

**COVID-19
INDAGINE EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA COMUNICAZIONE VISIVA**

AIAP



IL CONSIGLIO DIRETTIVO AIAP

425 intervistati con una leggera prevalenza tra uomini e donne quasi equamente ripartiti, una prima soddisfazione.

Il questionario fotografa, come prevedibile, una situazione di grave difficoltà; il dato generale ritrae una totale mancanza di tutele e di riconoscimento che molti designer hanno trovato nel cercare strumenti di reazione adatti a una situazione di emergenza non prevista.

Questo sconcerto emerge da una risposta su tutte, quell'80% di partecipanti che si è detto spaventato da una riduzione del lavoro e non certezza delle entrate, tali da mettere in gioco la possibilità di provvedere ai propri bisogni e quelli della famiglia.

Eppure il nostro lavoro non è mai stato così presente come in questi giorni. Occorrerà una nuova azione e nuova energia per dare un nome e un campo a ciò che ci definisce, offrendo a chi opera in Italia nel campo della comunicazione visiva, la sensazione di appartenere a una comunità internazionale che riflette e si organizza per ribadire la centralità di questo mestiere. I designer in Italia appaiono quindi come singoli, indifesi, spesso senza la possibilità di darsi risposte e difese. Accanto alla necessaria rivendicazione di tutele, lavoro che in questi

giorni AIAP ha incessantemente portato avanti in collaborazione con Confcommercio Professioni, è opportuno partire proprio da questo sconcerto per pensare progettualmente al ridisegno dei paradigmi che fanno da riferimento al nostro lavoro. Il lavoro a distanza, le infrastrutture digitali, servizi avanzati, capacità di gestire in modo più efficiente la propria relazione con il committente, limitando la subalternità e diventando oltre che designer della forma anche produttori di contenuti.

In AIAP ci prenderemo la responsabilità di dare un seguito all'attenzione suscitata da questo primo questionario per aprire temi di approfondimento su ognuno dei temi sollevati. Ci fa piacere quindi condividere con voi le risposte che ci sono giunte riorganizzate per temi. Partiamo dalla lettura della complessità delle vostre e nostre voci come base per riprogettare il nostro lavoro.

Occorrerà una nuova azione e nuova energia per dare un nome e un campo a ciò che ci definisce, offrendo a chi opera in Italia nel campo della comunicazione visiva, la sensazione di appartenere a una comunità internazionale che riflette e si organizza per ribadire la centralità di questo mestiere.



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

MARCO TORTOIOLI RICCI Presidente AIAP

Il questionario AIAP, rivela una mancanza di vera programmazione capace di rispondere a condizioni di lavoro repentinamente mutate. Una mancanza di previsione che ha origini diverse e potremmo dire di sistema. La mancanza di programmazione di uno Stato che ha delegato al mondo delle imprese tutte le tutele possibili a favore dei lavoratori non accorgendosi che ormai in Italia buona parte della forza economica che manda avanti il Paese non è più quella del lavoro stabilizzato ma 'fluida'.

Una mancanza che si aggrava in modo preoccupante se poi la fotografia la circoscriviamo al mondo del design della comunicazione, in questo caso si può proprio parlare di una assenza di tutele e riconoscimento che non possono esistere in una società in cui questo lavoro è ormai al centro di buona parte delle economie in tutto il mondo.

Dobbiamo però ammettere anche una mancanza di programmazione da parte dei professionisti stessi. Se da un lato emergono grandi capacità professionali, una grande dinamicità nel rispondere alle domande della committenza, non altrettanto appare nella pianificazione amministrativa, finanziaria e fiscale.

Rispetto al numero di intervistati il numero di dipendenti in cassa integrazione sembra basso,

ma è solo rivelatore di quanto la condizione di designer che lavorano da soli o con strutture 'fluide' sia ancora largamente prevalente. Allo stesso modo il consistente calo di commesse rivela come in questo momento storico, forse più di altri momenti passati, la condizione in cui operano molti designer della comunicazione sia sussidiaria e purtroppo 'passiva' rispetto alla complessa struttura economica in cui opera il mercato e, nella maggior parte dei casi, ancor incapace o impossibilitata ad autodeterminarsi o salire la 'scala' della catena decisionale.

In sostanza si eliminano facilmente budget dedicati alla comunicazione perché ancora non considerati centrali nella possibilità di risoluzione di situazioni di crisi per gran parte delle imprese italiane. Un punto questo da approfondire in un prossimo futuro per capire se questo avviene perché i servizi offerti dai designer non si sono evoluti o perché tra gli imprenditori non è ancora maturata una diversa capacità di interpretare il proprio ruolo in modo evoluto.

C'è una forte richiesta di servizi digitali evoluti, ovviamente si cercano connessioni stabili ed efficienti e, in momenti emergenziali, anche gratuiti, ma più di questo emerge una grande

aspettativa affinché piattaforme digitali dedicate possano aiutare l'incrocio di domanda e offerta tra committenti e progettisti. Sembra in definitiva che sia maturata la consapevolezza di poter lavorare anche senza l'occupazione di un luogo di lavoro 'ufficiale', lo studio insomma, molti si dicono favorevoli allo home working, ma c'è forte l'esigenza che questa non diventi una condizione di isolamento.

Il governo italiano ha già varato molte misure a sostegno anche delle partite Iva, purtroppo largamente insufficienti in base alle risposte del campione intervistato. **La condizione di lavoro della maggior parte dei designer si finanzia con il lavoro stesso. Una repentina assenza di commesse corrisponde quasi automaticamente a una immediata emergenza finanziaria.**

Banalmente manca di che vivere. Un contributo unico di 600€ è quindi largamente insufficiente, c'è l'esigenza di recuperare liquidità anche grazie a un totale rinvio degli obblighi fiscali e contributivi per potersi finanziare con la ripresa dei primi lavori post chiusura.



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

INDAGINE NAZIONALE SULLO
STATO ECONOMICO DEI
PROFESSIONISTI E STUDENTI
DELLA COMUNICAZIONE VISIVA.
CAMPIONE DI 425 INTERVISTATI
DISTRIBUITI SULL'INTERO
TERRITORIO ITALIANO.

Segmento temporale dal 3 al 20 aprile 2020

Intervistati - **425**

Uomini - **232**

Donne - **191**

Altro - **2**

Età media - **38** anni

Soci AIAP **144**

Non soci AIAP **282**

Studenti **46**

Titolari agenzie/studi **93**

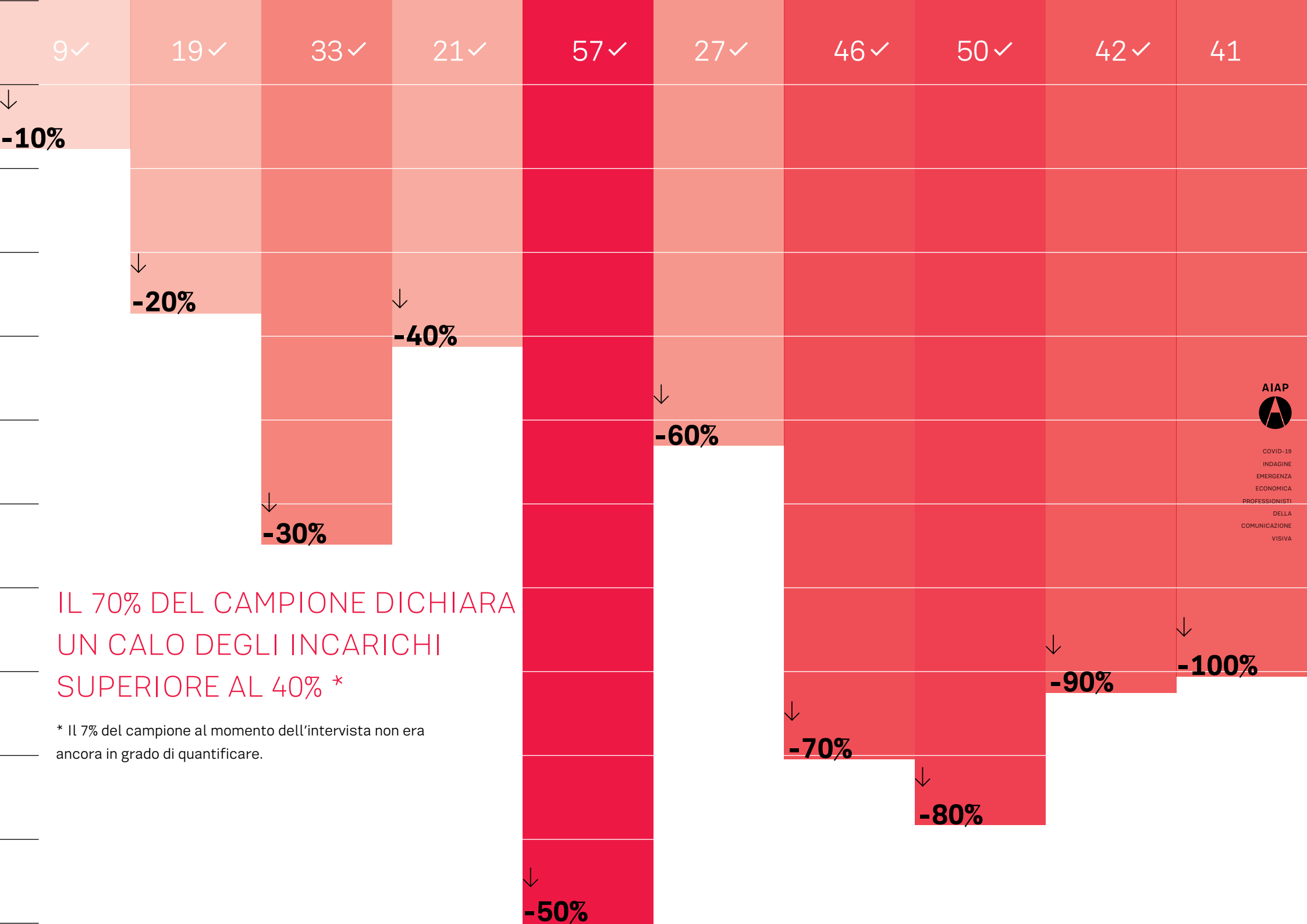
Agenzie/studi con dipendenti **49**

Liberi professionisti **239**

Dipendenti **39**

Altro **13**



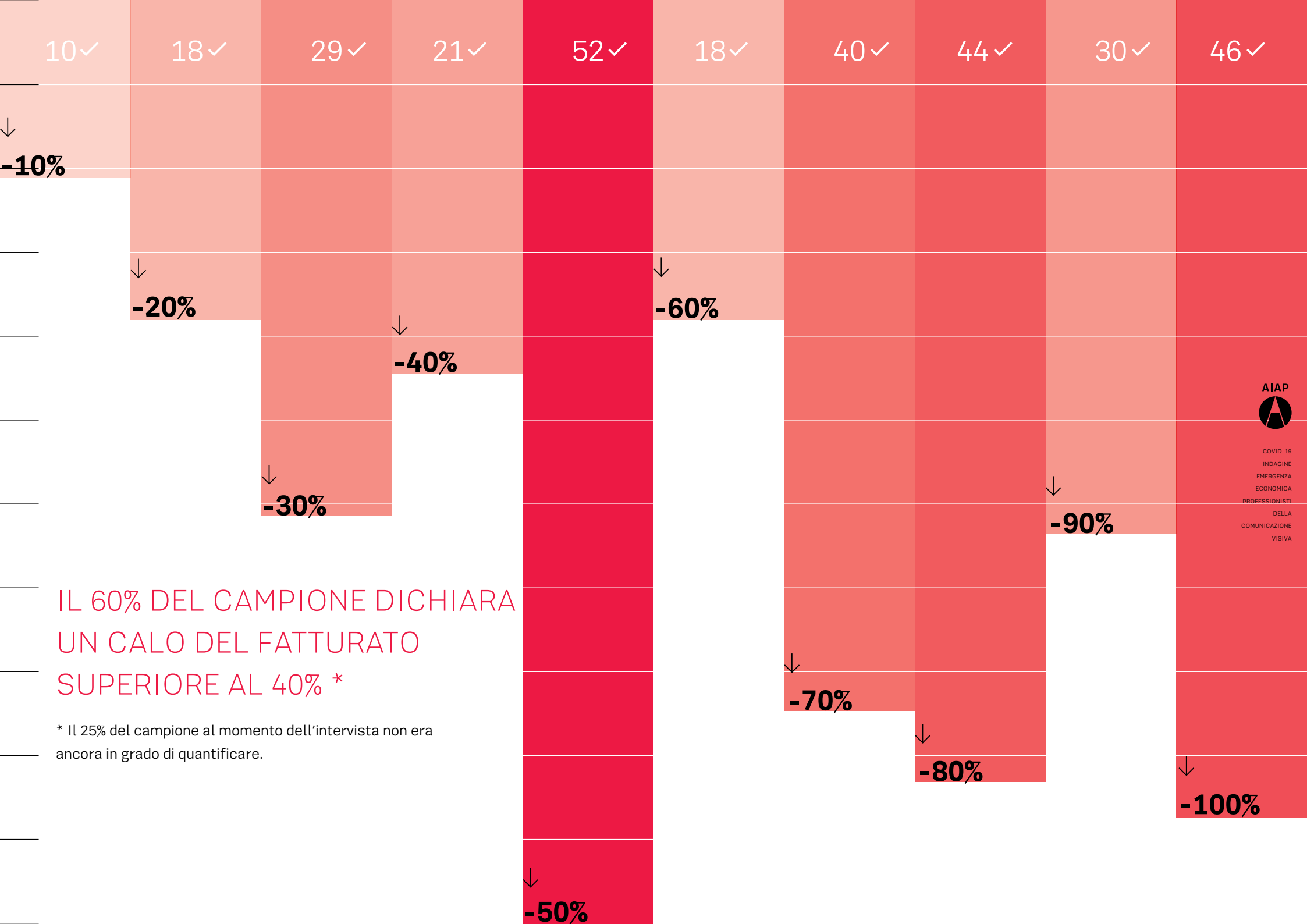


IL 70% DEL CAMPIONE DICHIARA UN CALO DEGLI INCARICHI SUPERIORE AL 40% *

* Il 7% del campione al momento dell'intervista non era ancora in grado di quantificare.



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA



IL 60% DEL CAMPIONE DICHIARA UN CALO DEL FATTURATO SUPERIORE AL 40% *

* Il 25% del campione al momento dell'intervista non era ancora in grado di quantificare.

29

STUDI/AGENZIE SONO
RICORSI ALLA CASSA INTEGRAZIONE,
(con una media di 3, minimo 1
e massimo 12 dipendenti).

4

STUDI/AGENZIE SONO
STATI COSTRETTI
A LICENZIARE ALCUNI
DIPENDENTI

MESE DI INIZIO
LAVORO DA REMOTO

Marzo

Febbraio

Gennaio

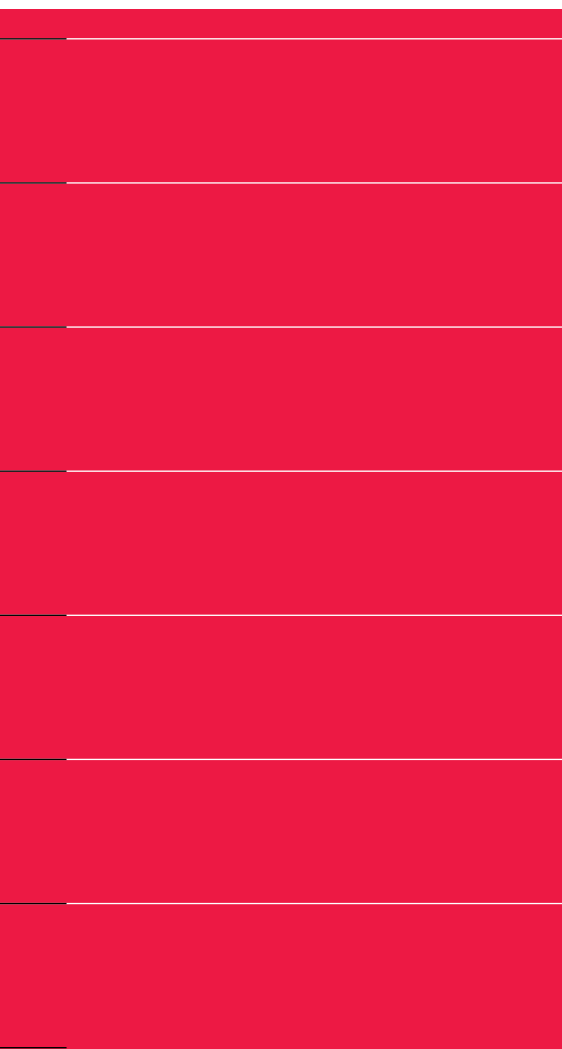
Aprile



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

QUALE È LA TUA MAGGIORE PREOCCUPAZIONE?

La riduzione del lavoro e delle entrate nel prossimo futuro



Perdere il lavoro

Non trovare lavoro
al termine degli studi

Essere costretto a chiudere
la mia attività professionale.



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

RITIENI IL BONUS
DI 600€
SUFFICIENTE PER
AFFRONTARE
LA SITUAZIONE?

NO 80%

SI 20%

NELLA TUA ZONA
LA VELOCITÀ
DI CONNESSIONE
A INTERNET
È SUFFICIENTE
PER LAVORARE
DA REMOTO?

SI 70%

NO 30%



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

HAI FIGLI IN ETÀ
PRESCOLARE
(0-13 ANNI) DA
ACCUDIRE A
CASA?

NO 77%

SI 23%

HAI FAMILIARI
DI CUI DEVI
PRENDERTI CURA
A CASA?

NO 65%

SI 35%



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

DA QUANDO LAVORI DA CASA, QUANTO TEMPO LIBERO HAI A DISPOSIZIONE OGNI GIORNO?

2-4 ORE

5-8 ORE

1-2 ORE

+ DI 8 ORE

NON NE HO

MENO DI UN'ORA



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

QUALI SONO LE EMOZIONI CHE HAI PROVATO MAGGIORMENTE NEGLI ULTIMI TRE GIORNI?

ATTESA

SCONFORTO

SPERANZA

TRISTEZZA

PAURA

RABBIA

FIDUCIA

PREOCCUPAZIONE



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

QUALI SONO LE SENSAZIONI NEGATIVE CHE HAI VISSUTO MAGGIORMENTE NEGLI ULTIMI TRE GIORNI?

ANSIA

DISORIENTAMENTO

STANCHEZZA

CONFUSIONE

NOIA

AGITAZIONE

SOLITUDINE

ABBANDONO



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

QUALI SONO LE MAGGIORI DIFFICOLTÀ PRATICHE/TECNICHE CHE HAI DOVUTO AFFRONTARE SUL LAVORO?

Terminare i progetti in corso e iniziare quelli già pianificati

Cercare nuovi clienti, acquisire nuove commissioni

Organizzare le attività del mio lavoro/studio

Tecnologia e/o connessione digitale da remoto non adeguata per seguire lavoro, studio, insegnamento

Trovare consigli, puntuali e aggiornati, sui temi fiscali in atto

Dialogare con colleghi, fornitori e committenti

Acquistare beni/servizi necessari al lavoro/studio

Spazi domiciliari non adeguati al lavoro manuale (disegno, pittura, fotografia, etc...)



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

QUALI SONO I PROBLEMI CHE TI HANNO PORTATO MAGGIORE DISAGIO?

Impossibilità di saldare le spese fisse e urgenti come bollette, mutuo o affitto a causa dell'azzeramento di commissioni, insoluti delle fatture, cassa integrazione o licenziamento

Affrontare il problema del lavoro per dipendenti e collaboratori durante la crisi

Crisi di panico causate dall'incertezza per il futuro a breve e lungo termine

Consapevolezza del mancato riconoscimento del valore del nostro lavoro da parte delle Istituzioni

Conciliazione del lavoro a casa con la gestione di figli e parenti



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

COSA TI ASPETTI DAL GOVERNO NEI PROSSIMI MESI?

Blocco o forte
dilazione dei
contributi fiscali
2020 per le
Partite IVA

Sostegno economico,
aumento e estensione
del bonus o ulteriori
soluzioni di aiuto ai
lavoratori autonomi

Maggiore
considerazione
e riconoscimento
della categoria dei
professionisti della
comunicazione visiva

Agevolazioni bancarie,
accesso al credito
e riduzione dei mutui

Distinzione dei
professionisti della
comunicazione visiva e
tipografi nel MEPA

Maggiore tutela
per i tirocinanti
e per i freelance
senza partita IVA



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

HAI IN MENTE SERVIZI PRIVATI O PUBBLICI CHE IN QUESTO MOMENTO POTREBBERO AIUTARTI NEL TUO LAVORO/STUDIO E CHE NON SONO OGGI DISPONIBILI?

15
Connessione gratuita, maggiore
copertura della linea internet, fibra
banda larga e servizi pubblici digitali
maggiormente efficienti

9
Una piattaforma domanda/offerta
per la presentazione dei professionisti
a possibili clienti e canali che
mettano in comunicazione aziende e
professionisti per collaborazioni da
remoto

8
Un reale sostegno al lavoro in termini
di sovvenzioni e alleggerimento
fiscale e del credito e posticipazione
dei contributi fiscali 2020

5
Incentivare ancora di più l'home
working, sostenendo le aziende
nell'aggiornamento tecnologico e
metodologico

5
Una cassa o un ordine di categoria

3
Liquidità da parte delle banche

8
Rimborsi o sconti su licenze software
e strumenti di lavoro

4
Pianificazione di ulteriori interventi
a favore della digitalizzazione delle
imprese

Voucher per la comunicazione alle
imprese

Uno strumento per recupero crediti
fatture emesse

Dottorato di ricerca in arte e
comunicazione

Progetti Alternanza Scuola Lavoro -
(Assoform Romagna)

Reddito minimo in casi di emergenza
e crisi

Un archivio di videocorsi AIAP di alta
qualità

Sospendere i mutui e rendere snelle
le procedure per la richiesta di
agevolazioni fiscali

Fondi per avviare uno studio associato
e bandi di finanziamento per imprese
creative, crowdfunding applicato a
progetti specifici



COSA PUÒ FARE AIAP PER AIUTARTI IN QUESTA EMERGENZA?

In sintesi la maggior parte degli intervistati suggerisce le seguenti azioni:

- Rappresentare la categoria verso le Istituzioni
- Valorizzare l'importanza del ruolo sociale, economico e culturale della professione
- Fornire ai Soci strumenti di supporto fiscale e informazioni su bandi e concorsi
- Promuovere una rete di sostegno e relazione tra i professionisti
- Informare e formare attraverso workshop e webinar
- Sensibilizzare le aziende con una campagna informativa sul valore del graphic design

Alcuni estratti dalle risposte:

Continuare a fare quello che ha sempre fatto. AIAP è un piccolo presidio di resistenza

Mi piacerebbe creasse una grande casa, sia con i soci e non soci, creando una rete di clienti-professionisti in mondo da aiutare la loro visibilità e le loro possibili commissioni

Portare l'importanza dell'impatto economico negativo sul fatturato dei liberi professionisti all'attenzione delle Istituzioni

Ho apprezzato i chiarimenti riguardo il bonus

Continuare nella sua attività di divulgazione e informazione

Istituire un tavolo di lavoro non solo per professionisti e freelance, ma anche per la salvaguardia degli studi professionali e delle aziende che operano nel design della comunicazione, già falcidiate da un decennio di crisi economica.

Creare possibili punti di incontro tra committenza e studi di progettazione

Rimanere attiva nella produzione culturale, creare reti di mutuo soccorso fra i soci in modo da aiutare quelli più svantaggiati

Indicare la strada / Abbassare i costi di iscrizione / Mettere a disposizione gratuitamente delle risorse

Era stato molto benefico per me leggere l'articolo "La cosa peggiore è sentire di non avere la terra sotto i piedi. Soprattutto quando ce l'hai" in Progetto Grafico #33. L'ho riletto in questi giorni e l'ho condiviso con parenti e colleghi perché è ovvio che, chi ti vuole bene, se prima era preoccupato del tuo futuro da libero professionista, ora lo è ancor di più e, tra colleghi, credo sia importante fare rete e condividere, soprattutto ora. Quindi, mi piacerebbe che AIAP creasse una rete di condivisione di questo stato di incertezza e disagio, forse un blog aperto? Non so. Alla fine, tenersi tutto dentro, non fa

bene a nessuno e fa apparire il tutto più gigante di quello che già è. Anche perché, noi che lavoriamo nella comunicazione, abbiamo una forte responsabilità sociale e, credo, dovremmo riuscire ad essere ancor più lungimiranti e creativi per dar forma e sostanza al futuro, tutti insieme. Altrimenti, temo, l'arrivismo e la competizione, nonché le pratiche lavorative di alienazione rispetto ad una visione integrata dell'essere umano, esploderanno ancor più di prima, cavalcando l'onda del bisogno, dell'incertezza, della paura e del disagio di questo momento storico senza precedenti

Penso che sia il momento più utile per avvicinarsi a chi ancora come me non è socio, mostrando e offrendo un "valore aggiunto" e risorse (chiaramente non economiche) ma ugualmente necessarie. Un'azione di sostegno che si trasformi poi conseguentemente in un'azione di acquisizione nuovi soci

Indire concorsi a premi (libri) legati alla comunicazione sociale



Darmi qualche buon consiglio per affrontare quello che mi aspetta tra 9 settimane. Se dovessi rifiutare la riduzione ore quali potrebbero essere le conseguenze?

Mettere il sapere a disposizione del prossimo, educare al bello e al giusto

Raccogliere le difficoltà tra buone intenzioni e pessima realtà dei servizi, fare un vademecum dei soprusi, delle ingiustizie e renderlo pubblico

Promuovere chat tra colleghi su vari aspetti della comunicazione visiva

Farsi portavoce dei bisogni dei professionisti, fornire materiale scontato o gratuito ai soci e incentivare i non-soci come me a iscriversi magari con un piano agevolato per questo anno difficile

Continuare ad affermare l'importanza della cultura del progetto in questo Paese che difficilmente ne riconosce il valore sociale, economico e culturale

Offrire consulenza con commercialisti gratuita; creare una vetrina per i professionisti in modo da permettere ai clienti di contattare più facilmente i professionisti

Continuare ad essere presente, come fatto finora, con newsletter e consigli, dimostrando di essere "sul pezzo", non è poco.

Segnalare webinar e corsi sulla comunicazione visiva online. Da un punto di vista più politico, se organizzasse una call/un dibattito online per parlare del ruolo della comunicazione in questo periodo e di cosa potremmo fare come comunicatori, io parteciperei. I media in generale stanno avendo un ruolo decisamente di rilievo in questa situazione, per quanto mi riguarda spesso deleterio. Personalmente vorrei fare qualcosa come progettista della comunicazione, ma mi sento bloccata, priva di qualsiasi energia e spesso ho crisi di panico. Probabilmente però sentirmi parte di un gruppo di progettisti con dei

valori, pensieri e obiettivi condivisi mi darebbe la forza per attivarmi

Continuare a dialogare con i suoi soci e ricordargli che non sono soli

Valorizzare il ruolo del design anche relativamente alla comunicazione dell'emergenza, c'è spesso tanta confusione e/o messaggi contraddittori

Una campagna per le varie aziende che in questo momento sono chiuse o tagliano le spese legate al nostro settore. Se si adattassero all'home working, potrebbero restare aperte in molte, riuscendo a produrre reddito, e continuando a far andare avanti anche delle famiglie. In realtà, l'home working, dovrebbe diventare uno standard, e non un'eccezione, e questo sarebbe il momento migliore per aggiornarci. All'estero è già molto utilizzato ed è un settore nel quale resteremo indietro se non impariamo ad adattarci, soffrendo economicamente di più in queste situazioni (o altre), rispetto altre

nazioni/stati (es: Canada)

AIAP ha la possibilità di dare voce ai professionisti del design, che spesso non vengono considerati molto dalle istituzioni, ancor di più in questo momento di difficoltà economica globale

Rivendicare sempre di più, come sta già facendo d'altronde, il nostro ruolo nella società, cercando di sostenere una politica che rivaluta l'espressione creativa nel modello di società di cui facciamo parte tutti, chiedendo al Governo una quota economica maggiore per il risanamento di questo settore

Mandare una mail con indicazioni esatte di come ricevere aiuti pratici per il supporto all'attività lavorativa (es: fondi, sgravi o agevolazioni) elencando quali sono e come poterli ottenere.

Proporre al Governo di inserire agevolazioni sull'affitto, come per i negozi, anche agli studi professionali



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

Creare webinar di ogni genere di tema con relatori esperti. Esempi branding, graphic design, web ect...

Ad esempio due volte a settimana un'ora di "lezione" e domande o può essere proprio un dibattito e scambio di idee anche per formare una sorta di community per conoscere tutti i soci

Comunicazione pubblicitaria a tutte le aziende nazionali di ogni settore a lavorare con studi AIAP, facendo capire quali sono i vantaggi e la differenza rispetto a chi svolge il nostro lavoro senza professionalità né preparazione

Divulgazione culturale

Albo per graphics designer che mi tuteli maggiormente

Informare sugli sviluppi di questo periodo e le conseguenze nel settore

Continuare con attività culturali. Rivedere il tariffario AIAP, fermo al 2007

Tenerci aggiornati come sta facendo in questo momento. Creare rete tra professionisti per condividere idee e risorse

Continuare nella ricerca di nuove opportunità di lavoro per i professionisti del settore, potenzialmente anche pensando di estendere qualche servizio di supporto o consulenza gratuitamente ai non associati

AIAP può sostenere le riflessioni sul ruolo fondamentale della comunicazione progettata, di quella chiara che non ingenera confusione

Non sono ancora un socio AIAP, anche se era uno dei propositi per questo 2020, però il ruolo di AIAP dovrebbe rimanere quello per cui è nata: elevare lo status dei progettisti della comunicazione a quello di un professionista indispensabile nell'ingranaggio del mondo del lavoro

Molto nel campo della comunicazione visiva sono stagisti o tirocinanti...

Io sono uno di questi. Per quanti rientrano in questa categoria non c'è nessuna garanzia o supporto... Spero che AIAP possa farsi portavoce di chi è in questa situazione

Agevolazioni sulla SUITE ADOBE, mettermi in contatto con professionisti della città

Mettere a disposizione "tutor" o referenti di studi importanti in grado di valutare i lavori prima della presentazione al cliente; un parere autorevole ridurrebbe la possibilità di errore, aumenterebbe la qualità del lavoro consentendo quindi di consegnare il tutto e di fatturare velocemente

Quello che sta già facendo ora, BRAVI! istituendo un albo dei designer con annesso sito (es. lavoricreativi), rivedere il prezziario ormai datato e fuori mercato, creare progetti a valore aggiunto per spiccare sui media

Attivare una piattaforma che metta in comunicazione offerta/domanda per professionisti di settore (aziende,

grafici, illustratori... etc) per proseguire con lavori da remoto

Come libera professionista grafica sono rimasta con pochissimo lavoro perché le aziende con cui collaboravo hanno deciso di tagliare questo tipo di spesa. Sono molto preoccupata della difficoltà che avrò anche in seguito all'emergenza a trovare nuove opportunità di lavoro. Non avendo sufficienti entrate per mantenere la famiglia sono costretta ad usare i soldi messi da parte per le tasse, che quindi non sarò in grado di versare. Lo stato deve rendersi conto di questa difficoltà delle p.iva che non hanno nessun tipo di sostegno

Corsi di aggiornamento web. Live su Instagram o Facebook, interviste

Continuare a svolgere il proprio ruolo a tutela dei professionisti operanti nell'ambito della progettazione

Imporre maggiormente la sua voce verso le istituzioni e istituti di credito, chiedere delle politiche serie di



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

sostegno per il settore
Ruolo facilitatore: informare sulle opportunità lavorative per freelance.

sviluppare un rapporto concreto per creare una comunità integrando anche voci fuori dal coro, favorire gli scambi e il dibattito virtuale, scambio di opinioni tramite format sui social, accesso a risorse documentali/archivistiche (questo anche per il futuro), il CDPG è una grotta inaccessibile.

distribuire le risorse per creare strumenti di informazione cartacei e digitali

Mettere online l'archivio digitalizzato, organizzare video conferenze con professionisti (anche solo che riciclano interventi fatti in passato per altre occasioni), organizzare concorsi o estrazioni che fanno vincere libri e riviste o buoni sconto per la libreria AIAP

Far sentire i soci AIAP, o anche chi vorrebbe farne parte e ancora non si

è deciso, parte di una comunità. Di un gruppo solito e funzionante che sostiene psicologicamente i soci con piccole azioni di cura quotidiana.

Contribuire alla creazione di una rete tra progettisti e aziende, avviare processi di formazione a distanza su temi di interessi, mettere a disposizione strumenti utili per la professione

Cercare di connettere i professionisti con le istituzioni che hanno la maggior diffusione dei messaggi legati al tema, soprattutto vedendo il tipo di comunicazione che hanno fatto e sapendo che la maggior parte di noi ha molto più tempo in questo periodo.

Fondare una cassa di categoria: non sarò meno solo ma almeno un po' più tutelato

Sicuramente continuando ad informare su gli aiuti previsti per i liberi professionisti (tutti, anche quelli senza partita iva, per esempio che lavorano con ritenuta d'acconto)

Dare la possibilità di fare formazione a costo zero visto che nel dubbio si cerca di risparmiare per il sostentamento futuro, per le tasse che ci saranno da pagare e per fare ripartire l'attività professionale

Insistere con le istituzioni sul ruolo (anche) economico fondamentale che svolgono le attività culturali e legate al mondo dell'arte/design/moda

Comunicare, grazie ai propri soci, che a emergenza finita non si può riprendere a consumare e inquinare come prima. Altrimenti la malattia non sarà servita a niente.

Già è tanto che l'AIAP sia ancora presente. Per quanto mi riguarda non ho idea. Come ex socio AIAP posso suggerire di non far pagare le quote ai giovani che si avvicinano alla professione.

Grazie per tutto il resto.

Nel settore della comunicazione visiva ruotano tante figure e relative realtà

economiche, dalla p. iva ai co.co alla ritenuta d'acconto. L'AIAP potrebbe farsi portavoce anche di quest'ultima realtà che non viene tutelata dal decreto Cura Italia.



COVID-19
INDAGINE
EMERGENZA
ECONOMICA
PROFESSIONISTI
DELLA
COMUNICAZIONE
VISIVA

AIAP



associazione italiana design
della comunicazione visiva
Via A. Ponchielli 3
20129 Milano — Italy