l'offerta

Così gli atenei puntano a potenziare orientamento e uffici placement

DI MAURIZIO CARUCCI

Lo scorso anno ci sono state circa 45mila immatricolazioni in meno nelle Università. Un campanello d'allarme. Per tutto il sistema educativo italiano, a cominciare dagli Atenei, che devono barcamenarsi tra riforma, crisi e tagli di fondi, cercando nel contempo di potenziare servizi di orientamento e di placement, career day e tirocini.

Proprio le occasioni di incontro tra domanda e offerta di lavoro rappresentano una sfida per gli Atenei. I tirocini risultano molto diffusi: entrano nel bagaglio formativo del 60% dei laureati. Secondo un'indagine, i "dottori" impegnati in stage durante gli studi hanno il 13,6% in più di probabilità di lavorare rispetto a chi non vanta esperienze analoghe. Ecco il motivo per cui molte Università – al di là degli obblighi di legge – intendono potenziare sempre più gli Uffici Placement (che a volte hanno denominazioni diversa, ma stessa funzione). «Nel 2011 – sottolinea Isabelle Lhuillier, responsabile del Career Service dell'Università Bocconi di Milano – sono stati avviati oltre 4.100 stage, di cui circa 1.000 all'estero. Anche se lo stage non è obbligatorio nella laurea triennale, viene svolto da quasi uno studente su tre. Nel percorso di laurea magistrale è invece parte integrante del curriculum accademico ed è obbligatorio».

> Fondamentali gli stages e i servizi di incontro tra studenti e imprese messi a disposizione dalle università

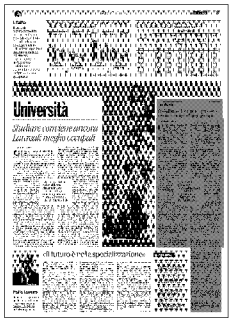
Alla Statale di Milano è nato di recente il Cosp, Centro di servizio di Ateneo per l'Orientamento allo studio e alle professioni. «Ci occupiamo sia di orientamento che di bilancio di competenze – precisa Barbara Rosina, direttore del Cosp –. Ogni anno attiviamo circa 4mila stage. A 12 mesi dalla laurea il 70% dei nostri laureati trova un lavoro. Il merito è anche delle occasioni create proprio dai tirocini». Molto attiva anche l'Università Cattolica: nel 2011 sono stati 6.814 gli stage curriculari ed extracurriculari, 8.926 le offerte di stage e lavoro pubblicate on line, 1.296 aziende inserzioniste, 5.026 i partecipanti a oltre 100 incontri con le imprese in aula. «Sebbene il momento sia difficile per l'intera economia – chiarisce Vito Moramarco, delegato dal rettore per i rapporti tra Università e mondo del lavoro – le richieste di stage da parte delle imprese sono in ripresa: dopo il 2009 c'è stato un crollo del 50%, ora registriamo il 25% in più». A Roma e nel Lazio, invece, le Università laziali hanno costituito Soul, il Servizio di orientamento Università lavoro, che ha realizzato un portale su cui si incontrano mondo accademico e mondo produttivo: ben 84.700 i curricula inseriti dagli studenti. «È in crescita l'attenzione delle imprese verso le nostre Università – confida Pietro Lucisano, responsabile di Soul –. Sono 5.578 le aziende che chiedono l'attivazione di tirocini. Alcune offrono anche lavoro. Quattro anni fa erano presenti solo grandi imprese o multinazionali. Ora anche piccole e medie aziende e non solo laziali».

Soddisfatta della situazione stage e collocamento dei laureati anche Lia Di Giovanni, responsabile dell'Ufficio Placement della Luiss – la Libera Università internazionale degli studi sociali Guido Carli legata a Confindustria: «Nonostante la crisi non abbiamo avuto grandi flessioni. Il 70% di chi si laurea da noi lavora entro un anno. Nel 2011 sono stati realizzati 1.325 tirocini, mentre il Career day ha visto la partecipazione di 152 imprese».

Si sta potenziando, infine, il servizio placement della Federico II di Napoli. «Da più di dieci anni – dichiara Luigi Verolino, direttore del Softel, il Centro di Ateneo per l'orientamento, la formazione e l'e-learnnig – abbiamo una banca dati laureati che le aziende possono consultare per il reclutamento. Poi, tutti i corsi di laurea della Federico II animano periodicamente incontri di presentazione dei laureati alle imprese».

Secondo Tommaso Aiello, ideatore della Borsa del placement, «la qualità degli uffici placement non passa dai database dei laureati, perché qualunque ragazzo che abbia una minima voglia di trovare lavoro invierà il proprio cv alle aziende che gli interessano. La vera competizione sarà allora sui servizi che questi uffici sono in grado di offrire: ai ragazzi anzitutto, aiutandoli ad arrivare preparati al mondo del lavoro, e alle imprese, creando occasioni concrete di relazione con la popolazione universitaria, ben prima della laurea. Sempre di più i recruiters stanno decidendo gli atenei con cui collaborare proprio in funzione della qualità e della efficacia dei servizi proposti e dei percorsi di orientamento offerti ai propri studenti. Più in generale, non credo che la prima domanda che un diplomato oggi debba farsi sia se valga la pena iscriversi all'Università, ma quale è il suo obiettivo professionale: il percorso universitario è, quindi, uno strumento, ma non va scambiato col fine. In quest'ottica, diventa centrale il ruolo dell'orientamento nelle scuole superiori che non può essere soltanto all'università, ma dovrà necessariamente cominciare a parlare di lavoro e professioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA


Università

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.