

BLOG E FORUM

Vita Digitale
Digital Bros Game Academy, a scuola di videogiochi

Federico Cella 



di Federico Cella 



Digital Bros Game Academy, a scuola di videogiochi



Accade un po' come con gli spaghetti: ne siamo dei grandissimi consumatori, ma non produciamo che una quantità minima di grano necessaria. Il resto siamo costretti a importarlo. Così succede con i videogiochi: li «divoriamo» ma non li creiamo. L'Italia è il quarto mercato in Europa, con oltre un miliardo di euro, e il nono a livello globale. E i videogiocatori censiti sono 21 milioni: un terzo della popolazione complessiva che si è misurato in modo «casual» con Candy Crush su Facebook oppure Criminal Case su smartphone, oppure da «core gamer» con Diablo su pc oppure Destiny su console. Le softwarehouse italiane esistono e sono in continuo aumento. Ma a parte rari casi, si tratta di realtà piccole e che stentano a decollare. Mancano i finanziatori e leggi che aiutino a cavalcare l'onda della rivoluzione tecnologica. Non si trovano poi le professionalità da impiegare nelle aziende: nei siti delle società di sviluppo italiane si trovano alla voce «careers» molte offerte di lavoro, che però in un periodo di crisi occupazionale rimangono incredibilmente lettera morta. E il cerchio, non virtuoso, si chiude.

Per provare a spezzare il cortocircuito, scende in campo l'unica multinazionale italiana del settore, Digital Bros, nata a Milano nel 1989 dall'idea dei fratelli Abramo e Raffaele Galante e che da via Tortona al 37 si dirama negli Usa, in Gran Bretagna, Francia, Spagna e Germania per un



totale di oltre 150 dipendenti. L'idea si chiama «Digital Bros Game Academy» e vuole essere una prima pietra per creare un polo anche nel nostro Paese. «Non è una questione di mancanza di capacità, ma di opportunità», spiega Raffaele Galante, amministratore delegato dell'azienda. «I videogiochi nascono dalla creatività e questa a noi non è mai mancata, dalla moda al design. In Italia ci sono talenti inespresi a cui vogliamo dare gli strumenti per potersi misurare in un settore che ormai da anni non accenna a smettere di crescere». L'Academy che esordirà il 12 gennaio si pone come obiettivo una formazione job ready di nuovi professionisti del settore. Con l'idea poi di sottoporli a speed dating di lavoro con le aziende italiane perché questi nuovi professionisti non sentano il bisogno di scappare a Londra o in California per seguire il sogno di lavorare con i videogiochi.



Il corso è il primo in Italia a nascere all'interno di un protagonista diretto del mondo del gaming ed è patrocinato dalla Siam, la Società di incoraggiamento d'arti e mestieri. Il format è quello già sviluppato con successo (oltre 5 mila studenti) dalla britannica Train2Game e si sviluppa in tre corsi specializzati post-diploma: game design, game developer e artist & animator 2D/3D. «L'idea è del learning by doing », spiega Geoffrey Davis, il responsabile

americano del progetto. «I ragazzi saranno impegnati in continui laboratori pratici per arrivare a creare e gestire videogiochi trasversalmente su tutte le piattaforme». Da quelli per pc e console passando per i dispositivi mobili Android e iOS. Alla fine delle selezioni, i selezionati saranno tra i 30 e i 40, con la possibilità per tre di loro di accedere a una borsa di studio (una delle quali è riservata a un candidato femmina). Il corso costerà 8.500 euro e le domande dovranno essere inviate entro il 14 novembre (per informazioni: dbgameacademy.it).



Digital Bros con la propria Academy sarà presente il prossimo 24 ottobre all'interno dell'[Italian game developer summit](#), l'evento B2B parallelo alla [Games Week](#), la fiera italiana dei videogiochi (24-26 ottobre a Milano). In occasione dell'Igds sarà possibile venire in contatto anche con altre realtà di formazione in ambito di videogiochi. Le migliori delle quali, in Italia, finora erano nate solo all'interno degli atenei pubblici. Dal Politecnico di Milano all'Università di Verona, con un accento particolare sulla Statale di Milano che con l'anno accademico 2014/15 propone il primo corso di Laurea vero e proprio all'interno della facoltà di Informatica. Un nome del calibro di Ubisoft non ha perso tempo a patrocinare la nuova avventura accademica. Perché c'è sempre più bisogno che gli italiani si occupino di videogiochi. Non solo per giocare.