Fenomeno Twitch

Twitch è una piattaforma di livestreaming di proprietà di Amazon. Il suo contenuto principale sono i videogiochi: tornei di eSports, talk-show a tema e canali personali dove giocatori amatoriali o professionisti trasmettono sessioni di gameplay.

Perché proprio i videogiochi? Quando è nata come Justin.tv nel 2007, i suoi contenuti live riguardavano diversi temi, ma quello che ha incontrato maggiormente il favore del pubblico sono stati i videogiochi. Così, al momento della rinascita come Twitch, si è deciso di puntare su uno sviluppo tutto in verticale. Amazon comprende il valore di questa piattaforma e nel 2014 l'acquista per circa 900 milioni di dollari.

Infatti, il mercato dei videogiochi è cresciuto esponenzialmente negli ultimi anni. In Italia l'AESVI (Associazione Editori Sviluppatori di Videogiochi Italiani) ha registrato per il 2018 un fatturato di oltre 1 miliardo e 700 milioni di euro, comprensivo di hardware e

software. Si tratta di una crescita del 18,9% rispetto all'anno precedente.

Twitch è organizzato per canali e gli utenti possono seguirli gratuitamente, fare donazioni tramite la piattaforma o sottoscrivere un abbonamento al canale, ricevendo dei contenuti esclusivi. La pubblicità è impostata dai possessori dei canali, gli streamer, che possono decidere quando mandarla in onda ed è visibile solo agli utenti senza abbonamento.

Chi può diventare uno streamer? Sostanzialmente chiunque. Ai nuovi iscritti Twitch mette a disposizione un percorso fatto di video (Creator Camp) per apprendere le nozioni che servono per gestire un canale con dei contenuti e come costruire e mantenere una community. Viene spiegato anche come promuovere il proprio personal brand e costruire una strategia sui social media.

Ogni anno Twitch organizza in America, e da quest'anno anche in Europa, una convention con streamer provenienti da tutto il mondo, dove si susseguono eventi e presentazioni di videogiochi da parte delle case produttrici. Qui, i nuovi streamer hanno la possibilità di assistere a 'seminari' tenuti da chi ha più esperienza e ha raggiunto certi risultati. Gli argomenti variano anche a seconda del grado di affiliazione dello streamer. Infatti, Twitch distingue due gradi di partnership in base ai risultati, i quali sbloccano diverse funzionalità da mettere a disposizione degli utenti finali.

Quanto effettivamente è utile il percorso di Creator Camp? Sicuramente quelle conoscenze sono un valido aiuto per chi è all'inizio, ma occorre saperle adattare al proprio caso per creare originalità nei contenuti. Avere un approccio di tipo professionale, insomma, perché trasmettere live significa diventare un'emittente e quindi avere la necessità di creare un palinsesto, che entrerà in competizione con altri palinsesti (anche televisivi).

La forza di Twitch è proprio la diretta, sebbene la platea di utenti sia decisamente inferiore rispetto a YouTube, 140 milioni di utenti unici al mese contro l’1.8 miliardi circa del colosso dei video, può vantare un alto engagement e un alto tasso di conversione. E sono proprio queste due metriche a renderlo molto interessante per fare degli investimenti.