

**PATTO DI PARTENARIATO DEL
POLO FORMATIVO GRAFICO
– LA CARTA DEI VALORI –**

PREMESSA

Il Patto di Partenariato del Polo – di seguito Polo –, o Carta dei Valori, è il documento costitutivo dell'identità culturale e progettuale del Polo stesso: rappresenta la sua identità e il suo scopo di esistenza, e fornisce in modo immediato e facilmente consultabile le linee guida di sviluppo dell'Ente. La Carta dei Valori è garanzia di libertà di movimento e di azione per i Partner e per gli Associati al Polo Formativo Grafico, nel rispetto dei valori e delle condizioni qui riportate. Sottoscrivendo l'adesione al Polo, le Aziende e gli Enti in genere accettano e condividono la Mission, i Principi, i Valori e le Azioni sotto riportate.

La Carta dei Valori è anche garanzia di pluralismo culturale, che si sostanzia nella progettazione e realizzazione di servizi e di momenti educativi e formativi che mirano alla realizzazione ed espressione dell'unicità e singolarità delle persone in formazione, all'ascolto delle esigenze degli Enti cui le persone fanno parte, alla realizzazione delle esigenze di sviluppo e innovazione del mercato grafico di riferimento.

In questo modo, si cerca di garantire lo sviluppo del singolo individuo che aderisce al Polo o che usufruisce dei suoi servizi, nel rispetto delle esigenze del suo contesto lavorativo in generale.

SCOPO SOCIALE

Il Patto di Partenariato individua le modalità e le opportunità di partecipazione all'interno del Polo degli individui che fanno della filiera Grafica Industriale il proprio quotidiano lavorativo o di studi. In quest'ottica, la Carta dei Valori è premessa per una azione forte e progressiva di Networking promossa dal Polo e supportata dai suoi Membri, siano essi Aziende, Scuole, Associazioni.

Nel Partenariato sono coinvolte Aziende e Scuole che rappresentano gli esponenti più strategici e innovativi del processo grafico lombardo, alcuni dei quali si distinguono per attività anche in campo internazionale, sia in termini di cultura e ricerca sia in termini di produzione di macchine, impianti e tecnologie.

Il Polo rappresenta quindi il Network già esistente tra aziende, Scuole ed Associazioni che gravitano attorno alla Filiera grafica. Nella rete formalizzata dal Polo è maggiormente possibile, rispetto a prima, la valorizzazione la circolazione organizzata e regolamentata di know how specifico e innovativo individuando, orientando e integrando tutti gli elementi originali e di eccellenza già presenti nelle singole e specifiche realtà, dentro un sistema più

aggregato e interattivo oltre che aperto a dinamiche esterne. La circolazione di idee e sapere è garantita da occasioni di incontro che il Polo promuove, incontro che può essere sia fisico, sia on line. Inoltre, la presenza tra gli associati di testate periodiche di settore consente l'utilizzo di supporti anche tradizionali alla diffusione di pensieri e modelli, accelerando in questo modo l'interscambio culturale.

PER UNA DEFINIZIONE

Si può definire il Polo come:

“l'area privilegiata e aperta in cui articolare una dinamica convergenza tra i diversi soggetti. Luogo che garantisce quella integrazione operativa e strategica in grado di supportare l'azione e l'interdipendenza degli attori”.

Il Polo Formativo è un progetto di sviluppo settoriale e territoriale che nasce dall'integrazione di bisogni ed esperienze inerenti la formazione professionale a supporto dello sviluppo delle imprese del settore Grafico del territorio lombardo. Il Polo interviene in prima istanza nel panorama della formazione dei giovani in cerca di prima occupazione e incrementa progressivamente le proprie attività anche verso la formazione continua degli occupati e la formazione dei formatori.

A garanzia della pluralità di interessi ed interventi, al Polo confluiscono tutte le forze del mondo della Formazione, dell'Istruzione, dell'Università, della Ricerca, e dell'Impresa, rappresentative del comparto Grafico Industriale, per competenza diretta e indiretta, per cultura, innovazione e visione strategica dello sviluppo di sinergie.

LA STORIA

In data 26 Luglio 2006 fu ammesso al finanziamento F.S.E. un progetto denominato “Ricerca, innovazione, formazione nell'ambito dei processi grafici della multimedialità”. Nasceva in pratica il Polo Formativo Grafico. Il capofila del progetto era l'Istituto Pavoniano Artigianelli di Milano, insieme ad altre undici Istituzioni nel campo della Grafica lombarda, tra Scuole, Università, Aziende, Associazioni di Imprese, Enti di Ricerca.

La collaborazione tra il mondo delle imprese e delle scuole del settore grafico è una realtà esistente da anni. Il network, che dà senso al Polo ha formalizzato e conferito stabilità a questa rete, sviluppandola ulteriormente.

Dal luglio del 2006 ad oggi il numero di associati è cresciuto e sta ancora crescendo, a dimostrazione ulteriore del fatto che il creare una rete relazionale è iniziativa fondamentale per la realtà grafica di riferimento.

I VALORI DEL POLO FORMATIVO GRAFICO

La realtà del Polo può essere descritta tramite una metafora visiva che raffigura l'identità stessa del Polo sotto forma di una piramide a quattro livelli differenti; ogni livello non ha senso se letto singolarmente: è l'insieme della piramide che dà un senso alla metafora e a ogni singolo gradino. Ogni livello quindi acquisisce un significato alla luce degli altri, e solo in relazione agli altri (fig. 1).

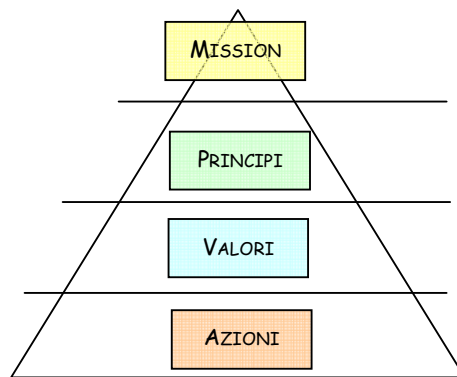


fig. 1 – “Piramide dei valori” del Polo

Di seguito una sommaria descrizione:

- **Mission** del Polo: è il livello superiore, il vertice; indica il senso finale dell'Ente, la sua motivazione all'esistenza, il principio primo che esso persegue. Il Livello della Mission dà senso a tutti i livelli successivi e da essi viene concretizzato e supportato.
- **Principi**: il secondo livello. I Principi descrivono, sotto forma di massime o brevi frasi, i modi in cui la Mission viene realizzata.
- **Valori**: il livello terzo raccoglie i fondamentali valori che il Polo intende perseguire: essi hanno un senso solo se letti contemporaneamente ai Principi espressi nel livello superiore e alle azioni del livello appena sottostante. I Valori costituiscono il gradino più importante della piramide, perché essi rendono più concreti e comprensibili i primi due livelli e danno un senso e una direzione anche all'ultimo gradino.
- **Azioni**: è il livello base della piramide, il quarto, costituito dalle iniziative che il Polo promuove. Tali Azioni sono la realizzazione concreta degli altri livelli della piramide: ben lontano dall'essere il livello meno importante di tutta la struttura, al contrario le Azioni sono ciò che del Polo è conosciuto e visibile, ciò che lo contraddistingue da altre associazioni.

Di seguito, per ogni singola voce, saranno indicate le caratteristiche distintive del Polo.

LA MISSION

Il Polo si colloca negli ambiti di competenza di tutti gli Enti appartenenti al settore della Grafica, con particolare riferimento alle attività di progettazione e di realizzazione tradizionale e innovativa del prodotto grafico. All'interno di tale ambito, il Polo promuove le proprie attività al fine di migliorare nel suo insieme il comparto, e nello specifico la qualità del lavoro. Ciò attraverso la formazione tecnica e specialistica dei giovani che intendono lavorare nel comparto da un lato, e la formazione continua di chi già lavora nel mondo grafico dall'altro.

I PRINCIPI

Il Polo intende rappresentare il punto di riferimento delle aziende per l'innovazione e lo sviluppo delle professioni e delle risorse umane. La sua specificità comprende il monitoraggio permanente dell'innovazione di settore, la concettualizzazione ed il trasferimento del know-how emergente, il sostegno allo sviluppo delle professioni e delle risorse umane.

Scaturiscono da qui i principi base del Polo:

- Lavorare alla creazione di una consapevolezza culturale diffusa, attivando processi di comunicazione e partecipazione di qualità di largo impatto.
- Rispettare l'identità dei diversi Enti aderenti al Polo, nella ricerca dell'interesse comune.
- Integrare il potenziale dei diversi soggetti che presentano elementi comuni fra loro.
- Promuovere l'orientamento al dono tra gli aderenti.
- Diffondere la cultura grafica, anche presso i giovani.
- Promuovere e presidiare la partecipazione e la comunicazione tra i membri, analizzando i contesti, gli strumenti adottati in ogni esperienza avviata, al fine di strutturare una rete sviluppata e permanente.

I VALORI

Il Polo è una comunità di Enti differenti. L'adesione ai valori da parte di Partner e Associati costituisce il collante tra essi. Per questo il Polo richiede ai propri aderenti di visionare e condividere nelle proprie azioni i seguenti valori. Questa condivisione è in grado di creare il senso di appartenenza al Polo da parte degli Associati.

- *Intenzione educativa* – il Polo fa formazione, promuove la formazione in ogni sua forma: individuale, di gruppo, aziendale, interaziendale.

- *Centratura sull'individuo in apprendimento* – vuol dire valorizzare le competenze già possedute dagli individui, equilibrando queste con le competenze tecniche necessarie alla figura professionale, al ruolo, alle attività necessarie.
- *Innovazione del settore* - le aziende partner si incontrano e comunicano; pensano, condividono e formulano soluzioni nuove per vecchi problemi comuni. Così, attraverso il continuo sviluppo tecnologico e organizzativo, possono individuare strategie innovative di processo e di prodotto.
- *Orientamento al dono* – i professionisti ed i partner che aderiscono al Polo mettono a disposizione degli altri aderenti ciò che possiedono (soprattutto in termini di conoscenza) senza interesse personale immediato, ma in modo da promuovere alla lunga l'interesse personale e comune.
- *Condivisione dell'eccellenza* – gli aderenti mettono a disposizione degli altri associati ciò che considerano migliore, sia in termini di cultura grafica in generale sia in quelli di conoscenze tecniche specifiche.
- *Rispetto del lavoro proprio e degli altri* – il Polo scoraggia e, se necessario, punisce ogni uso strumentale della rete e della condivisione tra i propri aderenti: il Polo non è terreno in cui la competitività interna possa esistere.
- *Disponibilità a comunicare* – chi aderisce al Polo sa che la comunicazione tra gli Enti aderenti è necessaria a creare quell'osmosi che permette il miglioramento continuo.

LE AZIONI

Il know-how portato, da Istituti scolastici, Centri di Formazione Professionale, Università e Associazioni territoriali di imprenditori, unite ad una rete di soggetti promotori e sostenitori (quali Associazioni di categoria, Centri di ricerca e di innovazione, e Aziende) rappresenta il nucleo centrale di attività permanenti che affiancano lo sviluppo delle professioni e del sistema socio-economico territoriale. Di seguito, sono tracciate le attività che il Polo propone, facilita e supporta:

- Promuovere eventi formativi e di orientamento al lavoro in ogni forma, comprendendo azioni anche finanziate in vario modo: pubblico, privato, misto. Ciò rispondendo coerentemente ai bisogni formativi espressi dal tessuto produttivo e dalle comunità locali.
- Promuovere la condivisione attraverso occasioni di incontro (seminari, conferenze, workshop, ...).
- Costruire e mantenere la rete di relazioni tra i partner.

- Favore la presa di coscienza dell'eccellenza, aiutando gli Enti aderenti, se possibile, a evidenziare le proprie caratteristiche interne e gli elementi di Eccellenza da condividere.
- Promuovere un progetto educativo continuo, a partire dai giovani studenti delle scuole e dei centri di formazione associati. Supportare i processi di crescita continua di studenti e lavoratori.
- Trasferire ai giovani i valori e lo stile che danno senso alla cultura grafica, anche con occasioni di scambio e di compenetrazione tra scuole e aziende.
- Aiutare le imprese a comunicare con le scuole, sapendo trasferire al mondo della teoria (la scuola) le competenze necessarie al mondo della pratica (le imprese), ma sapendo anche illustrare al mondo della pratica le caratteristiche, i tempi, le necessità tipiche e contingenti del mondo della teoria.

I SERVIZI EROGATI

Il Polo punta alla formalizzazione di un network che si consolida e incrementa nel tempo. Il Polo interviene in prima istanza nel panorama della formazione dei giovani in cerca di occupazione, e incrementa progressivamente le proprie attività anche verso la formazione continua degli occupati.

- I servizi proposti ed erogati dall'Ente sono quindi pensati per rispondere alle esigenze dapprima degli studenti e poi dai lavoratori, ma soprattutto vanno nella direzione di far incontrare i due "mondi" dalla scuola e del lavoro. Per facilitare il sostegno, in un'ottica di rete, il Polo promuove e propone sia incontri periodici e occasioni di scambio, sia strumenti off line e on line che supportino lo scambio di informazioni, finalizzato quest'ultimo alla crescita dell'intero sistema. Ciò nella convinzione che l'uso delle più avanzate strutture tecnologiche faciliti il confronto continuo tra le realtà coinvolte. A titolo esemplificativo si illustrano di seguito alcuni servizi già realizzati e presenti anche in rete, all'indirizzo internet del Polo, altri sono in fase di realizzazione o completamento:

- Il software **competenze** – *Competenze* è un sistema predisposto dal Polo e messo a disposizione di tutti i soci. E' un punto d'incontro tra gli studenti e gli Enti associati, ma consente anche alle Aziende di poter gestire e configurare un proprio database di competenze, abilità e attività operative. *Competenze* si avvale di un software completamente on line e per l'utilizzo è sufficiente un browser, oltre alle password rilasciate dal Gestore del sistema.

- **La diffusione delle ricerche di settore** – gli associati al Polo conducono ogni anno ricerche di settore: la loro consultazione rimane spesso limitata a chi partecipa alla ricerca e

a chi la conosce. Il Polo raccoglie le ricerche messe a disposizione dei propri partner, pubblicandone una copia consultabile da tutti, studenti e lavoratori degli Enti associati. In tal modo si intende facilitare la diffusione di quella parte di sapere e conoscenze derivanti da ricerche anche innovative sul campo grafico a tutti gli aderenti.

- Il servizio **i professionisti e gli esperti** - Questo servizio è progettato prioritariamente per le scuole e per tutti quei contesti di apprendimento e formazione che necessitano saltuariamente di contattare un esperto aziendale per una testimonianza. Il servizio, inoltre, può essere utile alle aziende stesse qualora volessero avvalersi di una competenza specialistica non presente presso la propria organizzazione. Il servizio si presenta come un data base di esperti presentati in relazione alle loro specifiche competenze.
- Il **glossario** – questo servizio consiste in un database di lemmi specifici del settore grafico, selezionati da esperti, individuati attraverso varie fonti, ed utilizzabili come punto di riferimento semantico per tutti gli aderenti.
- La **guida allo stage** consiste in uno spazio riservato sul sito del Polo che rappresenta una guida-modello per l'organizzazione dello stage ed uno spazio di incontro tra domanda e offerta, sempre aggiornato e specifico per il settore grafico. Gli stage, organizzati dalle scuole sulla base di un preciso progetto formativo indicato dalla guida, danno alle aziende associate e agli studenti certezza di un'esperienza qualificata e qualificante, veramente utile. In tal modo si garantisce un terreno di incontro fruttuoso tra scuole e imprese, gestendo il passaggio dell'individuo tra l'una e l'altra realtà.
- Una **biblioteca** del Polo - un database facilmente consultabile che raccoglie tutte le segnature messe a disposizione dalle varie strutture partner (Imprese, Istituti scolastici, Università, Centri di Ricerca). In questo modo, si intende agire affinché la circolazione e il reperimento delle informazioni e del sapere risultino immediati per i soci del Polo, che possono in tempo reale consultare l'anagrafica delle biblioteche appartenenti agli altri aderenti, e, qualora possibile, visionare il volume richiesto.

Inoltre, il Polo propone e promuove incontri, eventi formativi o corsi, organizzandoli direttamente, oppure promuovendo attività formative degli associati. Infatti, il Polo ha come propria prima attività lo studio, l'ideazione, la progettazione, l'erogazione di servizi di formazione alle imprese e agli Enti associati, in particolare:

- l'analisi e la rilevazione delle necessità e dei bisogni formativi interni agli enti associati, cui offrire una rilevazione reale e puntuale;

- la messa a punto e l'offerta di programmi formativi all'avanguardia, basati sulle necessità formative rilevate;
- il reclutamento di personale docente, anche libero professionista, competente ed esperto nel campo grafico;
- la ricerca e la proposta di corsi di formazione, alta formazione e formazione continua;
- la gestione degli aspetti di Segreteria riguardanti i finanziamenti formativi a carattere pubblico e a carattere privato o misto;
- l'orientamento, il tutoring e il sostegno alle imprese associate e ai loro dipendenti durante tutto il processo formativo.

Per quanto riguarda i temi formativi promossi dal Polo Formativo Grafico, essi riguardano tutti i settori e le aree aziendali del comparto grafico:

- La gestione, la valutazione, la motivazione e lo sviluppo del personale, ivi compresi i temi della comunicazione istituzionale e interpersonale, della direzione dei dipendenti e dei rapporti capo-collaboratore.
- La strutturazione interna delle imprese e l'organizzazione del personale, con attenzione alla distinzione tra compiti e ruoli e alla loro corretta assegnazione, anche ai fini della realizzazione e del mantenimento di sistemi certificati per la gestione della qualità, dell'ambiente e della sicurezza.
- Il coordinamento e l'ottimizzazione delle attività operative della catena logistico-produttiva, ivi comprese le relazioni con i clienti e i fornitori, la gestione delle risorse e dei processi produttivi e di supporto alla produzione di manufatti grafici e all'erogazione di servizi inerenti.
- L'organizzazione delle reti commerciali e lo studio dei mercati e delle strategie di marketing e di comunicazione pubblica e pubblicitaria.
- Il corretto e idoneo utilizzo della strumentazione software di supporto alle attività lavorative, ivi compreso l'utilizzo di macchinari e pacchetti specifici per il settore grafico.
- Le specifiche abilità necessarie e connesse alla strumentazione e ai macchinari disponibili nel comparto grafico, con riferimento sia alla produzione di pre-stampa, di stampa, di post-stampa.

I PARTNER

Il sistema di 'clienti' cui il Polo fa riferimento è costituito dal panorama lombardo delle imprese manifatturiere e di servizi; dai formatori e dagli studenti impegnati negli istituti

scolastici, nei centri di formazione professionale e nelle università; dalle associazioni di categoria relative al comparto grafico lombardo, dagli enti di ricerca e di innovazione che si occupano in particolare del settore grafico.

LE SCUOLE, LE UNIVERSITÀ , I CENTRI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE

Scuole e centri di formazione di ogni ordine e grado sono tra i primi referenti del Polo.

Il Polo accoglie tra i propri partner tutte le scuole, i centri professionali, le università che intendono dare un contributo significativo allo sviluppo, alla formazione e alla competitività del settore.

LE AZIENDE

Aderiscono prioritariamente al Polo le imprese in cui business è legato al campo della Grafica, sia in termini di prodotti, materiali e strumenti di produzione (attrezzature, impianti, software e hardware, ecc).

In linea generale il network accoglie anche imprese interessate all'utilizzo dei servizi formativi messi a disposizione del Polo.

LE ASSOCIAZIONI

Al Polo partecipano le Associazioni di rappresentanza del settore della grafica.

GLI ENTI DI RICERCA

Aderiscono al Polo i centri di ricerca che si occupano del settore grafico e che intendono condividere alcune delle proprie ricerche, al fine di renderne maggiormente fruibile la conoscenza tra i membri del Polo.

IMPEGNO DI ADESIONE AL NETWORK DEL POLO

La partecipazione al Polo, ossia far parte integrante del partenariato, prevede un impegno reciproco di tutti i partner. Tale impegno viene espresso secondo le specificità proprie di ciascun partner.

Le **aziende** mettono a disposizione

- struttura per l'accoglimento degli studenti in stage;

- conoscenze specialistiche ed esperti con attenzione all'innovazione tecnologica e di processo;
- disponibilità a consentire attività di analisi dei processi produttivi, delle competenze e dei trend evolutivi del settore;
- forum tematici su nuove tecnologie e nuovo scenari.

Le **associazioni** si impegnano a:

- svolgere un ruolo di collegamento tra aziende e Polo;
- sensibilizzare le aziende rispetto alle iniziative del Polo;
- raccogliere i bisogni delle aziende;
- promuovere il Polo con enti ed istituzioni pubbliche.

Le **scuole e i centri di formazione** si impegnano a mettere a disposizione:

- percorsi formativi congruenti con le esigenze del mercato grafico;
- docenze qualificate in relazione a tematiche tecnico-specialistiche;
- attività di orientamento per i giovani;
- professionalità per raccolta ed analisi dei bisogni formativi;

L'**università**:

- garantisce un'attenzione costante rispetto ai programmi formativi, alla qualifica ed all'innovatività dei percorsi formativi;
- mette a disposizione docenti qualificati;
- fornisce una supervisione scientifica alle attività del Polo.

Gli **enti di ricerca**:

- condividono le conoscenze di settore, soprattutto in relazione alle tematiche dell'innovazione e di sviluppo;
- stimolano le azioni di aggiornamento scientifico per gli attori del Polo.

MODALITÀ DI ADESIONE AL POLO

L'adesione si effettua compilando il modulo apposito, sottoscritto dal responsabile dell'ente che intende aderire.

Il modulo deve essere trasmesso alla sede del Polo:

ISTITUTO PAVONIANO ARTIGIANELLI

Indirizzo: 20159 Milano - Via Benigno Crespi, 30

Telefono / Fax: Tel 02/69008178 – Fax 02/66800566

Email: info@poloformativografico.it

DOMANDA DI ADESIONE al Polo Formativo Grafico

Il sottoscritto

Nome		Cognome	
in qualità di			
dell'azienda/ente			
Indirizzo			
CAP	Città		Prov.
Tel.		Fax	
e-mail		sito web	

condivide i valori, i principi, e gli impegni di adesione espressi nel PATTO DI PARTENARIATO DEL POLO FORMATIVO GRAFICO –

DICHARA

di voler aderire al Partenariato del Polo Formativo Grafico.

Indica quale riferimento per tutte le comunicazioni inerenti al Polo la figura del/della Sig/Sig.ra

Nome		Cognome	
Ruolo nell'organizzazione			
Tel.		Fax	
e-mail			

Luogo e data	Timbro e firma
--------------	----------------