

«VAMOS LANÇAR 500 JOGOS EM 2010»

A Ecofilmes prepara-se para um ano cheio de novos títulos. Mas o fim de 2009 fica marcado pela apresentação do novo PES

TEXTO JOÃO TRIGO FOTOS VÍTOR GORDO

A Ecofilmes é um dos principais distribuidores de videojogos em Portugal. Representa alguns dos maiores nomes do mercado, como a Activision Blizzard, a Konami ou a Sega e apresenta propostas para as mais variadas plataformas, desde PC a consolas. Christophe Lagoutte, director-geral, dirige os destinos desta empresa e falou com a PCGuia sobre os novos desafios do mercado, as principais apostas para 2010 e as ameaças da pirataria informática.

PCGuia – Qual foi o volume de negócios da Ecofilmes no ano passado e qual é o volume esperado para este ano?

Christophe Lagoutte - A nossa facturação em 2008 foi de 26,3 milhões de euros e o nosso objectivo para 2009 é manter o mesmo volume de negócio.

PCG – Qual foi o jogo mais vendido pela Ecofilmes em 2009?

C.L. – O jogo mais vendido em 2009 será com certeza, e mais uma vez, a nova edição do Pro Evolution Soccer – o PES 2010. É todos os anos o líder destacadíssimo do mercado de videojogos em Portugal.

PCG – Que importância têm os jogos de consola face aos jogos de PC para a Ecofilmes?

C.L. – De acordo com as vendas do mercado, os jogos para PC representam cerca de 20% das vendas totais de videojogos da Ecofilmes, o que também quer dizer que o volume de negócio dos jogos de consolas é quatro vezes superior ao dos jogos de PC.



Christophe Lagoutte, director-geral da Ecofilmes

PCG – Onde reside o futuro: jogos de consola ou jogos para PC? E qual é o papel do online gaming?

C.L. – Para vislumbrar o futuro, é sempre útil olhar para o passado e contextualizar o presente como sendo apenas um momento num longo processo de evolução.

Passada a idade das brincadeiras de crianças, o tempo dedicado ao jogo era pouco, muito reservado aos homens e limitado a umas partidas de bilhar, de dados ou de cartas, em cafés ou clubes privados. Em família, os jogos de tabuleiro ocupavam os principais momentos de diversão.

Há muito pouco tempo, cerca de 20 anos, a evolução tecnológica trouxe novos equipamentos, consolas de videojogos e computadores pessoais, e consequentemente novas formas de jogar. Mais recentemente, ainda na área do hardware, a evolução dos telemóveis tem permitido melhorar a experiência de jogo com este tipo de equipamento e as consolas tornam-se mais fáceis de usar graças a sistemas de interface mais intuitivos e naturais, sendo a Wii o melhor exemplo neste sentido.

Além dos equipamentos, a Internet é o segundo factor que está a contribuir para este processo de evolução do jogo: além de dar acesso a milhares de

jogos gratuitos, tem contribuído para o reforço de um dos principais factores no acto de jogar que é a partilha, pois jogar com outros é normalmente mais divertido que jogar sozinho.

Portanto, iniciámos há cerca de 20 anos um processo de mudança radical da nossa relação com o acto de jogar, um processo no qual estamos actualmente envolvidos e que se caracteriza essencialmente pelo aumento do número de pessoas a jogar (todos os géneros, todas as idades), do tempo pessoal dedicado ao jogo e do dinheiro gasto pelas pessoas nos mercados do jogo.

O futuro reside pois no reforço da tendência actual. Isto é, na diversidade, na multiplicação da oferta aos consumidores, com cada vez mais opções para jogar, seja online ou offline, seja numa consola, num PC, num telemóvel ou no próprio televisor através de um browser ou de uma box. Nenhuma dessas ofertas terá um domínio total sobre as outras, a sua multiplicidade é a única solução para responder ao crescimento exponencial da procura por tantos tipos diversos de pessoas, com gostos diferentes, querendo jogar em momentos diferentes do seu dia-a-dia e com diferentes capacidade e predisposição para gastar dinheiro.

PCG – Como vê os novos modelos de distribuição de jogos, nomeadamente os sistemas de compra online através de download, como o Steam ou o Xbox Live? Este modelo não estraga o negócio a empresas como a Ecofilmes?

C.L. – São canais muito interessantes para a promoção dos jogos, nomeadamente através da distribuição gratuita de trailers e demonstrações jogáveis, o que os torna muito positivos para o nosso negócio assente na venda dos produtos promovidos nestes canais.

Além disso, são também os canais que permitem aos jogadores usufruir melhor da maior parte dos seus títulos, partilhando as experiências com outros jogadores reais; por isso contribuem para elevar o grau de satisfação dos nossos consumidores e para o crescimento sustentado do mercado.

Como canal de distribuição alternativo ao da distribuição em suporte físico, estes sistemas têm actualmente um peso irrelevante no volume total do mercado de jogos, estando confinados à distribuição de alguns minijogos e add-ons de baixo valor unitário. No entanto este canal de distribuição tem vindo a crescer e é natural que venha a representar uma fatia do mercado mais relevante no futuro mas nenhuma previsão, nem a mais optimista em relação a distribuição online, aponta para que tenha uma quota de mercado significativa pelo menos nos próximos 10 anos.

Em qualquer negócio, o factor “timing” é essencial e para nós, mais do que uma ameaça, este novo canal de distribuição representa uma nova oportunidade que estamos a analisar cuidadosamente e da qual extrairemos o maior proveito para a nossa empresa, no devido tempo.

PCG – Qual é a melhor forma de combater a pirataria de jogos?

C.L. – O combate à pirataria deve ser travado com várias armas: formação, repressão, tecnologia e perseverança. Formação para explicar às pessoas os efeitos muito negativos da pirataria sobre a criação das obras e para promover o respeito do bem comum, em detrimento do bem individual. Repressão para que a lei seja cumprida e para mostrar às pessoas os efeitos muito negativos que pode ter a pirataria ao nível individual, com multas avultadas e até penas de prisão. Desenvolvimento tecnológico para dificultar cada vez mais a reprodução ilegal das obras e identificar os indivíduos que a praticam.

Perseverança porque será moroso encontrar tecnologias mais eficazes e mudar padrões de comportamento de uma grande parte da sociedade que actualmente não se sente culpada ou que mesmo sabendo que faz mal, pensa que nunca poderá ser apanhada ou castigada por praticar um acto de pirataria.

O COMBATE À PIRATARIA DEVE SER TRAVADO COM VÁRIAS ARMAS: FORMAÇÃO, REPRESSÃO, TECNOLOGIA E PERSEVERANÇA

PCG – Não considera o preço dos videojogos um argumento para o aumento da pirataria?

C.L. – A pirataria não está a aumentar. Antes pelo contrário, em Portugal os esforços desenvolvidos pelas autoridades policiais e as campanhas de sensibilização promovidas pelas diversas indústrias afectadas pela pirataria têm contribuído positivamente para o regresso desta prática.

Quanto ao preço, é evidente que quanto maior for o valor de um produto, mais apetecível se torna e mais parece que vale a pena obter uma cópia pirata, sobretudo se quem cometer o crime achar que não é grave e que não pode ser apanhado.

No entanto, olhando para os exemplos da música e dos filmes, é igualmente fácil concluir que o preço a partir do qual o consumidor pode achar que mais vale comprar uma versão original é demasiado baixo, e por isso totalmente incompatível com o custo actual de produção de um videojogo da última geração.

PCG – Qual é a editora de jogos que trabalha convosco há mais tempo e qual é a razão de tão duradoura parceria?

C.L. – A Ecofilmes representa a maior parte das suas editoras há quase 20 anos, desde que iniciou a sua actividade no mercado mundial. Como em todas as áreas, a principal razão para justificar parcerias duradouras é a satisfação de ambas as partes: tanto nós como as editoras que representamos, temos estado satisfeitos com os resultados do negócio ao longo de todos esses anos. Alias, a satisfação dos nossos parceiros de negócios, sejam as editoras, os nossos clientes, os nossos fornecedores ou outras empresas com quem desenvolvemos parcerias, é o objectivo principal da nossa empresa, um objectivo perseguido no dia-a-dia por cada uma das pessoas da extraordinária equipa que constitui a Ecofilmes e da qual muito me orgulho de fazer parte.

PCG – Quais são as principais novidades para 2010?

C.L. – É um pouco cedo e seria maçador falar de todas as principais novidades para 2010, sabendo que prevemos lançar cerca de 500 produtos novos ao longo do próximo ano. Mas podemos destacar algumas novidades previstas para o início do ano. O aclamado Dark Siders é certamente o primeiro jogo a destacar sobretudo considerando que será lançado já no dia 8 de Janeiro. Vancouver 2010, o jogo oficial dos Jogos Olímpicos de Inverno, será a opção ideal para a diversão em família nos meses mais frios. A nova versão do Moto GP tem data de lançamento marcado já em Fevereiro. Blur é um jogo de corridas de automóveis muito inovador, muito divertido e apaixonante de jogar, produzido pela conceituada Bizarre Creations e editado pela empresa líder mundial Activision Blizzard. Metal Gear Solid: Peace Walker é um dos jogos mais aguardados pelos fãs portugueses desta série produzida pela Konami, também editora do nosso conhecido PES.

Para os fãs de acção e aventura, tenho de destacar o Just Cause 2, um jogo cheio de adrenalina e emoção, previsto para Março. No campo dos títulos de estratégia, é incontornável a referência a Napoleon: Total War, que retrata a época das conquistas Napoleónicas, o período mais reclamado pelos fãs de jogos de estratégia e da série Total War. Finalmente, vi recentemente em primeira mão uma demonstração do jogo Final Fantasy XIII e bastará dizer que foram simplesmente as imagens mais impressionantes que vi em 16 anos de actividade no mercado dos videojogos.

PCG – Onde espera ver a Ecofilmes daqui a 10 anos?

C.L. – Onde sempre estive ao longo dos seus primeiros 20 anos de história: adaptada ao contexto em que está a viver, líder destacada no seu mercado, de boa saúde financeira, com muito dinamismo e projectos em curso para os 20 anos seguintes.