

PlayStation

TRADE NEWSLETTER

Periodico trimestrale - Anno III - N.4 - Dicembre 2000 - L. 1.000 - Spedizione in A.P. - 45% - art. 2 Comma 20/B - Legge 662/96 - FL. Milano - In caso di mancata consegna restituire al mittente che si impegna a pagare la relativa tassa

**THE THIRD PLACE:
UNA CAMPAGNA SURREALE**

PS2
**TUTTI I SEGRETI
DI UNA CONSOLE
RIVOLUZIONARIA**
SOFTWARE
**IN PISTA CON
FORMULA 1 2000**



Le foto dell'allestimento più bello verranno pubblicate sul prossimo numero di PlayStation Trade Newsletter.



Avete allestito una vetrina o uno spazio dedicato al mondo PlayStation vivace e colorato? Il punto vendita che realizzerà l'allestimento più bello beneficerà della nostra consulenza gratuita per il suo rinnovo, interamente realizzato con articoli POS del catalogo PlayStation.

IL MIGLIOR ALLESTIMENTO DI QUESTO MESE È DI

**CAMONICO
QUARTIERE FIRENZE, 10
BASSANO DEL GRAPPA (VI)**

**RINGRAZIAMO
IL TITOLARE,
SIG. CARLO CAMONICO**

INVIATE LE FOTO DEL VOSTRO ALLESTIMENTO ENTRO IL 30 GENNAIO 2001 A:

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT ITALIA SPA

"IL MIGLIOR ALLESTIMENTO D'ITALIA"

VIA CANTALUPO IN SABINA, 29
00191 ROMA



FINALMENTE è tra noi

Mi riferisco naturalmente a PlayStation 2, che è stata da più di un anno non solo l'oggetto del desiderio di tutti i fans che l'aspettavano, ma anche, naturalmente, di tutti voi che dovrete venderla.

Purtroppo ne abbiamo avute poche rispetto alla richiesta, è vero. Ma abbiamo anche scelto strategie commerciali in grado di accontentare tutti, come potete leggere nell'articolo di Marco Micallef a pagina 12. Tranne questo piccolo inconveniente (che nei prossimi mesi si risolverà, statene certi), il lancio di PlayStation 2 è stato uno dei più grandi successi della storia dell'home entertainment. Non solo in termini di vendite, ma anche per l'evento che si è creato attorno al prodotto: ne hanno parlato tutti i media, riservando un'attenzione ai videogiochi che mai prima d'ora si era verificata. E questo è solo l'inizio. Potete star certi che PlayStation 2 continuerà a far parlare di sé per molto tempo ancora riservandoci gradite sorprese.

Buone vendite di Natale a tutti.

Corrado Buonanno
Presidente

S O M M A R I O

4 WEB

Siete pronti per entrare nel Terzo Luogo?



5 VETRINA

In pista con Formula 1 2000

6 PRODOTTI

Che la rivoluzione abbia inizio!



10 PUBBLICITA'

Una campagna surreale

12 DAI NOSTRI UFFICI

Un successo per tutti



13 DAI NOSTRI UFFICI

Quelle che il credito...

14 FOCUS TRADE

In discoteca con PS2



15 FOCUS GD

Specializzarsi sulle grandi superfici

PlayStation

NEWSLETTER

Anno 3 • n.4
Dicembre 2000

Progetto editoriale:

Editoriale Duesse S.p.A -
Via Donatello, 5/B - Milano

Direttore responsabile:

Vito Sinopoli

Coordinamento editoriale:

Rita Giussani - Luca Maragno

Progetto

e Realizzazione grafica:

Roberta Grugnale

Hanno collaborato:

Letizia Biffoli - Andrea Cuneo
Samanta Faggioli - Alessandro
Maranghi - Marco Micallef -
Simone Serafini

Stampa:

Quadrifoglio - Azzano S. Paolo (Bg)
Reg. Trib. Milano n. 716 del
19/10/98

GARANZIA DI RISERVATEZZA

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso, che saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti, l'eventuale partecipazione a concorsi e per inviare informazioni commerciali per conto suo o di altre imprese. In base all'art. 13 della legge n. 675/96, i dati possono essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento, scrivendo a: EDITORIALE DUESSE S.p.A - Responsabile dati - Via Donatello 5/B - 20131 Milano

Siete pronti per entrare NEL TERZO LUOGO?

Noi di Internet si: infatti, in occasione del lancio di PlayStation 2 in Italia, è stata realizzata una nuova area all'interno del sito "www.playstation.it" con il nome di THIRD PLACE, un luogo fantastico interamente dedicato al mondo PlayStation 2, dove tutti gli ammiratori della nuova console potranno così trovare con facilità le informazioni sui nuovi giochi in uscita, sulle nuove periferiche e tutte le specifiche tecniche della console più attesa e amata del momento.



di Alessandro Maranghi
Internet Site Consultant

Il 13 novembre è iniziata la campagna pubblicitaria dedicata al lancio di PlayStation 2. Fra i numerosi media coinvolti non poteva mancare Internet: infatti su alcuni dei siti più importanti del cyberspazio come **Lycos, Msn, Ciaoweb, Mondadori, Xoom e Tripod**, si possono trovare dei banner pubblicitari recanti la scritta "ARE YOU READY FOR THE THIRD PLACE?" (il banner è un elemento grafico di forma rettangolare che può contenere immagini, animazioni o semplice testo ed è una delle forme più comuni di pubblicità su Internet).

Con un semplice click del mouse sulla scritta del banner il navigatore virtuale viene immediatamente trasportato all'interno del sito "www.playstation.it" nell'area Third Place. Ma le novità non finiscono qui. Anche la News Letter digitale "www.PlaystationPlanet.it" cambia look in tono con lo stile avveniristico della nuova console di casa Sony. Nel nuovo numero i fan di PlayStation potranno trovare, un ricco bagaglio di informazioni, iniziative ed eventi che PlayStation costantemente offre a tutti i suoi ammiratori. L'ultima parola va data alle statistiche d'accesso: l'affluenza del pub-



Posta

Questo spazio sarà dedicato a Voi. Scrivete le vostre idee, suggerimenti, critiche e curiosità a:

UFFICIO TRADE MARKETING
RUBRICA LA POSTA
SONY COMPUTER ENTERTAINMENT ITALIA
VIA CANTALUPO IN SABINA, 29
00191 ROMA

blico di Internet verso i nostri siti è in costante crescita (7.200 accessi giornalieri nel mese di novembre rispetto ai 1.600 di settembre), e questo non può far altro che spingerci ad un impegno sempre maggiore per poter soddisfare in maniera sempre più coinvolgente le Vostre esigenze. Non mi resta che salutarvi e darvi appuntamento al prossimo numero invitandovi a scoprire le novità che vi aspettano sui nostri siti. Non vi resta che cliccare....

IN PISTA

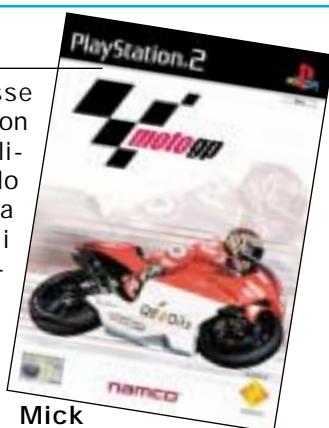
con Formula1 2001

Titoli per PS one e titoli per PlayStation 2: i nuovi videogiochi proposti da Sony Computer Entertainment Italia abbracciano tutte le fasce di età e ogni genere di passione, dallo sport all'avventura. Vediamo quali sono i titoli più forti previsti in uscita in questi giorni.

PS2

MOTO GP

Il motomondiale classe 500 sbarca su PlayStation 2 grazie all'esclusiva licenza della **Dorna**. Nello splendore della nuova grafica tridimensionale i giocatori possono affrontare i circuiti più difficili sfidando campioni del calibro di **Max Biaggi, Alex Creville, Kenny Roberts o Mick Doohan**. Cinque modalità di gioco e 32 autentiche moto per il massimo delle emozioni.
Genere: Corse - Motociclismo



SKY ODYSSEY

Anche il genere delle simulazioni di volo arriva su PlayStation 2: non si tratta, però, di un gioco di combattimenti, ma piuttosto di volo acrobatico. Scelto l'aereo, si deve riuscire a seguire il maestro nelle situazioni più pericolose e imparare da lui a manovrare il velivolo in ogni situazione per realizzare le più difficili forme acrobatiche.
Genere: Arcade - Simulazione di Volo

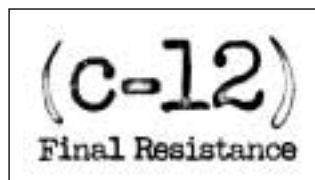


PS one

C-12 FINAL RESISTANCE

Dai creatori di **Medievil 1 e 2** arriva un nuovo gioco di azione avventura in terza persona. Il protagonista è **Vaughan**, il leader della resistenza contro gli alieni che hanno invaso la terra per saccheggiarla da tutte le sue risorse di carbone. Un titolo per PS one in grado di sfruttare un'ambientazione cyberpunk e un motore grafico che gestisce una grafica pulita e fluida.

Genere: Azione Avventura 3° Persona



TIME CRISIS PROJECT TITAN

La pistola **G-Con 45** della **Namco** è uno degli accessori più famosi del mondo PlayStation e sicuramente deve il suo successo anche grazie al primo episodio di **Time Crisis**. Adesso Namco propone il seguito **Time Crisis Project Titan** consentendo, quindi, a tutti i possessori della periferica di godere di nuove ore di azione con la pistola in mano. Sguardo vigile e grilletto pronto... questa volta non si scherza.

Genere: Sparatutto - Pistola



PS one/PS2

FORMULA ONE 2001

Formula One è la prima serie di giochi di Formula uno uscita su PlayStation e che ha fortemente contribuito al successo della nostra console preferita. Adesso il circo dell'automobilismo si sdoppia, infatti dalla versione 2001 avremo un prodotto su PS one ed uno sviluppato appositamente per PlayStation 2. Anche la Formula Uno entra nella nuova generazione.

Genere: Corse - Formula Uno



Che la rivoluzione ABBIA INIZIO!

Di Andrea Cuneo
Software Manager

PlayStation 2, la macchina dei sogni è finalmente diventata realtà anche in Italia. Costata 5 anni di sviluppo ad un team di 500 persone, PlayStation 2 ha distrutto tutti i record di vendita del mercato dell'entertainment e dell'elettronica di consumo.

Al suo lancio in Giappone, il 3 marzo del 2000, sono state vendute un milione di console in due giorni ed oggi il parco macchine installato nella sola isola nipponica è di tre milioni e mezzo di pezzi; negli Stati Uniti sono state comprate cinquecentomila macchine in un solo giorno e si prevede di vendere altre centomila unità entro Natale.

Sony Computer Entertainment Italia ha consegnato le prime macchine nei negozi il 24 novembre, ad un prezzo consigliato di 899.000 lire (Iva inclusa), insieme ai primi giochi appositamente sviluppati: **Ridge Racer V**, **Tekken Tag Tournament** e **Fantavision**.

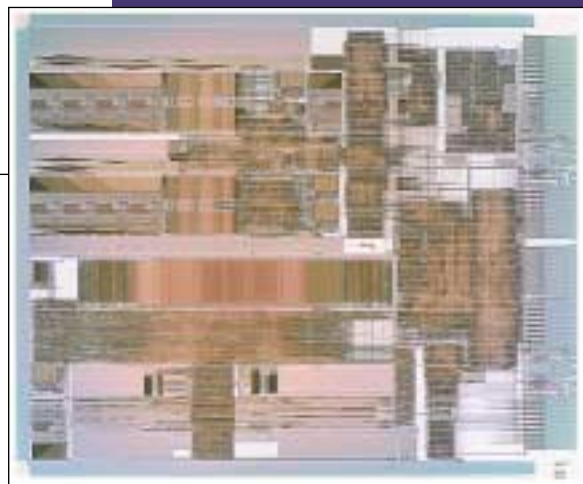
Nella confezione di PlayStation 2 trovano posto il nuovo controller Dual Shock 2 e un demo disc, contenente 4 demo giocabili, 3 video di giochi di prossima uscita, un video che dimostra le potenzialità della console e un software per la compilazione di programmi in basic.

PlayStation 2 non è solo una "semplice console" per i videogiochi. E' un vero e proprio "sistema di intrattenimento digitale" in grado di focalizzare in un unico apparecchio tutto ciò che è considerato divertimento casalingo, ovvero musica, film e videogiochi.

Questo cambio di filosofia, che andrà a modificare il comune concetto di entertainment, è reso possibile dalle rivoluzionarie caratteristiche di PlayStation 2.

VIDEOGIOCHI SEMPRE PIÙ REALISTICI

Tecnicamente la PlayStation 2 è un concentrato di nuova tecnologia: innanzitutto il cuore che pulsa dentro lo splendido chassis nero è un processore appositamente sviluppato da Sony chiamato **Emotion Engine**, dotato di una capacità di elaborare dati a 128 bit con una frequenza di calcolo di 300 Mhz. Questo chip è costruito con una architettura Risc (Reduced Instruction Set Chip) che eccelle nelle operazioni in virgola mobile ed è quindi particolarmente adatto e veloce nei calcoli molto complicati. Dato che la prima PlayStation era un sistema a 32 bit, possiamo dire, quindi, che PlayStation 2 è almeno 4 volte superiore alla vecchia console. Questa maggiore potenza permette di gestire un enorme flusso di dati in tempi infinitesimali; l'intenzione è di sfruttare le immense possibi-



lità offerte da questa tecnologia per implementare nei videogiochi effetti di enorme complessità come la forza di gravità, le condizioni meteorologiche o, addirittura, comportamenti umani. Questo processore è dotato di 32 MegaByte di direct RDRam dove far stazionare dati da elaborare o già elaborati; la direct RDRam è una delle più veloci memorie attualmente in commercio ed è capace di sostenere un flusso di dati di 600 MegaByte al secondo, lavorando ad una frequenza di 300 Mhz, ossia perfettamente in linea con quella del processore a cui è collegata.

L'**Emotion Engine** è il centro dell'architettura multiprocessore di PlayStation 2, dove per architettura multiprocessore si intende un sistema nel quale esistono molteplici unità di elaborazione, ognuna adibita esclusivamente ad un compito particolare, con tutti i lavori coordinati da un processore centrale.

Uno di questi "coprocessori", chiamato **Graphics Synthesizer**, è dedicato alla elaborazione della grafica e delle animazioni. Questo processore, dotato di una architettura a 256 bit con una frequenza di calcolo di 150 Mhz, è in grado di creare, gestire e far muovere fino a 75 milioni di poligoni al secondo. Al processore grafico è dedicata una memoria di 4 MegaByte di VRam (Video Ram, una memoria molto veloce, sviluppata apposta per immagazzinare dati relativi alla grafica) attraverso un collegamento in grado di far passare un flusso di dati di circa 48 Gigabyte al secondo. Questo processore è adibito anche alla gestione degli effetti speciali 3D, ossia tutte quelle soluzioni grafiche che riescono a riprodurre effetti fisici come, ad esempio, la trasparenza dei vetri, i riflessi di luce o i sistemi di ombre.

E' proprio grazie alla cooperazione di questi due processori

che i giochi PlayStation 2 sono dotati di una incredibile grafica e fluidità; e offrono, ad esempio, riflessi di luce sui parabrezza delle automobili, i muscoli di un pugile che si gonfiano prima di tirare un colpo o altre raffinatezze che rendono i nuovi videogiochi una rappresentazione impressionantemente veritiera della realtà.

LA RETROCOMPATIBILITÀ

PlayStation 2 è una macchina che guarda al futuro ma senza dimenticare il passato: infatti, al suo interno, accanto a tutte le nuove tecnologie è stata implementata la circuiteria completa della prima PlayStation. Troveremo quindi integra-



to il mitico processore PlayStation a 32 bit con frequenza di 33.86 MHz e altri 2 MegaByte di memoria dedicata che consentono di continuare a giocare con tutti i giochi già sviluppati ed attualmente in sviluppo per la prima console della Sony: ecco, quindi, che la nostra collezione di software ed i nostri accessori non diverranno obsoleti ma, anzi, potranno godere di una nuova giovinezza. Questa nuova giovinezza non si limita solamente alla possibilità di giocare i vecchi giochi sulla nuova macchina, ma anche alla possibilità di sfruttare alcune nuove tecnologie di PlayStation 2, come ad esempio i tempi di caricamento molto più rapidi, la possibilità di rendere la grafica più gradevole e soprattutto di utilizzare le nuove tecnologie audio.

La possibilità di operare queste modifiche è situata in un

menù del sistema operativo della macchina, raggiungibile durante l'accensione: le modifiche della "versione" dei "driver PlayStation" devono essere effettuate ogni volta che la macchina viene spenta e riaccesa; questo tipo di miglioramenti non funzionano con tutti i software PlayStation.

Anche i vecchi accessori possono essere collegati a PlayStation 2 ed essere utilizzati, ma solo quando si gioca con software sviluppati per PlayStation. Anzi, alcuni di essi sono fondamentali per sfruttare la retrocompatibilità: per i salvataggi di giochi Ps One, ad esempio, si devono utilizzare necessariamente le vecchie memory card a 64 Kbyte.

La soluzione ideale per evitare di avere problemi con la compatibilità degli accessori è quella di usare quelli PlayStation quando si gioca con prodotti PlayStation e quelli nuovi quando si usano software sviluppati appositamente per PlayStation 2.

E' la prima volta nel mondo dei videogiochi che una console è compatibile con il suo predecessore ed è anche la prima volta che una nuova macchina arriva sul mercato con un archivio software disponibile composto da più di 800 titoli.

Con PlayStation 2 per la prima volta il mondo dei videogiochi strizza l'occhio all'alta fedeltà!

L'utilizzo di tutta questa nuova tecnologia, sia audio sia video, fa fare ai videogiochi un profondo salto di qualità, ma richiede anche un aumento della quantità di dati da elaborare che rende necessari supporti più capienti e velocità di trasferimento superiori; per soddisfare queste esigenze PlayStation 2 monta un nuovo lettore capace di leggere i Cd Rom con una velocità di trasferimento dati di 3,6 MegaByte al secondo (il cosiddetto lettore 24X), e i Dvd Rom, supporti in grado di contenere fino a 4,7 GigaByte di dati, cioè 7 volte la quantità di un Cd-Rom, alla velocità di 600 KiloByte al secondo (cioè 4X).



I VIDEOGIOCHI E L'Hi-Fi SI INCONTRANO

Il sonoro è gestito da un altro apposito processore, l'SPU2 (Sound Processing Unit) dotato di 2 MegaByte di memoria Dram (Direct Ram), capace di riprodurre una frequenza sonora di 44 KHz a 16 bit su 48 canali, ossia la cosiddetta "qualità CD". Il processore sonoro è capace di arrivare fino a 48 kHz grazie al sistema di decodifica Dolby Digital 5.1 (detto anche AC-3) e DTS (Digital Theatre System). Queste tecnologie potranno essere sfruttate solo collegando l'apposito cavo alla porta digitale ottica (Optical Digital Out), posizionata nel retro



di PlayStation 2, con un amplificatore adatto alla loro riproduzione. Questi due sistemi rappresentano attualmente lo standard per quello che riguarda la riproduzione sonora cosiddetta "Home Theatre", ossia la possibilità di ricreare ambienti in cui il sonoro sia avvolgente e dia una sensazione di profondità.

Laddove ci troveremo in presenza di prodotti che supportano queste specifiche potremo sentire il suono della nostra PlayStation 2 da 5 casse, ognuna dedicata ad un canale diverso, più 1 subwoofer dedicato alla sola riproduzione delle frequenze più basse; questo è il cosiddetto sistema 5.1.

Immaginiamo, quindi, di utilizzare PlayStation 2 come riproduttore di Compact Disc audio, immaginiamo di collegarla ad un sistema Home Theater e adesso immaginiamoci una nuova giovinezza per la nostra collezione musicale.

UNA NUOVA VITA PER L'HOME VIDEO

Grazie alle potenzialità del nuovo lettore e ad un hardware interno di decodifica Mpeg, PlayStation 2 è in grado di leggere anche i Dvd Video.

Il Dvd (Digital Versatile Disc) Video è il nuovo standard per la riproduzione di film del mercato Home Video, che sta velocemente scalzando il monopolio dell'ormai classico Vhs. Il film in Dvd è registrato in formato digitale (standard Mpeg) e questo garantisce una qualità dell'immagine incredibilmente superiore a qualsiasi sistema analogico e in più permette di sfruttare una serie di aggiunte veramente interessanti, quali, ad esempio, la divisione di un film in capitoli per cui si può scegliere direttamente la scena da cui iniziare a vedere lo spettacolo, l'inserimento dei sottotitoli (fino a 32 lingue differenti), l'audio in diverse lingue (fino ad un massimo di 8) e la visualizzazione di menu e contenuti aggiuntivi (trailer, video-clip, dietro le quinte, interviste al cast, ecc). PlayStation 2 permette di sfruttare tutte queste caratteristiche come se fosse un normale lettore Dvd e garantisce una qualità video e audio degna dei migliori riproduttori da casa. Grazie alle tecnologie audio implementate (Dolby Digital e Dts) avremo poi la possibilità di costruirci in casa un vero e proprio cinema con al centro la nostra PlayStation 2.



UNA MACCHINA APERTA AL MONDO INFORMATICO



Le potenzialità di PlayStation 2 non si esauriscono qui: la macchina è stata progettata per essere assolutamente aperta verso il futuro e per fare ciò è stato compiuto un grosso passo di avvicinamento verso il mondo informatico. Fino ad oggi, quando si è parlato di Hard Disc, porte Usb e connessioni i.Link, si è sempre fatto riferimento al mondo degli esperti di informatica, ma grazie a PlayStation 2 queste parole stanno per entrare nel linguaggio comune.

PlayStation 2 non è una macchina statica, cioè dotata di un hardware immutabile, ma dinamica, ossia con possibilità di espansione verso altre tec-

nologie e questa caratteristica è assicurata dalla presenza di 2 porte Usb, 1 uscita i.Link e una predisposizione per un Disco Rigido (Hard Disc).

La porta Usb (Universal Serial Bus) è la porta standard di comunicazione degli attuali PC (acronimo di Personal Computer) ed è una versione velocizzata delle vecchie porte seriali. La sua capacità di trasferimento è di 12 MegaByte per secondo e permette il collegamento a caldo (ossia a macchina accesa). Per questo tipo di connessione esistono molteplici periferiche che vanno dalle tastiere ai mouse, dagli scanner alle stampanti, dai monitor ai modem. L'incredibile quantità di accessori compatibili Usb rendono PlayStation 2 aperta a tantissimi usi, molti dei quali al momento non sono nemmeno immaginabili.

La connessione IEEE1394 i.Link, detta anche Firewire, è lo standard di comunicazione utilizzato nel settore del video digitale. Tutte le telecamere e videoregistratori di ultima generazione, infatti, ne sono dotati. La sua velocità di trasmissione è di 400 MegaByte per secondo e permette una serie di applicazioni di cui possiamo solo fare delle ipotesi. Ad esempio potremmo fotografare il nostro volto ed inserirlo all'interno di un gioco, così da diventarne i protagonisti virtuali.

Una delle applicazioni che già sono state sperimentate attraverso la porta Firewire è il collegamento in rete di più console per creare una connessione paragonabile ad una Lan aziendale, ossia una rete cosiddetta stand alone, dove poter sfidare altre persone allo stesso gioco. Questa sarebbe la prima vera realizzazione del gioco multiplayer su console.

Sul retro della console, nel posto in cui era posizionata la porta PCMCIA della versione giapponese, è presente il va-

no per inserire il disco rigido, accessorio in arrivo prossimamente dalla Sony Computer Entertainment Inc.

Inserire un disco rigido all'interno di una console elimina uno dei maggiori problemi che hanno sempre afflitto le console, ossia la staticità del software; fino ad oggi, infatti, una volta acquistato un videogioco questo era immutabile, perché non è possibile scrivere sul Cd-Rom che lo contiene. Con l'arrivo di una unità di memoria di massa, invece, questa barriera viene a cadere, aprendo scenari finora inesplorati. Poniamo, ad esempio, di avere un gioco di corse: una volta completate tutte le piste il gioco è da considerarsi finito. In un futuro, invece, potremo scaricare sul nostro disco rigido nuovi tracciati e continuare a giocare all'infinito.

Uno dei nuovi utilizzi che possiamo ipotizzare combinando un Hard Disc con la porta i.Link e quella Usb, è quello di PlayStation 2 come unità per l'elaborazione di immagini: potremo scaricare foto dalla macchina digitale direttamente nella console e da lì, attraverso appositi software, lavorarle e poi portarle su carta attraverso una stampante a colori Usb.

INTERNET

L'unità disco rigido comprende anche una interfaccia per connessione a reti ad alta velocità, la cosiddetta interfaccia Ethernet, ossia l'attuale standard di connessione nelle reti aziendali.

La condizione necessaria affinché si possa utilizzare PlayStation 2 come terminale per la connessione a reti di comunicazione, è che la velocità di trasmissione dati di queste sia a larga banda (o *b a n d w i t h*), cioè che ci sia una capacità di trasmissione dati di almeno 10 MegaBit al secondo (cioè 15 volte superiore ad una linea Adsl e circa 170 volte un normale modem).

La scelta di abbandonare la vecchia linea analogica passante via modem preferendogli la connessione digitale, è dovuto principalmente a due fattori principali: il primo è l'affidabilità della linea e il secondo è la necessità di una grossa potenza della rete che possa rendere "facile" l'accesso e quindi appetibile per tutti.

Quindi, al momento non si può ancora navigare in **Internet** con PlayStation 2, nonostante la macchina sia potenzialmente pronta per questo utilizzo, ma si deve aspettare che sia finalizzata anche in Italia una infrastruttura di comunicazione a larga banda.



UNA CAMPAGNA surreale

24 novembre 2000: PS2 è finalmente una realtà... Dopo una settimana di comunicazione teaser (non avete visto, per caso, uno strano punto interrogativo lampeggiante sul vostro televisore?), il 24 sera in prime time su **Italia 1**, **Canale 5** e **MTV** è stato veicolato il surreale spot da 60" di **David Lynch**.

Ma che strano spot! Nel filmato un uomo dall'aria nervosa attraversa un corridoio in cui è sottoposto ad esperienze bizzarre e viene affiancato da surreali compagni di viaggio che lo accompagnano nel Third Place. Cosa significa?

Nessuno conosce fino in fondo le possibilità e le potenzialità tecnologiche di Ps2, che segna un passaggio tra il vecchio e il nuovo, un cancello verso un mondo inesplorato e indefinito: ecco perché il Third Place.

Il Third Place non può essere precisato, perché non esiste, se non in ognuno di noi. E' uno stato mentale, un luogo spirituale dove vivere liberamente, dove tutto può accadere e dove chiunque può essere realmente se stesso o ciò che preferisce essere. Basta liberare la mente, creare un proprio personaggio ed esplorare l'ignoto, come pionieri di una nuova terra non segnata su alcuna cartina geografica. E' un luogo ancora sconosciuto, ma che può essere scoperto oltrepassando una porta immaginaria, non per scappare dalla realtà, ma per scoprire un nuovo modo di essere. Un luogo che offre esplorazione, scoperte e tanta adrenalina.

E' un luogo emotivo, è sogno e realtà. Né fuori né dentro, né vero né falso, né qui né altrove perché il Third Place è dove e come si vuole che sia. Questa è l'idea base del nuovo film pubblicitario, intitolato "Welcome to the Third Place", che conduce lo spettatore in una dimensione sconosciuta, un lungo corridoio in cui eventi ed emozioni si confondono fino a giungere ad una porta che introduce il "Terzo Luogo".

E poi da fine novembre guardandovi intorno nelle vostre città non avete notato nulla? Un logo conosciuto? Una domanda? Ebbene sì, era la campagna nazionale di affissione di PS2 che ci chiedeva

se eravamo pronti a entrare nel Terzo Luogo. Il Third Place, poi è veicolato sotto forma di invito ad entrare (Welcome to the Third Place) sui principali settimanali e mensili italiani nel periodo dicembre-gennaio 2001: **Panorama Web**, **Focus**, **Men's Health**, **Happy Web**, **Max**, **Tribe Generation**, **Newton**, **Il Venerdì**, **L'Espresso**, **Musica di Repubblica**, **TV Sorrisi & Canzoni**, **Panorama**, **Sport Week** e **Ciak**. Nel 2001, inoltre, The Third Place offrirà molte altre "sorprese", su cui la PlayStation Trade Newsletter vi terrà aggiornati.

E il software di Ps2? Non ce ne siamo di certo dimenticati.

Tekken Tag Tournament e **Ridge Racer V** saranno supportati in particolar modo dalla stampa specializzata.

Dead or Alive, invece, avrà una massiccia campagna stampa a supporto, a cavallo di gennaio e febbraio 2001, che prevede, oltre la copertura sulle riviste specializzate, anche uscite su **Panorama Web**, **Tutto**, **Tutto Moto**, **Panorama** e **Sport Week**.

Moto GP e **GT3** verranno supportati dalla stampa specializzata e non, nel periodo febbraio/marzo 2001 e per GT3 le sorprese non sono finite.

Per quanto riguarda PS one, **Legend of Dragoon** e **Aladdin** saranno supportati in particolar modo dalla stampa specializzata, mentre **Hugo** è apparso anche sulle testate Disney a fine novembre. **Valentino Rossi** e **Moto Racer World Tour**, infine, sono apparsi l'ultimo giorno del campionato del motomondiale 500 (29 ottobre) su quotidiani e su alcune riviste specializzate nei mesi di novembre e dicembre.





6



7



8

CAMPAGNA STAMPA

Ecco una rassegna di alcune delle pagine pubblicitarie che usciranno in questi mesi sulle riviste specializzate e non.

1) Dead or Alive 2

"Non fate l'amore. Fate la guerra". Qualcuno potrebbe non essere d'accordo, ma con Dead or Alive 2 si possono davvero fare centinaia di mosse: meglio del Kamasutra? Provare per credere.

2) Moto Gp

Per i motodipendenti anche il salotto di casa può trasformarsi in una vera e propria pista: soprattutto se giocano a Moto Gp.

3) Il libro della Giungla

Se non sapete dove mettere i piedi, ve lo insegna l'orso Balù: basta seguire i suoi passi ne Il libro della Giungla per diventare ottimi ballerini.

Non dimenticate di collegare il dance mat!

4) Tekken Tag Tournament

Per evitare di confessarsi, come sta facendo il ragazzo della pubblicità, basta giocare a Tekken Tag Tournament: così puoi sfogare "tutta la cattiveria che hai dentro" senza far male a nessuno.

5) The Legend of Dragoon

C'è chi legge i fondi di caffè e chi gioca a The Legend of Dragoon: in ogni caso deve "affrontare il suo destino".

6) Aladdin

Nessun problema di parcheggio per il tappeto volante di Aladdin. Ma anche il nuovo gioco per PS one non avrà certo difficoltà a trovare posto nella collezione di ogni fan.

7) Ridge Racer V

"Non correre pensa a noi", è l'avvertimento della mamma e della sorella del pilota. Ma con una famiglia così forse è meglio distrarsi con Ridge Racer V.

8) Hugo

Alla domanda "Come ti chiami bel bambino?" è inevitabile non pensare a una voce gutturale mentre pronuncia il fatidico "Hugo". Ma non preoccupatevi, a differenza magari del personaggio, il titolo per PS one è un ottimo compagno di giochi.

Un successo per TUTTI



di Marco Micallef
Direttore Vendite

Cari Clienti, è arrivato! Ebbene sì, il fatidico 24 novembre 2000 è arrivato portando con sé emozioni, fibrillazioni, gioia, allegria, qualche delusione e, soprattutto, una sana ed energica boccata di ossigeno: PlayStation 2 è atterrata in Italia, ha sostato per poco nei nostri magazzini e... via! subito trasferita nei vostri negozi.

L'avete già vista? E' fantastica, riesce a leggere i Dvd, ma non è per quello che va proposta, lanciata, amata e valutata. L'attenzione va focalizzata sui suoi giochi, perché è dalla loro qualità che dipende il successo della nostra nuova console e noi siamo certi che i prossimi software per PS2 saranno così importanti da far interagire e partecipare "emozionalmente" tutti i giocatori, dall'appassionatissimo al neofita. E i giocatori più entusiasti non avranno rispetto neppure per le vecchiette, smaniosi come saranno di poter mettere le mani sull'oggetto del loro desiderio.

Purtroppo, come già sapete, ce ne hanno mandate un po' troppo poche... Ma non avvilliamoci, perché la mancanza di prodotto contingente ed alternativo preannuncia di regola un sicuro proseguimento delle vendite in mesi impensabili per il nostro mercato, mesi come gennaio e febbraio. Ricordate? Nel '97 e '98 è successa la stessa cosa. Mancanza di prodotto nella stagione natalizia ed ottimi risultati nel successivo primo bimestre del nuovo anno!

State tranquilli, cari clienti, perché con PS2 inizieremo ancora una volta a gestire il nostro mercato e stavolta cercheremo di farlo al meglio, con l'esperienza passata dell'indimenticabile PlayStation e, per quanto possibile, lontano da minacciosi mercati paralleli, importazioni e da tutte quelle spiacevoli situazioni che hanno ultimamente

condizionato la vostra attività e che non abbiamo di certo dimenticato.

Inoltre, vorrei sottolineare che noi abbiamo cercato di gestire al meglio la scarsa quantità che ci è stata assegnata dalla casa madre ed abbiamo messo in atto una strategia commerciale che sicuramente a priori vi ha suscitato le ire più funeste: la consegna per il Day One di pochissime macchine, però a tutti. Sì, a tutti i nostri clienti fidelizzati, quelli che hanno condiviso con noi le incertezze e le perplessità di questi ultimi tempi. Qual era l'alternativa? Dare maggiore effetto e risalto all'evento ed al nuovo prodotto prediligendo solo alcuni clienti, dar loro più macchine,

quindi, più volume, quindi più visibilità. E invece, no. Abbiamo, come avete visto e constatato personalmente, optato per la prima strategia: TUTTI voi siete la nostra forza, per questa che è soltanto la storica evoluzione del mondo del videogame. Sta a voi adesso renderla anche rivoluzionaria, facendo in modo che i vostri consumatori finali imparino a sfruttare al massimo le enormi potenzialità di PS2.

Certo, ci vorrà un po' di tempo...

Intanto, cari Clienti, lasciatevi travolgere dalla sferzata di energia, positività ed entusiasmo che PS2 ci ha fatto assaporare il 24 novembre, continuate ad avere fiducia nella Sony Computer Entertainment Italia e... Buon Natale a tutti!



Quelle che IL CREDITO...



di **Letizia Biffoli**
Credit Manager

Cari Lettori, ho deciso di uniformarmi anch'io allo spirito un po' gioviale che caratterizza questi spazi dedicati all'area Finance della nostra Azienda, in quanto condivido pienamente la filosofia

dei miei colleghi che dicono che non bisogna sottovalutare l'aspetto giocoso del nostro lavoro.

L'ufficio Credito, di cui ho il privilegio di essere responsabile, è composto di tre persone, che sono, oltre la sottoscritta, **Francesca Di Marco** (Credit Analyst) e **Vittoria Di Giacinto** (Credit Collector).

Sarà che per me sono "le mie bambine", ma vi assicuro che Francesca e Vittoria rappresentano quanto di meglio potrete trovare nei rispettivi ruoli.

Cominciamo da Francesca, la quale, lasciate a casa le pappe, le bambole ed i trenini (è mamma di due splendidi bambini) si cala nei panni di seria professionista: è da considerarsi il vero "pendolino" del reparto per la tempestività con cui riesce a svolgere la mole di lavoro che "atterra" sulla sua scrivania con uno standard qualitativo veramente vicino all'eccellenza.

Gli Agenti hanno un vero debole per lei, per la capacità di riuscire a risolvere i loro problemi.

Vittoria è una persona che fa del perfezionismo il suo vangelo: la sua proverbiale calma e serenità è un esempio per tutte noi: per lei non c'è problema che non abbia soluzione, anche se a volte si trova a recitare un ruolo un po' impopolare, soprattutto quando c'è da sollecitare

l'incasso di importi scaduti.

Ma, dal momento che ci piace vedere il "bicchiere mezzo pieno", abituatevi a pensare a lei come all'angelo custode che pensa al pagamento delle vostre note di credito!

Ci siamo poste, Francesca, Vittoria ed io, un obiettivo ambizioso: darvi la percezione di quanto il Credit Management



Letizia Biffoli tra le sue "bambine": Francesca Di Marco, Credit Analyst (a sinistra) e Vittoria Di Giacinto, Credit Collector (a destra)

possa diventare per Voi un valido supporto nella ricerca di soluzioni gestionali per lo sviluppo del business legato alla PlayStation.

Credo che lo spirito che ci anima ed il grande affiatamento che ci unisce favorirà questo progetto: il nostro impegno è massimo, ed il sorriso è il nostro biglietto da visita!



Nato nel giugno del 1999, il negozio **Game Center** di Empoli misura 100 mq ed è specializzato nella vendita di videogiochi per console. Il mondo PlayStation, quindi, copre circa l'85% del fatturato e lo si intuisce subito appena entrati nel negozio, dove ad accogliere i clienti sono state posizionate delle postazioni prova con due PS one e una PS2.

«Siamo in una zona con poca concorrenza», ci spiegano i titolari **Marco Monti** e **Andrea Cinitelli**, (nella foto in alto a destra) «Empoli è un paesino piccolo con appena 45.000 abitanti, ma sono in molti gli appassionati di videogiochi che vengono nel nostro negozio».

Come è andato il lancio di PlayStation 2?

«Il day one ne abbiamo avute 12 e le abbiamo esaurite tutte molto velocemente.

In seguito la PlayStationmania ha davvero creato situazioni bizzarre: un cliente è arrivato a offrirci perfino tre milioni di lire per una macchina, ma noi le abbiamo ven-

console: erano liberi di acquistare ciò che volevano. E molti hanno preso anche quattro titoli insieme alla macchina. I più richiesti sono stati **Tekken Tag Tournament**, **Ssx** e **Fifa 2001**».

E PS one?

«E' una console che sta andando molto bene, ma il target clienti è completamente diverso da quelli che vogliono PS2. La maggior parte sono ragazzini ed è per questo che vanno molto titoli quali **Il libro della giungla**, **Crash Bash**, **Spyro - Year of the Dragon**, **Dinosauri** e **Paperino - Operazione papero**».

Quali sono, secondo voi, i problemi del mercato?

«Molti si lamentano del sottocosto in Gd e, in effetti, molte operazioni sono davvero fastidiose per noi dettaglianti. Ma per ora le vendite ci soddisfano e crediamo molto nelle macchine di **Sony**. Quando un prodotto ha qualche difficoltà a vendere cerchiamo di inventarci qualcosa, piuttosto che lamentarci. Un esempio? Un titolo come **Ghoul Panic** ha dovuto competere con **Time Crisis Platinum** a 49.900 lire e con **Rescue Shot** a 59.900 lire. Ma quando lo abbiamo abbinato in offerta con una Pistola Light Gun ha cominciato a vendere parecchio. Questo tipo di operazioni sono molto apprezzate dai clienti».

Avete organizzato qualche evento speciale nel periodo natalizio?

«Lo scorso anno avevamo fatto pubblicità alla radio, ma quest'anno abbiamo preferito collaborare con una discoteca di Empoli che registra più di 800 clienti a sera. Abbiamo fornito postazioni prova di PS one e PS2 e addobbato il locale con l'insegna del nostro punto vendita. L'evento si è protratto per 4 settimane anche in altri locali della zona e ha dato degli ottimi risultati per la visibilità del negozio».



Il biglietto di invito per una festa in discoteca organizzata da Game Master. Un'iniziativa che ha permesso al punto vendita di farsi conoscere.

dute tutte al prezzo consigliato da Sony, 899.000 lire. Non abbiamo neanche obbligato i clienti ad acquistare un gioco insieme alla

SPECIALIZZARSI sulle grandi superfici



I negozi con insegna **SME** sono una realtà piuttosto originale nel panorama dei punti vendita italiani. Si tratta di cinque negozi situati tra la provincia di Venezia, Treviso e Perdenone con grandi superfici (dai 5000 ai 14000 mq) che trattano sia prodotti di elettronica di consumo, sia arredamenti. Anche se si tratta di grandi superfici, però, la percezione del consumatore è quella di entrare in un negozio con un certo livello di specializzazione. Come, per esempio, nel punto vendita in via Iseo a San Donà del Piave in provincia di Venezia, il cui settore videogiochi è situato all'interno dello spazio dedicato alle "tecnologie", che misura ben 450 mq.

«PlayStation rappresenta la stragrande maggioranza del nostro fatturato (più di 4 miliardi di lire nel 1999)», spiega **Giuseppe Vettori**, responsabile acquisti. «Ed è, quindi, anche il prodotto a cui dedichiamo maggiore spazio espositivo».

Finalmente PS2 è arrivata: cosa è successo il 24 novembre nel vostro punto vendita?

«Abbiamo ricevuto 75 PlayStation 2 per il giorno del lancio. Sono state tutte vendute anche perché nel periodo di agosto-settembre avevamo fatto un campagna di prenotazione come hanno fatto un po' tutti in Italia.

Per quanto riguarda il software, abbiamo lasciato libero il cliente di scegliere il videogioco che preferiva. I clienti che hanno preso la console hanno anche preso almeno un gioco. Mediamente abbiamo venduto 1,6 giochi per ogni console».

Quali sono stati i titoli più gettonati? Si sono venduti anche Dvd Video?



«I giochi più venduti sono stati sicuramente **Tekken Tag Tournament** e **Fifa 2001**.

Per quanto riguarda i Dvd Video, invece, credo che l'effetto PlayStation 2 si farà sentire più avanti. Per ora chi compra la console vuole soprattutto giocare. Ma PlayStation 2 andrà ad aumentare in maniera determinante l'installato di lettori Dvd Video in Italia e sono sicuro che nei prossimi mesi darà un impulso determinante anche a questo settore con vantaggi molto tangibili per tutti».

PS one, invece, come sta andando?

«La macchina è splendida e il prezzo è decisamente più basso della PS2. Però, gli appassionati vogliono solo la PS2 e così PS one viene acquistata soprattutto da chi vuole fare un regalo o da chi ha capito che dovrà faticare per ottenere PS2. Anche i più giovani, che magari hanno messo da parte le "mance", si indirizzano verso PS one. E' positivo il fatto che la Gd quest'anno non sembra intenzionata a praticare prezzi particolari sulla PS one, come aveva fatto lo scorso anno su PlayStation».

Quali sono i titoli per PS one più venduti?

«Tutti i titoli di fascia bassa danno un fortissimo impulso alle vendite. Non solo i Platinum, ma anche quelli a 29.900 e 59.900 lire. E poi i titoli per i più piccoli come **Tarzan**, **Ercole** e **Rayman**.

Uno dei problemi nel vendere il software, però, è che la gamma di titoli è amplissima, mentre i giochi che veramente vendono sono pochi».

Come crede che si svilupperà il mercato?

«Credo moltissimo in questa categoria merceologica. Infatti, abbiamo previsto in futuro di dedicare degli spazi più ampi di quelli attuali. Credo che nei prossimi anni giocare a un videogioco sarà un divertimento comune, come oggi si guardano abitualmente i film».