Cosa ne pensi del loro aspetto sociale (da social network)?**

*Risposta 5: L'aspetto sociale non è molto sviluppato nei TCGO, nella maggior parte di essi non puoi scrivere messaggi con l'avversario. In alcuni casi è positivo perché impedisce alle personalità tossiche di rovinare l'esperienza di gioco agli altri. È invece interessante come al di fuori del gioco si creino comunità di giocatori in modo che essi possano condividere la loro passione con altri, come per esempio gli specifici Subreddit<sup>230</sup>, Forum e siti dedicati ai diversi giochi di cui sono appassionati.*

#### **Sezione 4: Magic: the Gathering Arena**

**Domanda 1: Come è la tua esperienza in Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 1: Non delle più positive, devo dire. Escludendo tutti i vari affiliati della Wizards sono stato tra i primi ad avere la chiave d'accesso per la Closed Beta e devo dire che il gioco era ben fatto e di facile gradimento. Il sistema di costruzione dei mazzi non era dei più simpatici ma in una Closed Beta non è un problema, per avere le carte bisognava spendere circa 1000 monete per ogni singola busta di 8 carte e per arrivare a questa somma si dovevano contare 150 monete della prima vittoria giornaliera, tra le 200 e le 300 del compimento della missione giornaliera e altre 50 monete da ognuna delle due partite vinte successive alla prima, quindi in due o al massimo tre giorni si riusciva ad acquistare un pacchetto di carte.*

---

<sup>230</sup> Si riferisce ad una delle suddivisioni del sito Reddit (<https://www.reddit.com/>), piattaforma in cui gli utenti possono condividere contenuti sotto forma di testi o di collegamenti ipertestuali.

*Notando la lentezza di questo sistema la Wizards ha successivamente cominciato ogni tot giorno a regalare un paio di pacchetti ai giocatori per permetter loro di trovare nuove carte più velocemente e costruire mazzi migliori per divertirsi di più e avere più voglia di giocare. Fin qui tutto bene, il problema è sorto con l'aggiornamento per l'uscita della nuova espansione di carte<sup>231</sup>, cioè circa tre mesi dopo l'inizio della Beta. Con questo aggiornamento hanno cancellato tutti i progressi e tutte le carte dei giocatori che avevano avuto l'accesso prima dell'aggiornamento e questo ha portato sì ad un equilibrio con i nuovi giocatori, ma ha anche portato i giocatori di "vecchia data" a vedere sgretolarsi di fronte ai loro occhi tutte le ore passate a giocare per arrivare ad avere i propri mazzi preferiti e tutti i loro progressi.*

*Personalmente in seguito all'aggiornamento ho perso la voglia di giocare ad MTG Arena, perché nei tre mesi precedenti ero riuscito ad avere quasi tutte le carte dell'espansione e mi sono ritrovato senza più nessuna di esse e nemmeno ricevendo qualcosa in cambio.*

## **Domanda 2: Come vedi i possibili sviluppi di Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 2: MTG Arena è un gioco ottimo, semplice e divertente, ha delle ottime grafiche e visivamente è di gran lunga superiore a Magic Online. Ma considerando quello che è stato dichiarato dalla Wizards, cioè che comprenderà le edizioni uscite dal suo rilascio in poi, e che non c'è la possibilità di vendere/scambiare carte tra giocatori difficilmente il posto del suo ben più vecchio fratello maggiore Magic Online.*

## **Domanda 3: Rispondi alla seguenti affermazioni con "D'accordo", "In disaccordo" oppure "Né d'accordo né in disaccordo, argomentando. Basati solo sulla tua esperienza personale.**

**Affermazione 3a: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di diventare leader nel settore dei Trading Card Game Online.**

*Risposta 3a: In disaccordo.*

*MTG Arena è un ottimo gioco ma manca della componente economica e di letteralmente valanghe di carte per superare Magic Online (che se venisse aggiornato graficamente sarebbe insuperabile) e della semplicità nelle regole di giochi come Hearthstone o Shadowverse. Sarà sicuramente un gioco gettonato, ma molto probabilmente sarà di seconda classe.*

---

<sup>231</sup> Si riferisce al Set "Rivali di Ixalan", rilasciato il 19 Gennaio 2018 ed inserito su MTG Arena qualche giorno più tardi.

**Affermazione 3b: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di poter fare seriamente concorrenza ad Hearthstone anche qualora non diventasse leader nel settore.**

*Risposta 3b: In disaccordo.*

*MTG Arena è un bel gioco ma non è per tutti, esattamente come la sua controparte cartacea. È un gioco pieno di regole complicate e molto restrittive che necessita di parecchio tempo per essere compreso e padroneggiato. Hearthstone, invece, è un gioco con delle regole molto più semplici e intuitive e quindi più accessibile sia per persone più giovani di quelle che possono approcciarsi a Magic, sia per persone dalla comprensione più lenta o con deficit particolari.*

**Affermazione 3c: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Hearthstone.**

*Risposta 3c: In disaccordo.*

*Per quanto MTG Arena potrà essere bello al termine della Beta, e lo sarà, non ha nessuno speranza di raggiungere i numeri di giocatori di Hearthstone. Questo perché da un lato è un prodotto della Blizzards, che è conosciuta per avere creato giochi a cui milioni di persone giocano da decine di anni, e che quindi già dal suo canto porta molto giocatori al suo mulino. Da un altro lato la semplicità e la intuitività di Hearthstone porterà la maggior parte dei nuovi giocatori a scegliere quest'ultimo piuttosto che un gioco complicato e macchinoso come MTG Arena.*

**Affermazione 3d: Magic: the Gathering e Magic: the Gathering Arena si rivolgono a due fasce di clientela diversa.**

*Risposta 3d: D'accordo.*

*Vedo MTG Arena come un mezzo tramite il quale la Wizards vuole avvicinare giocatori di TCGO al Magic cartaceo senza costringerli a spendere soldi per giocare a Magic Online e per dare una possibilità di giocare a Magic anche a quelle persone che già giocano al Magic cartaceo e vorrebbero giocarci anche da casa ma non possono permettersi di spendere anche per Magic Online.*

**Affermazione 3e: Chiunque giochi a Magic: the Gathering non giocherà mai ad Magic: the Gathering Arena e viceversa.**

*Risposta 3e: In disaccordo.*

*Come ho detto non è da escludere la possibilità che un giocatore di Magic cartaceo si metta a giocare ad MTG Arena per avere la possibilità di giocare anche da casa propria.*

**Affermazione 3f: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di essere competitivo e di avere un proprio circuito professionistico dedicato (a differenza di come è accaduto a Magic: the Gathering Online.)**

*Risposta 3f: D'accordo.*

*Il procedimento di creazione delle carte simile a quello di giochi come Hearthstone rende Magic Arena molto più accessibile dal punto di vista del deckbuilding e potrebbe effettivamente portare alla creazione di circuiti di tornei senza che i giocatori debbano acquistare le carte due volte o in ogni caso essere costretti a spendere soldi.*

**Affermazione 3g: I giocatori di Magic: the Gathering potrebbero abbandonarlo a favore di Magic: the Gathering Arena a causa delle aspettative di costi molto più bassi.**

*Risposta 3g: In disaccordo.*

*Magic cartaceo è molto più dispendioso in termini di denaro di Magic Online che esiste ormai da molti anni, ma non è mai stato superato in numero di giocatori nonostante le grandi differenze di prezzo. Di conseguenza anche se MTG Arena sarà quasi totalmente gratuito non credo supererà il gruppo cartaceo perché molti di quelli che lo giocano lo fanno per avere anche un'effettiva interazione con le persone e divertirsi in gruppo.*

**Affermazione 3h: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering Online.**

*Risposta 3h: In disaccordo.*

*Magic Online ha a disposizione molte più carte di MTG Arena e al momento ciò che è stato detto è che non verranno aggiunte le carte delle espansioni più vecchie, di conseguenza i giocatori appassionati di Legacy, Vintage e quelli che hanno speso grosse cifre su Magic Online difficilmente effettueranno il passaggio a Magic Arena.*

**Affermazione 3i: La Wizards of the Coast dice che Magic: the Gathering Online continuerà a rimanere aperto, nonostante Magic: the Gathering Arena, solo per prendere tempo e vedere lo sviluppo di Magic: the Gathering Arena e non per intenzione di mantenere due servizi online aperti nello stesso momento.**

*Risposta 3i: D'accordo.*

*Sarebbe stato impulsivo chiudere improvvisamente Magic Online per favorire l'affluenza su MTG Arena perché sicuramente molti giocatori sarebbero stati amareggiati e avrebbero probabilmente smesso o giocato meno. Detto questo, in ogni caso non credo che MTG Arena farà numeri sufficienti per far chiudere i server di MTG Online.*

**Affermazione 3j: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering**

*Risposta 3j: In disaccordo.*

*Se MTG Arena non avrà componenti competitive rilevanti l'affluenza sarà presente ma limitata e quindi non potrà assolutamente andare a sostituire Magic cartaceo.*

**Affermazione 3k: La speculazione del mercato secondario subirà una flessione negativa causata dall'avvento di Magic: the Gathering Arena.**

*Risposta 3k: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Avendo poca esperienza come compratore e soprattutto come venditore non ho alcuna certezza sul futuro aspetto economico del gioco dopo l'uscita ufficiale di MTG Arena.*

**Domanda 4: Come vedi un futuro equilibrio tra Magic: the Gathering, Magic: the Gathering Online e Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 4: Mi aspetto che buona parte dei giocatori di Magic cartaceo che non hanno mai giocato a Magic Online inizino a giocare anche a MTG Arena in quanto gratuito e che una parte di questi poi passi a giocare a Magic Online al posto di MTG Arena.*

### **3.2.6 Intervistato n.5 – Nicolò Prandelli**

**Data 28 Febbraio 2018**

#### **Sezione 1: Informazioni generali**

**Domanda 1: Quanti anni hai?**

*Risposta 1: 25*

**Domanda 2: Che lavoro fai?**

*Risposta 2: Studente*

**Domanda 3: Quanto hai dichiarato di reddito lordo all'ultima dichiarazione IRPEF? Basta un numero di massima.**

*Risposta 3: Non produco reddito.*

**Domanda 4: Quanti anni di esperienza hai con Magic: the Gathering?**

*Risposta 4: Circa 7 anni.*

**Domanda 5: Hai mai giocato a Magic: the Gathering Online? Se sì, quanti sono i tuoi anni di esperienza?**

*Risposta 5: No, mai.*

**Domanda 6: Quali sono i tuoi formati preferiti in Magic: the Gathering?**

*Risposta 6: Commander in ogni sua forma, Modern, Limited.*

**Domanda 7: A quali Trading Card Game Online giochi (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 7: Hearthstone*

**Domanda 8: Quanti anni di esperienza hai nei Trading Card Game Online (Magic: the Gathering Arena escluso)?**

*Risposta 8: 3 anni circa, se non erro quando uscì Goblin vs Gnomi<sup>232</sup>.*

---

<sup>232</sup> Si riferisce al Set di *Hearthstone* "Goblin vs Gnomi", rilasciato l'8 Dicembre 2014

## **Sezione 2: Magic: the Gathering**

**Domanda 1: Cosa ne pensi di Magic: the Gathering, così in generale?**

*Risposta 1: Ottimo gioco: unisce regole consistente, storie dietro le carte eccellenti, artwork spettacoli, gran varietà di formati. Gioco di carte a tutto tondo, infatti è vecchio come me è ancora in buona forma.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del suo aspetto competitivo?**

*Risposta 2: Che è una parte necessaria del gioco, come in ogni gioco del resto. Mi piace il fatto che non tagli fuori una quantità troppo grande di carta grazie ai tanti formati di gioco.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi del suo aspetto commerciale tra singoli?**

*Risposta 3: Il mercato secondario credo che sia il motivo del prezzo esagerato di alcune carte. Ma ovviamente non si può aspettare di trovare tutto nelle bustine.*

**Domanda 4: Pensi che la speculazione nel mercato secondario sia un fattore negativo per il gioco?**

*Risposta 4: Sì, abbastanza, per il prezzo proibitivo a cui arrivano certe carte. Ma d'altronde funziona così.*

**Domanda 5: Cosa ne pensi dell'aspetto sociale?**

*Risposta 5: Quasi sempre molto positivo, non è difficile trovare gente con cui scambiare opinioni. Ovviamente capita anche di trovare persone fastidiose.*

## **Sezione 3: Trading Card Game Online**

**Domanda 1: Senza entrare nello specifico di ogni singolo Trading Card Game Online, che cosa ne pensi così in generale?**

*Risposta 1: Pur non avendo l'aspetto sociale di giochi cartacei hanno il vantaggio di poter essere giocati con facilità quando si ha del tempo libero. Alcuni persino da smartphone.*

**Domanda 2: Cosa ne pensi del loro aspetto competitivo?**

*Risposta 2: Qui dipende dal gioco: giochi con RNG<sup>233</sup> molto marcato trovo difficoltà a chiamarli competitivi.*

**Domanda 3: Cosa ne pensi della mancanza dell'aspetto commerciale tra singoli e della sua sostituzione con il sistema di creazione carte?**

*Risposta 3: Mi piace, è molto meno oneroso procurarsi le carte. Addirittura è gratis se si ha pazienza.*

**Domanda 4: Cosa pensi del fatto che sia impossibile speculare in questo sistema?**

*Risposta 4: Beh, da giocatore non può che farmi piacere. Ripeto: molto più facile procurarsi le carte.*

**Domanda 5: Cosa ne pensi del loro aspetto sociale (da social network)?**

*Risposta 5: A volte capito di trovare qualche giocatore con cui parlare civilmente, ma è pieno di gente pronta solo ad insultare quando perde.*

**Sezione 4: Magic: the Gathering Arena**

**Domanda 1: Come è la tua esperienza in Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 1: Gioco da poco, però per ora mi piace. Considerando che è solo la Beta sono molto fiducioso. Sono riusciti a rendere fluido il gioco nonostante le tante interazioni possibili tra le carte e i giocatori.*

**Domanda 2: Come vedi i possibili sviluppi di Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 2: Credo vogliano partire dall'attuale Standard. Poi sicuramente cercheranno di implementare più formati.*

**Domanda 3: Rispondi alla seguenti affermazioni con “D'accordo”, “In disaccordo” oppure “Né d'accordo né in disaccordo, argomentando. Basati solo sulla tua esperienza personale.**

---

<sup>233</sup> Sigla per *Random Number Generator*, in questo caso si riferisce agli effetti delle carte che implicano la casualità. “Giochi con RNG molto marcato” indica quindi TCGO che utilizzano molto questo tipo di effetti

**Affermazione 3a: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di diventare leader nel settore dei Trading Card Game Online.**

*Risposta 3a: D'accordo.*

*Si basa su un gioco solido che, come ho detto, dura da 25 anni, con un'ampia fanbase. Sicuramente però attirerà meno giocatori "casual" rispetto ad altri giocatori.*

**Affermazione 3b: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di poter fare seriamente concorrenza ad Hearthstone anche qualora non diventasse leader nel settore.**

*Risposta 3b: D'accordo.*

*Il gioco è più profondo e richiede molta abilità, attirando quel genere di giocatori. Ci sarà sicuramente gente come me che giocherà ad entrambi. D'altro canto i giocatori "casual" preferiranno sempre Hearthstone dal mio punto di vista.*

*MTG Arena ha più profondità di gioco, Hearthstone più attenzione all'interfaccia di gioco. Sono diversi fra loro, ma secondo me i migliori per motivi diversi.*

**Affermazione 3c: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Hearthstone.**

*Risposta 3c: In disaccordo.*

*Come già detto sono entrambi bei giochi per motivi diversi.*

**Affermazione 3d: Magic: the Gathering e Magic: the Gathering Arena si rivolgono a due fasce di clientela diversa.**

*Risposta 3d: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Non saprei come rispondere a questa domanda.*

**Affermazione 3e: Chiunque giochi a Magic: the Gathering non giocherà mai ad Magic: the Gathering Arena e viceversa.**

*Risposta 3e: In disaccordo.*

*Dipende da persona a persona. Comunque più difficile che chi gioca ad MTG Arena inizia anche a giocare alla versione cartacea.*

**Affermazione 3f: Magic: the Gathering Arena ha il potenziale di essere competitivo e di avere un proprio circuito professionistico dedicato (a differenza di come è accaduto a Magic: the Gathering Online.)**

*Risposta 3f: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Troppo presto per dirlo.*

**Affermazione 3g: I giocatori di Magic: the Gathering potrebbero abbandonarlo a favore di Magic: the Gathering Arena a causa delle aspettative di costi molto più bassi.**

*Risposta 3g: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Potrebbero farlo come anche no, dipende da giocatore a giocatore.*

**Affermazione 3h: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering Online.**

*Risposta 3h: Né d'accordo né in disaccordo.*

*Non conosco così bene Magic Online per esprimermi.*

**Affermazione 3i: La Wizards of the Coast dice che Magic: the Gathering Online continuerà a rimanere aperto, nonostante Magic: the Gathering Arena, solo per prendere tempo e vedere lo sviluppo di Magic: the Gathering Arena e non per intenzione di mantenere due servizi online aperti nello stesso momento.**

*Risposta 3i: Né d'accordo né in disaccordo.*

*È probabile.*

**Affermazione 3j: Magic: the Gathering Arena segnerà la fine di Magic: the Gathering**

*Risposta 3j: In disaccordo.*

*Il cartaceo ha il vantaggio dell'aspetto sociale "faccia a faccia" e del collezionismo.*

**Affermazione 3k: La speculazione del mercato secondario subirà una flessione negativa causata dall'avvento di Magic: the Gathering Arena.**

*Risposta 3k: Né in accordo né in disaccordo.*

*Può essere ma non mi intendo troppo di economia.*

**Domanda 4: Come vedi un futuro equilibrio tra Magic: the Gathering, Magic: the Gathering Online e Magic: the Gathering Arena?**

*Risposta 4: Vedo molto probabilmente un equilibrio tra cartaceo e online, ma probabilmente solo uno dei due online resterà. Stiamo a vedere MTG Arena, siamo solo alla Beta.*