

El NiceOne Barcelona supera els 120.000 visitants en l'edició que mira més enllà dels videojocs

Josep Antoni Llopart, es mostra convençut de la nova aposta, que s'obre a altres fórmules de l'entreteniment digital i ha reunit creadors de contingut, entre els quals figuren Willyrex, Vegetta777, TheGrefg, Wismichu o Anikilo



Una de les zones de videojocs de la fira | ACN

El NiceOne Barcelona, el festival dedicat a l'entreteniment digital, ha portat més de 120.000 visitants al recinte firal de Gran Via, a l'Hospitalet de Llobregat, durant quatre dies. Són dades d'aquest diumenge al migdia facilitades per Fira de Barcelona, organitzadora del saló, en espera de les definitives.

El seu director, Josep Antoni Llopart, fa un balanç "molt positiu" de la quarta edició de la cita que va néixer com a Barcelona Games World i que enguany s'ha obert a altres àmbits de l'oci virtual, com les experiències immersives. En declaracions a l'ACN, Llopart qualifica l'afluència de públic de "satisfactòria" i afirma que reflecteix "l'acceptació i l'èxit" del nou model, del qual s'ha mostrat convençut: "Aquest és el format que possibilita adaptar-nos a la transformació que està experimentant l'entreteniment digital".

Després que l'any passat el saló, aleshores Barcelona Games World, batés el rècord d'assistència amb 138.000 visitants, en aquesta edició, la primera com a NiceOne, haurà superat

els 120.000, segons informa Fira de Barcelona.

Llopart ha valorat de forma molt positiva l'edició en què estan "reposicionant l'esdeveniment per obrir-lo a altres àmbits de l'entreteniment digital" i ha indicat que han aconseguit el "principal objectiu", "ampliar els horitzons més enllà de l'oferta tradicional de videojocs".

El director del NiceOne Barcelona confia que aquesta transformació amb noves fórmules d'oci interactiu es consolidi en les properes edicions. També ha destacat que volen oferir experiències que els aficionats no poden tenir a casa i que "dilueixen on comença la història, si al videojoc, a la pel·lícula o a la sèrie".



L'stand de Playstation al NiceOne Barcelona Foto: ACN

Les experiències immersives s'han sumat als videojocs; les competicions professionals d'e-sports - esports electrònics-; conferències i concursos, entre altres activitats. Una altra novetat han estat els 'technosports', que combinen els e-sports i la realitat virtual.

Algunes de les propostes amb més èxit de públic han estat les experiències immersives, que han traslladat els visitants a dos escenaris de l'univers 'gamer', com són l'Ourang Medan, el vaixell fantasma del videojoc de 'The Dark Pictures Anthology: Man of Medan' i la ciutat de la Zombie Shooter Experience.

Els aficionats d'e-sports han pogut seguir dues competicions en directe d'e-sports, que han tingut al llarg d'aquests dies una audiència de més de 500.000 espectadors a través de les plataformes de 'streaming' per on s'han retransmès les eliminatòries. El NiceOne Barcelona ha reunit també *influencers* i creadors de contingut, entre els quals figuren Willyrex, Vegetta777, TheGrefg, Wismichu o Anikilo.

Els videojocs dels 80 i reunions de negoci

Llopart ha recalcat que el saló està "molt enfocat a tot tipus de públic" i en aquest sentit ha parlat del RetroBarcelona, que ha arribat a la setena edició. És una proposta per als aficionats dels videojocs clàssics i vintage i que ha servit per commemorar els 30 anys de la Game Boy de Nintendo i el mig segle de l'empresa Konami, que ha creat sagues de videojocs com Castelvania o Metal Gear. "Vénen les noves generacions però també famílies que volen compartir amb els fills allò que es feia fa 20 o 30 anys", ha dit el director de la cita.

El saló també ofereix un espai de trobada entre distribuïdors, inversors i desenvolupadors i en el qual han tingut lloc més de 350 reunions de negoci. "Apostem per apropar el talent local, les start-ups de creació de continguts i videojocs, als inversos internacionals per donar visibilitat a les petites empreses", ha ressaltat Llopart.