

CSMB Centro Studi
www.csmb.unimore.it Marco Biagi

ADAPT
www.adapt.it

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA



Filo diretto con il Centro
Marco Biagi / 260

Pensieri per comunicare l'apprendistato

Nelle ultime settimane, dall'accordo stretto a Genova tra Confindustria e sindacati, è andato delineandosi un trasversale consenso intorno all'utilità strategica di una riduzione delle tasse sul lavoro. A più di un anno di distanza dal varo della riforma Fornero, viene quindi oggi ancor più spontaneo riflettere sullo scarso successo conseguito dal contratto di apprendistato, formula che già permette forti agevolazioni fiscali e possibilità di risparmio per le aziende.

Sulle rigidità burocratiche e i vincoli che hanno sin qui determinato il disuso di questo strumento è già stato detto molto. Non sono però solo le imprese ad aver manifestato scarso interesse verso l'istituto. Anche tra i giovani si registra, infatti, scarso entusiasmo.

Certo, il termine nell'immaginario collettivo rimanda al lavoro prevalentemente artigiano, quindi l'idea di proseguire la specializzazione con un apprendistato, anche dopo una laurea "specialistica", può risultare stridente. Coloro che si spingono oltre la scorza dello stereotipo, non tardano poi ad alertarsi di fronte alle testimonianze di quanti denunciano di essere stati inquadri come apprendisti per essere pagati meno.

Proprio queste due percezioni costituivano però i bersagli della campagna di comunicazione predisposta dall'ex Ministro Fornero allo scopo di rilanciare l'apprendistato; campagna che aveva come suo pezzo forte la trasmissione di una breve pubblicità radiotelevisiva affidata alla figura dello showman Fioanello.

Effettivamente i casi di rifiuto da parte di un giovane di porre la firma a un contratto di apprendistato per poi accoglie-

re con soddisfazione l'inizio di uno stage presso lo stesso datore, come testimoniano non di rado gli uffici del personale, sorprendono. Soprattutto considerati i chiari vantaggi per il lavoratore in termini di tutela e formazione. Proprio su questi elementi era incentrato il messaggio degli spot programmati.

Tuttavia in una nazione che trova nel dizionario, come faceva notare lo stesso ex Ministro, l'attestazione di un legame diretto tra la figura di "apprendista" e quella di "garzone", serve qualcosa di più di una programmazione di "spot lampo" per favorire il cambiamento di tale rappresentazione culturale. Soprattutto nell'era del web, sarebbero servite numerose narrazioni di esperienze positive di combinazione tra lavoro e formazione, che fossero circolate in rete e poi su mezzi tradizionali.

In questo senso appare sterile il sito "vetrina" creato contestualmente al lancio della campagna, che come unico canale di interazione propone la posta elettronica. E se si cerca la parola "apprendistato" sulla bacheca Facebook di Click Lavoro si troveranno solo un altro brevissimo spot istituzionale che riscuote attualmente 14 "mi piace" e 18 condivisioni, nonché una sondaggio a riguardo dei vantaggi della tipologia di contratto in questione, che ha ricevuto nove risposte in totale (risultato incredibilmente basso per una call to action che proviene da una pagina con più di 28 mila "mi piace").

In sintesi una campagna di relazione oltre che di momenti pubblicitari non c'è stata.

Ancor più in profondità è però da rilevare che la campagna di comunicazione voluta da Fornero non era diretta ad

aggredire il problema culturale di fondo, ossia la separazione che nel mondo della formazione, e nel suo immaginario, vige tra attività intellettuale e cultura pratica.

Se il ritardo storico risiede quindi nel sistema di transizioni scuola-lavoro, dove, come ha sottolineato recentemente anche il ministro Carrozza, istruzione e pratica professionale continuano a incontrarsi troppo poco, allora il messaggio avrebbe dovuto riguardare il giusto valore della componente lavorativa anche nelle università, presentando l'opportunità dell'apprendistato come un processo integrativo dello studio. Magari ricordando come anche l'abilitazione alle professioni considerate meramente intellettuali richieda lo svolgimento di un praticantato.

L'ultima comparsa dell'apprendistato sui giornali, ossia l'annuncio della nascita della nuova figura del calciatore apprendista (il cui merito sarebbe da accreditare alla riforma Fornero), esprime invece ancora una visione contrappuntistica, dove l'apprendistato interviene a salvaguardare dai rischi di un incauto abbandono scolastico. Un annuncio che inoltre appare particolarmente vuoto di fronte ai dati che nello stesso periodo sono stati diffusi. Anche se questo contratto dovesse avere fortuna nel nuovo contesto, non si capisce infatti quale beneficio ne deriverebbe per le sorti delle transizioni tra scuola e lavoro del nostro paese.

Francesco Nespoli

Per approfondimenti consultare il Bollettino **ADAPT** n. 45/2012 e F. Nespoli "Apprendista sarà lei. La comunicazione inefficace di una buona opportunità", Bollettino Ordinario **ADAPT** n. 31/2013.

