



Serre dei Giardini Margherita
19 settembre 2025

Budget &
Business

Autopubblicazione su Steam

La ricerca del giusto prodotto

Cristian Gambadori
Eleonora Vecchi



Ministero delle Imprese
e del Made in Italy



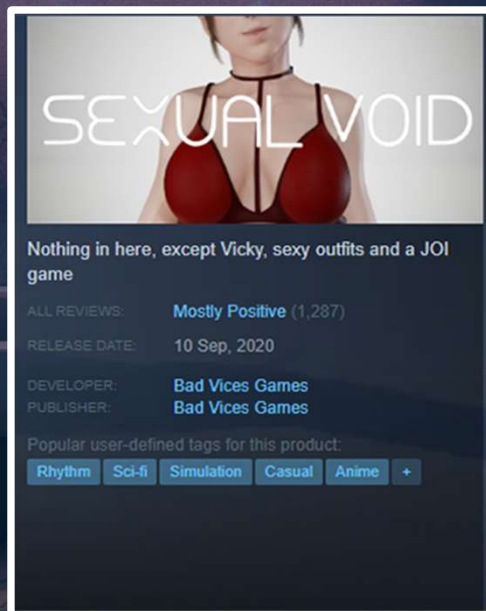
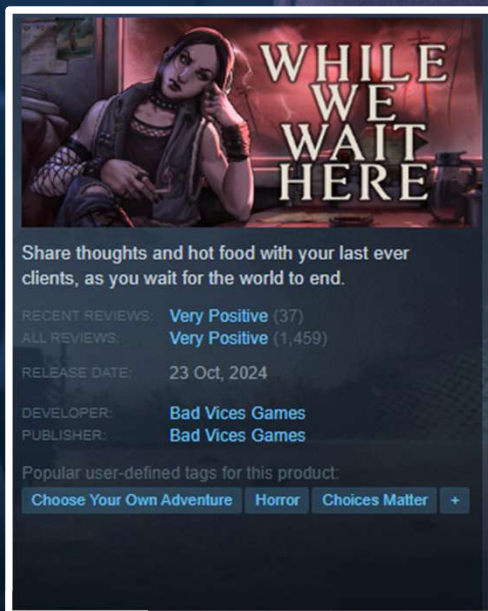


Autopubblicazione su Steam, la ricerca del giusto prodotto



Bad Vices Games è uno studio di sviluppo indipendente con sede nelle Marche. Sviluppiamo e pubblichiamo giochi indie di generi diversi. Il nostro core team è composto da Eleonora Vecchi e Cristian Gambadori, entrambi abbiamo una formazione da 3D artist e dal 2020 collaboriamo per creare nuovi giochi, andando anche a ricoprire altri ruoli cardine nello sviluppo.

Il nostro approccio è orientato allo studio e all'individuazione di diversi target di giocatori per creare un prodotto che vada a riempire quelli che noi consideriamo buchi nel mercato dei videogiochi PC con particolare attenzione alla piattaforma "Steam".



Argomenti trattati

- L'autopubblicazione è legata a stretto giro con il genere di gioco sviluppato. Ogni genere ha le proprie specificità, e queste influiscono sulla sostenibilità del progetto e sulle strategie di marketing.
- L'importanza delle immagini per descrivere l'essenza del nostro prodotto
- La gestione del tempo e di come questo sia un punto fondamentale in un progetto autopubblicato. Senza una pianificazione accurata, i tempi di sviluppo rischiano di dilatarsi, aumentando i costi e creando difficoltà nella gestione delle risorse.

Autopubblicazione

PRO

- I ricavi restano interamente allo sviluppatore, senza doverli dividere con un editore.
- Controllo completo su ogni aspetto del progetto, dalle scelte creative al marketing.
- Meno interlocutori significa maggiore agilità nei processi decisionali e nello sviluppo.
- Non serve investire tempo nella ricerca di un partner editoriale adatto.

CONTRO

- Lo sviluppatore deve sostenere direttamente tutti i costi di sviluppo.
- Il rischio di insuccesso ricade interamente sul team di sviluppo.
- È necessario occuparsi anche di attività non legate allo sviluppo, come la gestione dello store, PR, produzione di asset promozionali (trailer, screenshot, etc.).
- Bisogna curare la presenza agli eventi del settore e creare relazioni con content creator e stampa.

Quando ha senso autopubblicarsi?

- Quando si è certi che la stabilità economica non può essere compromessa da un insuccesso.
- Quando si ha un team in grado di coprire internamente buona parte della produzione, senza far troppo affidamento su risorse esterne.

Il genere è la scelta più importante

Il lancio sul mercato è sempre rischioso ed è impossibile sapere se un gioco andrà bene prima del rilascio. Possiamo però cercare di aumentare le nostre possibilità di un buon lancio in un mercato molto complesso partendo dal genere che scegliamo di sviluppare.

Genere

La scelta del genere di un videogioco è uno degli aspetti più complessi e determinanti dello sviluppo.

In questa decisione si concentrano non solo le sfide tecniche e creative che lo sviluppatore incontrerà, ma anche le strategie di marketing e le possibilità di successo commerciale.

Alcuni generi hanno costi di produzione molto alti, è necessario comprendere se il genere che ho scelto rientra nel budget stabilito.

Inoltre è giusto chiedersi “il mio team riesce a sviluppare questo gioco?”. La scelta del genere infatti è strettamente legata alle abilità del team.

Competitors

Quando comincia ad esserci un'idea è necessario fare un'analisi dei competitor per fare una lista degli aspetti che il pubblico di riferimento cerca:

- Stile artistico
- Gameplay
- Prezzo

Individuando poi i titoli di maggior successo all'interno di quel genere, sarà possibile verificare se esiste una costanza tra i risultati.

Stiamo attenti però alle eccezioni, ossia quei giochi che hanno avuto un successo straordinario per fattori irripetibili o fortuiti. Molto probabilmente sarà difficile replicare quel successo.

Intuizione e tempo

Dobbiamo poi intuire se ciò che iniziamo a sviluppare oggi sarà ancora rilevante quando verrà rilasciato sul mercato.

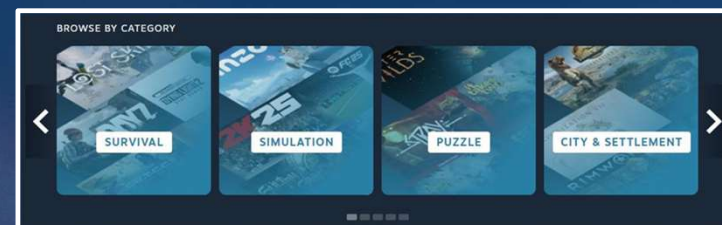
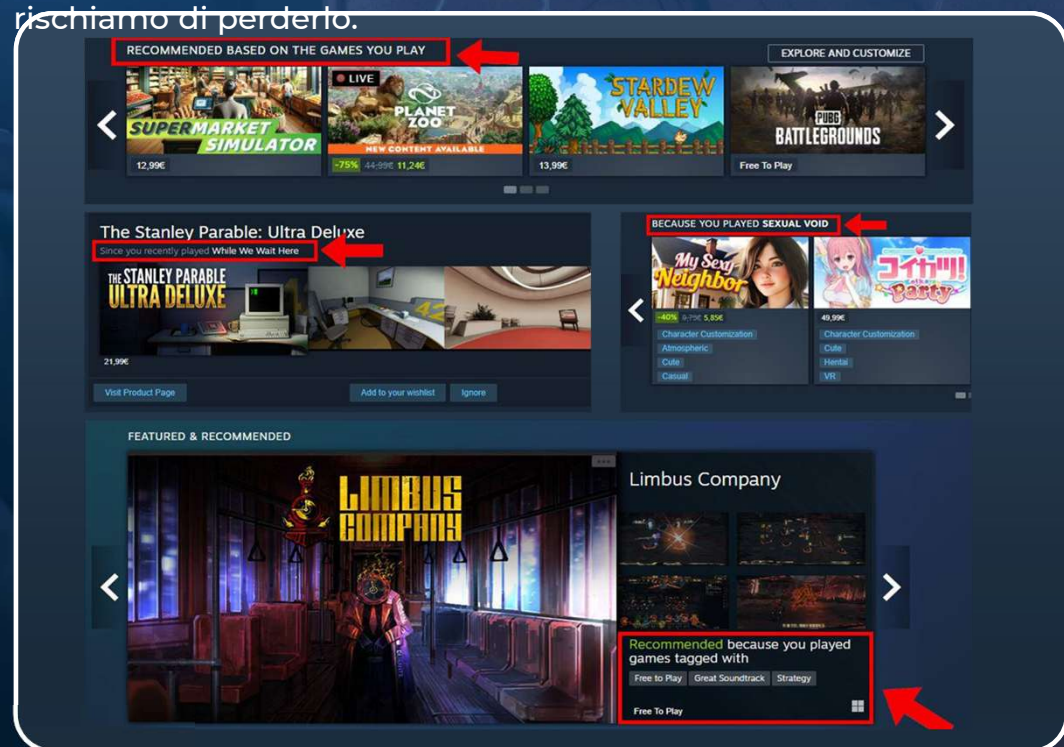
Per chi si autopubblica, fissare delle scadenze è fondamentale: più tempo si impiega nello sviluppo, più aumentano i costi e cresce il rischio che il 'genere del momento' passi di moda.

Chiediamoci quanto tempo impiegheremo per sviluppare il videogioco.

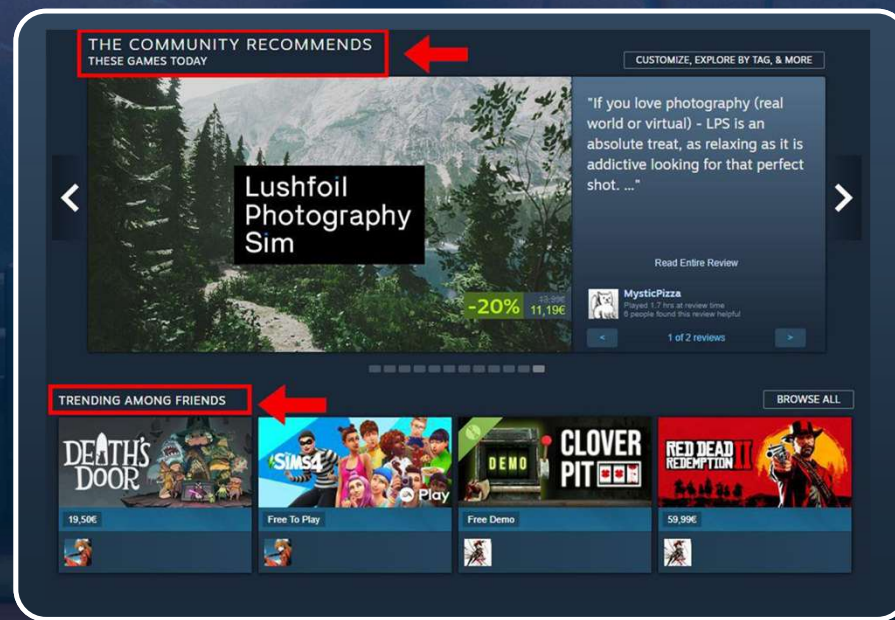
A chi ci stiamo rivolgendo?

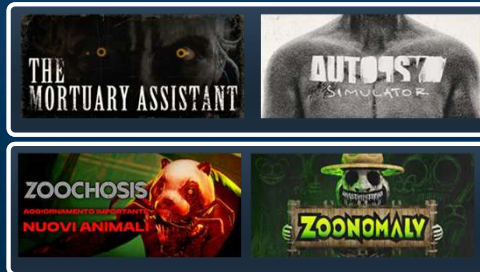
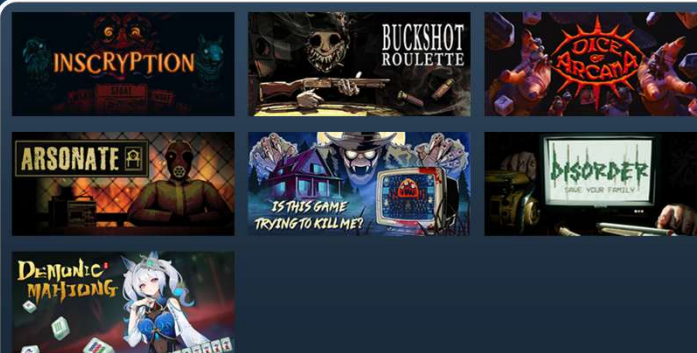
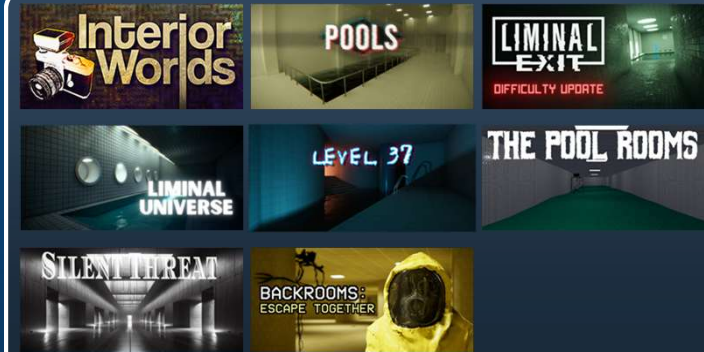
Scegliere il genere del gioco significa decidere a chi ci stiamo rivolgendo. Ogni genere ha un **pubblico specifico** con aspettative precise.

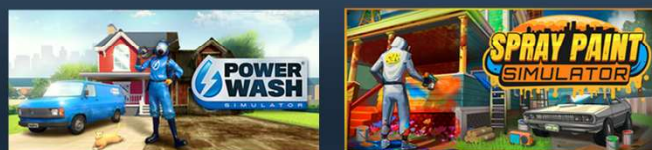
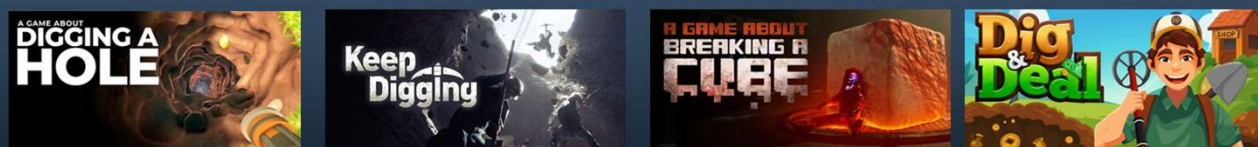
Su Steam i giochi vengono automaticamente associati e consigliati ad altri titoli simili. Se sbagliamo a posizionare il nostro gioco il pubblico non riesce a capire a colpo d'occhio di che tipo di esperienza si tratta e quindi rischiamo di perderlo.

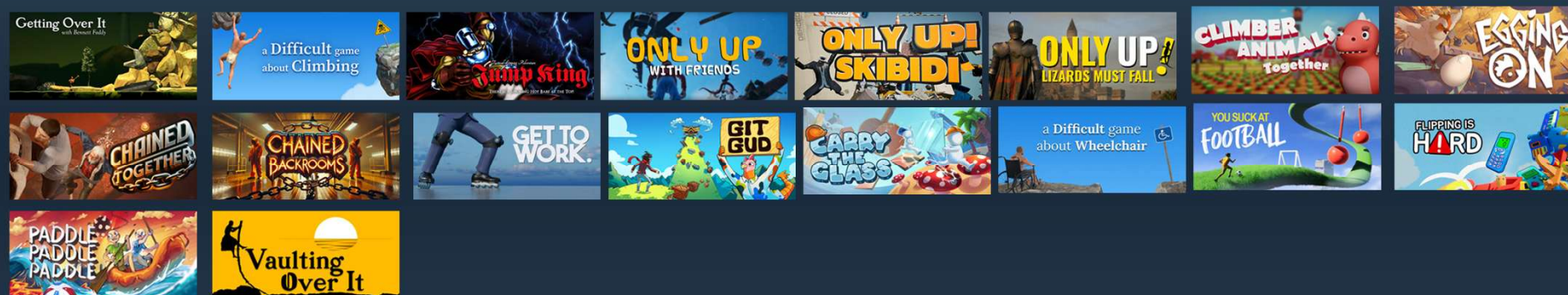
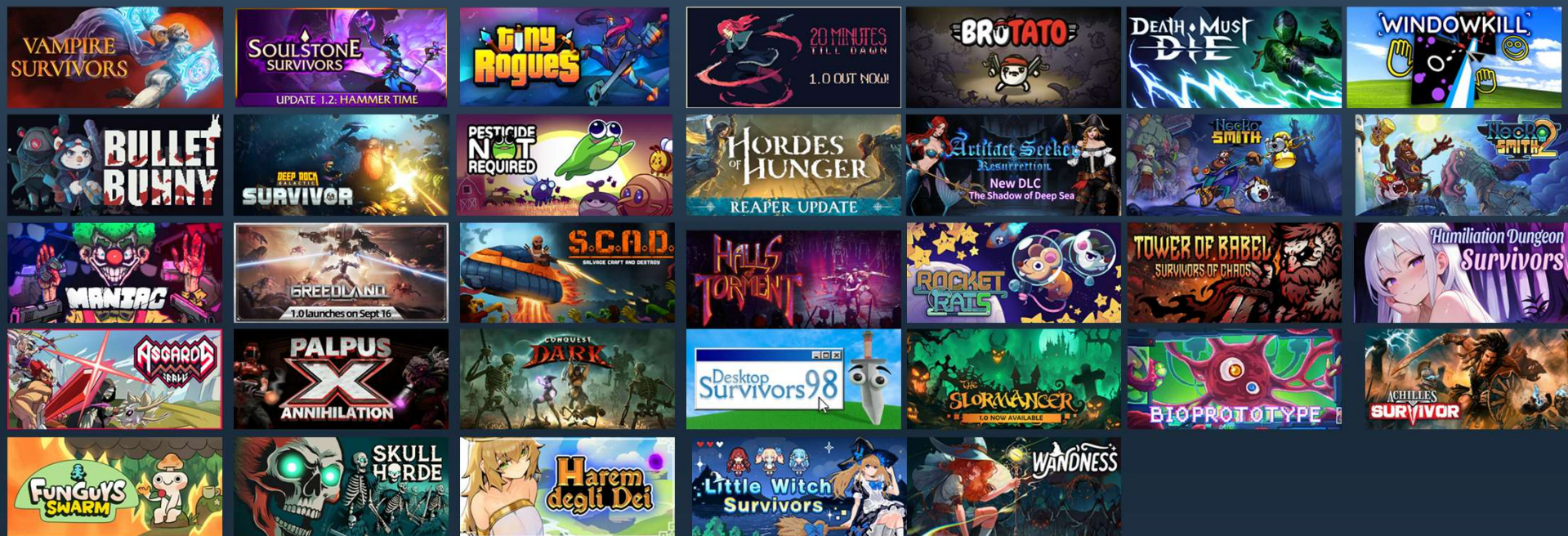


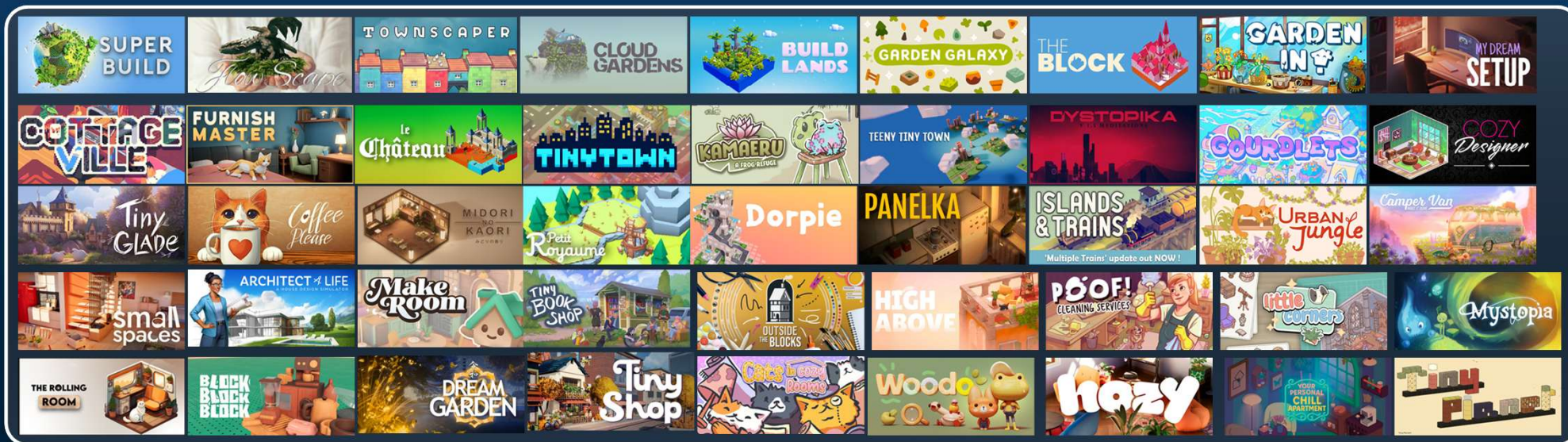
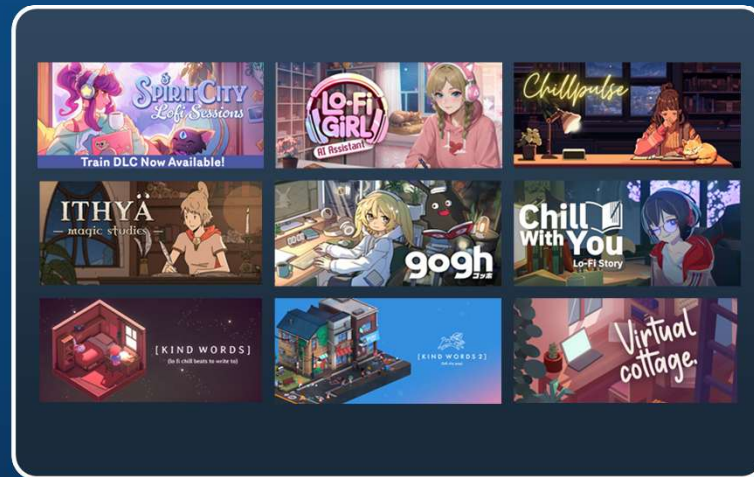
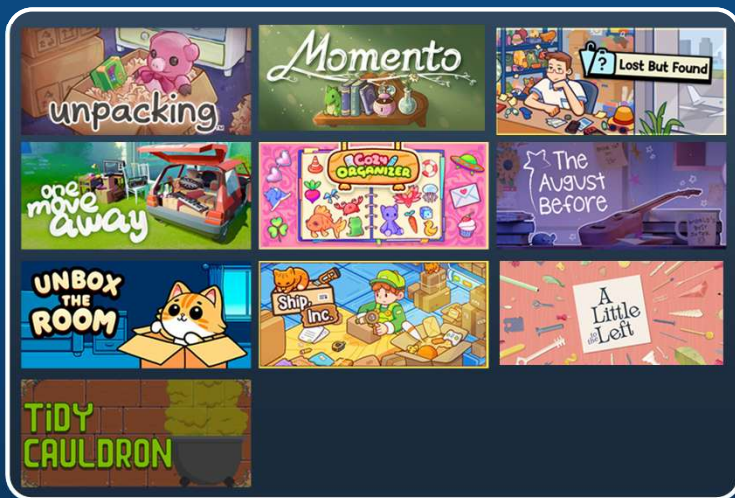
Steam oltre ad essere interessato ai gusti dell'utente, tiene conto anche di ciò che piace alla **community** e di ciò che piace agli **amici** di quell'utente.











Riconoscibilità del genere

Il genere deve essere immediatamente riconoscibile: è il primo segnale che aiuta il giocatore a identificare se un gioco fa per lui. Per questo è fondamentale che la pagina dello store, a partire dalla **thumbnail**, fino agli screenshot e alla descrizione comunichi in modo chiaro il tipo di esperienza proposta.

~~Se il giocatore non capisce subito cosa ha davanti, probabilmente passerà oltre.~~

La chiarezza passa dalle immagini

Cosa trasmettono queste immagini a chi non conosce questi giochi?



"Horror, zombie, storia lineare, grafica realistica"



"Confortevole, stilizzato, atmosfera estiva forse costruisco la casa al mare"



"Uno strategico medievale, orde e grafica da gioco smartphone"



"Un simulatore in cui scavo una buca"



"Personaggi diversi, quindi poteri diversi. Roguelike?"



Come abbiamo applicato questo ai nostri progetti?

SEXUAL VOID



Casual, NSFW, meme

Prodotti simili:



RAVENOUS DEVILS



Simulation/Management, 2.5D, horror

Prodotti simili:



WHILE WE WAIT HERE



Story driven, simulation, thriller

Prodotti simili:



Un progetto ambizioso non sempre è un progetto intelligente

“**While We Wait Here**” è nato dal desiderio di seguire il trend dei giochi horror con grafica retrò, molto apprezzati da youtuber e streamer. Il genere horror ha un buon riscontro di pubblico e, in genere, non richiede esperienze particolarmente lunghe, caratteristica che ci sembrava perfetta per un progetto da completare in pochi mesi. Tuttavia, lo sviluppo si è rivelato più complesso del previsto e il gioco ha richiesto quasi due anni di lavoro.

La portata del progetto non è mai cambiata durante lo sviluppo: sapevamo fin dall'inizio di non poter realizzare un gioco story-driven dalla lunga durata. Tuttavia, la presenza di numerosi asset unici e non riutilizzabili ha reso particolarmente complesso il compito di riempire efficacemente anche solo due ore di gioco.

Abbiamo sottovalutato la quantità di contenuti necessari per costruire un'esperienza narrativa lineare: si tratta di un genere che, proprio per la sua struttura, richiede molteplici elementi tra testi, ambientazioni, interazioni, rendendo il lavoro estremamente lungo per un piccolo team. Un altro aspetto critico che abbiamo sottovalutato è stato il doppiaggio: il numero elevato di personaggi ha reso la ricerca di voci adatte lunga e complessa, aggiungendo un ulteriore livello di difficoltà alla produzione.



Takeaway

- L'autopubblicazione non andrebbe considerata come una decisione da prendere a sviluppo avviato: è il genere del gioco che dovrebbe essere pensato fin dall'inizio in funzione di un'eventuale pubblicazione indipendente.
- Ogni genere porta con sé aspettative specifiche in termini di contenuti, qualità e valore produttivo, che possono influenzare significativamente la sostenibilità di un progetto autoprodotta.
- Quando si decide che tipo di gioco sviluppare, la scelta migliore è quella che nasce dall'incrocio tra le **competenze del team** e la **domanda del mercato**. È lì che si trova il vantaggio competitivo.

Grazie per l'attenzione e la partecipazione



Contatti:

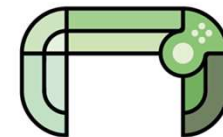


info@badvicesgames.com



<https://discord.com/invite/FKHvrg53zB>

BAD VICES
GAMES



Bologna
Game Farm