

Tre ruoli per un'associazione

Programma strategico e operativo per AIAP triennio 2010/2012

versione ridotta

versione integrale su www.diversiassociati.it/treruoliperaiap

Il programma che state leggendo è il tentativo di organizzare riflessioni, impressioni, suggerimenti, idee, criticità, desideri e aspirazioni sul futuro dell'associazione, emerse trasversalmente in colloqui con molti soci. Interrogarsi sul futuro dell'associazione è stato doveroso. È emerso un panorama ricco e articolato segno di vitalità e di attenzione. Sono emersi modelli diversi che esprimono direzioni e tempi attuativi altrettanto diversi. Un'associazione di servizi orientata al suo interno, rivolta ai soci, alla loro crescita, promozione e tutela. Un'associazione culturale impegnata nel creare valore culturale e economico attorno ai temi del progetto di comunicazione visiva. Un'associazione come gruppo di pressione in grado di dialogare con le istituzioni, le organizzazioni, le associazioni. Tre tensioni, modelli diversi ma non per questo non percorribili simultaneamente. Lo sforzo è stato quello di coagulare in un programma sintetico, chiaro e concreto questa ricchezza e molteplicità che l'AIAP sta vivendo e con le quali si sta confrontando. Alla base di questo programma c'è il desiderio di far crescere l'Aiap, di aumentarne la sua riconoscibilità e il suo peso culturale, di renderla sempre più autorevole e presente nei contesti istituzionali come in quelli economici, in grado di offrire risposte e servizi ai soci come di produrre valore culturale che economico.

I. Premessa

Abbiamo assistito, negli ultimi anni, a una profonda trasformazione dell'associazione che si ritrova oggi a essere una realtà autorevole, complessa e articolata. La base associativa si è allargata (+30% ultimo triennio) così come sono cresciute le esigenze e le attenzioni rivolte all'associazione dal mondo professionale, istituzionale e accademico. Nel dare risposte a queste domande la quantità di attività è aumentata in maniera esponenziale portandosi dietro questioni legate alla loro gestione. Gli obiettivi si sono allargati ponendo l'associazione in una prospettiva internazionale che non può più essere elusa. Infine è cambiato e sta cambiando il panorama entro il quale siamo chiamati ad agire vuoi per l'evoluzione dei mezzi di comunicazione che richiedono figure in grado di gestire processi sempre più complessi vuoi per l'immissione di nuovi laureati in corsi più o meno dedicati alla comunicazione visiva, vuoi per una mutazione degli atteggiamenti culturali attraverso i quali ci si accosta alle discipline del progetto. L'Aiap in questi anni ha consolidato la sua autorevolezza, sperimentato diverse forme di promozione culturale e organizzato una struttura operativa nuova. Si tratta di un ricco patrimonio che sarà la base per costruire e raggiungere gli obiettivi che ci siamo preposti.

Il presente documento è una versione ridotta di un programma più articolato dove sono descritte oltre agli obiettivi strategici le azioni individuate per portarlo a compimento, i commenti e i contributi dei candidati che lo hanno sottoscritto.

2. Obiettivi strategici e azioni

Presenti ovunque

La particolare disomogeneità del territorio italiano in termini di mercato, distretti produttivi, formazione... produce una frammentazione delle esigenze che non possono essere soddisfatte da un'unica risposta. La ricchezza del nostro paese sta proprio nel riconoscimento delle energie culturali locali che devono essere valorizzate e supportate. Stimolare il senso di affiliazione con l'associazione e a una maggiore partecipazione attiva.

Potete scaricare o consultare la versione integrale su:
www.diversiassociati.it/treruoliperaiap

Anche all'estero

Non è più possibile trascendere da una dimensione internazionale dell'associazione. Questo sia sul livello istituzionale del rapporto con altre associazioni sia sul livello della promozione del socio verso mercati internazionali. Il made in Italy legato alla comunicazione, può riappropriarsi di posizioni forti così come lo è stato in passato.

Rapporti istituzionali

Il settore della comunicazione è articolato e complesso, molteplici sono i mercati, gli approcci, le sfumature e le professioni che vi si affacciano. Pretendere di dominarlo nella sua interezza rischia la dispersione così come restringerci in uno specifico ci porterebbe ad un isolamento. È necessario dunque costruire più relazioni possibili con istituzioni e università, associazioni di design o culturali. L'AIAP con la sua storia può diventare interlocutore primo e autorevole nelle discipline della comunicazione visiva.

Promozione della cultura grafica, promozione del socio

La promozione e visibilità del socio può seguire diverse strade e non deve essere disgiunta da una più ampia promozione della cultura del progetto grafico. Una prima via privilegia una visione capillare e punta soprattutto alla visibilità della specificità del singolo socio. Soddisfano queste esigenze i repertori, gli annual, le gallerie online, le mostre tutte attività più o meno percorse in questi anni da AIAP. Un'altra strada più indiretta ma non per questo meno efficace è il valore implicito fornito dall'appartenenza all'Aiap. In qualche modo il socio beneficia di un valore collettivo che viene riconosciuto alla qualità "certificata" Aiap. La terza si preoccupa della formazione dei nostri futuri clienti, della loro sensibilizzazione alle ragioni del progetto di comunicazione visiva. Si tratta di un obiettivo strategico di lungo respiro ma che crediamo vada attuato subito e perseguito con costanza perché è quello che potrebbe dare maggiori risultati in un futuro immediato.

Formazione continua

Il dibattito sulla formazione ha attraversato l'Aiap in tutta la sua storia recente. È stata preoccupazione costante in periodi dove quasi inesistenti erano i corsi dedicati al progetto grafico. Molti degli attori di questi dibattiti e riflessioni sono oggi presenti negli atenei. Grazie a queste presenze Aiap può giocare un ruolo importante con le università e nei centri di ricerca, può offrire consulenze preziose e informazioni legate direttamente al mondo del lavoro per orientare i loro obiettivi didattici.

Hanno condiviso questo programma

Daniela Piscitelli

Beppe Chia

Lucia Roscini

Francesco E. Guida

Cinzia Ferrara

Francesco M. Giuli

Emanuela Bonini Lessing

Eugenio Debegnak

Matteo Carboni

Aldo Presta

Massimiliano Gaeta

Gaetano Grizzanti