

## Verbandsnachrichten Nouvelles de l'association Notizie dall'associazione

### Strategieprozesse in der Praxis

An dieser Nachmittagsveranstaltung steht das Thema «Strategieprozess» im Vordergrund. Praxisnah und in Form von konzentrierten Kurzreferaten wird aufgezeigt, wie in unterschiedlichen Unternehmen die Strategiearbeit organisiert und durchgeführt wird und welche Methoden sowie Werkzeuge dabei zum Einsatz kommen. Lassen Sie sich von den Referenten inspirieren und erleben Sie, wie pragmatische und praxisorientierte Strategieentwicklungsansätze erfolgreich sein können.

#### Zielgruppe:

Inhaber, VR, GF  
und GL-Mitglieder  
von grafischen KMU

#### Ort:

Restaurant Buffet Olten  
Bahnhof  
4600 Olten

#### Datum/Zeit:

Donnerstag, 19. Mai 2016  
14.00–17.00 Uhr

#### Programm:

13.30 Uhr Willkommenskaffee  
14.00 Uhr Begrüssung  
14.05 Uhr Prolog:  
Rudolf Lisibach, Letsgo GmbH,  
Regensdorf  
14.20 Uhr Praxisreferat 1:  
Christian Burkhardt und  
Thomas Freitag, bubu AG,  
Mönchaltorf  
14.50 Uhr Praxisreferat 2:  
Richard Müller,  
Müller Marketing & Druck AG,  
Gstaad  
15.20 Uhr Kaffeepause  
15.40 Uhr Praxisreferat 3:  
Albin Kirchhofer,  
Basel West AG,  
Basel  
16.10 Uhr Referat  
des Veranstaltungssponsors  
Chromos AG, Dielsdorf  
16.40 Uhr Fragerunde  
mit Referenten  
17.00 Uhr Apéro

#### Kosten:

viscom-Mitglied kostenlos  
Nichtmitglied CHF 250.–  
(zuzüglich MwSt.)

#### Anmeldefrist:

Donnerstag, 5. Mai 2016

### Devez agent commercial de l'imprimerie BF

Initiée par viscom en 2015 suite à l'abandon par l'eracom de la formation de technicien ES, la première volée d'agent commercial de l'imprimerie BF organisée par le gib est au milieu de sa formation. Organisés à Lausanne, ces cours sont actuellement suivis par une dizaine d'étudiants en provenance de quatre cantons romands. Nous les avons rencontrés pour connaître les principales motivations qui ont incité ces jeunes à débiter cette nouvelle formation.

Après une dizaine de mois d'enseignement, la majorité d'entre eux sont convaincus d'avoir fait le bon choix, même si le titre qu'ils décrocheront dans un an ne leur paraît pas très approprié. Ils auraient préféré un brevet qui énonce clairement la relation aux médias dans leur ensemble, sans rester

trop lié à l'imprimerie. Selon les étudiants, les termes de «communication» ou de «média» seraient plus ciblés sur leurs activités futures. Les organisateurs vont devoir y réfléchir.

Globalement, les matières enseignées sont appréciées et aucune n'est superflue. C'est davantage l'ordonnancement des cours qui pourrait être optimisé, tout d'abord par une meilleure répartition des horaires et une plus grande variété de cours au long d'une journée. Suivre 6 à 8 périodes sur une seule branche ne leur paraît pas toujours très judicieux ni efficace. Cependant, pour les organisateurs, il n'est pas facile de mobiliser des praticiens qui peuvent se libérer à leur guise de leurs tâches et obligations quotidiennes.

Répondant aux exigences actuelles, tous les étudiants n'hésitent pas à inciter les jeunes – et moins jeunes – professionnels de la branche à entamer une telle formation et à conseiller des formations continues, quelles qu'elles soient. Toutefois, la plupart d'entre eux relèvent la nécessité d'occuper une place à responsabilité au

sein de l'entreprise, du moins des tâches qui soient en adéquation avec les cours suivis. Rien ne vaut la mise en pratique des aspects théoriques le plus rapidement possible, afin de mieux les évaluer et constater la progression dont pourraient bénéficier les flux de production sans cesse en mutation.

L'émergence de nouvelles techniques de fabrication, de nouvelles technologies ou de nouveaux processus de gestion est permanente et les étudiants en sont pleinement conscients. Ces changements doivent être mis en œuvre au quotidien pour maîtriser les outils qui deviennent de plus en plus indispensables à la bonne gestion des entreprises des arts et industries graphiques. La transformation d'une entreprise de production en entreprise de services est aussi un défi auquel les étudiants devront répondre sitôt leur formation achevée.

#### Nouvelle volée prévue en janvier 2017

Pour autant que les candidats soient suffisamment nombreux, le gib a l'intention de mettre sur pied une deuxième volée d'agent commercial BF dès le début de



Les futurs agentes et agents commerciaux de l'imprimerie BF sont formés et motivés pour surmonter les défis actuels d'une entreprise graphique.

l'année prochaine. Pour tous les intéressés, une séance d'information est organisée le jeudi 21 avril prochain à Lausanne (pour informations et inscription consulter l'annonce du gib publiée au bas de cette page).

### Espo 2016

Anche per questa edizione si può riconfermare il grande successo riscontrata dalla fiera e a confermarlo è la partecipazione concreta di un curioso e motivato pubblico, di tutte le fasce d'età. Espo-professioni è ogni anno sempre più attrattiva e innovativa, al passo con l'era digitale e i vari stand propongono in modo interattivo e differenziato molteplici attività. Lo scopo di incuriosire, far divertire e coinvolgere i passanti è stato raggiunto: gli spettatori erano soddisfatti e informati riguardo a tutte le loro richieste e i loro dubbi. In molti hanno apprezzato la possibilità di potersi confrontare con diversi mestieri e di poter essere assistiti direttamente da professionisti che fornivano prove tangibili e testimonianze a riguardo.

### La nostra impressione

Una delle principali attrazioni dello stand era la macchina da stampa «pedalina», che non appena veniva messa in funzione, attirava molti visitatori che volevano saperne di più.

Molti ragazzi erano maggiormente attratti dalla possibilità di scattarsi qualche selfie e di avere la propria bottiglietta personalizzata. Quando però chiedevamo loro se conoscessero le nostre professioni, ci dicevano che non erano ben informati, motivo per noi di cogliere quest'opportunità per mostrar loro le basi dei nostri mestieri.

### L'impressione dei ragazzi (stand)

C'è stata una bella collaborazione tra i ragazzi, che hanno cercato di rispondere al meglio alle domande poste dagli interessati. Per le edizioni future si suggerisce di proporre altre attività da esporre oltre a quelle di quest'anno e di rendere più chiare le separazioni

e le caratteristiche di ogni professione. In ogni caso lo stand rimane visivamente piacevole e accattivante.

### Come si presenta lo stand

Rispetto agli altri anni lo stand si trova in una posizione più centrale, dove il transito di persone è stato altrettanto affluente e soddisfacente. Magari questa locazione poteva venir confusa essendo circondata da altrettanti stand attrattivi; ciò nonostante, abbiamo avuto numerose partecipazioni a ogni attività da noi proposta. La conferma è data dalle centinaia di iscrizioni al concorso «mi riconosci», ai cambi giornalieri di toner per la stampa di opuscoli e all'esaurimento delle scorte di bottigliette.

### L'interesse dei ragazzi

I ragazzi che hanno visitato il nostro stand l'hanno trovato molto innovativo e attrattivo. Erano entusiasti e in molti hanno manifestato un interesse così

grande, che molte volte ritornavano con i propri genitori per ricevere informazioni più dettagliate. Ciò che hanno apprezzato di più è stato il fatto di poter ricevere in regalo una bottiglia con il proprio nome, quasi come se fossero loro i soli proprietari del prodotto. Coloro che invece osavano di più si scattavano un selfie e rimanevano impressionati dal fatto di poter vedere – in pochi secondi – la loro foto stampata sull'opuscolo, sentendosi un po' «la star del momento».

Infine abbiamo notato che dare loro la possibilità di toccare con mano ciò che concerne il nostro lavoro quotidiano e potersi immergere per un attimo nel mondo tipografico, è stato apprezzato soprattutto dai più giovani, che facevano a gara per chi riconosceva prima le immagini, i caratteri e i loghi presenti sulle pareti dello stand.

*Debora, Laura, Marta, Maria Elena, Alessia, Steve, Sebastiano, Annick, Pietro, Markus*



**Plan de carrière: Qualification**

**Agente commerciale/Agent commercial de l'imprimerie BF**  
Début des études en janvier 2017, durée 3 semestres

Votre CFC en poche, le temps est venu d'exploiter votre connaissance du terrain et d'élargir votre champ d'action professionnel. Les fonctions d'encadrement et d'organisation sont des rouages essentiels dans une entreprise. Elles nécessitent une vision stratégique et d'excellentes connaissances dans différents domaines. L'acquisition de ces nouvelles compétences est possible grâce au cursus de préparation à l'examen du Brevet fédéral d'Agente/Agent commercial de l'imprimerie. Cette formation exigeante vous permet d'acquérir ou de renforcer des connaissances en marketing, gestion de la production, comptabilité, et fait le lien avec les activités de production.

### Soirée d'information le 21 avril à Lausanne

Inscrivez vous sur notre site [www.gib.ch/fr](http://www.gib.ch/fr) pour cette soirée. Osez le premier pas vers une carrière professionnelle passionnante!



«gib» Zürich école de cadres pour  
l'imprimerie, les médias et la communication  
cp 5946 | 8050 Zürich | Tel. +41 44 380 53 00  
[info@gib.ch](mailto:info@gib.ch) | [www.gib.ch](http://www.gib.ch)