

Occupazione. Le «software house» italiane puntano ad assumere 1.500 nuovi dipendenti all'anno per il prossimo quinquennio

I videogiochi cercano campioni della console

Opportunità per designer, programmatori e grafici

PAGINA A CURA DI
Piero Orlando

«Tutt'altro che un gioco, i game developer italiani fanno sul serio. E offrono opportunità di lavoro specializzato, ricercando game designer, programmatori e grafici per proseguire l'espansione del settore videoludico, che è a caccia anche di personale di vendita, marketing e comunicazione per editori e distributori.

Nel 2008 il settore videoludico ha sviluppato un giro d'affari complessivo di 1,2 miliardi di euro, un valore triplicato in tre anni, per cui si preannuncia una nuova crescita anche nella crisi generale dei consumi. Il panel retail elaborato da GfK per Aesvi (Associazione editori software videoludico italiana), infatti, nei primi 4 mesi del 2009 registra un nuovo +5,9% di valore e un +5,6% di volume per le vendite hardwa-

re, +8,8% di valore e un +2,1% di volume per le vendite software rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'espansione costante ha sostenuto l'aumento dell'occupazione tra gli sviluppatori italiani, con i limiti però di una realtà industriale frammentata, composta da medio-piccole software house, in cui oggi si stimano circa 1.500 addetti complessivi. «Ma di cui si può realisticamente prevedere il raddoppio degli addetti ogni anno per i prossimi 5 anni» afferma Raoul Carbone presidente della neonata Filiera dei produttori italiani di videogiochi in Assoknowledge - Confindustria «in un mercato florido, infatti, i game developer italiani offrono già buone opportunità di lavoro, ma devono ancora crescere molto per raggiungere gli standard internazionali, con enormi possibilità anche dal punto di vista occupazionale».

I profili nello sviluppo

Il ruolo chiave ricercato dalle imprese di sviluppo italiane per la produzione dei videogiochi è quello di "regista" con competenze trasversali a cui affidare l'elaborazione del progetto di videogame, affiancato da veri e propri

sceneggiatori delle trame. Sono richiesti, poi, programmatori con conoscenza dei linguaggi dei videogiochi e profili di carattere artistico-creativo sia nella sfera visiva, come art director, grafici e animatori, che in quella sonora, come audio engineer, compositori e designer del suono. Infine si cercano producer a cui affidare la guida dei team di sviluppo (spesso affiancati da project manager) e i tester-colaudatori per scovare eventuali incoerenze nei videogiochi.

Dai publisher ai distributori

L'industria videoludica, però, offre opportunità anche in altri comparti. Ad esempio, presso le filiali dei grandi editori internazionali aperte negli ultimi anni in Italia: «Ci sono opportunità di impiego in vari campi, dal marketing alla localizzazione, dall'amministrazione/finanza alle vendite» - afferma Andrea Persegati, presidente di Aesvi, l'associazione che rappresenta i principali publisher in Italia -. Le possibilità, inoltre, si sono ampliate anche nella distribuzione, soprattutto con l'espansione di alcune catene specializzate nella vendita di videogiochi, e nei settori dell'indotto, ad

esempio l'editoria specializzata, la ricerca di mercato, la comunicazione e la pubblicità». Molto richieste, così, sono marketing manager, product manager, brand manager, Pr manager o account manager.

Non è facile, però, specie per lo sviluppo software, reperire sul mercato profili dall'alta specializzazione, a causa della mancanza di adeguati percorsi formativi. E così, le imprese privilegiano figure con esperienza nel settore, mentre per i profili junior è quasi sempre previsto un periodo di formazione interna: «È necessario investire nelle relazioni con le università per creare percorsi per preparare risorse qualificate - dice Persegati -. E poi promuovere linee guida per lo sviluppo dei curriculum e migliore informazione sulle opportunità di impiego nel mercato dei videogiochi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



www.aesvi.it

Associazione editori software videoludico

www.aiomi.it/web/

Associazione opere multimediali interattive

www.assoknowledge.org/

Associazione education e knowledge



PROFILI E RETRIBUZIONI SOTTO LA LENTE

GAME DESIGNER
Stipendio netto:
1.500 - 3.000
euro

È incaricato dello sviluppo del *gameplay*, delle regole e della struttura del videogioco, realizzandone un progetto attraverso un documento di design (*game treatment*), che rappresenta lo sviluppo narrativo e le dinamiche di interattività da seguire nel corso del lavoro. Figura ibrida, può avere formazione sia umanistica che scientifica, ma è sempre richiesta conoscenza del mondo dei videogiochi, capacità di analisi, descrizione e comunicazione dei contenuti del gioco.



PROGRAMMATORE
Stipendio netto:
1.500 - 3.000
euro

Svilupa il codice necessario per il funzionamento del videogioco. A seconda dell'esperienza, può essere *junior* o *lead programmer*, specializzato nella realizzazione di «Engine e Tools» (fondamenta del codice alla base del gioco), o nella programmazione di effetti speciali, dell'intelligenza artificiale, o ancora delle reti multiplayer. Solitamente ha formazione universitaria (fisica, matematica, informatica), ma è richiesta esperienza e conoscenza dei linguaggi come Actionscript, C++, Java, Php.



ART DIRECTOR
Stipendio netto:
1.500 - 3.000
euro

Crea il mood visivo del gioco e supervisiona l'attività del reparto grafico. Attorno, infatti, ruota un team di grafici, dal 3D Model Character Builder, al 2D Conceptual Artist, al responsabile delle scene d'intermezzo, all'animatore, allo specialista nelle texture. Sono richieste conoscenze tecniche, ma anche creatività e abilità artistiche. La formazione dell'art director è prevalentemente artistica (Accademia delle belle arti, scuole professionali, istituti d'arte, scuole di fumetto).



PRODUCER
Stipendio netto:
1.500 - 3.500
euro

Gestisce e coordina il processo di sviluppo di un videogioco in tutti i reparti, guidando il team di lavoro al rispetto di budget e scadenze, gestendolo nel quotidiano, mantenendo i rapporti con l'editore. Sono richieste doti comunicative e problem solving. Spesso la figura coincide con il project manager. Solitamente la formazione è universitaria (economia e commercio, giurisprudenza, altro), ma è sempre richiesta conoscenza del settore.



GAME TESTER
Stipendio netto:
1.000 - 2.000
euro

Scova e riporta eventuali bug del videogioco, verificando il bilanciamento e caratteristiche anche su problemi specifici. Non è richiesta particolare formazione, ma è necessaria una profonda conoscenza dei videogiochi, eccellente capacità di analisi ed esposizione per comunicare i risultati agli altri membri del team. Nelle aziende più strutturate esiste un *lead tester*, con il compito di organizzare un gruppo di testing.

CORSI DI QUALITÀ

«Purtroppo, molti dei corsi presenti in Italia non offrono reale corrispondenza con le richieste dell'industria videoludica».

La denuncia di Raoul Carbone richiama alla necessità

– espressa dalla Filiera produttori di videogiochi – di certificare la qualità dei corsi esistenti, in un momento in cui istituti e università stanno organizzando diversi corsi sui videogiochi:

«Per ora – dice Carbone – solo il corso triennale di Digital & virtual design dello Ied di Roma e l'executive master in Digital entertainment media & design dello Iulm di Milano sono percorsi vagliati e comprovati».

Quest'ultimo (iscrizioni entro il 31 luglio) si propone di formare *game designer*, *brand manager* e *product manager*: «Docenti che lavorano nel settore – dice il coordinatore didattico Fabrizio Vagliasindi – assicurano la rispondenza alle esigenze delle aziende».

Informazioni: www.ied.it;

www.scuolacomunicazioneiulm.it.