

## LA DELIMITAZIONE DEL CAMPO D'INDAGINE

Nell'Area "Grafica ed Editoria" è possibile distinguere tre principali sub-aree:

- **l'editoria**, che include la selezione, l'elaborazione dei contenuti e la distribuzione del prodotto sottoforma di formati diversi: stampa, audiocassette, CD-rom, internet, ecc.

- **la stampa e i servizi collegati alla stampa**, che comprendono le attività connesse alla produzione materiale di giornali, libri, periodici, moduli commerciali, depliant, brochure e altro materiale.

- **la riproduzione di supporti registrati**, che riguarda appunto le attività di riproduzione di registrazioni sonore, video e informatiche. Si tratta in realtà di settori molto differenti, in quanto i libri, i quotidiani, i cd, i dvd, le brochure, i video e quant'altro sono prodotti destinati a utenti diversi. Presuppongono tecnologie, materiali e supporti differenti. Tuttavia le fasi di produzione di ognuno di questi prodotti, che siano di natura "tradizionale" (cartacea), o che si tratti di prodotti multimediali, sono in sostanza le stesse, anche se, con lo sviluppo delle tecnologie informatiche e in seguito alla realizzazione e alla diffusione dei prodotti digitali, le caratteristiche organizzative di questi settori, tanto la Grafica che l'Editoria, sono profondamente mutate. Entrambi i comparti hanno accresciuto la loro natura di *servizio* a svantaggio del loro contenuto industriale.

Questo significa che attività di lavoro un tempo complesse e macchinose, risultano attualmente molto semplificate: è possibile in questo modo puntare sempre di più sulla *qualità* del prodotto, perché, ad esempio, a prescindere dal contenuto di un'opera, è possibile vendere un contenuto editoriale sotto forme diverse (dvd, libro, registrazione sonora, e così via), mirando pertanto a mercati differenti e specifici.

## LE CARATTERISTICHE STRUTTURALI

Nel suo complesso, l'area presa in esame occupava, al momento del censimento, nel 2001, poco più di **173.000 persone**, il 73% delle quali erano impiegate nel comparto della **stampa** con quasi **127.000 addetti** e oltre **21.000 aziende** (il 95% delle quali non superava la soglia dei 20 occupati), circa il 26% in quello dell'**editoria** con poco più di **44 mila addetti** e **7.570 ditte** (il 96% delle quali non andava oltre la soglia dei 20 dipendenti) e solamente l'**1%** del totale di ambedue i comparti nella riproduzione di supporti registrati.

In quest'ultimo settore erano occupati poco più di **2.500 persone**, il 48% delle quali lavoravano nella riproduzione di registrazioni video (riproduzione da originali di video, CD, DVD e videocassette con registrazioni cinematografiche, ecc.), il 42% nella riproduzione di registrazioni sonore (riproduzione da originali di dischi, CD e DVD) e il 19% nella riproduzione di registrazioni informatiche (riproduzione da originali di software e dati, su dischi, nastri e supporti multimediali).

Per quanto riguarda il settore della **stampa** e della **grafica**, la diminuzione nel decennio 1991-2001 dell'**occupazione (oltre l'8%)**, sembra essere strettamente collegata ai cambiamenti organizzativi e strutturali, a cui si è accennato poc'anzi. Processi e operazioni più semplici richiedono infatti una quantità inferiore di lavoro qualificato. Aumentano gli stabilimenti di piccole dimensioni. Le grandi case editrici rinunciano a grosse "tirature", sempre più orientate invece a prodotti grafici "personalizzati" e a una trasmissione di pubblicazioni, dati e informazioni più rapida e continuamente aggiornata, così come offerto dalle possibilità delle moderne tecnologie. In questo comparto, nel 2001, la maggior parte degli addetti erano concentrati nella stampa di pubblicazioni non



quotidiane, periodiche e non (libri, opuscoli, riviste e manifesti), che occupava complessivamente circa 88 mila persone, pari al 69% del totale. Si noti, per contrasto, il modesto numero di addetti alla stampa di giornali: circa 3.600 addetti nel 2001, pari al 3% del totale.

Anche l'**editoria**, nel decennio 1991-2001, in seguito alla diffusione delle innovazioni tecnologiche e alle conseguenti trasformazioni organizzative, finisce per avere la stessa sorte: una **considerevole riduzione di personale (-20%)**, in termini di occupazione totale. Scompaiono i grossi stabilimenti produttivi, a favore di numerose unità di piccole dimensioni. Piuttosto stabile risulta invece, nel complesso, a partire dagli anni 2000 in poi, la **produzione editoriale**. L'editoria comprende al suo interno settori diversi, come l'**editoria libraria**, che al momento del Censimento occupava circa 16.000 persone, pari al 36% del totale, l'**editoria di giornali** quotidiani e periodici, che con circa 25.700 addetti assorbiva ben il 58% degli occupati del comparto, e, infine, l'**editoria elettronica**, che rappresentava ancora solo il 6% del totale con poco meno di 2.600 persone. Vanno fatte pertanto alcune distinzioni.

Nonostante la graduale ripresa negli anni più recenti, la **pubblicazione di libri e volumi** risulta nel complesso diminuita<sup>1</sup> e nemmeno il ricorso sempre più frequente ai cosiddetti prodotti "collaterali" (pubblicazioni allegate ai giornali), che rappresentano soltanto nel 2004 oltre il 3% dei titoli complessivamente pubblicati<sup>2</sup>, sembra incidere sulle sorti attuali della "lettura".

Anche per i **quotidiani e i periodici**<sup>3</sup> non si registra alcuna crescita. Inoltre, il successo sollevato a partire dagli anni 2000 dal fenomeno del "free press", i cosiddetti quotidiani gratuiti (si veda ad esempio "Metro", "City", "Leggo") distribuiti presso le stazioni della metropolitana e dei treni, non ha influito favo-

revolmente sulle sorti complessive dell'editoria giornalistica. Questo tipo di giornali, che propongono un gran numero di notizie *flash*, ma prive di approfondimento o riflessione, sembrano favorire stili di fruizione distanti dall'esperienza di lettura del quotidiano tradizionale e più vicini allo zapping TV o alla navigazione in rete.

Per quanto riguarda l'**editoria digitale**<sup>4</sup>, le sorti sembrano essere più favorevoli. Solo nel 2005 ben 21 milioni di internauti italiani (pari al 43% della popolazione e all'83% di chi usa il PC) sarebbero stati disposti a pagare, per accedere a servizi di informazione e formazione on-line efficaci e personalizzati. Questi dati fanno percepire un punto di svolta per l'editoria elettronica, che lascia prevedere un buon sviluppo in futuro.

## L'EVOLUZIONE DEL CICLO PRODUTTIVO

All'interno di un mercato sempre più concorrenziale, l'impiego di soluzioni tecnologicamente avanzate diventa oggi una condizione necessaria alla sopravvivenza. L'informatica e lo sviluppo di prodotti digitali, come è stato già accennato nei paragrafi precedenti, hanno trasformato radicalmente le caratteristiche di questo settore. Tra i principali segnali di trasformazione è importante evidenziare:

- L'**esternalizzazione della produzione**, ovvero il ricorso a piccole strutture per l'esecuzione di alcune fasi di lavoro, come ad esempio per la stampa.
- Il **proliferare di piccole imprese** che dipendono "operativamente" dalle richieste del committente.
- La **riduzione del lavoro dipendente**: diminuisce la necessità di figure specializzate, cresce il numero di quelle con contratti di collaborazione, a progetto o a tempo determinato e aumenta di conseguenza il "preariato" all'interno del settore.

<sup>1</sup> AIE (Associazione Italiana Editori), *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*, 2005.

<sup>2</sup> ISTAT, *La produzione libraria nel 2004*, 2005.

<sup>3</sup> FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), *La stampa in Italia dal 2001 al 2004*, 2005.

<sup>4</sup> AIE (Associazione Italiana Editori), *Rapporto 2005 dell'Osservatorio AIE sull'editoria digitale*, ISPO 2005.

• La **riduzione** consistente del numero di figure professionali attualmente necessarie.

Il più qualificante elemento di innovazione di un settore, che fino agli anni settanta era prevalentemente costituito da grandi stabilimenti di natura tipicamente “industriale”, rimane tuttora la diffusione dei “**service editoriali**”, strutture esterne specializzate nella fase di composizione e stampa. E’ il caso di piccole imprese che operano in forma di collaborazione fissa, alleggerendo così le aziende editoriali da processi di lavoro ripetitivi e pesanti.

## IL MARKETING DEI PRODOTTI EDITORIALI

Il prodotto editoriale, che sia un libro, un cd, un video o un giornale, deve assomigliare sempre di più nelle sue caratteristiche ad un “oggetto di consumo”, un prodotto in poche parole da vendere il più rapidamente possibile e quindi strettamente subordinato alle esigenze del mercato. Le strategie editoriali quindi dipendono prevalentemente dagli uffici marketing e risultano vincenti nella varietà e la specializzazione dei prodotti, i prezzi contenuti e la velocità di immissione sul mercato. In questa dimensione, specializzazione ed elementi culturali devono accompagnarsi ad una serie di nuove ed articolate capacità, come facilità di relazionarsi con gli altri, conoscenza delle nuove tecnologie, disponibilità alla flessibilità, inventiva.

## LE FIGURE PROFESSIONALI CARATTERISTICHE DELL'AREA

Tentiamo adesso di tracciare una mappa, sia pure semplificata, delle figure professionali caratteristiche dell’area in esame, collocandole direttamente nelle diverse aree di attività.

## LE REDAZIONI DI CASE EDITRICI O DI QUOTIDIANI E PERIODICI

La **redazione** rappresenta il luogo centrale della produzione editoriale.

Luogo fisico o ideale che sia, in essa si realizzano e si mettono a punto i contenuti testuali e grafici, che saranno poi destinati al trattamento richiesto dalla natura della pubblicazione. In termini generali, nonostante le redazioni differiscano notevolmente l’una dall’altra, si possono riconoscere **sei aree di attività** comuni:

1. *l’area organizzativa*, imperniata sulla figura del **Direttore Editoriale** di una Casa editrice o del **Direttore responsabile** di un quotidiano o di un periodico, che dirige e coordina l’intera attività delle diverse redazioni, avendo riguardo tanto della natura che della qualità del prodotto (ovvero dei contenuti da pubblicare), quanto dell’organizzazione del processo, dove è eventualmente supportato da uno o più **Segretari di redazione**;

2. *l’area documentazione*, dove specialmente nell’ambito delle redazioni di giornali e periodici, operano figure professionali che hanno il compito di reperire le informazioni, i dati e le immagini occorrenti, per la realizzazione dei contenuti. Si fa riferimento a figure come l’**Addetto alla ricerca redazionale**, l’**Archivista capo**, l’**Archivista di redazione**;

3. *l’area di reperimento, elaborazione e revisione dei testi*, dove operano l’**Agente letterario**, molto spesso un *free-lance*, che gestisce il rapporto tra un autore o scrittore e la casa editrice intenzionata a pubblicare le sue opere, il **Letto-  
tore**, che individua, legge e propone testi po-



tenzialmente interessanti a una o più case editrici per cui lavora, il **Rights manager**, che lavora nell'ufficio diritti della casa editrice e si occupa di redigere il contratto e di seguire la pratica relativa all'acquisizione o cessione dei diritti d'autore di un'opera letteraria, anche per la sua pubblicazione all'estero, l'**Editor** al quale è affidata la selezione e la revisione del contenuto delle opere (libri, saggi) ai fini della loro pubblicazione, il **Redattore editoriale**, per le case editrici e il **Capo redattore** per riviste, giornali e TV. Queste figure valutano e gestiscono, con modalità che variano notevolmente a seconda del tipo di impegno professionale assunto, il lavoro di diversi collaboratori, quali: lo Scrittore e Autore di libri o il **Giornalista** e l'eventuale **Traduttore**, il **Soggettista** e lo **Sceneggiatore di fumetti** con l'eventuale **Letterista**, le cui opere in lingua originale e tradotte, così come gli articoli, le inchieste e i servizi, oppure le strisce di fumetti, sono adattati alle esigenze redazionali, rispettandone il più possibile i contenuti, l'**Operatore redazionale** e, infine, il **Revisore/correttore di testi**.

4. *l'area di elaborazione delle immagini*, la cui responsabilità è affidata, quando presente, all'**Art director**, che dirige e coordina le figure incaricate della realizzazione e del reperimento delle immagini. Tra le figure professionali che si occupano di questo compito annoveriamo: il **Grafico**, l'**Illustratore**, l'**Infografico** (che si occupa di realizzare diagrammi, tabelle, prospetti ecc.), il **Fotografo**, il **Disegnatore fumettista**, il **Colorista**, l'**Aerografo**, che con l'aerografo, realizza illustrazioni e decorazioni artigianali e artistiche.

5. *l'area pubblicità*, la cui responsabilità è affidata al **Copywriter**, che, coordinandosi con il **Grafico pubblicitario**, elabora autonomamente testi pubblicitari e promozionali e controlla il lavoro dei suoi collaboratori, gli **Operatori pubblicitari**. Questi ultimi, sulla base di indicazioni ricevute, redigono, coordinandosi con il Grafico pubblicitario, testi pubblicitari e promozionali;

6. *l'area progettazione grafica*, la cui responsabilità è affidata al **Grafico di redazione**, che si occupa della progettazione della pagina o della pubblicazione nel suo complesso. Quanto più il lavoro del Grafico è impegnativo per dimensione, complessità ed originalità, tanto più quest'ultimo dovrà avvalersi di collaboratori come: l'**Addetto al controllo grafico di impaginazione** e il **Tecnico di redazione**.

## L'EDITORIA ELETTRONICA

Per sua stessa natura, l'editoria multimediale è caratterizzata da un forte livello di integrazione nelle diverse fasi di lavoro. Cosa significa un forte livello di "integrazione"? A differenza di un prodotto cartaceo, che può essere pensato e realizzato a prescindere dalla sua confezione materiale, un contenuto di natura digitale o informatica, è strettamente legato alle caratteristiche multimediali del prodotto e per questo le diverse figure professionali che operano in questo ambito lavorano sempre a stretto contatto, attraverso continue prove, *feedback*, aggiustamenti, incontri e confronti. Le professioni individuate nel ciclo di realizzazione dei prodotti editoriali multimediali sono state inserite, per semplificare, all'interno di **cinque aree** di attività principali. La somma delle prime due rappresenta in particolare la fase della *progettazione*:

1. *Il concept* (o progetto editoriale), normalmente gestito personalmente dal **Project manager**. Quest'ultimo si può identificare con l'Editore o il Direttore editoriale di una casa editrice classica. Alla stesura del progetto possono inoltre contribuire diversi consulenti per la definizione di specifici punti o addirittura dell'intera articolazione esecutiva.

2. *Il logic design*, in cui la figura centrale è rappresentata dal **Regista multimediale**, che coordina e dirige il lavoro degli esperti incaricati di seguire i diversi aspetti specialistici nella realizzazione di un progetto multimediale.

3. *La produzione dei contenuti*, che include sia figure comuni al settore generale dell'editoria come il **Redattore editoriale**, il **Giornalista**, così come figure che coordinano l'ideazione e la realizzazione di contenuti destinati alla fruizione on-line come il **Content editor**. L'inserimento di animazioni e di suoni, che viene fatto in quest'area, prevede figure quali l'**Art director**, il **Grafico** e il **Web designer**, eventualmente con il supporto specialistico del **Tecnico audio digitale**.

4. *La produzione multimediale*, in cui operano figure professionali come il **Creatore di pagine web**, lo **Specialista html**, il **Tecnico dei multimedia**, il **Tecnico informatico**, il **Produttore esecutivo**, responsabile del corretto svolgimento dell'attività di realizzazione del prodotto multimediale in funzione degli obiettivi stabiliti in termini organizzativi, economici e finanziari.

5. *La post-produzione*, che conclude il ciclo produttivo dell'editoria elettronica, in cui svolgono un ruolo centrale le figure di **Debugger**, che sviluppa software in grado di rilevare eventuali errori nel programma tali da impedire il corretto funzionamento del prodotto multimediale, e, infine, l'**Addetto al supporto tecnico**, che si occupa sia dell'utenza che dell'aggiornamento dei software legati ai prodotti di editoria elettronica.

E' proprio l'editoria elettronica che offre oggi maggiori opportunità di inserimento professionale: in quest'ambito segnaliamo infatti le due figure più importanti, il Redattore editoriale, che può notoriamente operare anche nell'editoria di tipo tradizionale, e il Regista multimediale.



## Scheda professionale: IL REDATTORE EDITORIALE

Una delle attività principali del Redattore è quella di revisionare e correggere i testi di un prodotto editoriale. Nello specifico: • realizza attività di *editing* revisionando gli scritti altrui, per uniformarne il linguaggio e lo stile e per verificarne la coerenza dei contenuti • cura l'organizzazione formale del libro (struttura, suddivisione capitoli, titoli, indice, ecc.) o dell'articolo, definendo la grafica e specificando le indicazioni utili all'impaginazione • fornisce disposizioni al grafico per la realizzazione della copertina (ad esempio di un libro) e per l'integrazione del testo o dell'articolo con immagini e realizzazioni grafiche • esegue il controllo finale della *copia cianografica* (riproduzione fotografica del libro, vero e proprio facsimile del prodotto finito) per il passaggio del testo alla fase di stampa • coordina le attività di tutte le figure professionali coinvolte nel progetto (Grafici, Traduttori, personale dell'ufficio tecnico, ecc.) garantendo la realizzazione del prodotto nei tempi e nei modi fissati. Nelle piccole e medie case editrici il Direttore editoriale e il Redattore possono essere rappresentate dalla stessa persona. In tal caso, questa figura si occupa anche delle pubbliche relazioni: deve cioè seguire da vicino la scelta di un autore, ricercare nuovi talenti, ideare nuove collane e curarne l'edizione nel suo complesso, stabilendo contatti con gli "ambienti creativi".

**COMPETENZE:** il Redattore Editoriale è una figura che, oltre ad avere una buona preparazione culturale di base, capacità di scrittura e un'ottima padronanza della lingua italiana, deve conoscere ed utilizzare con dimestichezza gli strumenti informatici sia hardware che software, oggi indispensabili soprattutto nell'editoria elettronica. Egli deve possedere inoltre buone capacità organizzative e relazionali ed avere una spiccata curiosità che lo metta in grado di prestare molta attenzione agli avvenimenti, alle novità e a tutto ciò che gravita intorno all'editoria.

**FORMAZIONE:** per svolgere questa professione è richiesta una buona cultura di base (preferibilmente in discipline letterarie) e una formazione possibilmente universitaria. E' preferibile seguire un corso di laurea di primo livello in discipline umanistiche (preferibilmente in lettere) e, successivamente, un corso di laurea specialistica in editoria, comunicazione multimediale e giornalismo (vai su <http://offf.miur.it>), attivo in molte università italiane. In genere si accede a questa professione dopo un periodo di tirocinio pratico presso una casa editrice.

**CARRIERA:** chi svolge per un lungo periodo questa professione può accedere, col tempo, ai ruoli di Redattore coordinatore, Editor e Direttore editoriale nelle case editrici oppure di Capo redattore nei giornali e nelle redazioni televisive o radiofoniche. Il Redattore *freelance* fa invece carriera attraverso la ricerca continua di nuovi possibili committenti e creandosi una vasta rete di conoscenze.

**SITUAZIONE DI LAVORO:** il Redattore lavora come dipendente in una casa editrice, in un giornale, in tv o per una radio, oppure come professionista autonomo, in qualità di redattore *freelance*, per conto di uno o più committenti, occupandosi principalmente del testo e lavorando anche da casa o presso il proprio ufficio. Coordina tutte le figure professionali che si occupano della realizzazione di un progetto editoriale: autori, grafici, correttori di bozze, traduttori, fotografi, ecc. Il Redattore entra spesso in contatto con i *service* esterni, ossia piccole aziende di servizi editoriali specializzate, alle quali spesso la casa editrice commissiona determinate fasi della lavorazione. In casi di emergenza (chiusura di un testo, uscita di fascicoli, ecc.) al Redattore può essere richiesto di effettuare straordinari anche notturni o festivi. La retribuzione di questa figura può variare da un minimo iniziale di 18.000 euro ad un massimo di 45.000 euro lordi annui. I compensi del Redattore *freelance* possono essere relativamente più elevati di quelli di un dipendente.

**TENDENZE OCCUPAZIONALI:** attualmente molte case editrici ricorrono all'*outsourcing*, ovvero ad un decentramento di alcune funzioni operative attraverso un incremento di attività svolte da soggetti esterni (*service* o *freelance*). Si prevede, nel medio periodo, in seguito ai cambiamenti organizzativi e strutturali che hanno investito questo settore, che le nuove assunzioni soprattutto nelle case editrici siano nell'ordine di pochissime centinaia. Migliori prospettive si prevedono invece nella libera professione o nell'ambito dei *service* editoriali, soprattutto nel settore dell'editoria elettronica. Anche se in questa professione gli uomini sono un po' più numerosi delle donne, queste ultime sembrano destinate a crescere nel tempo.

## Scheda professionale: IL REGISTA MULTIMEDIALE

Nell'ambito dell'editoria multimediale quella del Regista è una figura chiave, la cui principale funzione è l'organizzazione multimediale ed ipertestuale dei contenuti di un determinato database. Queste due caratteristiche rappresentano infatti le peculiarità del prodotto multimediale, che lo distinguono ad esempio da un film (che ha una struttura lineare), o da un libro (che ha solo contenuti testuali o grafici).

Il Regista Multimediale cura la progettazione degli aspetti strutturali e comunicativi dell'opera. Pianifica le risorse e i tempi da impiegare, coordina e controlla le fasi di realizzazione del prodotto. In concreto, il Regista multimediale interviene in tutte le fasi della realizzazione di un CD Rom o di un DVD, che sono:

- la stesura del *concept* che comprende la definizione del soggetto, la messa a punto delle linee guida e l'individuazione del pubblico
- il *logic design* dell'opera
- la scelta del gruppo di lavoro e la definizione dei compiti di ognuno
- il coordinamento della fase di pre-produzione, che comprende la realizzazione dei contenuti scritti, grafici, animati e sonori dell'opera
- il controllo, durante l'assemblaggio, del funzionamento dei link attivati.

**COMPETENZE:** al Regista Multimediale è richiesta, in particolare per i *"reference"*, una buona conoscenza del software di programmazione ipermediale e, in generale, di tutte le altre tecnologie multimediali. Anche se non è necessario che egli sia un esperto della materia trattata, occorre tuttavia che ne afferri i rudimenti necessari a rappresentarla in maniera comprensibile al pubblico. Sono inoltre indispensabili per gli *"adventure"* una forte dose di inventiva e una grande creatività, per gli *"edutainment"* una buona conoscenza dell'argomento e capacità didattico-divulgative, per tutti spiccate doti sia logico-analitiche che organizzative. Infine, oltre alla conoscenza dell'inglese e dell'informatica, sono necessarie doti di leadership e capacità relazionali e comunicative.

**FORMAZIONE:** questa figura rappresenta il punto di arrivo di un percorso ancora poco standardizzato.

Si parte con una formazione di livello universitario a carattere preferibilmente umanistico. Non è infrequente anche la laurea in architettura, che comporta un'educazione estetica e capacità di progettazione. Si prosegue con una laurea specialistica in editoria, comunicazione multimediale e giornalismo, presente in molte università italiane. E' possibile approdare a questa professione anche provenendo da ruoli affini, come il Project manager informatico o il Web developer, o come l'Autore di opere a carattere didattico e divulgativo, a cui può essere affidato l'incarico di curare la realizzazione di un prodotto di *"edutainment"*.

**CARRIERA:** Anche se il Regista Multimediale è di per sé un punto di arrivo nel campo dell'editoria elettronica, non è necessariamente l'ultimo approdo di una carriera in questo settore.

Un ulteriore sbocco può essere rappresentato dalla figura di Direttore Editoriale.

**SITUAZIONE DI LAVORO:** il Regista Multimediale è, nella maggior parte dei casi, un libero professionista. Anche quando è un dipendente, gode comunque di un'ampia autonomia operativa e, soprattutto, creativa. Può capitare che con l'Editore si instaurano rapporti dialettici, potenzialmente conflittuali, dovuti alle funzioni di direzione e di coordinamento richieste a questa figura per la realizzazione di un'opera. Con l'Art director e gli autori scientifici, i rapporti assumono un carattere per lo più consenziale e sono naturalmente più episodici, secondo le esigenze di ciascun progetto.

Il compenso del Regista Multimediale può variare considerevolmente, in base alla sua esperienza, alla natura del rapporto di collaborazione, alle caratteristiche dell'opera, alle condizioni operative e ai supporti da utilizzare. Ad un Regista già affermato e di provate capacità possono essere corrisposti dai 150 ai 250 euro lordi al giorno. In caso di rapporti di dipendenza, le retribuzioni lorde possono variare tra i 28.000 e i 35.000 euro annui. Più raramente il pagamento è pattuito a corpo.

**TENDENZE OCCUPAZIONALI:** Le prospettive future di questa figura sono inevitabilmente legate alle sorti del mercato dei prodotti multimediali, che è tuttora in costante espansione. Si ritiene pertanto che le opportunità di lavoro per il Regista Multimediale siano piuttosto positive.

La presenza maschile in questo mestiere è nettamente superiore a quella femminile, anche se, di base, non esistono disparità nell'accesso alla professione.