



POST SCRIPTUM

presenta

GUIDA ALL'AUTOPRODUZIONE

di

Mario Sacchi e Andrea Chiarvesio

prefazione

Walter Obert

Gli autori di questa guida sono, prima di tutto, persone **appassionate** al mondo dei giochi, e hanno scritto queste pagine a titolo completamente gratuito.

Questa guida vuole essere un piccolo contributo per migliorare la scena ludica italiana, aiutando coloro che intendano muovere i primi passi in questo mondo a proporre giochi che arricchiscano il mercato e, contemporaneamente, non deludano le aspettative dei propri autori.

Questa guida non è scritta a scopo di lucro, ma è stata redatta per evitare che l'inesperienza possa trasformare le buone idee in cattivi prodotti.

Per questo motivo è scaricabile gratuitamente da internet e la diffusione è libera, a patto di citarne sempre gli autori.

Non è consentito apportare modifiche alla guida senza l'esplicito consenso degli autori.

Per suggerimenti, critiche o proposte, potete contattare Mario Sacchi all'indirizzo: **info@psgiochi.com**.

Guida all'Autoproduzione

Proprietà letteraria ed intellettuale di Mario Sacchi e Andrea Chiarvesio – Copyright © 2008
Stampato in proprio settembre 2008

*Dedicata a tutte le persone che ci
hanno permesso di mantenere
l'entusiasmo in questo piccolo, pazzo,
mondo ludico italiano.*

Prefazione

a cura di Walter Obert¹

Ti mostrano le loro creazioni come mostrerebbero un figlio. Spesso, proprio come i genitori, non ne vedono i difetti e chiunque abbia un minimo di buon cuore non oserebbe mai criticarli.

Qualcuno si stupisce.

Altri immaginavano che esistessero ma non li avevano mai visti. Altri ancora erano sicuri che i giochi qualcuno prima li immagini e poi si dannì per vederli pubblicati. Sono gli **inventori di giochi "puri"**, quelli che inventano e si producono il proprio gioco.

Sono gli **"autoproduttori"**.

1 Co-fondatore di www.inventoridigiocchi.it
vincitore del premio Boulogne Bilancourt 2008
autore di:
Jahd der Vampire, Ravensburger, 1991
Hystericoach, Scribabs 2006
Chang Cheng, Tenki Games, 2007
Star System, Scribabs, 2007

Word Jam, daVinci, 2004
Hystericoach Hockey, Scribabs 2007
Kragmortha, Stratelibri, 2007

Li incontri alle fiere, sorridenti e orgogliosi. Stanno negli stand semi spogli, dietro ai loro tavoli, alle spalle i loro poster, gli scatoloni nascosti sotto al tavolo, le scatole aperte sulle tovaglie come tavole imbandite al pranzo della domenica. Ti mostrano le loro creazioni come mostrerebbero un figlio. Spesso, proprio come i genitori, **non ne vedono i difetti** e chiunque abbia un minimo di buon cuore non oserebbe mai criticarli.

Ti verrebbe da dire: *"Ma perché questa cosa l'hai fatta così?"*. Le osservazioni sono più o meno sempre le stesse: che la grafica è appena sufficiente rispetto agli standard correnti; che bastava una revisione per rendere le regole più comprensibili; che la traduzione in inglese / tedesco / francese è piena di errori; che la realizzazione finale è sciatta e non rende giustizia al progetto; che bastava ripensarci ancora qualche mese per trovare un tema più brillante.

Ma poi li guardi negli occhi e ci vedi la febbre, **la passione di chi per mesi ha dedicato migliaia di pensieri a inseguire l'Idea**, a contattare disegnatori, tipografi, produttori e a calcolare preventivi, a rendere l'Idea un qualcosa che possa finire in una scatola e andare in giro per il mondo a parlare di te, a far divertire gente, a portare a casa qualche soldino che permetta di recuperare le spese sostenute.

Li guardi mentre tirano i passanti dentro all'Idea, alla loro Idea, e li fanno partecipi. E capisci che non avrebbe senso fare quelle osservazioni, spesso ovvie. Potresti ricordargli che non bisognerebbe prodursi un gioco che non abbia trovato almeno un altro editore pronto a stamparlo. Non servirebbe a niente. Puoi solo ammirare la loro coerenza e il loro coraggio nel seguire il loro scopo.

Poi torni a casa, ci pensi su e ricordi che tutti i più grandi successi del settore sono nati da gente che come loro aveva avuto l'Idea, l'aveva cercata, inseguita, catturata, fatta crescere, messa nero su bianco, inscatolata e messa ad occupare salotti, garage, scantinati e tinelli. Successivamente l'Idea si sarebbe trasferita alle case degli amici e dei parenti, ai negozianti del paese, della città vicina, fino ad arrivare in tutta la nazione, forse sul tavolo di qualche grosso editore che finalmente l'avrebbe fatta conoscere al resto del mondo.

Vien da pensare che non è negli uffici, ma nei garages che sono avvenute le cose più belle, e non si parla solo di giochi, ma anche di computer, di rock band, di arte. E dietro a tutte queste creazioni c'era gente tosta e determinata. E questo perché loro ci avevano creduto fin dall'inizio, e non avevano mai mollato. Perché come potrebbero convincere gli altri se non ci credono loro per primi?

In questa guida troverete un sacco di buoni e documentati motivi per NON pubblicare il proprio gioco, una ordinata raccolta di domande e riflessioni che ogni appassionato dovrebbe porsi almeno due volte prima di buttarsi alla realizzazione della propria Idea e diverse buone proposte tecnico-organizzative.

Leggete tutto con attenzione, valutate i pro e i contro, prendete una decisione e buttatevi a caccia dell'Idea!

Presentazione

Questo documento è rivolto a tutti quegli autori che intendano intraprendere la strada dell'autoproduzione dei propri giochi. Si tratta di una strada che può regalare soddisfazioni, ma, col mercato di oggi, **non può essere affrontata senza un'adeguata preparazione.**

Per offrirvi una panoramica completa delle tematiche legate all'autoproduzione e all'ideazione di giochi, abbiamo pensato di scrivere una "guida" a due voci. La principale è quella di **Mario Sacchi**, che ha iniziato la sua attività come autoproduttore nel 2005 con il gioco BauSquitMiao, edito a marchio Post Scriptum. Con gli anni, Post Scriptum è diventata una casa editrice vera e propria e ha pubblicato giochi di altri autori, distribuiti in tre continenti.

*Il "controcanto" a questa guida è curato da **Andrea Chiarvesio**, che dopo aver maturato un'esperienza professionale decennale nel settore dei giochi negli uffici marketing di multinazionali del settore, di recente ha iniziato un'attività di consulente ed autore di giochi.*

Questi percorsi, sia pure molto diversi fra loro, hanno offerto ad entrambi la possibilità di conoscere sia il mondo dell'autoproduzione (per quanto riguarda Mario), sia altri meccanismi di cui un autore alle prime armi non è a conoscenza. A ciò si affianca inoltre l'esperienza sul mercato, maturata in questi anni, nel corso di fiere e convention, in Italia ed Europa.

Durante questi anni ad entrambi è spesso capitato di imbattersi in autori esordienti, che proponevano giochi interessanti a livello di meccaniche, ma realizzati, purtroppo, in modo non adatto al mercato, principalmente a causa dell'inesperienza. E, spesso, tali autori inesperti si dimostrano abbastanza impermeabili ai suggerimenti.

Spesso la paura di vedersi rubare le idee spinge gli inventori di giochi a lavorare in segreto, apparendo dal nulla, con un gioco autoprodotta, per il quale hanno speso troppi soldi e troppo tempo, senza poi ottenere un risultato soddisfacente, perché, durante la produzione, hanno commesso i soliti errori che inevitabilmente decretano le scarse vendite del titolo.

Tali errori solitamente rendono molto difficile la distribuzione del gioco in Italia, e del tutto impossibile quella all'estero.

Questa guida nasce proprio per far sì che questi errori possano essere evitati, e si rivolge a tutti gli aspiranti autori di giochi, e specialmente a quelli che si vogliono autoprodurre.

Produrre un gioco ben fatto e di qualità NON costa di più che stamparne uno appena decente dal tipografo sotto casa. Anzi, costa addirittura DI MENO! Basta solo rivolgersi a persone che abbiano già i giusti canali e l'esperienza per mostrarvi come si fa!

Non pensiate MAI che non vi servano suggerimenti. All'inizio serve sempre un po' di umiltà. Ma se avete scaricato questa guida e state leggendo queste parole, state già facendo il primo passo.

Per approfondimenti e consigli (o informazioni sui servizi di consulenza di Post Scriptum), contattate senza indugio **info@psgiochi.com** o visitate il sito **www.psgiochi.com**

Nel frattempo... andiamo a cominciare!

Farsi un'idea del mercato!

Non solo Monopoli® e Risiko!®

A qualcuno potrà sembrare banale, ma non lo è affatto: in qualità di editore ricevo decine di proposte di giochi “innovativi” che si rivelano essere cloni di Monopoli®, Risiko!®, Cluedo®² o altri titoli tanto famosi quanto datati. Ciò accade perché molte persone decidono di affrontare il mercato dei giochi senza conoscerlo a sufficienza.

Autoprodurre un gioco di questo genere è un errore, perché il pubblico degli appassionati italiani non li considera degni di attenzione, mentre la Grande Distribuzione (che si rivolge a un pubblico che sarebbe adatto a questo genere di titoli), ovviamente prende in considerazione solo gli “originali”.

A costo di sembrare brusco, dico senza mezzi termini che autoprodurre un gioco simile significa gettare via tempo, energie, entusiasmo e, naturalmente, soldi.

2 Copyright © Editrice Giochi

Andrea: parole sante. Secondo voi, è pensabile che uno intraprenda la carriera di scrittore avendo letto tre libri in vita sua? O girare un film come regista conoscendo magari a memoria Via col Vento e Ombre Rosse ma senza essere neanche stato al cinema negli ultimi dieci anni? Non credo proprio.

Ma allora quali sono i giochi giusti?

Farsi un'idea di quale siano i tipi di giochi da prendere in considerazione è semplicissimo: basta andare a vederli! Prima su internet e poi dal vivo!

In definitiva i passi sono:

a) farsi un giro sui siti internet di riferimento per farsi un'idea di cosa sia il gioco da tavolo in Italia.

Per esempio su **www.inventoridigiochi.it** si può vedere come funziona la progettazione di un gioco, quali sono le meccaniche innovative e quali quelle ormai abusate, e soprattutto si possono conoscere molte persone appassionate a cui chiedere consiglio (io scrivo col nick MarioV).

Andrea: non faticherete a riconoscere i miei commenti firmati con il nick Tanis70, sia qui che sul sito successivo.

Su **www.goblins.net** è possibile trovare moltissime recensioni di giochi già editi, con valutazioni, commenti e articoli dei giocatori. Vedere quali siano i giochi meglio votati può essere un buon inizio (anche se ovviamente si può puntare anche su tipi di giochi completamente diversi). Esiste anche un canale del forum dedicato a Post Scriptum, in cui fare domande la cui risposta può interessare anche ad altri.

Negli archivi di **it.hobby.giochi** è possibile trovare un po' di storia e di cultura ludica.

Se masticate l'inglese non potete non visitare **www.boardgamegeek.com** che è a tutti gli effetti il punto di riferimento a livello mondiale per i giochi da tavolo, nonché il database più completo del mondo.

Andrea: Tenete sempre presente che le recensioni online sono un termometro affidabile solo su base quantitativa (un conto è una media di mille-duemila giudizi come quelle dei titoli di punta su boardgamegeek, un conto è una media di venti giudizi o una singola recensione, scritta magari dal migliore amico o dal cugino dell'autore o dell'editore).

b) girare per fiere e convention. In questo senso le migliori sono quelle organizzate da **www.inventoridigiocchi.it** a Piossasco (TO), Berceto (PR) e Sant’Omero (TE). Sono sempre frequentate da autori ed editori prodighi di consigli, e sono ottime occasioni per conoscere il tipo di giochi che piacciono agli appassionati in Italia.

In giro per l’Italia ci sono comunque molte altre manifestazioni più o meno grandi in cui è possibile provare questo tipo di giochi. In molte di esse, poi, è presente l’**Area Autoproduzione**, composta da molti giovani autori entusiasti di mostrare i propri titoli.

Questi autori sono contraddistinti da un notevole entusiasmo e, spesso, da giochi validi, anche se molti non sono prodotti secondo gli standard di mercato classici, anzi alcuni sono letteralmente fatti in casa in poche copie.

Ciò rappresenta una strada percorribile per certi tipi di gioco (e per autori che abbiano la voglia e la possibilità di muoversi per tutte le fiere d’Italia), ma non è l’argomento di questa guida.

Sono comunque persone da contattare senz’altro. A tale scopo, il sito internet di riferimento è **www.warangel.it/Area.htm**, gestito da Angelo Porazzi, coordinatore dell’Area Autoproduzione.

Un'altra possibilità, da sfruttare se è logisticamente possibile, è l'iscrizione a una delle numerose associazioni ludiche attive in tutto il Paese.

Giocare dal vivo è fondamentale!

c) far provare il gioco agli esperti! Sempre durante le convention, a maggior ragione a Piosasco, Berceto e Sant'Omero (ma non solo), è davvero **fondamentale** avere un parere da altri autori, editori o giocatori esperti. In troppe fiere e convention ho visto spuntare dal nulla giochi destinati a restare invenduti perché il playtest era stato fatto da soli, o con solo un gruppo di amici, che magari non giocavano neanche volentieri. **Questa è la cosa più importante di tutte!**

d) se il parere degli esperti è positivo e si decide di autoprodursi, **rivolgersi a qualche altro editore** per avere qualche dritta e consiglio, prima di lanciarsi nell'impresa.

A questo proposito, naturalmente, la mia email è **info@psgiochi.com**

|| *Andrea: tra i punti a e b credo che Mario non abbia insistito abbastanza su un punto essenziale: **giocare, giocare, giocare!** E*

non ai vostri giochi, ma a quelli degli altri! Questo è il migliore modo per:

- farvi un'idea precisa di cosa è presente sul mercato e di quanto i vostri giochi possano essere o meno originali o in linea con i gusti del pubblico;

- imparare da chi ce l'ha fatta, cercando di carpire la ricetta di un gioco ben riuscito (talvolta imparando dagli errori degli altri).

Sì, ma se poi mi fregano il gioco?

E qui veniamo al discorso della tutela delle proprie idee.

In tre parole: **non è possibile.**

Non esiste una legge che vi metta al sicuro in questo senso. La buona notizia è che, però, **non è neanche necessario.**

Mi spiego: il mercato ludico in Italia muove talmente pochi soldi, che un editore non penserà **mai** di fregarvi un'idea, perché quello che ci guadagnerebbe facendolo sarebbe quasi sicuramente inferiore rispetto a quello che perderebbe con la figuraccia e la perdita di credibilità a cui si sottoporrebbe: i suoi clienti sono persone appassionate, che seguono con attenzione gli eventi e i

sussurri del mondo ludico. A nessuno sfuggirebbe un plagio, e il gioco non venderebbe.

A un editore conviene molto di più mettervi sotto contratto e darvi un 5% sulle vendite.

Effettivamente ci potrebbe essere qualche altro **autore** che vi frega l'idea, ma anche ciò è molto difficile, perché la comunità ludica italiana è piccola, ci si conosce tutti e se fate vedere un gioco in giro, presto tutti verranno a sapere che è vostro, quindi se qualcuno osasse presentarsi con un gioco uguale verrebbe subito smascherato.

Anzi: più lo si fa provare, meglio si tutela il proprio gioco!

Andrea: totalmente d'accordo. Ci sono più possibilità di essere centrati in fronte da un meteorite che di arricchirsi (o anche solo di guadagnare abbastanza da far diventare questa attività una professione) creando giochi, per cui la paranoia è la prima cosa di cui liberarsi.

Perché autoprodursi?

Un hobby impegnativo!

L'autoproduzione è un hobby che può avere tre sbocchi:

- a) un fallimento.** Il gioco non vende e l'investimento va perduto.
- b) resta un hobby.** Il gioco permette di rientrare nelle spese, tirando su qualche soldino. E' un hobby impegnativo, ma anche bello, divertente e gratificante e fa colpo (almeno per i primi cinque minuti in cui lo dite) sulle ragazze.
- c) diventa un lavoro.** Ora, è ovvio che per diventare un lavoro non si può restare nelle dimensioni dell'autoproduzione, ma bisogna iniziare a pensare/agire da casa editrice vera: un po' di titoli in catalogo, pubblicità, prodotti professionali ecc...

Personalmente trovo che lavorare nei giochi sia un bel sogno. A molti piacerebbe tantissimo farlo di mestiere, ma partire a spron battuto aprendo una casa editrice dal nulla è una bella sfida, senza contare che bisogna avere i capitali per farlo.

Io credo che l'autoproduzione vada vista proprio in questo senso: un hobby, intrapreso con la speranza di riuscire a portarlo avanti e con il sogno di riuscire a trasformarlo in qualcosa di più.

Autoprodurre un gioco, coi margini di guadagno e i rischi che comporta, come operazione fine a sé stessa e come esperienza destinata a rimanere unica non ha senso, secondo me.

O meglio, ha senso solo per chi ha “il gioco della vita”³ su cui ha lavorato per anni, e vuole pubblicare QUEL gioco e solo QUEL gioco. Ma il 99% degli autoproduttori (o aspiranti tali) che conosco sono vulcani di idee che inventano giochi a getto continuo, e immagino che vorrebbero vederne realizzati il maggior numero possibile.

Il gioco deve avere la funzione di veicolo per farsi conoscere e per avere la possibilità di reinvestire i capitali rientrati per altri giochi, sempre da promuovere a livello di hobby, ma con la speranza e il sogno di sottoporli a distributori importanti: le possibilità sono poche, ma sono comunque maggiori avendo il prodotto *ready to sell* che non solo il prototipo. **A livello personale ho visto che avendo un prodotto da vendere, gli altri editori mi**

3 Comunque, anche per chi avesse solo “il gioco della vita” da produrre, i consigli che verranno illustrati nel terzo capitolo restano validi!

hanno ascoltato di più rispetto a quando ero un semplice autore in cerca di pubblicazione.

Perché dico che non ha senso fermarsi a uno? Per i seguenti motivi:

a) autoprodursi per hobby è uno sbattimento colossale. Autoprodursi per vivere è qualcosa che rasenta l'impossibilità. L'unico modo per poter guadagnare è farsi un nome e crearsi un catalogo che possa interessare ai distributori. Inoltre, con più titoli in catalogo, aumentano anche le possibilità di vendita in fiera (mentre le spese restano le stesse, sia che si porti un solo gioco, sia che se ne portino molti). Non è semplice riuscirci, ma c'è chi ce l'ha fatta.

b) al giorno d'oggi mi sembra che i nuovi editori non siano visti molto bene, anche perché oggettivamente un gioco autoprodotta manca del filtro di un editore. Cioè: piace a chi lo pubblica, ma non c'è la prova che sia piaciuto anche a qualcun altro (un editore, appunto). Ciò comporta la percezione che alcuni giochi di scarsa qualità “rubino spazio” a giochi più meritevoli. Può essere un atteggiamento poco condivisibile, ma esiste e bisogna tenerne conto. Quindi, **fare breccia subito con il primo titolo è difficile. Per vincere le diffidenze, spesso servono più giochi di qualità.**

c) ormai, ai giochi autoprodotti è richiesta una qualità di materiali pari a quelli dei grandi editori,ovviamente restando nel prezzo di mercato.

Questo è possibile, ma solo con tirature elevate. Altrimenti per restare nei prezzi di mercato bisogna accontentarsi di una percentuale di guadagno bassa. Trattandosi di un hobby, ciò è possibile, ma ovviamente sarà più difficile rientrare nelle spese. Molti autoproduttori sono naufragati per questo motivo. Ovviamente, spalmando le spese su più giochi, è più facile ammortizzarle.

d) un solo gioco stanca: se girate per anni proponendo sempre e solo lo stesso titolo, ci sarà sempre meno gente interessata.

Quindi, guardando l'autoproduzione come prospettiva a lungo termine, è necessario partire con il piede giusto, per avere la possibilità di rientrare delle spese e poter poi proseguire con il proprio hobby: bisogna evitare gli errori che possano far naufragare il progetto alla partenza.

Ovviamente facendo un po' di esperienza, andando in giro in Italia ed Europa, conoscendo gente e pubblicando qualcosa, alla fine si entra in contatto coi fornitori giusti, che hanno i giusti rapporti di

qualità/prezzo, ma un neofita che si butti nella produzione del primo gioco deve stare davvero attento a proporre un prodotto ben fatto, quindi torniamo al discorso di **non fare tutto da soli**, ma rivolgersi a qualcuno che abbia esperienza.

Insomma... non è affatto una passeggiata.

D'altro canto ci sono sicuramente anche degli effetti positivi.

Primo fra tutti, il fatto di avere una rete di contatti sicuramente maggiore rispetto ai "semplici" aspiranti autori.

E poi, ovviamente...

SE il gioco è bello;

SE si riesce a pubblicizzarlo bene;

SE si riesce a realizzarlo con i giusti materiali;

SE si riesce a venderlo al giusto prezzo;

SE si è disposti a girare per fiere su fiere e non si hanno problemi ad andare a Essen e Norimberga;

SE il gioco è DAVVERO bello...

allora si può guadagnare di più con l'autoproduzione che non proponendolo a un editore, ma prima che questo permetta di vivere ce ne passa...

Andrea: condivido tutto, ma permettetemi di aggiungere due parole in più sul fatto che “i nuovi editori non sembrano essere visti molto bene”.

Tralasciando il fatto quasi ovvio che è evidente il limite di non avere un filtro professionale alla pubblicazione, non credo si tratti di un banale pregiudizio verso nuovi editori e che possa essere liquidato semplicemente come un atteggiamento poco condivisibile.

Una premessa doverosa: diversamente da chi lo fa per passione, in questo ambiente ci sono anche persone che ci lavorano per davvero, e che da questo settore devono far uscire i soldi per il mutuo della casa, i figli, ecc... e se un'autoproduzione di alto livello e gestita consapevolmente è uno stimolo, ed anzi arricchisce il mercato, un'autoproduzione sciatta ed invadente lo può solo, purtroppo, danneggiare.

In un mercato di dimensioni ridotte, la presenza infatti sugli scaffali di prodotti brutti o comunque non all'altezza, rischia di

creare una turbativa o di danneggiare il mercato stesso. Va purtroppo da sé che un nuovo editore, proprio perché inesperto, rischia più degli altri di proporre giochi non all'altezza (spesso anche editori con tradizione ed esperienza sfornano prodotti inadeguati pur di ampliare il proprio catalogo. Non si tratta quindi di un pregiudizio nei confronti degli autoproduttori emergenti, ma del pericolo rappresentato per l'intero settore e per chi ci lavora sul serio da giochi non all'altezza).

Dato che ad una situazione di mercato non particolarmente florido si somma spesso la totale o parziale mancanza di capacità di svolgere efficacemente il ruolo di filtro ed interfaccia tra editori e pubblico (ovvero distributori e negozianti), il risultato è che sugli scaffali arriva, purtroppo, letteralmente di tutto: prodotti ben realizzati ed altri proprio no.

Ed un aspirante giocatore o un giocatore occasionale che compri uno o più giochi realizzati male rischia di diventare, o di tornare ad essere un non-giocatore, con grave danno per tutti.

*Per cui, per il bene del nostro hobby e di questo mercato, vi scongiuro: **non datevi all'autoproduzione senza avere l'assoluta certezza che:***

1) Il gioco (o i giochi) nelle sue meccaniche e nella sua struttura è stato giudicato valido ed interessante da un buon numero di estranei, esperti del settore (ma anche neofiti) con cui non avete rapporti di amicizia, parentela, vicinato, ecc... (e no, il vostro parere, quello di vostra madre, della fidanzata e del migliore amico **non contano**).

2) il prezzo, la grafica ed i materiali con cui potete ragionevolmente realizzare il vostro gioco non sfigurino (non dico di essere all'altezza, ma almeno di non sfigurare) con gli standard di mercato.

3) siete disposti a supportare il gioco con una presenza costante e regolare a fiere e manifestazioni, curando voi il servizio clienti, ecc... Dato che non avete una struttura alle spalle, dovrete fare tutto voi, e non è affatto semplice!

In definitiva: **i giochi belli realizzati all'altezza degli standard attuali e supportati come si deve fanno del bene al mercato, e sono visti positivamente da chiunque** (anzi, saranno proprio gli editori "di mestiere" che di fronte ad un gioco autoprodotta bene che ha successo verranno da voi proponendovi di diventare autori veri e propri), mentre – scusate se lo dico chiaramente a costo di diventare antipatico - **i giochi brutti o realizzati sotto standard**

danneggiano il mercato, indipendentemente se li produce un editore esperto o un neofita.

Un hobby DAVVERO impegnativo!

Per autoprodursi bisogna essere disposti a fare fiere su fiere (e convention, manifestazioni, ritrovi, raduni...).

E' davvero una parte importante di questo hobby, perché l'unico altro modo per far conoscere il proprio gioco è pubblicizzarlo. Ma siccome non tutti possono investire i SOLDI necessari per far conoscere il proprio gioco, bisognerà investire il proprio TEMPO.

Ma, visto che parliamo di un hobby, si presuppone che sia piacevole trascorrere il proprio tempo in fiera!!!

In definitiva lo scopo della fiera/convention/ritrovo è:

a) vendere ai privati: ricarico massimo, numero di copie vendute si spera accettabile.

Andrea: non scordatevi di emettere regolare ricevuta fiscale per la vendita in fiera... mica vorrete evadere, vero?

b) prendere contatto con i distributori di nicchia: poi una volta che il contatto è avviato, naturalmente, prosegue per conto suo al di fuori dell'ambito fieristico.

c) pubblicizzare il gioco, farlo conoscere, fare in modo che se ne parli, creare curiosità.

d) parlare con gli altri soggetti del settore, conoscere autori, appassionati, illustratori, accordarsi con gente che gestisce siti internet di servizio o associazioni.

e) giocare e divertirsi il più possibile!

Ad eccezione del primo punto, gli altri possono e **devono essere attuati prima ancora che il gioco sia edito**. Prima si comincia, e meglio è.

Ma era già stato detto nel primo capitolo: **portate il gioco in giro prima di pubblicarlo!**

Il fatto che sia direttamente l'autore a portare il proprio gioco alle fiere e proporlo ha un enorme vantaggio: egli crede nel gioco e fa di tutto per spingerlo, sottolineando tutti i pregi e magari facendo fare partite di prova al pubblico, rendendo il tutto molto divertente e leggero.

Gli autori che popolano l'Area Autoproduzione, sono ottimi esempi di persone entusiaste dei propri giochi. Essere un "personaggio" e coinvolgere i giocatori aiuta a vendere e far conoscere i propri giochi.

Ovviamente bisogna proporre il gioco con pari entusiasmo anche ai distributori e ai negozianti, perché decidano di dargli una chance.

Ma perché la gente (negozianti prima, clienti del negozio poi) noti proprio quel gioco in mezzo a tutti gli altri, non basta l'entusiasmo: servono anche le qualità.

Ecco perché, oltre a conoscere il mercato, e i motivi per cui ci si può autoprodurre, serve anche sapere **come** autoprodursi!

Come autoprodursi?

Primi passi.

Per iniziare un'attività di autoprodotto, l'ideale è aprire una partita IVA come ditta individuale, con la causale "produzione di giochi, compresi i videogiochi". La procedura è gratuita, ma, naturalmente, vincola al pagamento delle tasse.

Riguardo ad altri obblighi e adempimenti burocratici, vista la velocità con cui cambiano le normative, non è opportuno parlare in questa sede.

Produrre il gioco.

a) da chi farlo stampare?

La produzione in Italia è costosa, ma può essere seguita bene e da vicino. All'estero si spende sicuramente molto meno, però è più

difficile visionare come sta venendo il gioco e inoltre è anche difficile contattare i fornitori.

D'altro canto ci sono molte più ditte specializzate nel produrre giochi all'estero che non in Italia.

Il consiglio è semplice: se, come detto in precedenza, avete portato il vostro gioco in giro per manifestazioni, avrete sicuramente conosciuto molti editori. Chiedere consiglio a loro è **indispensabile!**

b) per quanto riguarda la tiratura, ovviamente resta fermo il principio che più copie si stampano, meno si spende per la singola copia. 1000 copie possono essere una valida quantità per un gioco prodotto per hobby: tenendo margini di guadagno più bassi rispetto alle grandi case editrici si può restare in linea coi prezzi di mercato. Quantitativi maggiori dipendono dalle disponibilità economiche dell'autore, dal costo fisico del gioco (un card game da 55 carte costerà meno di un gioco con scatola enorme e 300 miniature), e dalla convinzione dell'autore di riuscire a venderle tutte (ovvero, dal riscontro che il gioco ha avuto durante il periodo di playtest).

c) seguire la produzione è la parte più difficile, perché a volte un **particolare apparentemente insignificante può mandare a monte tutto il progetto!**

Le insidie, in questa fase, sono davvero dietro l'angolo: una tessera impaginata male, un errore di battitura, due carte con colori troppo simili, una scritta in italiano su un gioco da vendere in Germania, un'immagine inviata in bassa risoluzione, una parola con l'ultima lettera tagliata perché non centrata correttamente sulla fustella... **Sono moltissimi i problemi che si possono riscontrare e che possono influire molto negativamente sul successo del prodotto.**

Per un esordiente, riuscire a farsi notare è difficile. Il mondo dei giochi in Italia è spesso diffidente ed esigente. **Se volete avere speranze, il gioco deve avere la miglior qualità possibile!**

Andrea: un'unica chiosa: se il mondo dei giochi italiani è esigente, all'estero lo sono ancora di più. Per cui ancora una volta, la miglior qualità possibile deve essere il vostro obiettivo.

Vendere il gioco.

a) il prezzo di vendita al pubblico dev'essere in linea con il mercato. Un card game non può costare 30 euro.

Questa è una considerazione fondamentale che bisogna tenere ben presente fin da subito. **Bisogna decidere fin dall'inizio a quanto verrà venduto il proprio gioco** e decidere di partire con la produzione solo dopo aver calcolato tutte le spese di produzione (stampa, illustrazioni, trasporto).

Queste spese non devono superare un quarto del prezzo al pubblico (I.V.A. esclusa). Se sono superiori, bisogna cambiare qualcosa o abbandonare il progetto.

In realtà questo discorso si dovrebbe applicare a TUTTE le spese per il gioco (avvio attività, pubblicità, fiere, sito internet ecc.), ma, trattandosi della prima uscita, si può decidere di fare il calcolo solo sulla pura produzione, perché queste altre spese si possono ammortizzare in futuro con l'arrivo di altri giochi. In pratica, come già detto in precedenza, si tratta di ridurre il proprio margine di guadagno per garantire che il prezzo sia in linea col mercato.

b) i canali di vendita all'inizio sono pochi. Bisogna cercare al più presto negozianti e grossisti da rifornire. Il posto ideale per

trovarli è, come sempre, la fiera o convention, dove possono vedere, toccare e magari giocare il prodotto. Va comunque effettuata anche una promozione via internet, sia per far conoscere il gioco ai distributori che non si ha avuto la possibilità di incontrare dal vivo, sia, soprattutto, al grande pubblico.

Teoricamente è anche possibile vendere il gioco via internet, ma ciò presuppone sempre che il titolo sia stato adeguatamente pubblicizzato in precedenza, e comunque, con un solo prodotto in catalogo, le spese di spedizione generalmente scoraggiano l'acquirente.

In conclusione.

Riassumendo, i punti salienti del discorso sono:

Far vedere il proprio gioco.

Una cosa fondamentale è girare per fiere e far provare i propri giochi ad altri autori o a giocatori esperti: **purtroppo ogni anno vedo qualche nuovo autoproduttore che si presenta dal nulla, con un gioco completamente inadatto al mercato** perché ha lavorato in segretezza e ha partorito qualcosa che nessuno aveva valutato prima... col risultato che **nessuno glielo compra!**

Non fare tutto da soli!

Per autoprodurre un gioco da tavolo oggi come oggi è impensabile fare tutto da soli, nel senso che ormai anche per gli autoproduttori è richiesta una certa qualità di grafica, di materiali oltre che, naturalmente, di gioco.

E questa qualità, per un esordiente che arriva "dal nulla" è COSTOSA. Noi di Post Scriptum ci abbiamo messo tre anni per trovare i nostri attuali fornitori, e più andiamo avanti, più abbiamo contatti.

Ma un nuovo arrivato difficilmente può trovare "al volo" i canali migliori per produrre un gioco con la giusta qualità/prezzo.

In pratica: nel mondo dei giochi ci sono moltissime persone disponibili a darvi una mano.

Sfruttatele, sia prima, sia durante la realizzazione del vostro gioco!

Andrea: autoprodurre è una bellissima impresa, che esprime e rafforza qualità meravigliose come passione ed entusiasmo, e che, se fatta nel modo corretto, potrebbe anche trasformarsi in una professione. Fatelo però partendo dal concetto che si tratta principalmente di un hobby. Non cercate di trasformarlo, fin dall'inizio e a tutti i costi, in un'attività a scopo di lucro. Intanto perché è davvero difficile guadagnarci qualcosa, e poi perché a tutti gli effetti stareste facendo concorrenza sleale a persone che in questo settore ci sono per professione, e se un domani ambite a

farne parte a pieno titolo, non è esattamente il migliore dei biglietti da visita (produrre e rivendere a margine zero per hobby – e magari senza emettere ricevute o scontrini quando vendete in fiera - è ben diverso dal cercare di portare a casa uno stipendio pubblicando o distribuendo giochi).

“Ho deciso di autoprodurmi e voglio chiedere qualche consiglio a Post Scriptum!”

Basta solo rivolgersi a persone che abbiano già i giusti canali e l'esperienza per mostrarvi come si fa!

Per qualsiasi richiesta o consiglio, la mail è **info@psgiochi.com**

inoltre è possibile trovare alcuni post scritti da me (Mariov) su questi argomenti sui forum di **www.inventoridigiocchi.it** esiste poi un forum di filo diretto con Post Scriptum anche su www.goblins.net

*Andrea: scrivo anche io su inventoridigiocchi.it e potete contattarmi a **tanis70@libero.it** o direttamente alle fiere. Non inviatemi per favore regolamenti di giochi o prototipi, se posso vederli insieme a voi in una fiera lo faccio volentieri.*

Questi consigli, ovviamente, sono gratuiti e non si negano a nessuno. Inoltre, però, Post Scriptum offre servizi di assistenza e consulenza nella produzione vera e propria, che consistono in:

Preventivo (senza impegno): presentateci il vostro progetto nel dettaglio e vi forniremo una consulenza gratuita in merito ai materiali migliori per la produzione del gioco e stima del costo di produzione, per la tiratura richiesta (grafica esclusa).

Produzione: nella pubblicazione di un gioco entrano in campo moltissimi fattori che possono decretarne il successo o il fallimento. Gli errori dovuti all'inesperienza sono sempre in agguato e riguardano aspetti che un neofita non prende affatto in considerazione.

Noi offriamo una consulenza professionale per trasformare una buona idea in un **vero gioco di qualità**, con prezzo e materiali in linea col mercato.

Promozione: insieme alla produzione, offriamo anche la divulgazione del gioco presso i canali che riteniamo più adatti al titolo in oggetto.

Grafica: L'esperienza e i contatti presi in questi anni di attività ci permettono di selezionare le figure professionali più adatte per

seguire lo sviluppo grafico del vostro gioco. Gli illustratori e gli studi grafici con cui siamo in contatto sono in grado di sviluppare il progetto con serietà e professionalità.

Indice

| | |
|--|-----------|
| Prefazione..... | 5 |
| a cura di Walter Obert..... | 5 |
| Presentazione..... | 9 |
| Farsi un'idea del mercato!..... | 13 |
| Non solo Monopoli® e Risiko!®..... | 13 |
| Ma allora quali sono i giochi giusti?..... | 14 |
| Sì, ma se poi mi fregano il gioco?..... | 18 |
| Perché autoprodursi?..... | 21 |
| Un hobby impegnativo!..... | 21 |
| Un hobby DAVVERO impegnativo!..... | 29 |
| Come autoprodursi?..... | 33 |
| Primi passi..... | 33 |
| Produrre il gioco..... | 33 |

| | |
|---|-----------|
| Vendere il gioco..... | 36 |
| In conclusione..... | 39 |
| Far vedere il proprio gioco..... | 39 |
| Non fare tutto da soli!..... | 39 |
| “Ho deciso di autoprodurmi e voglio chiedere qualche consiglio a Post Scriptum!” | 43 |

Appendice: riassunto dei siti internet di riferimento.

www.psgiochi.com: il sito di Post Scriptum, dove sono descritti nel dettaglio i servizi a disposizione di chiunque voglia pubblicare un gioco.

www.inventoridigiochi.it: la comunità di autori di giochi. Il sito di ritrovo fondamentale per chi vuole iniziare a inventare un gioco nel modo giusto.

www.warangel.it/Area.htm: il sito di Angelo Porazzi, da contattare per conoscere luoghi, date e caratteristiche dell'Area Autoproduzione.

www.goblins.net: la comunità di appassionati più grande d'Italia, dove è possibile trovare moltissime recensioni, per farsi un'idea dei gusti ludici del pubblico italiano.

www.boardgamegeek.com: il più grande database di giochi del mondo (in inglese)

E inoltre...

Database ludici – per avere altre opinioni sui giochi già editi:

www.giochidatavolo.net

www.trictrac.net (in francese)

Associazioni ed eventi – per essere sempre informati sugli eventi ludici in Italia:

www.giocatorino.it

www.treemme.org

www.gimagioke.it

www.luccacomicsandgames.com

www.creatorididivertimento.com

Case editrici – altri esempi di autoproduttori che sono diventati editori:

www.bolide.it

www.scribabs.it (anche illustratore e studio grafico)