

Camera di Commercio di Sondrio – Network Scuola-Lavoro

«UN'IMPRESA TALENT SCOUT»

Incontri dei giovani studenti con le aziende per disegnare il proprio futuro

Premessa.

La crescente difficoltà delle imprese a reperire personale qualificato, sia per mancanza di candidati che per l'insufficiente preparazione, è un importante segnale del rischio che il tessuto produttivo possa perdere, prossimamente, competitività per mancanza di un adeguato ricambio generazionale. L'impegno di molti imprenditori a rinnovare le proprie aziende (innovazione tecnologica, miglioramento della qualità del prodotto, presidio dell'intera filiera – dalle forniture alla gestione dei clienti, crescente integrazione organizzativa, controllo del processo di produzione, digitalizzazione), si confronta con un mercato del lavoro poco dinamico, con un'offerta giovanile – in particolare – caratterizzata da un incerto orientamento professionale.

La questione più drammatica è proprio la “*crisi di vocazionalità*”, conseguenza di una formazione scolastica sempre più distante dalle realtà produttive e di un sentimento sociale che riduce l'esperienza del lavoro solo a fonte di reddito, negandole il valore di opportunità di affermazione professionale, crescita personale, compartecipazione allo sviluppo del territorio e al miglioramento della qualità della vita.

I servizi dedicati ai giovani e ai giovanissimi che nei prossimi anni entreranno nel mercato del lavoro, tradizionalmente identificati nell'orientamento scolastico e professionale, nell'alternanza scuola-lavoro, nei tirocini curriculari, dovrebbero porsi come primo obiettivo di farli incontrare con quegli aspetti che continuano a caratterizzare molte aziende del territorio, piccole e grandi: la passione, la voglia di intraprendere, di affrontare e risolvere i problemi, di continuare a imparare.

Le imprese hanno chiaro che per mantenere e accrescere la propria competitività è necessario investire sulla ricerca e lo sviluppo delle risorse umane: investire energie, idee e professionalità, risorse economiche.

Obbiettivi.

Questa proposta intende contribuire a migliorare l'efficacia delle attività di orientamento per i giovani e giovanissimi delle scuole secondarie di primo e secondo grado della provincia grazie ad un ruolo protagonista di alcune delle imprese più significative sul territorio. Essa intende perseguire i seguenti obbiettivi:

- Favorire l'incontro dei giovani studenti con alcune realtà produttive (di beni o servizi) che per la loro dinamica aziendale e capacità propositiva possono stimolare i loro interessi e curiosità e aiutarli a scoprire e costruire la loro vocazione professionale.
- Offrire alle scuole stimoli e messaggi che li aiutino ad assolvere meglio i loro compiti per l'orientamento dei giovani: a) per una scelta meno convenzionale e più consapevole della scuola secondaria superiore o della formazione professionale (scuola media); b) per correggere prima possibile e con costi personali contenuti le scelte sbagliate (biennio delle superiori); c) per usare la ricerca del lavoro o la scelta dell'istruzione superiore (università o ITS) come strumento per costruirsi una professionalità spendibile e soddisfacente (triennio superiore).
- Dare alle aziende coinvolte un'occasione per presentarsi ad un pubblico particolare, i giovani e i giovanissimi, e capire quali aspetti del lavoro ne suscitano e accrescono la motivazione.
- Fare di ogni incontro azienda-studenti un evento la cui divulgazione da un lato contribuisca a rinvigorire una cultura del lavoro più consona alle attese, alle speranze e alle potenzialità di sviluppo delle realtà produttive della provincia, e dall'altro evidenzia l'attenzione dell'impresa per la crescita e l'occupazione dei giovani.

Descrizione dell'intervento.

Ogni azienda coinvolta ospiterà gli studenti di ciascuno dei tre target (terza media, biennio superiori, triennio superiori) – ma potrà anche limitarsi ad uno o due target soltanto, riducendo di conseguenza il numero degli incontri – per una visita-incontro di circa 4 ore durante la quale illustrerà “dal vivo” i propri processi produttivi e gestionali e la propria organizzazione del lavoro, soffermandosi sugli aspetti d'eccellenza (tecnologica o gestionale) e permettendo agli studenti di “intervistare” gli operatori delle diverse aree. La visita sarà guidata dall'imprenditore (o suo incaricato) insieme ad uno o più degli addetti più giovani. Al termine, agli studenti sarà richiesto di comunicare: cosa li ha interessati, cosa hanno capito e apprezzato, quali spunti ne hanno tratto per le loro scelte scolastiche o professionali...

Gli studenti parteciperanno in piccoli gruppi (indicativamente, 10-20 per visita), accompagnati da almeno un docente; potranno essere di un'unica scuola o di scuole diverse. Dovranno aderire personalmente e le adesioni saranno raccolte dalla scuola e comunicate alle aziende preventivamente. Nel caso in cui le adesioni superino le disponibilità, avranno la precedenza quelle comunicate per prime.

Successivamente, ogni gruppo di studenti predisporrà un breve comunicato (anche multimediale) sull'esperienza, destinabile alla pubblicazione. Anche ciascuno studente potrà produrre una comunicazione con le proprie osservazioni e riflessioni.

Preparazione dell'intervento.

Prevede 3 fasi:

1. Acquisizione della disponibilità delle imprese e contatto con le scuole

A seguito di una manifestazione preliminare di interesse, ogni azienda riceverà un format di candidatura che, oltre a richiedere una presentazione sintetica dell'azienda stessa, rileverà opportunità e vincoli delle visite. Su questa base sarà predisposto un catalogo (in tre edizioni distinte: terze medie, biennio e triennio superiori) che sarà successivamente trasmesso alle scuole. Parallelamente, senso, contenuti e modalità di realizzazione dell'iniziativa saranno presentati alle scuole secondarie, di primo e secondo grado, della provincia.

2. Comunicazione delle proposte alle scuole e raccolta delle adesioni

Il catalogo che sarà trasmesso alle scuole sarà accompagnato da un calendario delle visite disponibili e dalle istruzioni per la partecipazione: a) come presentare l'iniziativa agli studenti; b) come raccogliere le adesioni; c) come preparare gli studenti alla visita; d) come gestire la visita; e) come organizzare l'attività post-visita. Ogni studente potrà iscriversi anche a più di una visita, in aziende diverse.

3. Preparazione delle aziende agli incontri con gli studenti

Nel rispetto degli obiettivi dell'iniziativa, ogni azienda partecipante potrà organizzare la visita (o le visite) in piena autonomia. A tutte sarà comunque inviata una scheda con i principali suggerimenti e avvertenze. Se opportuno, sarà organizzato un breve incontro di preparazione alla gestione della visita, a livello territoriale.

Pubblicizzazione dell'intervento

Alle visite potranno essere invitati a partecipare inviati dei media locali. A conclusione, sarà raccolta la documentazione prodotta dagli studenti, che sarà organizzata in funzione della comunicazione, utilizzando tutti i canali disponibili.

I risultati potranno essere oggetto di presentazione pubblica anche in occasione delle attività per l'orientamento organizzate dalla Camera di Commercio o dagli altri soggetti istituzionali attivi sul territorio.