

ADAPT - Scuola di alta formazione sulle relazioni industriali e di lavoro
Per iscriverti al Bollettino ADAPT [clicca qui](#)
*Per entrare nella **Scuola di ADAPT** e nel progetto **Fabbrica dei talenti***
scrivi a: selezione@adapt.it

Secondo gli ultimi dati Eurostat, persiste il divario tra Italia ed Europa rispetto alla percentuale di laureati tra i 30-34 anni e al loro inserimento nel mondo del lavoro a tre anni dal conseguimento del titolo: al 2016 si attesta il 26,2% di laureati italiani contro i 39,1% della media UE; di questi, solo il 52,9% è stabilmente occupato a 3 anni dal conseguimento del titolo, contro il 78,2% della media UE. In questo contesto diventa urgente porsi la seguente domanda: **a che punto siamo con la costruzione di un solido ponte tra università e imprese, che più di tutti può garantire una transizione agevole per i giovani dal mondo dell'istruzione al mondo del lavoro?**

Sono ormai passati 7 anni dall'entrata in vigore della l. 183/2010 c.d. "Collegato lavoro", in cui il legislatore ribadiva il ruolo (sancito per la prima volta nel nostro ordinamento dal D.Lgs 276/2003) delle Università come attore chiave rispetto al (difficile) incontro tra domanda e offerta di lavoro, stabilendo l'obbligo, per ogni Ateneo, a svolgere precisi servizi di intermediazione (obbligo ripreso poi dalla successiva circolare del 4 luglio 2011 del Ministero della Pubblica Istruzione):

- pubblicazione gratuita dei curricula dal giorno dell'immatricolazione del singolo studente fino ai 12 mesi successivi al conseguimento del titolo, con accesso libero da parte delle aziende interessate;
- obbligo di interconnettersi alla Borsa Nazionale del Lavoro attraverso il portale www.cliclavoro.gov.it ;
- fornire alle Regioni e al MLPS ogni informazione utile al monitoraggio dei fabbisogni professionali e al buon funzionamento del mercato del lavoro.

Per quanto riguarda questi servizi, obbligatoriamente gratuiti per gli uffici *placement* degli atenei,

sebbene sembri che le università permettano l'accesso alle imprese ai CV dei laureandi e laureati, in molti casi questo avviene in maniera non conforme a quanto stabilito dal collegato lavoro (si rimanda, su questo punto, alla ricerca empirica proposta da Battaglia e Negri, *Placement universitario: ancora un miraggio per gli studenti e le aziende italiane*, Bollettino speciale ADAPT n.3/2017). In questa sede, tuttavia, l'obiettivo non è quello di riprendere i contenuti dei monitoraggi svolti finora in merito all'adempimento o meno dell'obbligo di legge da parte delle università, bensì di fare un passo indietro, centrando il focus sul placement universitario: **quanto gli uffici placement sono consapevoli del loro ruolo strategico di connettori tra impresa e studente?**

Se consideriamo che la maggior parte dei CV accessibili sui database (quasi sempre riconducibili ad AlmaLaurea e con procedure di accesso da parte delle imprese ancora troppo lunghe e macchinose) **sono di studenti già usciti dal mondo accademico, la risposta è: forse ancora non abbastanza.** Se si prova a riflettere anche solo sul servizio di base relativo alla pubblicazione gratuita dei curriculum, quanti atenei tentano effettivamente di dargli un vero valore aggiunto, renderlo veramente strategico? E quand'è che si può definire questo servizio "strategico"? Probabilmente quando sono gli stessi docenti, o i responsabili o i tecnici degli uffici *placement* a sensibilizzare gli studenti sull'importanza di un curriculum chiaro ed esaustivo, che faccia emergere capacità, competenze, conoscenze maturate e in consolidamento già durante gli studi, e non solo dopo il conseguimento della laurea. In che modo? Ad esempio attraverso laboratori ad hoc e incontri con esperti del settore.

Ad oggi la situazione è certamente migliore rispetto a qualche anno fa: vi sono infatti alcune buone prassi consolidate (e altre più recenti, ma non meno valide) che consistono in veri e propri incontri con gli studenti per la revisione dei loro curriculum o seminari su come sostenere efficacemente un colloquio di lavoro. Ma rimangono ancora attività troppo disomogenee nel loro grado di diffusione a livello nazionale e nella loro qualità: basti pensare che un'indagine svolta dalla CRUI nel 2015, relativamente allo stato dei servizi di orientamento e *placement*, indica come il 74% del personale addetto sia amministrativo e non docente.

Il ruolo del placement è strategico quindi quando la connessione tra studente e mondo del lavoro si crea già durante il percorso formativo, con l'obiettivo di fornirgli, in itinere,

quegli strumenti e quella consapevolezza che gli permetteranno di orientarsi al meglio nel mondo del lavoro o, in qualche caso, di avere già un'occupazione ancora prima di aver conseguito gli studi, ad esempio attraverso apprendistati di III livello, che garantiscono una crescita parallela e proficua del bagaglio formativo e professionale attraverso il metodo dell'alternanza, senza costringere lo studente a "scegliere" se studiare o lavorare (come in molti casi già avviene, soprattutto per quanto riguarda gli studenti delle lauree a indirizzo informatico o ingegneristico di I livello, tanto richiesti dalle imprese).

Anche per quanto riguarda i rapporti con le imprese il *placement* universitario svolge un vero e proprio ruolo strategico ma, soprattutto in questo caso, la strada verso la consapevolezza del proprio ruolo sembra ancora molto lunga. Nei rapporti con le imprese il *placement* giocherebbe, infatti, un ruolo importante perché potrebbe attivamente partecipare come *trait d'union* tra le imprese stesse e con gli studenti, facendo conoscere i territori, spesso non adeguatamente presentati e valorizzati, a ragazzi che vedono nei brand più famosi e nei grandi e dinamici centri urbani l'unica prospettiva desiderabile dopo gli studi. Nella maggior parte degli atenei, tuttavia, sembra che la platea di imprese con le quali i ragazzi vengono in contatto sia ancora concentrato più su quelle di grandi dimensioni, lasciando meno spazio alle PMI.

Basta considerare momenti come i *recruiting day* o i *career day*, vere occasioni d'incontro e di scambio di storie di successo tra giovani ed esperti di ricerca e selezione, responsabili HR, figure manageriali, emerge chiaramente come ci sia ancora molta strada da fare. Se è vero infatti che ogni ateneo organizza almeno un *career day* annuale, in autonomia o in collaborazione con altre università, non è così immediato inferirne l'efficacia. La mancanza di dati di monitoraggio non permette di capire quanto l'incontro tra studenti e imprese si evolva in un'opportunità formativa (stage o tesi in azienda) o di lavoro (apprendistato, contratto a tempo determinato). Infine, se si tiene conto che non sono rari gli atenei che richiedono un contributo economico alle imprese per accedere ai servizi, per di più molto oneroso (si può arrivare fino a 1500 + IVA per avere uno stand durante un *career day* di una giornata), ci si chiede infine quanto questi eventi permettano effettivamente l'emergere delle realtà più piccole.

Infatti un tema molto importante per il territorio nazionale riguarda il ponte tra università e PMI, molte delle quali radicate in territori sempre più segnati da una costante "fuga dei giovani" verso centri urbani decisamente più attrattivi, anche in virtù di una concentrata presenza di multinazionali e grandi imprese. Se già rimane dubbia la richiesta di

un pagamento (in molti atenei è presente un vero e proprio tariffario a seconda della complessità dell'evento e servizio offerto) per l'organizzazione di *recruiting* o *career day* che, in teoria, dovrebbero essere inclusi nelle attività di intermediazione delle università, quindi non a scopo di lucro, è comunque da segnalare che i costi richiesti, soprattutto relativamente ad atenei pubblici di grandi dimensioni, salgono molto, diventando quasi insostenibili per una PMI. Se è vero che comunque un ufficio *placement* ha bisogno di fonti di sostentamento per poter operare con continuità e garantire il supporto di persone qualificate, il rischio è che si crei una forbice tra le aziende più grandi e dal brand consolidato, e quelle meno grandi e meno conosciute, ma che offrono comunque buone opportunità di crescita professionale per i neolaureati. Quello che **dovrebbe essere un ponte sostenibile tra scuola e impresa dovrebbe quindi diventare uno strumento accessibile per quelle PMI** che, solo nell'ultimo periodo, iniziano in parte a tentare un contatto costruttivo con il mondo dell'istruzione, consapevoli che, oggi più che mai, sono necessarie figure con un solido bagaglio professionale tecnico e con una *forma mentis* aperta, versatili e disposte ad apprendere continuamente.

Adele Corbo

Scuola di dottorato in Formazione della persona e mercato del lavoro

Università degli Studi di Bergamo

 [@adele_corbo](https://twitter.com/adele_corbo)

Scarica il **PDF** 