



IL CAPO DI BBO GUARDA AVANTI

(dal Bollettino N. 3 dei NABC)

<https://cdn.acbl.org/nabc/2021/03/bulletins/db5.pdf>



(da traduttore Google)

"Sono felice che il bridge faccia a faccia stia tornando", afferma Olivier Comte, CEO di **52 Entertainment**, la società madre di Bridge Base Online (BBO), FunBridge, Bridge Baron e Master Point Press, tra gli altri.

Comte, che sta partecipando al Fall NABC di Austin, ha incontrato i funzionari dell'ACBL per discutere il ruolo che le piattaforme online avranno nel futuro del gioco, così come i nuovi concetti che 52 Entertainment sta pianificando.

Sebbene il consiglio di amministrazione e la direzione dell'ACBL siano grati che il bridge online abbia fornito uno sbocco per un bridge duplicato sicuro e autorizzato per tutto il 2020 e il 2021, c'è un'enorme preoccupazione che i club fisici continueranno a registrare una bassa partecipazione nel prossimo futuro, non solo dai problemi legati al COVID, ma anche da giocatori che si sono abituati alla comodità del gioco online rispetto alle competizioni faccia a faccia, limitando così il loro gioco dal vivo.

Comte è sensibile a queste preoccupazioni. "Il faccia a faccia è fondamentale, perché il bridge è un gioco sociale. Più il bridge è vivo, meglio è. Credo fermamente che il gioco dal vivo nei club sia fondamentale per la salute del bridge. Il futuro del gioco, tuttavia, è una combinazione di gioco faccia a faccia e online, e ogni comunità deve decidere come bilanciare i due. Per me, non c'è lotta tra loro; entrambi possono esistere insieme."

Comte si sta godendo un po' di bridge dal vivo mentre è ad Austin. Giocando con Jose Damiani, ex presidente della World Bridge Federation, ha vinto la competizione del sabato pomeriggio. Ma altri problemi oltre al gioco online stanno focalizzando l'attenzione di Comte.

"La formazione al bridge è la chiave per lo sviluppo della prossima generazione di giocatori e 52 Entertainment considera l'istruzione come un'opportunità di investimento. L'acquisizione di contenuti è fondamentale per noi, poiché i giocatori sono affamati di nuove informazioni", afferma.

A tal fine, 52 Entertainment è stata la forza trainante di BRIDGERAMA+, la loro rivista online.

“Il nostro obiettivo è produrre una rivista di qualità con contenuti eccellenti. Al momento non siamo preoccupati per una pubblicazione che fa soldi, quindi BRIDGERAMA+ è attualmente gratuito. Ma la passione che i giocatori hanno per il nostro gioco richiede che esista una bella rivista come veicolo per esprimerlo”.

I giocatori possono controllare da soli l'ultimo numero online su kiosque.lebridgeur.com/.

Il piano di Comte è di creare diverse versioni della rivista per vari tipi di pubblico intorno al mondo.

“Vogliamo capire le esigenze delle varie comunità, quindi il nostro obiettivo è attirare i migliori scrittori provenienti da luoghi diversi. Ci saranno probabilmente molti più contenuti nordamericani, in quanto ACBL è la più grande organizzazione del mondo. E per ora, è gratuito. Il mio piano è trovare un modo per regalarlo gratuitamente ai clienti BBO.”

Forse l'obiettivo più ambizioso per Comte è il piano per lanciare una piattaforma di apprendimento globale che la sua società ha soprannominato "Aristotele".

“Stiamo spendendo molta energie e risorse per creare una piattaforma educativa per insegnanti e studenti. Una delle sue caratteristiche principali saranno le opzioni video per le lezioni online”, afferma Comte. L'obiettivo è che il progetto sia operativo dall'estate 2022.

Un altro obiettivo per 52 Entertainment è quello di rinnovare le presentazioni vugraph esistenti. “Vugraph è un importante strumento BBO, ma siamo puntando a un look più moderno. Ma in aggiunta a più video e altre funzionalità, puntiamo anche a un nuovo modello di business per il Vugraph. Noi vogliamo mantenere gratuito l'attuale Vugraph, ma anche offrire uno spettacolo Vugraph premium a pagamento. Il nostro piano è pagare gli organizzatori per l'esecuzione delle presentazioni Vugraph, ma anche pagare un compenso ai giocatori presenti in quelle presentazioni. Questa idea vuole fornire una motivazione per l'utilizzo da parte di tutti i soggetti coinvolti nel Vugraph.”

E se non bastassero questi progetti per mantenerlo impegnato, Comte vuole vedere un uso esteso di video nei giochi online. “Vogliamo rendere i video disponibili non solo per giochi di club virtuali, ma anche per tavoli privati. Questo è una caratteristica di cui tutti dovrebbero poter godere di BBO.”

BBO chief looks forward

"I'm happy that face-to-face bridge is coming back," says Olivier Comte, the CEO of 52 Entertainment, the parent company of Bridge Base Online, FunBridge, Bridge Baron and Master Point Press, among others. Comte, who is attending the Fall NABC in Austin, met with ACBL officials to discuss the role online platforms will play in the future of the game, as well as new concepts that 52 Entertainment is planning.

Although the ACBL Board and management are grateful that online bridge provided an outlet for safe, sanctioned duplicate bridge throughout 2020 and 2021, there is tremendous concern that brick-and-mortar clubs will continue to experience low attendance for the near future, not only from COVID-related issues, but also from players who have grown accustomed to the convenience of online play compared to face-to-face contests, thereby curtailing their live play.

Comte is sensitive to these concerns. "Face-to-face is key, because bridge is a social game. The more live bridge, the better. I strongly believe that live club play is critical to the health of bridge. The future of the game, however, is a combination of face-to-face and online play, and each community must decide how they want to balance the two. For me, there is no fight between them; both can exist together."

Comte is enjoying some live bridge himself while in Austin. Playing with Jose Damiani, former president of the World Bridge Federation, he won the Saturday afternoon side game.

But other issues besides online play are focusing Comte's attention.

"Bridge education is key to the development of the next generation of players, and 52



Entertainment treats education as an opportunity for investment. Content acquisition is paramount for us, as players are hungry for fresh information," he says.

To that end, 52 Entertainment has been the driving force behind BRIDGERAMA+, their online magazine.

"Our goal is to produce a quality magazine with excellent content. We're not concerned about the publication making money at the present, so BRIDGERAMA+ is currently free. But the passion that players have about our game demands that a nice magazine exists as a vehicle to express it."

Players can check out the latest issue for themselves online at kiosque.lebridgeur.com/.

Comte's plan is to create slightly different

continued on page 5

Comte

continued from page 1

versions of the magazine for various audiences around the world.

“We want to understand the needs of various communities, so our goal is to attract the best writers from different locations. There will likely be more North American-based content, as the ACBL is the largest member organization in the world. And for now, it’s free. My plan is find a way to give it to BBO customers for free going forward.”

Perhaps the most ambitious goal for Comte is the plan to launch a global learning platform that his company has dubbed “Aristotle.”

“We are expending significant energy and resources to create an educational platform for teachers and students. One of its chief features will be video options for online classes,” Comte says. The aim is for the project to be operational by the summer of 2022.

Yet another goal for 52 Entertainment is to revamp the existing vugraph presentations.

“Vugraph is an important BBO tool, but we’re aiming for a more modern look. But in addition to more video and other features, we’re aiming at a new business model for vugraph, too. We want to keep an existing, free vugraph, but also offer a premium vugraph show via a fee. Our plan is to pay organizers for running the vugraph presentations, but to also pay a fee to players featured on those presentations. This idea is to provide a motivation for everyone involved to use vugraph.”

And if those weren’t enough projects to keep him busy, Comte wants to see an expanded use of video in online games.

“We want to make video available not only for virtual club games, but also for private tables. This is a feature everyone should be able to enjoy on BBO.”