



Il rapporto
SCUOLA-AZIENDA
Un dialogo
ATTUALE E NECESSARIO

LaFabbrica



Fondazione
Sodalitas



*Alle bambine e ai bambini,
alle ragazze e ai ragazzi che,
nel prossimo futuro,
avranno la responsabilità
e l'onore di condurre
il nostro mondo.*

© **La Fabbrica Srl – Società Benefit**

Viale Monza 259, 20126 Milano

contatti@lafabbrica.net

www.lafabbrica.net

© **Fondazione Sodalitas**

Via Pantano, 2 - 20122 Milano

sodalitas@sodalitas.it

www.sodalitas.it

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa in alcuna forma o con alcun mezzo, elettronico, meccanico, in fotocopia, in disco o in altro modo, compresi cinema, radio, televisione, senza autorizzazione scritta di La Fabbrica e Fondazione Sodalitas.

Pubblicazione digitale gratuita, vietata la vendita.

Prima edizione: marzo 2024

Le generazioni Alpha e Zeta riusciranno a orientarsi in un mondo in continua trasformazione?

A rendere il pianeta un luogo più sostenibile?

A usare in modo etico il potere generativo della AI?

A promuovere cambiamenti basati sull'inclusione andando oltre gli stereotipi?

A fare meglio di noi?

Perché superino queste sfide, noi adulti abbiamo la **responsabilità** di fornire a bambine e bambini, ragazze e ragazzi fin da oggi gli strumenti più innovativi e le competenze necessarie per iniziare il loro cammino verso il futuro.

È una responsabilità che chiama in causa tutto il tessuto sociale e produttivo del Paese e che passa necessariamente dal **dialogo tra scuole e aziende**. Del resto, è a scuola che le nuove generazioni si stanno formando e sarà nelle aziende di domani che troveranno lavoro e continueranno a crescere e imparare.



Partendo da qui, abbiamo deciso di avviare una **conversazione aperta e circolare** con docenti e aziende che ci permetta di raccogliere e mettere a sistema esigenze e istanze, ma anche visioni e obiettivi da realizzare insieme per supportare le giovani generazioni e contribuire nel frattempo a invertire trend attenzionati come la dispersione scolastica, lo skill mismatch, il fenomeno dei NEET, la disoccupazione giovanile.

Come primo passo di questa conversazione proponiamo i risultati della **ricerca Il rapporto Scuola-Azienda. Un dialogo attuale e necessario** che abbiamo realizzato con il contributo di

Pamela Morasca, Direttrice di Unindustria Frosinone e Claudio Tucci, Giornalista de Il Sole 24 Ore.

La ricerca raccoglie le risposte di un campione di 500 docenti che abbiamo intervistato per farci raccontare quali partnership hanno già messo in campo, le forme che la sinergia scuola-azienda potrebbe prendere e i temi da affrontare per valorizzare il **contributo innovativo e trainante delle aziende**.

Il secondo passo di questa conversazione sarà ampliare la ricerca con il punto di vista delle aziende: ci lavoreremo nei prossimi mesi, intanto buona lettura.

LaFabbrica



Perché questa ricerca?

risponde Angela Mencarelli, Amministratrice Delegata La Fabbrica

Con questa ricerca abbiamo voluto metterci in gioco, come facciamo da 40 anni, per capire quali nuove direzioni possa prendere la sinergia tra scuola e aziende in un **patto di corresponsabilità diffusa** che ha per orizzonte la crescita culturale, sociale ed economica del nostro Paese.

Come agenzia di comunicazione specializzata in **progetti educational**, facciamo da ponte tra il mondo scolastico e le imprese con percorsi che aiutano le generazioni Alpha e Zeta ad **affrontare le sfide del**

Questa ricerca ci aiuta a individuare nuovi punti di incontro tra scuola e azienda partendo dalle esigenze reali di chi insegna.

mondo contemporaneo.

Sono sfide in rapida evoluzione che hanno bisogno di risposte attuali e idee innovative: per questo è centrale il rapporto con le aziende, già allenate a confrontarsi con i cambiamenti e il dinamismo che caratterizzano i mercati a livello nazionale e globale.

Grazie a questa ricerca abbiamo individuato le sfide che ci attendono, ma abbiamo anche raccolto conferme sul valore aggiunto e sull'impatto positivo dei progetti che già realizziamo con le aziende. Un progetto nato da un dialogo aperto e consapevole tra scuola e azienda, infatti, **accompagna le nuove generazioni nel loro percorso di crescita**, ispira e valorizza i talenti e sviluppa competenze e attitudini che oggi troppo spesso mancano.

Coinvolge tutta la comunità educante costituita da docenti e famiglie, ma anche dalle stesse aziende che hanno l'occasione di condividere il loro saper fare arricchendo la programmazione didattica con spunti originali e spirito di iniziativa.

Aperto al territorio, innescando nuove relazioni in un rapporto win-win che premia ogni stakeholder.

Supporta le scuole nel loro indispensabile ruolo di presidio di cultura e senso civico costruendo un domani più solido per tutta la nostra società.

In sintesi, un progetto scuola realizzato con le aziende e tarato sulle effettive esigenze di chi insegna è uno **strumento straordinario** che consente di **mettere le radici nel futuro** e contribuire in modo concreto a costruire un Paese migliore: più equo, inclusivo, sostenibile e partecipato, degno di bambine e bambini, ragazze e ragazzi.

La Fabbrica, Società Benefit, è l'agenzia di comunicazione che, dal 1984, progetta, sviluppa e distribuisce progetti educativi realizzati con aziende e istituzioni.

Ente formatore accreditato dal Ministero dell'Istruzione e del Merito e Centro di Orientamento della rete ASNOR, raggiunge ogni anno 15.000 scuole, 200.000 docenti e oltre 1 milione di giovani grazie anche a due piattaforme dedicate.

> **scuola.net**: il portale che dà visibilità ai progetti sviluppati e punto di incontro con la community di docenti.

> **WonderWhat** - Orientarsi nel futuro: la piattaforma per la generazione Zeta con PCTO e occasioni di confronto con il mondo del lavoro.

> www.lafabbrica.net > www.scuola.net > www.wonderwhat.it

Perché questa ricerca?

risponde Alessandro Beda, Consigliere Delegato Fondazione Sodalitas

Fondazione Sodalitas è impegnata a realizzare partnership di qualità tra scuola e impresa da oltre 25 anni, con l'obiettivo di preparare le ragazze e i ragazzi a entrare con successo nel mondo del lavoro, rafforzando le competenze-chiave, sensibilizzando verso l'importanza degli studi STEM, e contribuendo alla migliore qualità dei percorsi di orientamento.

Lungo questo cammino abbiamo visto progressivamente ridursi la distanza tra scuola e impresa, e crescere gradualmente la disponibilità a lavorare insieme a beneficio delle future generazioni.

Oggi, scuola e impresa condividono una comune consapevolezza del valore generato dalla reciproca collaborazione.

La scuola, grazie alle partnership con l'impresa, arricchisce l'offerta didattica integrandola con temi, contenuti e competenze che offrono agli studenti uno sguardo aperto sul mondo.

Collaborare con le imprese contribuisce in modo sempre più significativo, prima ancora che a migliorare le prospettive di occupabilità giovanile, a sviluppare adeguate competenze di cittadinanza attraverso l'approfondimento di temi verso cui le

nuove generazioni sono sempre più sensibili, come per esempio la sostenibilità ambientale e sociale, l'intelligenza artificiale, il superamento degli stereotipi.

L'impresa, a sua volta, investe nelle partnership con la scuola perché ha sempre più bisogno di dialogare in modo aperto con le ragazze e i ragazzi che esprimono una **sensibilità crescente** verso i valori legati alla sostenibilità, insieme all'aspettativa che l'azienda faccia propri e attui questi valori in modo autentico e riconoscibile.

In un contesto demografico che vede ridursi gradualmente la popolazione occupabile, il dialogo con i giovani all'interno della scuola è per l'impresa un **investimento necessario** per continuare ad attrarre i talenti e i professionisti che contribuiranno allo sviluppo dell'azienda nel tempo.

Fondazione Sodalitas ha investito in questa ricerca per raccogliere una percezione aggiornata del punto di vista e delle aspettative della scuola. Siamo infatti consapevoli che investire nel miglioramento continuo delle partnership tra scuola e impresa è necessario per accompagnare le giovani generazioni ad attraversare con fiducia i cambiamenti sempre più dirompenti che li coinvolgono.

Fondazione Sodalitas è un network di imprese leader, manager volontari e professional che considerano la Sostenibilità sociale una leva fondamentale per la crescita dell'azienda e per lo sviluppo della comunità.

Nata nel 1995 su iniziativa di Assolombarda, Fondazione Sodalitas è partecipata da aziende di riferimento nel Paese, consapevoli della necessità di realizzare un futuro sostenibile e inclusivo, e impegnate a integrare la Sostenibilità Sociale d'Impresa nelle strategie di business.

> www.sodalitas.it

Il rapporto Scuola-Azienda: una sinergia da costruire insieme

di Pamela Morasca e Claudio Tucci

L'Italia, e il suo tessuto produttivo, debbono fare i conti con due tendenze in atto. La prima, è una forte denatalità che ogni anno fa sparire dai banchi 100/110mila studenti. Se allarghiamo lo sguardo al 2034 le stime più aggiornate parlano di quasi 1,4 milioni di alunne e alunni in meno. Nell'ultima relazione annuale di Banca d'Italia di maggio 2023, riprendendo le elaborazioni dell'Istat, è stata ben evidenziata la velocità di questo triste, frutto amaro: in soli tre anni, dal 2019 al 2022, il numero di persone definite convenzionalmente in età da lavoro, vale a dire persone tra i 15 e i 64 anni, è diminuito di quasi 800mila unità; entro il 2040 la popolazione residente si dovrebbe ridurre di 2,5 milioni, quella tra i 15 e i 64 anni di oltre sei. Con una tendenza, come si inizia a vedere, ad avere forza lavoro sempre più anziana. Nella scuola è già così. Secondo l'*Education at a glance* dell'OCSE, infatti, il 61% delle e dei docenti è over50, contro una media OCSE ferma al 39%.

La seconda spinta sotto gli occhi di tutti arriva dalle rivoluzioni in atto, Industria 5.0, green, digitale, in primis, che stanno trasformando, anche qui a una fortissima velocità, aziende, modo di produrre, occupazione. Si punta all'innovazione, di prodotto e di processo, necessaria per rimanere competitivi, che richiede capitale umano formato, soprattutto nelle competenze oggi più ricercate. Quali? Ce lo raccontano i report Unioncamere e ANPAL: le prime professioni richieste dalle imprese riguardano tutte posizioni STEM – Science, Technology, Engineering and Mathematics. Ingegneri, elettrotecnici, meccanici, sanitari, progettisti, solo per fare alcuni esempi. E per costoro le difficoltà di assunzione si attestano al 60%, in alcuni casi oltre, in crescita costante ormai da mesi. Non si trovano i talenti, ma c'è anche che la loro preparazione non è in linea con le richieste imprenditoriali. Nel 2023 quello che, comunemente, chiamiamo mismatch è costato alle imprese una perdita di valore aggiunto di circa 44 miliardi di euro, 43,9% per l'esattezza, cifra corrispondente a circa il 2,5% del Prodotto interno lordo italiano.

Guardando questi numeri e queste tendenze, allora, viene da domandarsi quale nuovo rapporto deve esserci tra mondo della formazione e mondo del lavoro. Alla domanda risponde il campione di docenti intervistato nella ricerca **Il rapporto Scuola-Azienda. Un dialogo attuale e necessario** realizzata da La Fabbrica e Fondazione Sodalitas. Se nel 2016, quando avevano pubblicato un primo studio sul tema, era La Buona Scuola a orientare la riflessione, oggi a distanza di quasi 10 anni dalla legge 107, a quasi 20 dalle riforme Moratti-Aprea, c'è una maggiore consapevolezza e solidità del legame tra questi due mondi. Dalla primaria alle superiori la scuola chiede "più impresa", sia per ampliare l'offerta didattica a favore di studentesse e studenti sia per portare innovazione. Più ore "on the job", più didattica laboratoriale, più aule STEAM, dove la A di arte,

assieme alle materie scientifico-tecnologiche, sancisce, finalmente, la parità e lo stretto legame tra i saperi.

Del resto, ed è l'altra faccia della medaglia, il mondo del lavoro e le aziende sono cambiate. L'impresa oggi è chiamata a fare i conti con ranking nuovi che richiedono competenze manageriali e tecniche, ma anche

abilità sociali e comunicative completamente innovative. Dalle direttive comunitarie sui temi ambientali all'impatto della comunicazione social, dalle certificazioni di filiera al sistema creditizio, tutti i settori dell'impresa sono rivoluzionati e vanno ripensati in ottica

ESG. Sarà poi sempre più imponente l'impatto dei sistemi di AI nel mondo del lavoro, con tutte le implicazioni, anche sociali, in cima ai dibattiti di attualità.

Per le aziende che non l'hanno ancora fatto, è arrivato il momento di costruire nuovi modelli collaborativi.

Ecco perché vanno colti, e approfonditi, molti degli spunti che offre questa ricerca a partire dal ruolo ricoperto dall'impresa nei temi dell'educazione civica, non più tradizionalmente intesa e circoscritta alla definizione del cittadino all'interno della società ma proprio come modalità di convivenza tra le parti, dove una di queste è proprio rappresentata dall'industria. Il contributo riconosciuto a quest'ultima nella lotta al cyberbullismo e nella capacità di fornire strumenti di conoscenza e apprendimento che diventano addirittura strumenti sociali di formazione dei futuri cittadini, ribalta il ruolo dell'impresa nel sistema educativo.

Pamela Morasca

Direttrice di Unindustria Frosinone, economista ed esperta di impresa. Dopo il dottorato di ricerca in economia e finanza, una prima esperienza lavorativa all'estero e una breve parentesi nel mondo della consulenza, è approdata in Confindustria dove lavora da 15 anni con diversi incarichi: dalla direzione del Comitato Piccola Industria al Coordinamento del Gruppo Multinazionali estere, sino alla direzione di sede.

Il contributo riconosciuto alle aziende in questi temi va dal 38% della scuola primaria, al 52% della secondaria di primo grado e al 42% della secondaria di secondo grado. I numeri, e i risultati della ricerca lo attestano, non sono ancora tanto solidi da poter parlare di una vera e propria rivoluzione, ma indubbiamente di un cambiamento di approccio reciproco. Va sottolineato, infatti, che la scuola, così come il mondo del lavoro, si troverà in un futuro molto prossimo a formare e assumere una platea di persone che studiano e lavorano nuova, sempre più variegata nella provenienza e mutata negli obiettivi.

Claudio Tucci

Giornalista de Il Sole 24 Ore, esperto di education e mercato del lavoro. Dalle pagine del quotidiano ha raccontato, e commentato, le riforme della scuola e dell'occupazione degli ultimi 20 anni. Laureato con lode in giurisprudenza all'Università degli Studi di Roma La Sapienza, ha lavorato all'avvocatura del comune di Roma e alla direzione normativa dell'Agenzia del Demanio, Ministero dell'Economia e delle Finanze.

overview

LA RICERCA IN 10 PUNTI

1. LA COLLABORAZIONE TRA SCUOLA E AZIENDA: UN DATO DI FATTO

Come valuta la collaborazione tra scuola e azienda?



Oltre l'80% del campione di docenti che abbiamo intervistato valuta il valore del rapporto tra scuola e impresa da importante a molto importante. Questa percezione così positiva è sicuramente un punto di partenza fondamentale per costruire **connessioni** tra i due mondi.

2. LE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE: TANTE POSSIBILITÀ SU MISURA

Quali sono le 5 iniziative che hanno più successo?



L'intervento delle aziende assume forme diverse e si traduce ancora con la loro capacità di supportare le scuole fornendo **materiale didattico gratuito**: cartaceo, ma anche digitale.

La collaborazione tra i due mondi prevede anche modalità che lasciano spazio al **protagonismo** e all'attivazione delle nuove generazioni: il lancio di concorsi così come le visite in azienda, i **PCTO** e gli incontri con esperti aziendali permettono a bambine e bambini, ragazze e ragazzi di mettersi in gioco, vivere **esperienze concrete** e imparare facendo.

I PCTO, ex alternanza scuola-lavoro, sono i percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento: obbligatori per le ragazze e i ragazzi delle scuole del secondo ciclo, rappresentano un punto di contatto privilegiato tra scuole, aziende e giovani.

Quali esigenze soddisfano gli interventi delle aziende?

Arricchiscono l'offerta formativa su tematiche contemporanee

Offrono occasioni di orientamento e di contatto con il mondo del lavoro

6-13 anni

14-18 anni

Il campione di docenti coinvolto evidenzia come gli interventi delle aziende soddisfino esigenze diverse in base al grado di istruzione preso in esame.

Nelle scuole primarie e secondarie di I grado, gli interventi aiutano ad affrontare in modo più completo **argomenti attuali e rilevanti** come lo sviluppo sostenibile, l'Agenda 2030, l'Al...

Nelle scuole del secondo ciclo le azioni coincidono soprattutto con **interventi di orientamento** che permettono a ragazze e ragazzi di incontrare il mondo del lavoro e confrontarsi da vicino con le sue dinamiche.

Quali sono gli ostacoli nel rapporto scuola-azienda?

Difficoltà nel trovare aziende disposte a collaborare

Iter burocratici complessi

Complessità nel coordinare gli orari tra scuola e professionisti aziendali

Limitate opportunità di stage o tirocini disponibili presso le aziende del territorio

Gli ostacoli, ancora presenti, nel dialogo tra scuola e impresa, si sostanziano in percentuali che variano dal 19% al 23% per grado di istruzione nella **difficoltà di trovare imprese disposte a collaborare**.

È rilevante notare che il campione intervistato segnala, al secondo posto delle criticità da superare, il limite degli iter burocratici. Questo, in un panorama di imprese nazionali tendenzialmente composto da PMI, potrebbe essere l'effettivo freno a una collaborazione su cui il sistema aziendale mostra un interesse crescente e le scuole una significativa apertura.

5. GLI AMBITI DI MIGLIORAMENTO

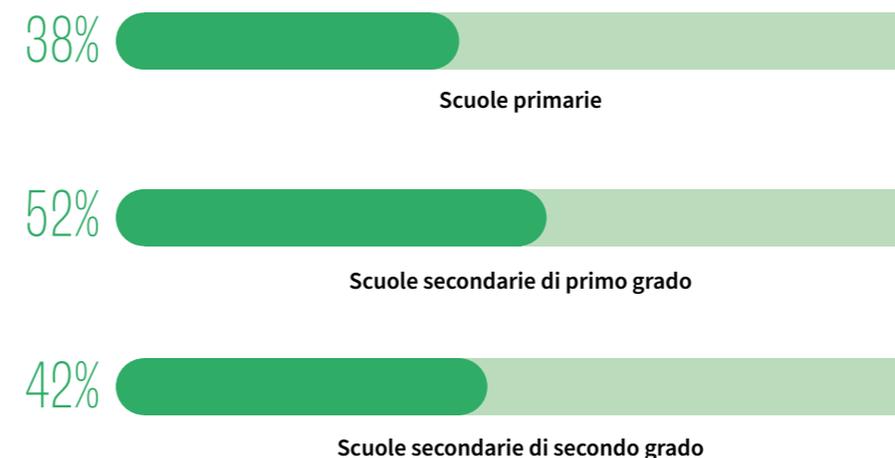
Quali strategie per aumentare l'interazione tra i due mondi?



Semplificazione burocratica, più collaborazione tra aziende e scuole sul territorio di appartenenza, **meccanismi di facilitazione** tra enti pubblici e privati, sono alcune delle proposte più ricorrenti avanzate dalle e dai docenti coinvolti nella ricerca, a dimostrazione di un effettivo desiderio di interazione tra i due mondi, scuola e impresa, che riconoscono nel “sistema” il vero limite alla loro volontà di fare insieme.

6. L'EDUCAZIONE CIVICA: UN TEMA DA ESPORARE INSIEME

Quanto impatta il contributo delle aziende?



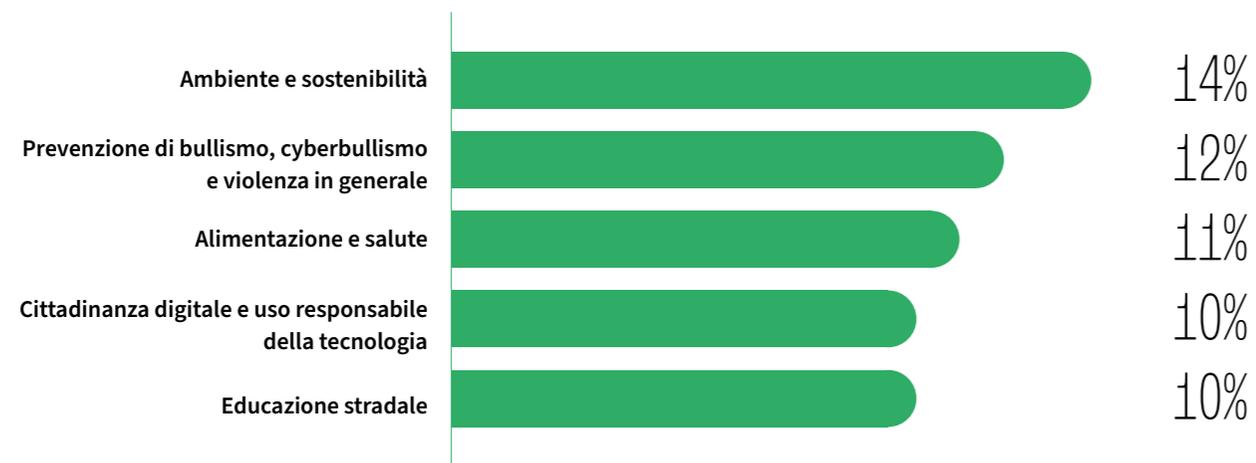
● progetti di educazione civica promossi da aziende

● progetti di educazione civica

Nel 2020 l'insegnamento dell'educazione civica è diventato obbligatorio in tutte le scuole italiane. Bambine e bambini, ragazze e ragazzi dai 6 ai 18 anni hanno almeno 33 ore per approfondire e agire su tre nuclei tematici: Costituzione, diritto, legalità e solidarietà; sviluppo sostenibile, educazione ambientale, conoscenza e tutela del patrimonio e del territorio; cittadinanza digitale. Per sviluppare questi temi, il 42% di tutte le scuole intervistate ha accolto **iniziative promosse da aziende**.

7. L'AZIENDA AGGIUNGE VALORE SOCIALE ALL'IMPEGNO CIVICO DELLA SCUOLA

Quali sono i 5 temi di educazione civica più affrontati con le aziende?

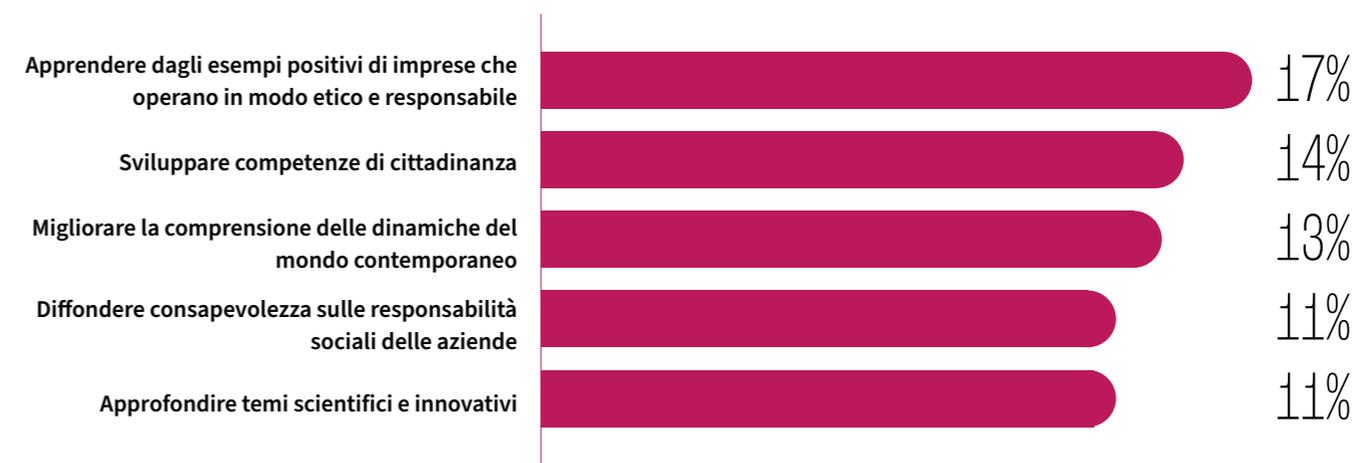


Una nota di novità nel rapporto tra scuola e impresa è data dal ruolo che quest'ultima riveste nel trattare l'**ampio ventaglio di temi** che rientrano nell'educazione civica e che denotano la volontà delle aziende di esercitare un **ruolo sociale più ampio**, slegato da aspetti strettamente connessi alle dinamiche lavorative.

Tra le tematiche spicca la prevenzione di bullismo, cyberbullismo e violenza in generale, segno della capacità delle aziende di toccare anche argomenti sensibili, al centro del dibattito in atto nel nostro Paese.

8. ALLE AZIENDE IL COMPITO DI ISPIRARE LE NUOVE GENERAZIONI

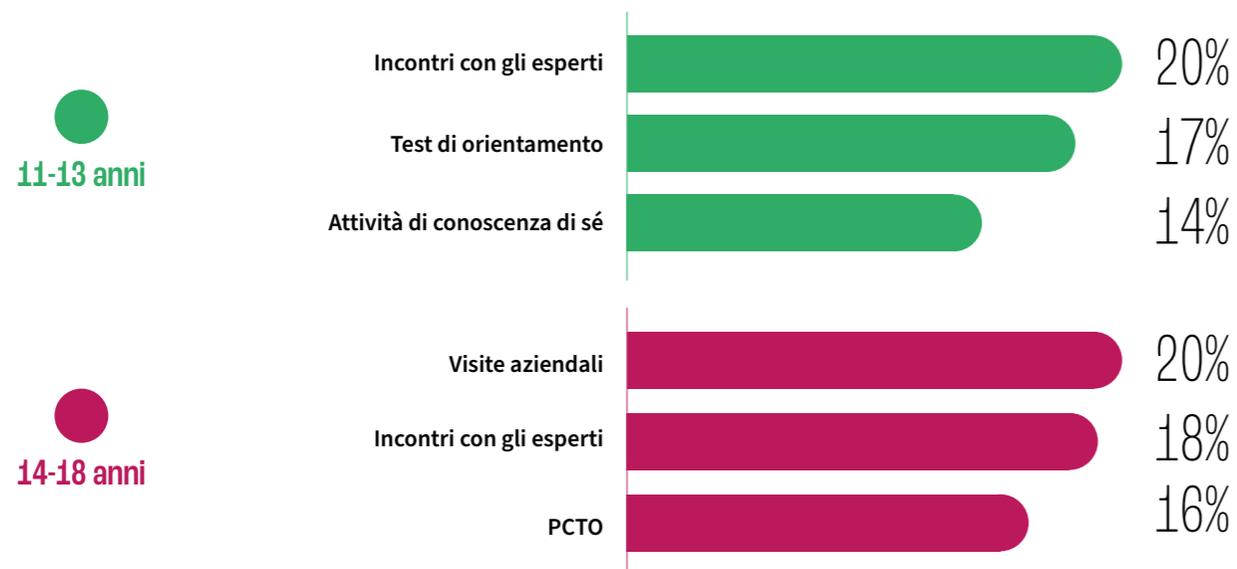
Quale valore aggiunge un progetto educativo promosso dalle aziende?



Come abbiamo visto, lo sviluppo di programmi o progetti di educazione civica comincia a vedere il contributo delle aziende in maniera significativa su tematiche sociali, ambientali e di attualità un tempo non considerate oggetto di **interazione** tra i due sistemi.

Qual è il valore aggiunto di un intervento promosso dalle aziende? I risultati della ricerca pongono l'accento sulla possibilità di **portare in classe esempi concreti e positivi** che ispirano bambine e bambini, ragazze e ragazzi a fare scelte etiche e responsabili.

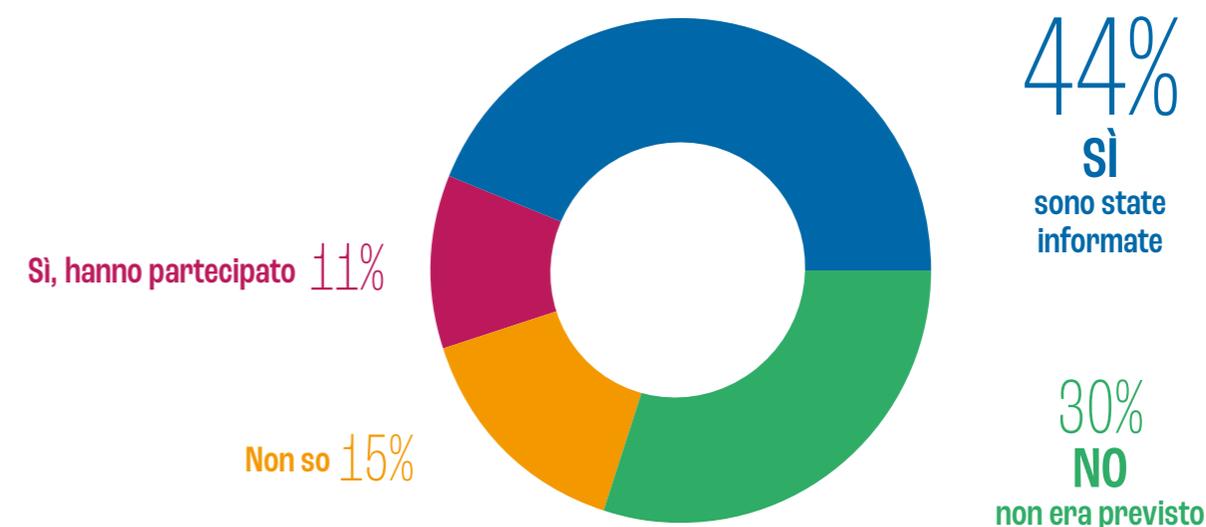
Quali sono le iniziative di orientamento più diffuse?



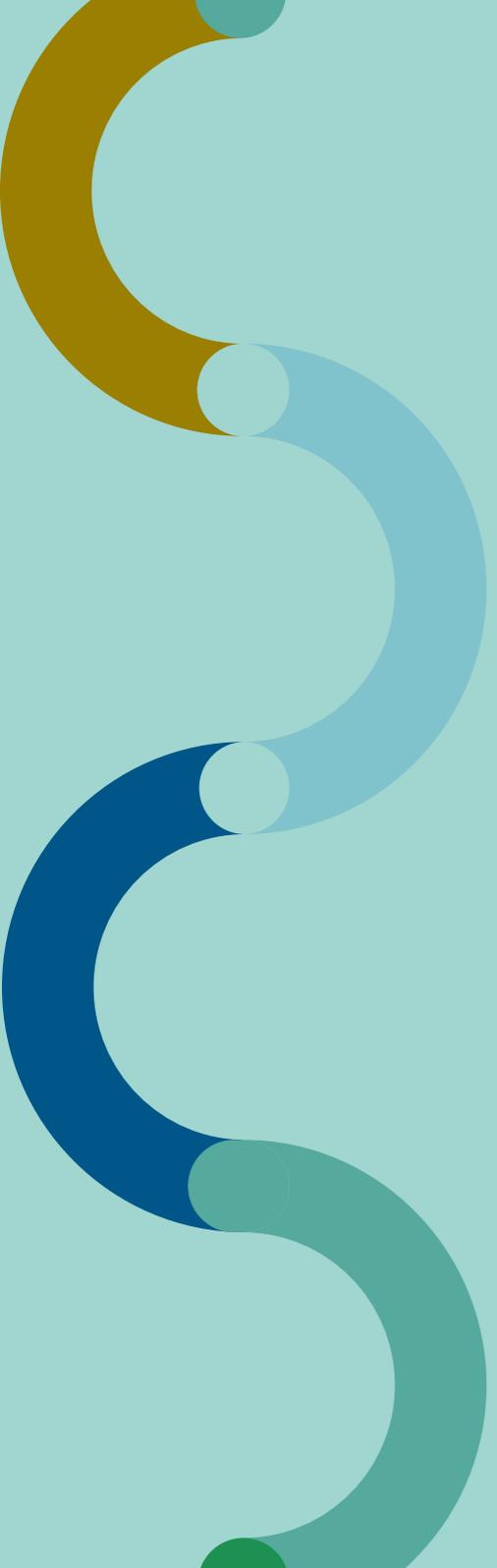
Le visite aziendali e gli incontri con esperti sono le attività di orientamento più frequenti sia nelle scuole secondarie di I grado sia in quelle di II grado, dimostrando ancora l'attaccamento a un approccio "tradizionale" delle azioni intraprese che necessiterebbe forse di un'evoluzione innovativa.

Significative sono in tal senso le **attività di conoscenza di sé e di auto-riflessione** che cominciano a farsi spazio nei programmi di orientamento, chiaramente più nella fascia 11-13 anni che in quella 14-18, dove gli incontri con università e istituzioni e i PCTO occupano necessariamente i primi posti.

Gli interventi delle aziende coinvolgono anche le famiglie?



Percentuali che superano la soglia del 50% per tutti e tre i gradi di istruzione nel coinvolgimento delle famiglie nelle **interrelazioni** tra scuola e impresa denotano un interesse, cauto ma reciproco, tra i due sistemi, familiare e imprenditoriale e dimostrano come i progetti educativi possano diventare occasioni per veicolare i **messaggi valoriali** delle aziende anche fuori dalle classi allargandosi a tutta la **comunità** educante e al **territorio**.



focus

LA RICERCA PER GRADO DI SCUOLA



Da 1 (per nulla) a 5 (molto), quali spazi potrebbero essere migliorati grazie alla sinergia con le aziende?



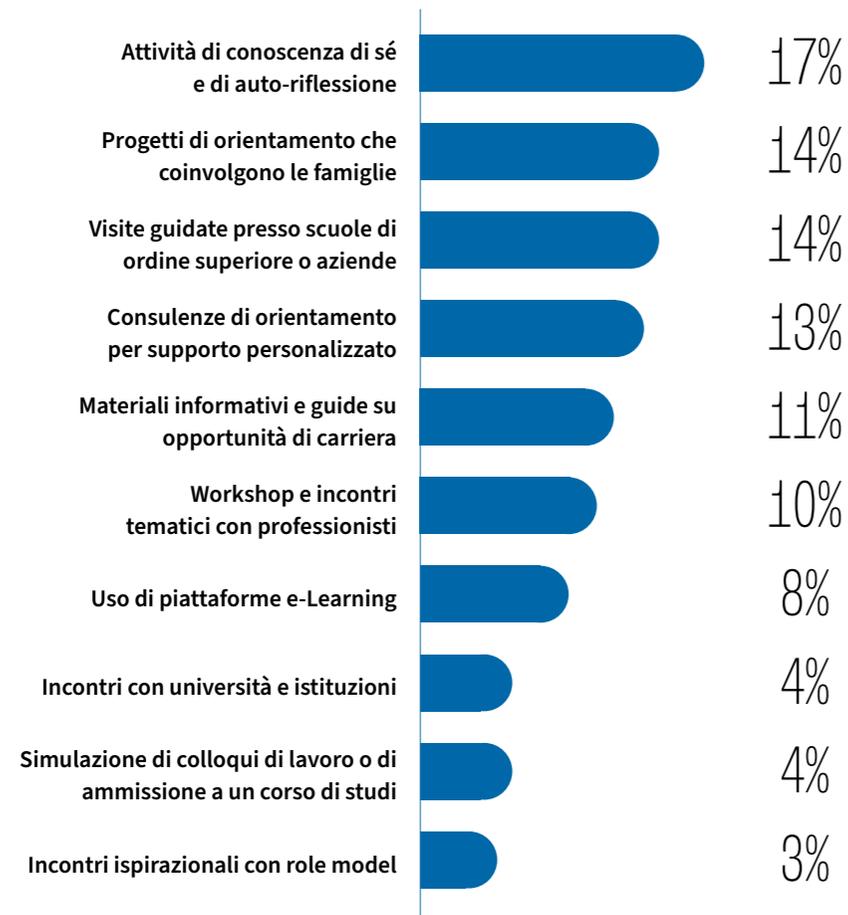
Da un'analisi più qualitativa delle risposte date dalle e dai docenti di scuola primaria emerge l'impatto positivo che le aziende potrebbe avere sul miglioramento di quegli ambienti di apprendimento che sono indispensabili per le bambine e i bambini: dai laboratori, alle aree verdi fino alle biblioteche. Si tratta di **spazi di lavoro** nei quali è possibile **imparare facendo** grazie a un **approccio concreto, sperimentale e "analogico"** quasi a compensare un'esposizione al digitale che avviene sempre prima e una carenza infrastrutturale che riguarda ancora molti edifici scolastici.

Da 1 (per nulla) a 5 (molto), quali temi di educazione civica potrebbero essere sviluppati insieme alle aziende?



Torniamo a parlare di **educazione civica**, questa volta con un dettaglio sui temi che secondo il campione intervistato sono più adatti a essere percorsi con il supporto delle aziende nella fascia d'età 6-10 anni. Il focus è su stili di vita sostenibili, educazione alla salute, conoscenza e tutela del territorio, prevenzione del bullismo, cittadinanza digitale e legalità. Si tratta di temi che hanno un comune denominatore nel concetto di cura, **cura di sé, dell'ambiente di prossimità, dell'altro da me**, e che molte aziende promuovono già al proprio interno. Si tratta, quindi, di portarli anche fuori dal contesto aziendale in un circolo virtuoso che si apra anche al territorio.

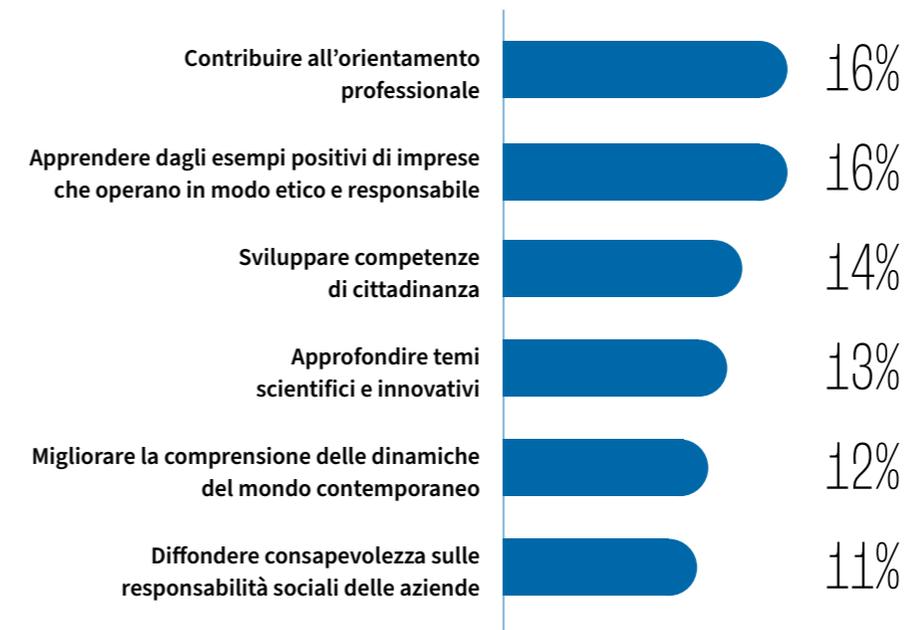
Come verranno organizzate le 30 ore di orientamento obbligatorie a scuola?



Con l'anno scolastico 2023/24 le **Linee guida per l'orientamento** sono diventate realtà. Grazie a questa novità, le attività di orientamento già promosse dalle scuole secondarie di I e di II grado devono essere inserite in un **sistema strutturato e coordinato** finalizzato al successo formativo e lavorativo e alla riduzione dell'abbandono scolastico e del fenomeno dei NEET.

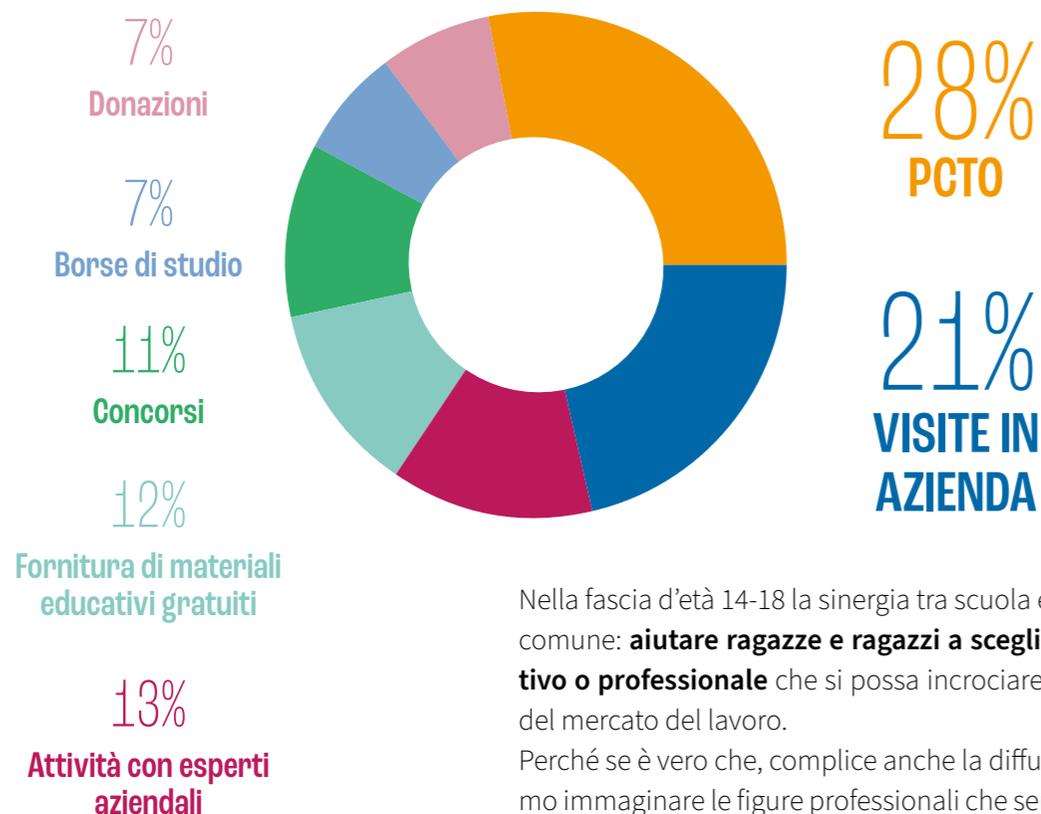
Nella **fascia 11-13 anni** sono previste **almeno 30 ore obbligatorie**: le scuole si stanno organizzando con attività che favoriscono la conoscenza di sé, ma anche con il coinvolgimento delle famiglie e le visite guidate alle aziende del territorio. Del resto, un orientamento efficace non può prescindere dal **dialogo con il tessuto produttivo locale**.

Nella fascia 11-13 anni, qual è il valore aggiunto di un progetto promosso dalle aziende?



Le risposte del campione intervistato confermano l'importanza delle attività di orientamento già nella scuola secondaria di I grado. I progetti promossi dalle aziende, infatti, possono **aiutare ragazze e ragazzi a diventare protagonisti informati e attivi del loro progetto di vita**. Al tempo stesso, le aziende possono condividere con le classi esempi positivi capaci di **ispirare** scelte e comportamenti sostenibili, inclusivi e innovativi ampliando le prospettive delle giovani generazioni.

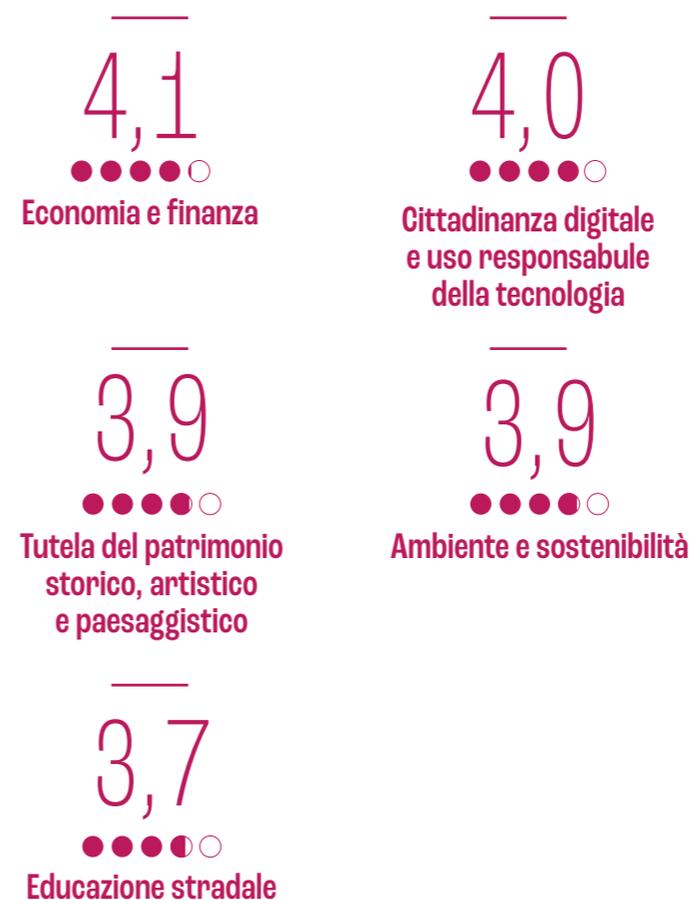
Quali iniziative promosse dalle aziende ha accolto la sua scuola negli ultimi 3 anni?



Nella fascia d'età 14-18 la sinergia tra scuola e azienda ha un obiettivo comune: **aiutare ragazze e ragazzi a scegliere un percorso formativo o professionale** che si possa incrociare con le effettive esigenze del mercato del lavoro.

Perché se è vero che, complice anche la diffusione dell'AI, non possiamo immaginare le figure professionali che serviranno nel prossimo futuro, è altrettanto vero che oggi le aziende pagano le conseguenze del cosiddetto skill mismatch e non riescono a trovare personale qualificato. Secondo il *Digital Economy and Society Index*, in Italia, 26 milioni di persone non possiedono competenze digitali di base. Questo dato riguarda il 54% della popolazione compresa tra i 16 e i 74 anni, contro una media UE del 46%.

Da 1 (per nulla) a 5 (molto), quali temi sono più adatti a essere sviluppati con il contributo delle aziende?



Il disegno di legge *Competitività* del 2023 inserisce l'**educazione finanziaria** nell'insegnamento obbligatorio dell'educazione civica: l'obiettivo è aiutare le nuove generazioni a diventare cittadine e cittadini consapevoli e in grado di **partecipare pienamente alla vita economica**. Il ddl prevede forme di **cooperazione tra istituzioni e soggetti portatori di interessi economici** e in questa direzione vanno anche le risposte delle e dei docenti intervistati: al primo posto tra i temi che le scuole potrebbero affrontare meglio grazie alla collaborazione con le aziende, ci sono proprio quelli economici e finanziari. È una presa di coscienza importante che aspetta risposte e che potrebbe aiutare il nostro Paese a recuperare il gap accumulato: per Banca d'Italia circa 8 milioni di adulti gestiscono l'economia familiare anche se non hanno un livello di competenze adeguato.

Nota metodologica

- **Metodo**
Questionario strutturato online con domande chiuse e aperte veicolato tramite email DEM e attraverso campagne social sul target di riferimento individuato.
- **Universo di riferimento**
Docenti delle scuole italiane dei tre gradi: primaria, secondaria di I grado e secondaria di II grado.
- **Wave di rilevazione**
29 Settembre 2023 – 29 Novembre 2023.
- **Consistenza numerica del campione rispondente**
Campione di convenienza di docenti autoselezionati omogeneo alla distribuzione geografica degli istituti scolastici italiani.
Rispondenti totali: 502 docenti (260 di scuola primaria, 87 di scuola secondaria di I grado e 155 di scuola secondaria di II grado).

conclusione

**DOVE CI HA
PORTATO
QUESTA
RICERCA**.....

Prime conclusioni e nuove prospettive

Gli spunti di riflessione e gli spazi di azione che emergono dalla ricerca **Il rapporto Scuola-Azienda. Un dialogo attuale e necessario** sono tanti, ma hanno un comune denominatore: la dimensione strategica della sinergia scuola-azienda. La collaborazione tra mondo formativo e mondo produttivo, infatti, non è finalizzata alla realizzazione di un progetto che si concluda nel qui e ora, ma è funzionale al raggiungimento di obiettivi con un orizzonte di riferimento ampio e declinato al futuro, perché bambine e bambine, ragazze e ragazzi di oggi saranno decision maker domani.

Di risposta in risposta abbiamo avuto la conferma che, per le scuole, aprire la porta a progetti sviluppati con il supporto delle aziende significa avere **più strumenti** per affrontare le nuove istanze legate alla recente introduzione nella programmazione didattica dell'educazione civica e

dei percorsi di orientamento.

Per alunne e alunni, e per le loro famiglie, significa avere **più occasioni di confronto** su tematiche attuali e innovative che sempre più imprese stanno già affrontando al proprio interno: dallo sviluppo sostenibile alla transizione energetica, dall'economia circolare a nuovi stili di vita com-

patibili con le risorse che il pianeta ci mette a disposizione, dalla lotta alla violenza di genere al superamento degli stereotipi, per citarne solo alcune.

Per le aziende stabilire un **dialogo autentico e inclusivo** con bambi-

ne e bambini, ragazze e ragazzi è un modo per connettersi con mondi in divenire, conoscere e ispirare generazioni che stanno crescendo e maturando le loro identità, e che presto si affaceranno al mercato del lavoro e ai consumi con una voce nuova e nuove aspettative.

Un'azienda sensibile all'educazione e alla formazione è un'azienda che si prende cura del capitale più importante: quello umano.

Dalla ricerca emerge anche un tema di **circularità**. I progetti educativi realizzati con la partecipazione delle imprese non viaggiano a senso unico, ma creano un flusso virtuoso: un processo di arricchimento reciproco che parte dall'azienda, arriva alla scuola e, tramite essa, raggiunge le famiglie per allargarsi al territorio e tornare in azienda arricchito e pronto per essere speso come testimonianza di strategie ESG e di responsabilità sociale.

La scuola che entra in azienda e viceversa, attraverso **modelli di co-progettazione** circolare, è la chiave per affrontare i temi di attualità, ma anche per contribuire a rispondere alle grandi sfide che l'Italia è chiamata ad affrontare. Oggi c'è bisogno di coinvolgere nel percorso formativo cittadine

e cittadini stranieri, aumentare la partecipazione femminile, ridurre il tasso di disoccupazione giovanile e abbandono scolastico che è a doppia cifra da tanti anni. E ancora, ridurre il primato negativo, a livello internazionale, di NEET, ovvero di

I progetti che nascono dall'interazione tra scuola e azienda sono circolari e creano valore aggiunto lungo tutto lo sviluppo.

quella fascia di popolazione giovane sfiduciata e demotivata rispetto al proprio ruolo nella società. Senza dimenticare le lacune accumulate durante la pandemia e certificate dalle prove INVALSI: circa la metà

delle studentesse e degli studenti che esce da scuola non è preparato nelle materie di base, italiano, matematica, inglese. Sono dati che ci chiedono a più di una riflessione, soprattutto se consideriamo che la spesa dell'Italia per il settore istruzione, secondo gli ultimi dati 2022, è ferma al 4,2% del PIL contro il 5,1% della media OCSE.

Insomma, se vogliamo aiutare bambine e bambini, ragazze e ragazzi a diventare cittadine e cittadini attivi e davvero capaci di scegliere, e se vogliamo aumentare le prospettive di lavoro, di innovazione, di sviluppo sostenibile e crescita economica del nostro Paese, il legame tra mondo della formazione e mondo del lavoro non può essere lasciato a un casuale incontro tra domanda e offerta.

**Fino a qui
abbiamo raccolto
il punto di vista
della scuola.**

**Ora è il momento
di lasciare la
parola alle
esigenze delle
aziende.**

Va costruito un **rapporto di consapevole interdipendenza** che non è rinuncia o limitazione di ruoli, ma volontà comune di costruire una società basata sull'unicità delle persone e vocata al benessere collettivo.

Un rapporto che passa necessariamente anche dalla **reciproca conoscenza**: questa ricerca ha avviato il dialogo e ci ha portato il punto di vista delle e dei docenti.

Ora è il momento di raccogliere il punto di vista delle aziende: lo faremo a breve con una nuova indagine rivolta alle imprese che come noi di La Fabbrica e di Fondazione Sodalitas credono nel valore strategico della partnership scuola-azienda.

*Grazie del tempo dedicato,
con l'augurio di incontrarci
sui banchi di scuola
per continuare a progettare
insieme il futuro del nostro
Paese e di chi lo abiterà.*

Il rapporto
SCUOLA-AZIENDA
Un dialogo
ATTUALE E NECESSARIO

LaFabbrica



Fondazione
Sodalitas