

*cinque anni
di giovani idee*



**Junior
Achievement®**
giovani menti al lavoro



Giovani, economia e spirito imprenditoriale

Ricerca realizzata da



ISTITUTO IARD
FRANCOBRAMBILLA

Con il contributo di



Manpower®

Indice

Introduzione

I partner della ricerca

Messaggio del Presidente di Junior Achievement Italia

Messaggio dell'Amministratore Delegato di Manpower

Il disegno della ricerca

Executive Summary

Sintesi dei risultati

L'impresa di studenti, il punto di vista dei partecipanti

Il futuro tra attese, scelte e progetti

Mercato del lavoro e imprenditorialità

Introduzione

I partner della ricerca

Istituto IARD (www.istitutoIARD.it) opera nel campo della ricerca sociale e della formazione professionale. Presente sul territorio nazionale con un'attenzione costante all'evoluzione di atteggiamenti e comportamenti, pone al centro delle proprie attività di ricerca l'osservazione dei fenomeni legati alla condizione giovanile, analizzata sia nei suoi aspetti strutturali, sia all'interno delle proiezioni sociali e dei vissuti individuali. L'Istituto IARD approfondisce anche problematiche più ampie, con particolare riferimento alle politiche sociali, educative, culturali e del lavoro. Vanta uno strettissimo rapporto con il mondo universitario, a garanzia della scientificità delle metodologie di ricerca ed analisi utilizzate.

Junior Achievement Italia (www.junioritalia.org) è la prima associazione nonprofit per la promozione dell'economia e dell'imprenditorialità nella Scuola. Attiva nel nostro Paese da 5 anni, opera su tutto il territorio nazionale grazie al sostegno di un gruppo di imprese leader che hanno scelto di investire nell'education e nei giovani offrendo il tempo e il know-how dei propri dipendenti. Le iniziative didattiche di Junior Achievement Italia, dedicate a studenti dai 9 ai 19 anni, sono sviluppate in aula da esperti d'azienda volontari che, affiancati da un docente della scuola, aiutano gli studenti della loro città a confrontarsi con il mondo reale e a mettere in campo le proprie competenze e passioni. Junior Achievement Italia è membro di Junior Achievement Worldwide e fa parte di JA-YE Europe, organizzazione paneuropea che riunisce 40 Paesi e raggiunge ogni anno oltre 1,7 milioni di studenti.

Manpower Italia (www.manpower.it) è la società leader in Italia nella creazione e nella realizzazione di servizi che permettono ai clienti di compiere scelte vincenti nel mondo del lavoro in continuo cambiamento. La società è presente in Italia dal 1994 e presidia in modo capillare tutto il territorio nazionale con oltre 400 filiali e oltre 1.700 dipendenti. La sede centrale è a Milano, mentre le sedi regionali di coordinamento si trovano a Bologna, Roma, Verona, Milano. È specializzata nella selezione di personale per tutte le posizioni professionali, nel lavoro temporaneo, nella formazione e nell'outsourcing nell'area delle risorse umane. Nel 2006 ha garantito una nuova occupazione a oltre 100 mila persone in 23 mila aziende italiane. Manpower Italia fa parte di Manpower Inc., uno dei principali datori di lavoro privati al mondo che garantisce un'occupazione a 2 milioni di persone ogni anno attraverso la sua rete di 4.400 uffici in 73 Paesi e le oltre 400.000 aziende clienti.

Messaggio del Presidente di Junior Achievement Italia

Junior Achievement Italia opera nel nostro Paese da cinque anni, promuovendo con successo l'economia e l'imprenditorialità nelle scuole e tra le giovani generazioni. Tale successo è stato possibile grazie a programmi dai contenuti innovativi e a una didattica coinvolgente.

Siamo convinti, come diverse ricerche condotte a livello europeo testimoniano, che i programmi di Junior Achievement contribuiscono a elevare il tasso di intraprendenza tra i giovani e la propensione per le materie economiche e scientifiche, a sostenere l'imprenditoria femminile e a sollecitare un diverso atteggiamento nei confronti delle istituzioni nazionali, percepite oggi come "sostegno e incoraggiamento" all'intraprendenza dei cittadini.

Siamo altresì convinti che porre i giovani studenti - futuri cittadini lavoratori - al centro delle strategie dello sviluppo del sistema socio-economico del Paese rappresenti un prezioso contributo per contrastare la generale percezione di una società e di una scuola italiana in declino economico e valoriale.

In questo contesto abbiamo commissionato una ricerca che potesse evidenziare l'impatto sociale ed economico dell'azione di Junior Achievement Italia.

I risultati sono confortanti: gli studenti che seguono i programmi di Junior Achievement Italia sviluppano senso d'iniziativa, imparano che è possibile essere creativi e innovativi, portano a termine i compiti intrapresi. Lavorano in gruppo e incontrano i loro coetanei europei. Sono consapevoli di avere appreso queste competenze durante il loro percorso scolastico e hanno anche maggiore fiducia e ottimismo nei confronti del proprio futuro.

Il nostro impegno è quello contribuire, attraverso l'esperienza di Junior Achievement Italia, a fare della nostra scuola una buona agenzia educativa dove gli studenti trascorrono il loro tempo imparando con entusiasmo.

Giuliano Malacarne

Messaggio dell'Amministratore Delegato di Manpower

Da anni, noi di Manpower coniughiamo il credo dell'autoimprenditorialità con la vocazione all'innovazione. "Ciascuno, attraverso il lavoro, deve poter essere fautore del proprio percorso professionale". Avendo il coraggio, e la passione, di intraprendere anche strade nuove nelle quali poter esprimere a pieno il proprio potenziale.

Questo è nel DNA di Manpower, ed è anche nel DNA di molti giovani e di molti lavoratori che scelgono forme di lavoro flessibile con il preciso obiettivo di guidare in prima persona la propria crescita di competenze e l'evoluzione professionale.

Quando Junior Achievement ci ha proposto di partecipare a questa ricerca, abbiamo subito visto l'opportunità di fare qualcosa di concreto e di tangibile per i giovani, per le scuole, per il sistema-Paese.

Questo è infatti un progetto importante per i giovani, perché aiutiamo le nuove generazioni a capire che la forza per l'autodeterminazione passa dalla volontà di mettersi in gioco in continuazione.

È importante per le scuole, perché alto è il loro ruolo nel generare senso di responsabilità, competenze e un nuovo "orientamento" all'autoimprenditorialità tra le future forze produttive del Paese.

Serve infine per il sistema-Paese Italia, perché i migliori talenti che una Nazione può avere sono i giovani motivati, indipendenti e, in definitiva, autoimprenditori.

Come Manpower crediamo infatti che l'affermarsi di una nuova cultura del lavoro possa dare un contributo essenziale alla crescita economica e sociale, e questo cambiamento può avere come "motore" proprio i giovani che si affacceranno al mondo del lavoro.

Ecco perché favorire lo sviluppo dell'autoimprenditorialità giovanile è oggi così importante: perché dobbiamo dare la possibilità al potenziale creativo e manageriale dei nostri talenti di esprimersi. Dobbiamo valorizzarlo. Dobbiamo orientarlo verso un modo di essere imprenditore che risponda a uno scenario in rapido cambiamento.

Noi di Manpower ci crediamo e lavoriamo ogni giorno in questa direzione.

E i dati che emergono da questa ricerca ci confortano e danno fiducia a chi, come noi, crede che lo sviluppo passi dall'innovazione e dall'autoimprenditorialità.

Stefano Scabbio

Il disegno della ricerca

Nella primavera del 2007, Istituto IARD ha condotto un'indagine survey tramite la somministrazione e l'autocompilazione in classe di un questionario strutturato ad un gruppo di studenti di scuola superiore di secondo grado (per lo più di classe quinta).

A partire dall'universo delle classi partecipanti all'iniziativa promossa da Junior Achievement Italia nell'a.s. 2005/2006, si sono contattati i referenti chiedendo loro la disponibilità a prendere parte all'indagine.

Complessivamente sono stati coinvolti circa 30 istituti scolastici distribuiti tra Basilicata, Calabria, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sicilia, Toscana e Veneto per un totale di 471 studenti che avevano vissuto l'esperienza di *Impresa in azione* e 452 studenti che non avevano partecipato all'iniziativa e che, intervistati nelle medesime scuole, dovevano fungere da "gruppo di controllo".

L'indagine si è svolta utilizzando lo strumento tecnico del questionario strutturato che mirava ad indagare diverse aree tematiche: il vissuto scolastico; i riferimenti valoriali; la fiducia nell'altro e nelle istituzioni; il futuro personale e professionale; le rappresentazioni del mercato del lavoro e dell'imprenditoria; la propensione al lavoro autonomo; la valutazione dell'esperienza con un'impresa di studenti (per coloro che vi hanno preso parte).

Nel complesso, la ricerca ha coinvolto 923 studenti e le distribuzioni dei due sottocampioni per le principali variabili di base non presentavano differenze nella composizione. Ciò significa che i due gruppi sono sostanzialmente omogenei e non presentano distorsioni di partenza: le eventuali differenze nei risultati possono essere ragionevolmente imputate all'esperienza con l'impresa di studenti.

Executive Summary

La ricerca *Giovani, economia e spirito imprenditoriale* è stata commissionata all'Istituto IARD da Junior Achievement Italia, l'associazione nonprofit sostenuta da un gruppo di imprese leader, che promuove dal 2002 nel nostro Paese la formazione economica e imprenditoriale presso la Scuola dell'obbligo.

Junior Achievement Italia ritiene che lo sviluppo della cultura imprenditoriale tra i giovani all'interno dell'istruzione scolastica possa offrire un importante contributo nella direzione dell'accento posto dalla rilanciata strategia di Lisbona al tema delle conoscenze e dell'innovazione e, più in generale, sia una delle forze motrici dell'innovazione, della concorrenzialità e della crescita.

Impresa in azione è il programma di formazione imprenditoriale pensato da Junior Achievement Italia per la Scuola secondaria superiore, svolto ogni anno da un centinaio di istituti di 12 regioni. Dal 2002 ad oggi circa 6.000 studenti 18enni hanno sviluppato in classe durante l'anno scolastico 240 progetti imprenditoriali, realizzando concretamente e vendendo un prodotto, gestendo e liquidando una società. Ogni anno a giugno Junior Achievement Italia, in collaborazione con Borsa Italiana, promuove la Competizione Migliore Impresa JA, manifestazione nel corso della quale viene selezionata l'Impresa di studenti che rappresenterà il nostro Paese alla Competizione europea. In Europa questo programma è seguito da 600.000 studenti di 25 Paesi.

Nel biennio 2005/2006 *Impresa in azione* è stato indicato come best practice nella formazione imprenditoriale nella scuola secondaria dalla Commissione Europea DG V Enterprise in quanto "il modello dell'impresa di studenti è un dispositivo pedagogico basato su esperienze pratiche acquisite gestendo un progetto completo di impresa che comporta interazioni con l'ambiente esterno, vale a dire il mondo economico e la comunità locale".

La ricerca condotta da Istituto IARD ha interessato un campione di 30 scuole secondarie superiori che nell'a.s. 2005/2006 hanno aderito a questo programma di Junior Achievement Italia. Gli studenti coinvolti – circa 1.000 ragazzi – erano divisi in due sottocampioni omogenei: metà di loro aveva realizzato un'impresa di studenti. I motivi di questa scelta sono legati agli obiettivi che Junior Achievement voleva raggiungere con la ricerca: da una parte, conoscere le opinioni degli studenti in merito ad alcune dimensioni intrinseche del lavoro e ai significati che attribuiscono al concetto di imprenditorialità; dall'altra, raccogliere le valutazioni dei ragazzi circa l'esperienza formativa di *Impresa in azione*.

In concreto: cosa pensano i giovani dell'imprenditorialità e degli imprenditori italiani? Che giudizio danno alle Istituzioni impegnate a diversi livelli nella formazione dell'imprenditorialità nel nostro Paese? Come immaginano il proprio futuro professionale?

In un contesto in cui il sistema-Italia è spesso sollecitato da un generale sostrato condiviso di rappresentazioni e percezioni della società che si caratterizzano per un declino economico diffuso, dove innovazione e competitività vengono spesso evocate da politici e imprenditori come "chimere", i giovani possono essere un serbatoio reale di novità e spinta ideativa?

Ma vediamo nel dettaglio le risposte dei ragazzi.

Futuro professionale

Circa il 40% dei ragazzi intervistati, immaginando il proprio futuro lavorativo, pensa che sarà lavoratore dipendente, pur valutando positivamente la libertà offerta dalla scelta di lavorare in proprio. Di questi, oltre la metà del campione che ha preso parte a *Impresa in azione* – almeno sul piano virtuale – ammette di essere interessato a un'attività autonoma e, più in generale, sembra maggiormente attratto dal mondo aziendale. Tende a prediligere percorsi post-diploma di carattere economico-statistico (25% contro il 14% dei ragazzi che non hanno sperimentato un'impresa di studenti) e, nel momento in cui contempla la possibilità di avviare una propria attività, è più sbilanciato verso la gestione di un'azienda (43% contro il 32%) piuttosto che verso la consulenza o la libera professione.

Il lavoro: quali priorità?

Dal lavoro, in generale, i giovani si aspettano passione per ciò che fanno, sicurezza del guadagno e stabilità del posto (molto importanti per circa 9 ragazzi su 10). Per quanto riguarda questi aspetti, gli studenti intervistati si presentano allineati al più ampio panorama dei giovani italiani, mostrandosi parte integrante della loro generazione. Sicurezza, stabilità e possibilità di realizzarsi: sono queste le dimensioni prioritarie che i ragazzi immaginano di raggiungere tramite la propria collocazione professionale. Inoltre, prefigurando il proprio inquadramento futuro si mostrano particolarmente ottimisti: 2 giovani su 3 pensano che avranno un lavoro fisso, 1 su 2 pensa che avrà avuto successo, 6 su 10 pensano che saranno ben remunerati. A riguardo, il maggiore ottimismo sulla propria posizione futura si riscontra ancora tra gli studenti che hanno preso parte a *Impresa in azione*.

Chi è l'imprenditore

Gli studenti intervistati hanno una percezione positiva della figura dell'imprenditore. In particolare, del lavoro imprenditoriale colgono il valore dell'impegno e del *commitment*, l'autorealizzazione e la capacità di innovare. Facciamo parlare i dati: oltre 8 intervistati su 10 sono molto d'accordo con l'idea che l'imprenditore deve essere in grado di prendere decisioni da solo e di gestire imprevisti ed emergenze in tempi rapidi; mentre 6 studenti su 10 ritengono che l'imprenditore deve innovare continuamente per avere successo e corre più rischi economici di un lavoratore dipendente. Rischio, quindi, e impegno, ma anche gratificazione e possibilità di realizzazione: 1 intervistato su 2 riconosce, infatti, la maggiore libertà e la soddisfazione proprie del lavoro autonomo.

Diventare imprenditori

La propensione a svolgere un'attività imprenditoriale è maggiore negli studenti Junior Achievement (56% contro il 44% di chi non ha vissuto l'esperienza); segnale che l'esperienza vissuta dai ragazzi contribuisce a trasmettere una percezione più positiva, ossia meno vincolante, del contesto socio-economico e delle istituzioni. Queste le motivazioni principali alla base del desiderio di diventare imprenditori: potersi realizzare (molto importante per l'80% degli intervistati) e la possibilità di decidere cosa fare nella vita (molto importante per oltre il 70%).

Le istituzioni

Benché gran parte degli intervistati riconosca che il sistema-Italia non sia generalmente di sostegno ai giovani che intendono fare impresa, gli studenti che hanno sperimentato sul campo questo genere di attività valutano più positivamente il contesto di riferimento e riconoscono all'Unione Europea un ruolo più attivo in questa direzione: il 56% dei partecipanti all'iniziativa

sostiene infatti che le istituzioni europee offrano un buon sostegno ai giovani che intraprendono la strada dell'imprenditorialità.

Le competenze acquisite

Tra gli studenti che hanno preso parte a *Impresa in azione*, emerge chiaramente come l'esperienza abbia potenziato alcune capacità trasversali comunemente attribuite alle personalità più dinamiche. Oltre 8 intervistati su 10 ritengono di aver appreso la capacità di lavorare in gruppo, di aver capito il funzionamento di un'azienda e di aver imparato a portare a termine un lavoro. E oltre 3 studenti su 4 dichiarano di aver migliorato la capacità di comunicare e di valorizzare le proprie competenze.

La valutazione dell'esperienza di un'impresa di studenti

Pur essendo un intervento circoscritto all'interno del più vasto panorama di sollecitazioni cui i ragazzi sono sottoposti e pur non potendo andare a intaccare elementi strutturali delle rappresentazioni sociali diffuse, l'esperienza con Junior Achievement, considerata positiva dall'85% dei partecipanti, incide sulla dimensione proattiva, sull'empowerment. In generale, gli studenti riconoscono al progetto la portata innovativa, rappresentata dalla trasmissione di contenuti totalmente diversi da quelli che la scuola veicola, un approccio pratico all'apprendimento che entusiasma e alimenta la motivazione. Anche se richiede molto più lavoro di quel che sembra inizialmente (81%), è divertente (82%), crea competizione in modo positivo (80%) e facilita le relazioni con gli insegnanti (70%).

In sintesi, partecipare a un'impresa di studenti:

- infonde entusiasmo e ottimismo nei giovani che vi prendono parte;
- offre un'occasione di apprendimento di conoscenze e competenze che difficilmente rientrano nei tradizionali percorsi scolastici previsti dai programmi istituzionali;
- in conseguenza di ciò, sembra proporsi come dispositivo in grado di motivare i ragazzi, accrescendone il protagonismo in relazione al processo formativo.

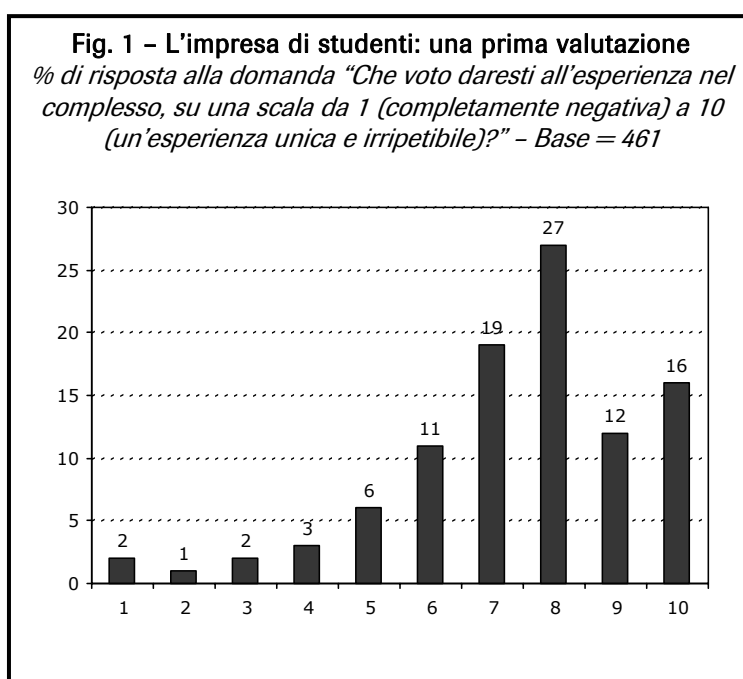
Tutto ciò, senza dimenticare che l'esperienza con un'impresa di studenti diverte i ragazzi coinvolti e lascia loro la sensazione di averli arricchiti proprio di quelle conoscenze e competenze – perlopiù trasversali e legate al mondo del lavoro e delle aziende – su cui la scuola sembra meno solida, ma che, al contempo, aiutano i giovani a diventare imprenditori di se stessi.

Sintesi dei risultati

L'impresa di studenti, il punto di vista dei partecipanti

Impresa di studenti come divertimento, entusiasmo, apprendimento, vicinanza al mondo aziendale. Queste le parole-chiave che emergono dai risultati della ricerca.

Considerata nel complesso l'esperienza ottiene una valutazione più che positiva: chiamati ad attribuire all'iniziativa un voto sintetico secondo la scala scolastica, gli intervistati sono fortemente sbilanciati verso valori positivi ed elevati. Il voto medio è 7,4, con oltre la metà dei ragazzi che indica valori pari o superiori a 8 (55%).



Andando a disaminare le diverse dimensioni che concorrono a dare vita alle attività previste, i ragazzi convalidano la positività dell'esperienza valorizzando soprattutto il dinamismo, il pragmatismo e l'entusiasmo che essa suscita, anche se non disconoscono l'impegno che questa richiede.

La quasi totalità dei partecipanti evidenzia come l'esperienza sia una forma di trasmissione di conoscenze, che si caratterizza per la sua concretezza e per la capacità di entusiasmare chi vi prende parte: oltre otto intervistati su dieci, infatti, sono concordi con la frase "L'esperienza con un'impresa di studenti è una forma di apprendimento pratico che suscita entusiasmo".

Inoltre, i ragazzi intervistati concordano quasi all'unanimità che la creazione e gestione di un'impresa di studenti sia divertente, generi competizione in modo positivo pur richiedendo un impegno che appare poco evidente nella fase di start up di realizzazione dell'iniziativa.

Ridotta, invece, è la quota di coloro che ritengono complicato il materiale fruito nel corso del progetto o che definiscono l'esperienza più orientata verso la fatica.

Nel complesso, dunque, si conferma un orientamento positivo di valutazione dell'esperienza da parte di chi l'ha vissuta.

Tab. 1 – L'esperienza di creazione e di gestione di un'impresa di studenti...

% di risposta alla domanda "Ora ti proponiamo una serie di frasi in relazione all'esperienza che hai vissuto di creazione e gestione di un'impresa di studenti. Ti chiediamo di indicarci il tuo grado di accordo con ciascuna di esse. L'esperienza di creazione e gestione di un'impresa di studenti..." - Base minima = 463

<i>Livello di accordo</i>	<i>Molto</i>	<i>Abbastanza</i>	<i>Molto + Abbastanza</i>	<i>Poco</i>	<i>Per niente</i>
È una forma di apprendimento pratico che suscita entusiasmo	33	52	85	13	2
È divertente	36	46	82	13	4
Richiede più lavoro di quel che sembra all'inizio	37	44	81	16	4
Crea competizione in modo positivo	25	55	80	16	4
Richiede agli studenti di essere consapevoli del proprio processo di apprendimento	20	55	75	22	3
Mi ha fatto lavorare molto	21	50	71	24	5
Facilita relazioni positive tra studenti e insegnanti	22	48	70	23	7
Impiega materiale di lavoro che è complicato e difficile da usare	13	34	47	41	11
È stata molto faticosa e pesante	10	26	36	47	17

Un'esperienza multidisciplinare: a cosa è servita?

Il progetto didattico sotteso alla proposta di creazione e gestione dell'impresa di studenti prevede la trasmissione di alcune conoscenze e competenze con il fine ultimo di aiutare i ragazzi partecipanti a diventare imprenditori di se stessi prima che possibili e potenziali lavoratori autonomi di successo.

Durante l'intervista ai ragazzi sono state indicate una serie di competenze ed è stato chiesto loro di indicare se l'aver partecipato all'iniziativa avesse consentito di acquisirle o potenziarle. La tabella 2 riporta le percentuali di coloro che hanno risposto "Molto" o "Abbastanza", ordinate in modo da ottenere una sorta di classifica virtuale in cui svetta la capacità di lavorare in gruppo (l'83% degli intervistati ritiene di averla appresa molto o abbastanza).

In generale, è possibile tracciare quattro macro-livelli ordinati di effetti indotti dall'esperienza con l'impresa di studenti:

- al primo posto, i ragazzi insistono maggiormente su quelle soft skills trasversali legate alla capacità di comunicazione, al problem solving, al team working e all'organizzazione del proprio lavoro;
- al secondo, si trovano gli elementi più strettamente connessi alla conoscenza del mondo imprenditoriale e aziendale;
- al terzo, si trovano gli aspetti relazionali e ambientali, tra i quali emerge come maggiormente rafforzato dall'esperienza d'impresa il rapporto tra pari;
- infine, al quarto posto, si collocano le dimensioni più correlate all'istruzione in senso stretto (conoscenze di base, lingua straniera, etc.) che per lo più non vengono percepite come potenziate dall'iniziativa di impresa di studenti.

Tab. 2 – Le competenze apprese: una graduatoria virtuale

% "Molto" + "Abbastanza" - Base minima = 462

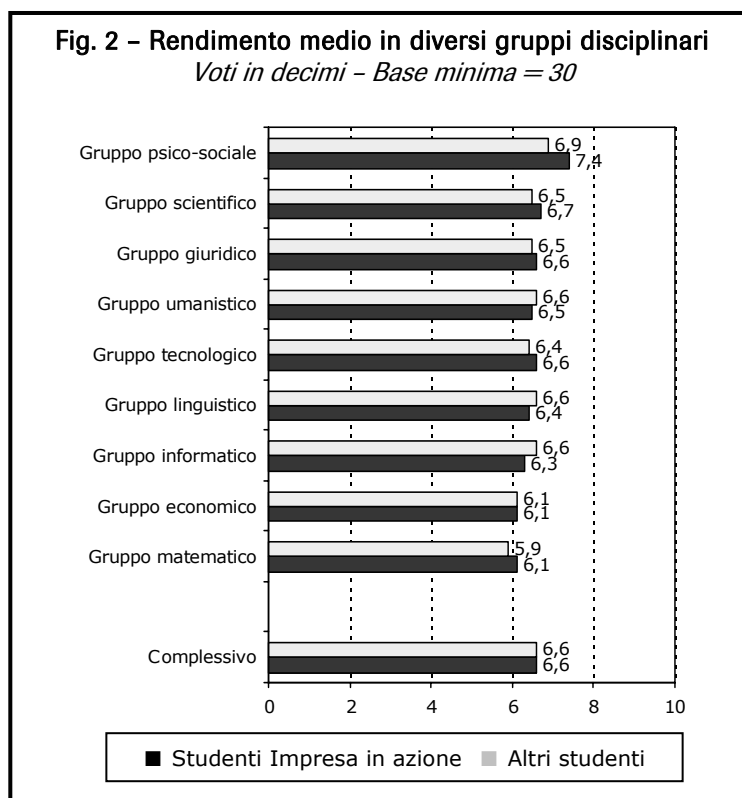
	<i>Molto + Abbastanza</i>
Apprendere la capacità di lavorare in gruppo	83
Capire come funziona un'azienda	82
Imparare a portare a termine un lavoro	81
Divertirti	78
Migliorare la capacità di comunicare	78
Apprendere nozioni di base per gestire un settore di un'impresa	76
Migliorare la capacità di presentare le tue competenze	76
Migliorare la capacità di organizzare autonomamente il tuo lavoro	74
Imparare a cercare più soluzioni a problemi	73
Imparare ad essere più creativo	72
Imparare a guardare i problemi da diversi punti di vista	71
Capire come funziona il mercato del lavoro	69
Apprendere nozioni di base per gestire un'intera impresa	64
Conoscere meglio i tuoi compagni di classe	63
Avvicinarti al mondo aziendale grazie all'esperto d'azienda	59
Scoprire nuove cose del mondo del lavoro grazie all'esperto d'azienda	58
Imparare ad esprimere liberamente ciò che pensi	57
Conoscere meglio alcuni tuoi insegnanti	49
Vivere meglio l'ambiente scolastico	44
Conoscere persone che ti hanno fatto amare il loro lavoro in azienda	43
Migliorare le capacità di usare il PC	38
Capire quanto è importante fare un'esperienza all'estero	34
Conoscere persone che ora sono un tuo punto di riferimento	29
Riuscire meglio nelle materie scolastiche	23
Migliorare le conoscenze di base (italiano, matematica...)	23
Migliorare la conoscenza di una lingua straniera	17

Tali dati risultano particolarmente incoraggianti se si considera che gli esiti formativi imputati all'esperienza di impresa di studenti sembrano integrare in modo complementare quanto appreso a scuola.

Il vissuto scolastico: rendimento, relazioni, competenze

L'agenzia scolastica svolge tre funzioni principali: di istruzione (fornire conoscenza), di educazione (trasmettere i valori della collettività e della corretta relazionalità) e di formazione¹; ed è proprio su questo ultimo punto, che contempla il collegamento tra scuola e mercato del lavoro, che i ragazzi intervistati segnalano le maggiori lacune della scuola.

Infatti, dal punto di vista dell'istruzione, possiamo osservare la figura 2, che riporta i voti medi degli intervistati in alcuni gruppi disciplinari. Osserviamo subito che non si riscontrano differenze rilevanti tra i partecipanti alle imprese di studenti e gli altri². Questa indicazione è particolarmente importante: infatti, significa che il progetto non ha attirato solo studenti particolarmente capaci, ma ha saputo essere trasversale alla dimensione del rendimento scolastico.



La figura fornisce, però, anche molte altre informazioni. In primo luogo, il rendimento generale degli studenti è mediamente sufficiente, ma certo non esaltante (6,6): ciò significa che gli insegnanti italiani, quando valutano, reputano che la trasmissione dei contenuti sia avvenuta ma con moderato successo. Del resto, anche recenti e accreditate indagini internazionali hanno certificato la difficoltà del sistema di istruzione italiano nel trasmettere conoscenze (si pensi ai dati

¹ Schizzerotto A. e Barone C., *Sociologia dell'istruzione*, Bologna, il Mulino, 2004.

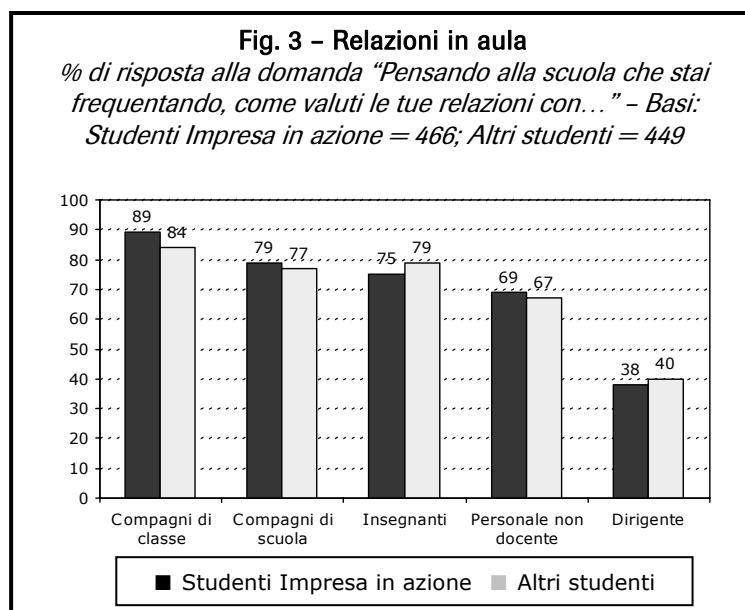
² L'unica differenza rilevante è relativa al gruppo psico-sociale, presente però in pochi casi.

PISA, ad esempio). Guardando poi alle specifiche aree disciplinari, constatiamo che l'eccellenza resta confinata a gruppi ristretti e non diviene mai un "fenomeno medio"; gli studenti sembrano andare peggio nelle discipline matematiche, come da tradizione, e in quelle economiche, che sono più strettamente legate all'esperienza delle "imprese di studenti". Al contrario, sono le discipline psico-sociali, per i pochi che le studiano, a presentare i più elevati livelli di rendimento.

Passiamo ora alla funzione di educazione, guardando alla capacità delle scuole non tanto di trasmettere valori, quanto più di creare un contesto socio-relazionale positivo.

Nella figura 3, abbiamo riportato la quota di studenti che dichiarano di avere relazioni positive (molto o abbastanza) con i compagni di classe e di scuola, con gli insegnanti, il dirigente e il personale non docente. Osserviamo che le relazioni connotate positivamente caratterizzano nettamente il sistema scolastico e non solo tra i pari, ma anche tra insegnanti e studenti³. Il rapporto con il dirigente è giudicato positivamente da una minoranza di studenti perché per gran parte degli intervistati non c'è alcun rapporto con questa figura (30%).

Le scuole coinvolte nell'indagine, quindi, si presentano come uno spazio relazionale caratterizzato da rapporti positivi tra pari, ma anche tra gli adulti che in essa operano a più stretto contatto con i giovani. Si tratta di un dato importante, dal momento che i giovani attribuiscono grande importanza, nella loro vita, alla dimensione relazionale e affettiva⁴.



Veniamo, quindi, alla capacità della scuola di fornire competenze utili per il mondo del lavoro, al modo in cui il sistema scolastico fronteggia la sua funzione formativa.

Iniziamo da un quadro generale delle competenze apprese a scuola dagli studenti intervistati, con i dati illustrati in tabella 3. Quel che emerge chiaramente è che gli studenti dichiarano di aver

³ Anche questo dato è in linea con quelli disponibili a livello nazionale (si vedano anche qui le diverse pubblicazioni dell'Istituto IARD).

⁴ De Lillo A., "I valori e l'atteggiamento verso la vita", in *Rapporto Giovani. Sesta Indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, a cura di C. Buzzi, A. Cavalli e A. De Lillo [2007, in corso di pubblicazione].

sviluppato in ampia misura competenze di base, relative alla funzione di istruzione della scuola, e competenze di carattere comunicativo e di gestione del proprio lavoro, che attengono invece sia alla sfera della funzione educativa sia a quella formativa.

Risultano invece trasmesse in misura consistentemente minore competenze di natura più squisitamente formativa, quindi la conoscenza di una lingua straniera, la capacità di usare il PC e conoscenze tecniche precipuamente orientate al lavoro. Osserviamo anche che non ci sono differenze consistenti tra i due gruppi.

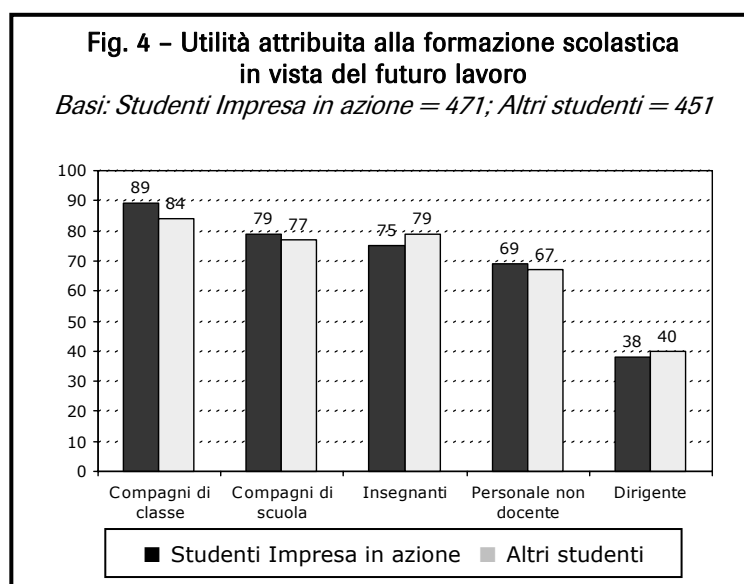
Tab. 3 – Le competenze apprese a scuola
% “Molto” + “Abbastanza bene” alla domanda “A scuola hai appreso...”

	<i>Studenti Impresa in azione</i>	<i>Altri studenti</i>
Capacità di comunicare	91	91
Conoscenze di base	88	93
Capacità di organizzare il proprio lavoro	80	87
Capacità di lavorare in gruppo	85	78
Capacità di presentare le proprie competenze	81	78
Conoscenza di una lingua straniera	70	74
Capacità di usare il PC	64	64
Conoscenze tecniche per il mercato	50	47
Base minima	466	450

Più ci avviciniamo all’ambito della funzione di formazione della scuola più si allarga la quota di studenti che giudicano insufficiente la propria preparazione. Ciò potrebbe essere imputato al fatto che la loro formazione secondaria è ancora in corso, ma disponiamo anche di dati su chi ha completato l’iter di studi e le conclusioni a cui si giunge sono le stesse⁵. In buona sostanza, la scuola fatica a trasmettere competenze fortemente orientate al mondo del lavoro.

Un ulteriore elemento a sostegno del fatto che gli studenti nutrono una fiducia parziale nella capacità della scuola di fornire loro formazione utile in vista del futuro lavoro è fornito dal dato illustrato nella figura 4. I rispondenti, infatti, chiamati a valutare l’utilità della formazione scolastica per il mondo del lavoro, concentrano le loro risposte sulla modalità “abbastanza” e la quota di giudizi cauti o negativi è superiore a quelli positivi.

⁵ Argentin G., Come funziona la scuola oggi: esperienze e opinioni dei giovani italiani, in *Rapporto Giovani. Sesta Indagine dell’Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, op. cit.



Quindi...

La scuola funziona bene come spazio relazionale e di sviluppo delle competenze di base dei giovani (comunicative e organizzative, quindi facenti parte della funzione educativa del sistema scolastico). D'altro canto, si è osservato che le scuole in cui i ragazzi studiano presentano qualche difficoltà nel trasmettere loro i contenuti disciplinari (funzione di istruzione). Ciò è messo in luce dai voti scolastici non proprio esaltanti degli intervistati, in particolare relativamente all'area matematica ed economica.

Inoltre, in merito alla funzione di formazione della scuola, gli studenti intervistati vedono in parte delusa questa aspettativa dal sistema scolastico italiano. È chiaro quindi che una esperienza connotata da un forte elemento formativo come quella del progetto Junior Achievement trova terreno fertile negli studenti, desiderosi di ampliare le proprie competenze in questo ambito.

E, infatti, l'esperienza di *Impresa in azione*, oltre a essere divertente ed entusiasmante, è riconosciuta implicitamente dai partecipanti come un'opportunità di apprendimento pratico complementare alla scuola, perché va ad incidere maggiormente proprio su quelle dimensioni lasciate scoperte dall'agenzia formativa: le competenze trasversali e, in particolare, quelle legate al mercato del lavoro e al mondo produttivo aziendale.

Il futuro tra attese, scelte e progetti

Ricapitolando quanto appena illustrato, possiamo dire che i ragazzi intervistati mostrano di essere ben integrati nell'ambiente scuola, di esperire relazioni scolastiche positive, sia tra pari sia con la componente adulta, di essere poco soddisfatti della trasmissione di quelle competenze strettamente connesse con il mercato del lavoro e, quando vi prendono parte, ritengono che l'esperienza impresa di studenti riesca in parte a compensare questa carenza.

Ma quali sono le attese e le rappresentazioni dei giovani studenti circa il loro futuro professionale e il mercato del lavoro?

Il futuro: vincolo o risorsa?

Per quanto le rappresentazioni diffuse tendano a dipingere i giovani come una categoria sociale tesa entusiasticamente verso il futuro, le indagini svolte in questo campo evidenziano le difficoltà che si hanno in adolescenza non solo di prefigurare il proprio avvenire, ma anche di considerarlo come categoria interpretativa.

Nel contesto contemporaneo di elevata flessibilità e forti mutamenti, il futuro che non sia più che prossimo appare come un'entità astratta e poco controllabile. Fare dei progetti su di sé e sulla propria vita diventa allora un'operazione complessa, che esige cautela, utile più ad orientare le proprie scelte quotidiane che a ideare un percorso compiuto per gli anni futuri. Troppe sono le variabili che possono intervenire modificando i propri progetti e i propri desideri ed è sempre bene avere una soluzione di riserva, una possibilità di tornare indietro per imboccare una nuova strada.

Per esplorare questi aspetti il questionario proponeva agli intervistati alcune coppie di frasi invitandoli a scegliere quale delle due affermazioni sul futuro si avvicinava maggiormente alla propria interpretazione. I risultati sono esposti nella tabella 4 e possono essere comparati a quelli emersi da analoghe indagini svolte a livello nazionale da Istituto IARD in questi ultimi anni⁶.

La lettura dei dati conferma sostanzialmente le considerazioni appena riportate: il futuro appare parimenti sia come un luogo di opportunità che come un ambito di rischi ed incognite; è importante avere obiettivi e mete che guidino le proprie scelte e, allo stesso tempo, è necessario anche avere la consapevolezza che non ci si può focalizzare su un unico progetto, ma che bisogna tenersi aperte quante più opportunità sia possibile; il successo è frutto più del lavoro e dell'impegno che della fortuna, ma richiede l'assunzione di una dose di rischio; mentre sulla reversibilità di ogni scelta il campione si spezza in due posizioni fortemente distinte tra chi ritiene che non ci possa essere nessuna scelta che sia "per sempre" e chi ritiene vero il contrario.

Il fatto di avere o non avere partecipato a un'impresa di studenti non cambia l'atteggiamento rispetto a queste domande, influenzate maggiormente da variabili strutturali (background familiare, tipo di percorso scolastico scelto al termine delle scuole medie inferiori, etc.). Anche se osservando le prime espressioni è possibile notare che i partecipanti al progetto evidenziano una maggiore positività verso il proprio futuro come risorsa.

6 Si vedano le diverse pubblicazioni dell'Istituto IARD e, in particolare, de Lillo A., *I valori e l'atteggiamento verso la vita, in Rapporto Giovani. Sesta Indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, op. cit.

Tab. 4 – Gli atteggiamenti verso il futuro
% di risposte positive alle coppie di frasi proposte

	<i>Studenti Impresa in azione</i>	<i>Altri studenti</i>
Quando penso al mio futuro lo vedo pieno di possibilità e di sorprese	44	42
Quando penso al mio futuro lo vedo pieno di rischi e di incognite	44	50
Nella vita è importante avere degli obiettivi e delle mete	78	80
È inutile fare tanti progetti perché succede sempre qualcosa che ci impedisce di realizzarli	17	16
Se non si fanno presto delle scelte ben precise è difficile riuscire nella vita	18	119
Nella vita è meglio tenersi sempre aperte molte possibilità e molte strade	76	79
Il successo dipende dal lavoro sodo e la fortuna conta poco	57	59
Non è saggio fare tanti programmi per il futuro perché molto dipende dalla fortuna	28	27
Al giorno d'oggi per riuscire nella vita è necessario saper rischiare	56	55
Non è mai saggio rischiare, meglio essere prudenti e saper valutare sempre le proprie forze	37	40
Anche le scelte più importanti della vita non sono mai per sempre, possono essere sempre riviste	46	46
Nella vita viene sempre il momento delle scelte decisive dalle quali non si può tornare indietro	47	47
Base minima	471	452

Dopo la scuola: le scelte post-diploma

La maggior parte dei ragazzi e delle ragazze intervistate non vede l'acquisizione del diploma come il momento di conclusione dei propri studi, ma, anche se in modi e con forme diverse, ipotizza il proseguimento a livello universitario.

Coloro che intendono abbandonare gli studi per dedicarsi unicamente alla ricerca di un impiego sono poco più del 25%, senza grandi differenze tra chi ha partecipato al progetto *Impresa in azione* e chi ne è rimasto escluso.

La scelta più diffusa è quella di dedicarsi unicamente agli studi universitari (43% tra i partecipanti all'impresa di studenti, 39% tra gli altri), anche se una quota cospicua di ragazzi ritiene di poter coniugare studio e ricerca di una occupazione. Interessante anche sottolineare come il 5% degli intervistati pensi di andare a fare un'esperienza all'estero prima di scegliere in maniera definitiva quale sarà la sua strada.

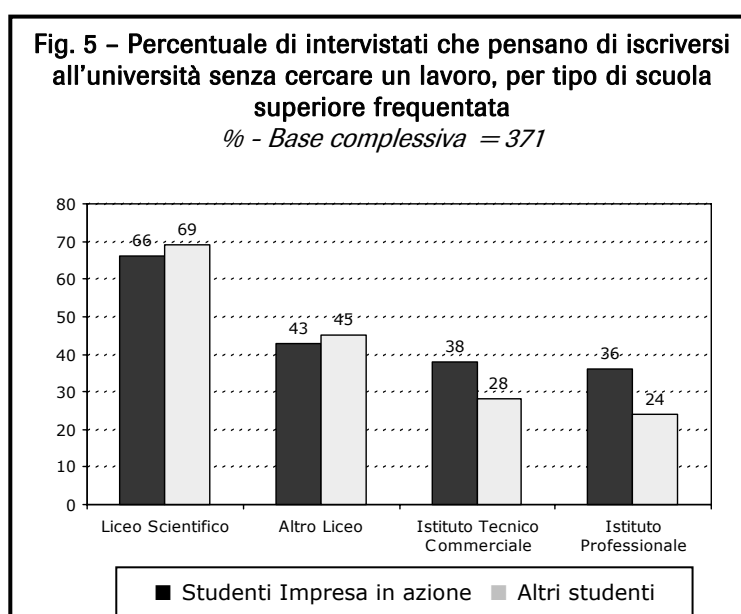
Tab. 5 – Scelte post-diploma

% di risposta alla domanda "Quest'anno prenderai la maturità. Cosa pensi che farai dopo aver conseguito il diploma?"

	<i>Studenti Impresa in azione</i>	<i>Altri studenti</i>
Cercherò lavoro in Italia	25	28
Andrò all'università in Italia	43	38
Andrò all'università e contemporaneamente lavorerò in Italia	21	23
Andrò a trascorrere un periodo all'estero (di studio o lavoro)	5	5
Altro	2	4
Non so, non ho ancora deciso	4	2
Base minima	467	444

Come le rappresentazioni verso il futuro – di cui è parte – anche la scelta dopo la scuola superiore è legata in maniera molto più forte alla situazione ascritta del ragazzo che non alle scelte e alle propensioni individuali. Quasi il 70% degli iscritti ad un liceo scientifico è certo che proseguirà gli studi a livello universitario, mentre il 46% di chi frequenta un istituto professionale è certo di lasciare lo studio per la ricerca di una occupazione. Gli stessi andamenti si possono osservare se si prendono in considerazione la classe sociale o il livello culturale dei genitori.

In questo contesto, un progetto, per quanto interessante e coinvolgente, difficilmente riesce a produrre cambiamenti nelle propensioni di scelta. Nel nostro caso, tenendo sotto controllo il tipo di scuola frequentata, in realtà emerge come la partecipazione al progetto *Impresa in azione* comporti una crescita della percentuale di ragazzi che intendono proseguire gli studi tra gli iscritti agli istituti tecnico-commerciali e professionali (figura 5). Alla luce di questi risultati è possibile ipotizzare che la partecipazione all'esperienza dell'impresa di studenti, che ha consentito di mettersi alla prova al di fuori degli schemi scolastici consueti, abbia prodotto in questi ragazzi una crescita del livello di stima di sé, di fiducia nelle proprie capacità e di entusiasmo che li spinge più facilmente a propendere per la prosecuzione degli studi una volta conseguito il diploma.



A coloro che hanno dichiarato di pensare di iscriversi all'università è stato chiesto se avessero già scelto il tipo di facoltà: la tabella 6 presenta la distribuzione delle risposte accorpate per gruppo disciplinare.

Facendo riferimento solo agli studenti dei licei scientifici e degli istituti tecnico-commerciali (le uniche tipologie per le quali la numerosità campionaria permette approfondimenti statisticamente significativi), si può osservare come la generale tendenza ad una maggiore preferenza per gli studi economici di chi ha partecipato al progetto *Impresa in azione*, si presenti in misura accentuata: tra i ragazzi dei licei scientifici pensano di iscriversi ad un facoltà del gruppo economico-statistico il 13% tra coloro che hanno partecipato al progetto e il 3% tra chi non lo ha fatto; tra i ragazzi degli istituti tecnico-commerciali, se il 32% di chi ha partecipato al progetto pensa di iscriversi ad economia, lo stesso avviene solo per il 24% di chi non ha partecipato.

Tab. 6 – Le scelte universitarie

*% di risposta alla domanda "Se pensi di andare all'università a quale corso di laurea pensi che ti iscriverai?"
Per gruppo disciplinare.*

	<i>Studenti Impresa in azione</i>	<i>Altri studenti</i>
Gruppo economico-statistico	25	14
Gruppo politico-sociale / giuridico / psicologico	20	18
Gruppo linguistico / letterario / insegnamento	10	13
Gruppo ingegneria / architettura	9	12
Gruppo medico	5	12
Gruppo scientifico / geo-biologico / chimico-farmaceutico	6	7
Altro	3	5
Non ho ancora deciso / non risponde	23	18
Base	342	314

Il futuro professionale

Considerando, infine, le previsioni circa l'avvenire professionale, i ragazzi intervistati, immaginando il proprio futuro lavorativo, evidenziano la consapevolezza che, qualsiasi sia la professione che faranno, dovranno sempre mantenere alto il proprio livello di aggiornamento e che le competenze acquisite sino ad ora non potranno essere sufficienti (tabella 7).

Due su tre immaginano di avere un lavoro fisso e solo uno su sei si vede precario nel lungo periodo. Tra chi ha partecipato al progetto e chi non lo ha fatto c'è una sostanziale convergenza anche nella proiezione rispetto al binomio lavoro autonomo – lavoro dipendente, con una leggera prevalenza di quest'ultimo. Maggiori differenze, invece, si scorgono sull'immagine di successo legata al proprio lavoro. Tra i ragazzi che hanno partecipato al progetto *Impresa in azione* è più alta sia la percentuale di chi ritiene che avrà successo, sia quella di chi ritiene che potrà avere un lavoro ben pagato: coloro che hanno preso parte all'esperienza di impresa di studenti, non solo tendono a essere lievemente più ottimisti verso il futuro in generale – per quanto visto in precedenza – ma anche circa il loro futuro professionale.

Tab. 7 – Le immagini del futuro professionale

% di risposta alla domanda "Pensati tra qualche anno, quando avrai finito gli studi e sarai entrato nel mercato del lavoro. Come ti immagini? Per ciascuna delle seguenti coppie di frasi, segna quella a cui ti senti più vicino."

	<i>Studenti Impresa in azione</i>	<i>Altri studenti</i>
Sarò un lavoratore autonomo (imprenditore, libero professionista, artigiano...)	39	36
Sarò un lavoratore dipendente	40	41
Avrò un lavoro fisso	66	65
Sarò un lavoratore flessibile	16	18
Avrò avuto successo	53	45
Non avrò avuto successo	10	11
Avrò un lavoro ben pagato	62	55
Avrò un lavoro poco pagato	9	11
Dovrò tenermi sempre aggiornato	85	83
Le competenze assunte a scuola o all'università basteranno	5	5
Base minima	469	451

Per ogni coppia di frasi il complemento a 100 è dato dalla quota di intervistati che hanno dichiarato di non sapere scegliere tra le affermazioni proposte.

Se la prefigurazione del lavoro reale vede primeggiare il lavoro alle dipendenze, lasciando libera l'immaginazione, sia i ragazzi del progetto che quelli del gruppo di controllo dichiarano di preferire il lavoro in proprio, che garantisce una maggiore autonomia ed una migliore capacità autorealizzativa, dimensioni valorizzate e auspiccate dai giovani. Infatti, questo è un elemento culturale trasversale alla popolazione giovanile, legato alla valorizzazione sempre maggiore delle competenze espressive del lavoro a scapito di quelle strumentali⁷.

Tab. 8 – Le immagini del futuro professionale

% di risposta alla domanda "Immaginati tra qualche anno, quando sarai lavoratore: potendo scegliere liberamente potresti fare un lavoro..."

	<i>Studenti Impresa in azione</i>	<i>Altri studenti</i>
Autonomo, in proprio	53	53
Dipendente in un ente pubblico	19	21
Dipendente in un'azienda privata	16	12
Non so	12	14
Base	467	447

⁷ Si vedano a tal proposito i diversi rapporti dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile.

Mercato del lavoro e imprenditorialità

Questo il quadro circa le rappresentazioni e le attese del futuro. Ma come viene percepito il lavoro? Quali sono le dimensioni interne ad esso maggiormente valorizzate dagli studenti intervistati?

Il lavoro: cosa è importante?

I risultati delle indagini dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile e, più in generale le analisi condotte attraverso la banca dati dell'Istituto IARD, hanno contribuito a consolidare l'ipotesi che le rappresentazioni del lavoro siano cambiate in modo consistente nell'arco degli ultimi venti anni⁸.

I giovani, pur consapevoli della propria posizione di relativa marginalità sul mercato e delle difficoltà che potranno incontrare nell'ingresso, vivono tale condizione senza manifestare eccessive preoccupazioni, almeno nel breve periodo: la condizione di marginalità rispetto al mercato del lavoro viene considerata dai giovani come condizione strumentale e/o desiderabile e/o reversibile, compatibile con percorsi di strutturazione/definizione dell'identità professionale ma soprattutto con un periodo di in-decisione⁹ che consente di filtrare e selezionare, tra tutte le opportunità disponibili, quella con il punto di equilibrio migliore tra spettro di interessi personali e necessità di stabilizzazione dei percorsi professionali.

Questo rapporto tra aspetti espressivi (legati alla realizzazione personale) e aspetti strumentali (legati all'acquisizione di risorse materiali ed economiche) dell'attività lavorativa è attestato dalla graduatoria di importanza che i giovani del campione di studenti – che, è opportuno sottolineare, in larga misura non hanno svolto attività lavorative – attribuiscono ai differenti aspetti del lavoro.

La percentuale di intervistati che hanno indicato punteggi molto elevati (da 8 a 10), ottenuti dalle diverse dimensioni, ci dice che i ragazzi ritengono “molto importante” l'interesse per il lavoro, subito seguito dalla sicurezza del guadagno ogni mese e dalla stabilità del posto di lavoro, aspetti condivisi da entrambi i sotto-campioni e che risultano rappresentativi di orientamenti diffusi e comuni alla popolazione giovanile.

Al polo opposto, gli aspetti considerati meno rilevanti dagli studenti intervistati sono gli orari di lavoro ridotti, la possibilità di gestire il tempo di lavoro in modo flessibile e di influenzare le decisioni dell'azienda: sono dimensioni che trovano in generale una scarsa considerazione da parte degli studenti, probabilmente perché sono aspetti del lavoro che da un lato difficilmente possono essere gestiti in astratto, indipendentemente dai processi produttivi e dalle condizioni concrete di lavoro, e dall'altro sui quali è sempre difficile per il lavoratore avere forme di controllo e di gestione.

Ad integrazione di questi primi risultati è possibile osservare che anche altri aspetti maggiormente legati alla dimensione sociale del lavoro – sia in senso ostentativo sia in direzione solidaristica – trovano scarsa considerazione da parte dei giovani (prestigio sociale e utilità sociale del lavoro svolto). Trova conferma l'ipotesi della rilevanza per i giovani di tenere assieme e integrare tanto le

⁸ Si vedano a tal proposito i diversi rapporti dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile.

⁹ P.G. Bresciani e M. Franchi, *Biografie in transizione. I progetti lavorativi nell'epoca della flessibilità*, Franco Angeli, Milano, 2006

dimensioni di espressività diffuse nelle società post-moderne quanto le dimensioni strumentali, quali la necessità di stabilità della professione, la sicurezza del posto di lavoro e la certezza delle risorse economiche.

Tab. 9 – Aspetti importanti del lavoro

% di voto da 8 a 10 in risposta alla domanda “Ogni persona desidera dal proprio lavoro cose differenti. Pensando al tuo lavoro futuro, per te, personalmente, quanto sono importanti i seguenti aspetti del lavoro? Esprimilo sulla scala da 1 a 10.”

	<i>Studenti Impresa in azione % voti 8-10</i>	<i>Altri studenti % voti 8-10</i>
Passione per quello che fai	88	91
Sicurezza del guadagno ogni mese	89	86
Stabilità del posto	86	87
Buoni rapporti con i colleghi	83	80
Buoni rapporti con i superiori	83	81
Possibilità di crescita delle capacità personali	78	79
Possibilità di fare carriera	77	74
Guadagno	74	71
Utilizzo delle proprie capacità	71	72
Possibilità di esprimere la propria creatività	72	71
Autonomia nell'organizzare il lavoro	67	69
Utilità sociale del lavoro	55	61
Prestigio sociale del lavoro	51	53
Possibilità di influenzare le decisioni dell'azienda	55	52
Orari di lavoro da gestire in modo flessibile	44	48
Orari di lavoro ridotti	34	32
Base	471	452

L'identikit dell'imprenditore di successo

Un altro elemento rilevante per verificare come i giovani si rappresentano il lavoro è analizzare le dimensioni che, nella percezione degli studenti intervistati, connotano le attività autonome e imprenditoriali rispetto alle forme di lavoro dipendente. Questo è un primo elemento che può consentire, da un lato, di definire i contorni dell'immagine sociale del lavoro imprenditoriale e autonomo e, dall'altro, di evidenziare gli elementi che segnalano una distanza percepita tra lavoro dipendente e attività autonome.

Le due dimensioni che connotano maggiormente le attività imprenditoriali sono legate alla responsabilità decisionale («L'imprenditore molto spesso deve prendere decisioni da solo») e alla necessità di essere sempre innovativo («L'imprenditore per avere successo deve innovare continuamente»). Su queste due dimensioni – centrali per l'esercizio delle attività imprenditoriali –

gli studenti che hanno partecipato all'esperienza di *Impresa in azione* manifestano un accordo superiore, rispetto a quello espresso dagli studenti che non hanno partecipato all'esperienza (si confrontino le percentuali di coloro che si dichiarano molto d'accordo con le affermazioni proposte, attribuendo un voto da 8 a 10, in una scala virtuale da 1 a 10, in cui 1 equivale a niente d'accordo e 10 a molto d'accordo: vedi tabella 10).

Un primo effetto dell'esperienza con un'impresa di studenti è, dunque, di tipo informativo: in altre parole, sotto il profilo cognitivo, gli studenti che hanno partecipato a *Impresa in azione* tendono a evidenziare una maggiore consapevolezza rispetto a numerosi aspetti (sia positivi sia negativi) dell'inserimento nel mercato del lavoro attraverso attività imprenditoriali e autonome e, di conseguenza, raggiungono punteggi più alti rispetto a molte dimensioni distintive del ruolo professionale.

Tra gli aspetti che sulla polarità opposta raggiungono, invece, consensi ridotti, troviamo la dimensione relativa al tempo necessario per apprendere le competenze specifiche del ruolo professionale e la dimensione immateriale – sganciata dall'esecuzione di attività pratiche ma legata a una prospettiva di gestione di persone (*human resources*) e conoscenze (*knowledge*) – del lavoro dell'imprenditore: meno del 10% degli intervistati si dichiara molto d'accordo (voti da 8 a 10) con le espressioni «Per apprendere le competenze di un imprenditore ci vuole poco tempo» e «Il lavoro dell'imprenditore è prevalentemente di tipo manuale»: i ragazzi, dunque, riconoscono che il lavoro dell'imprenditore richiede tempi lunghi di apprendimento e si fonda su attività di tipo organizzativo-gestionali.

Infine, è sul tema delle competenze distintive dell'imprenditore che possiamo andare a verificare quali siano le percezioni degli studenti e, di conseguenza, possiamo identificare quali capacità vengono considerate rilevanti per l'esercizio del ruolo professionale.

Tra le competenze che per gli studenti intervistati hanno la maggiore rilevanza troviamo le cosiddette meta-competenze, competenze cioè legate alla capacità di governare sistemi e processi, fortemente connesse a una prospettiva di tipo manageriale: saper prendere decisioni, gestire gli imprevisti in tempi rapidi, gestire le emergenze, saper risolvere i problemi. Sono competenze che non solo caratterizzano il ruolo dell'imprenditore come gestore di situazioni di forte incertezza e 'turbolenza' ma che risultano largamente condivise sia dagli studenti che hanno fatto esperienza con *Impresa in azione* sia da quelli che non vi hanno partecipato. Non solo, immediatamente dopo queste capacità e competenze ne troviamo altre considerate molto importanti per l'imprenditore: sono la capacità di programmare bene le attività aziendali, la conoscenza approfondita delle opportunità del territorio, la capacità di adattarsi continuamente ai cambiamenti e, infine, la capacità di saper prevedere come andrà il mercato.

Anche la rilevanza di queste competenze rafforza la percezione del lavoro dell'imprenditore come un'attività fortemente centrata sulla gestione dei processi interni all'impresa ma con forti connessioni con l'ambiente di riferimento sia locale (il territorio e le sue opportunità) sia globale (i mercati e le dinamiche di cambiamento), connessione che diventa un elemento fondamentale di successo per l'impresa.

Le competenze che, invece, hanno minor rilevanza per gli studenti intervistati sono la capacità di comandare e il sapere delegare.

È opportuno sottolineare come l'accordo degli studenti che hanno partecipato a *Impresa in azione* sia quasi sempre più elevato – seppur di poco – rispetto a quello attribuito dagli studenti che non vi hanno partecipato.

Tab. 10 – Lavoro dipendente e lavoro imprenditoriale a confronto

% di voto da 8 a 10 in risposta alla domanda "Ti elencherò ora alcune affermazioni sul lavoro di imprenditore e sul lavoro dipendente. Dovresti dirmi quanto sei d'accordo con ciascuna affermazione da 1 a 10, dove 1 indica che non sei per niente d'accordo e 10 che sei totalmente d'accordo."

	<i>Studenti Impresa in azione % voti 8-10</i>	<i>Altri studenti % voti 8-10</i>
L'imprenditore molto spesso deve prendere decisioni da solo	64	60
L'imprenditore per avere successo deve innovare continuamente	63	56
Il lavoro dell'imprenditore è più rischioso di quello dipendente, sotto il profilo economico	63	58
L'imprenditore ha molta più libertà di gestire la propria giornata lavorativa di un lavoratore dipendente	57	49
L'imprenditore ha più soddisfazione personale di chi lavora alle dipendenze	55	57
L'imprenditore solitamente guadagna molto	50	51
Il lavoro dipendente è molto più ripetitivo di quello dell'imprenditore	53	49
L'imprenditore paga più tasse di un lavoratore dipendente	47	41
Il lavoro dipendente è più tutelato di quello dell'imprenditore	41	40
L'imprenditore lavora molte ore al giorno	36	33
I ritmi e i tempi di lavoro di un imprenditore sono decisi dalla clientela e non da lui	36	36
L'imprenditore è libero di gestire i suoi tempi di lavoro	35	30
Il lavoro dell'imprenditore si basa fundamentalmente su capacità tecniche	20	19
L'imprenditore ha meno tempo libero di chi lavora alle dipendenze	32	28
Il lavoro dipendente è meno stressante di quello dell'imprenditore	31	25
Diventare imprenditore è il sogno di tutti	27	25
La capacità di lavorare in gruppo non è importante per un imprenditore	12	13
Il lavoro dell'imprenditore si basa più sulla tradizione che sull'innovazione	12	9
Il lavoro dell'imprenditore è prevalentemente di tipo manuale	6	6
Per apprendere le competenze di un imprenditore ci vuole poco tempo	7	9
Base	471	452

Tab. 11 – I giovani guardano il lavoro dell'imprenditore: le competenze distintive
% di voto da 8 a 10 in risposta alla domanda "Immagina un piccolo imprenditore. Secondo te, perché abbia pieno successo sono importanti le seguenti competenze?"

	<i>Studenti Impresa in azione % voti 8-10</i>	<i>Altri studenti % voti 8-10</i>
Saper prendere decisioni	85	82
Saper gestire gli imprevisti in tempi rapidi	83	81
Saper gestire le emergenze	82	81
Saper risolvere i problemi	77	76
Saper programmare bene le attività aziendali	78	76
Conoscere bene tutti i processi gestionali di un'azienda	74	75
Sapersi adattare continuamente ai cambiamenti	74	73
Conoscere bene le opportunità del territorio	76	76
Conoscere tutte le caratteristiche tecniche del prodotto che produce	73	72
Saper prevedere come andrà il mercato	75	72
Essere creativo	73	70
Saper organizzare il suo lavoro a seconda delle richieste della clientela	73	71
Saper gestire gruppi di lavoro	68	66
Saper organizzare bene il proprio tempo	68	66
Sapersi continuamente motivare	68	64
Saper organizzare bene il tempo dei suoi dipendenti	64	65
Sapersi innovare continuamente	61	64
Aspirare al successo	66	60
Conoscere bene il sistema fiscale	65	65
Saper lavorare sodo	51	49
Saper comandare gli altri	41	37
Saper delegare	10	15
Base	471	452

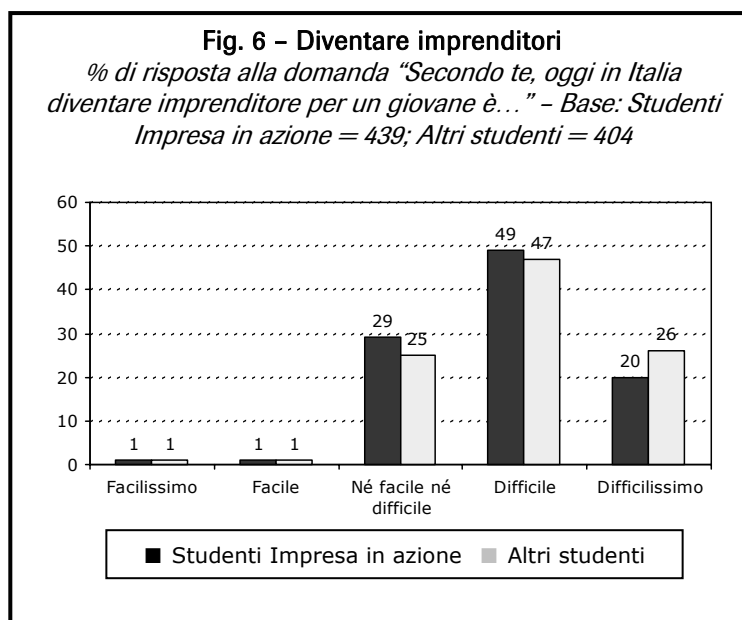
Anche questa analisi conferma il ruolo dell'esperienza con l'impresa di studenti nel costruire un giudizio informato e nell'incrementare il livello di consapevolezza circa le capacità e le competenze maggiormente rilevanti per fare l'imprenditore.

Diventare imprenditore: sogno o progetto?

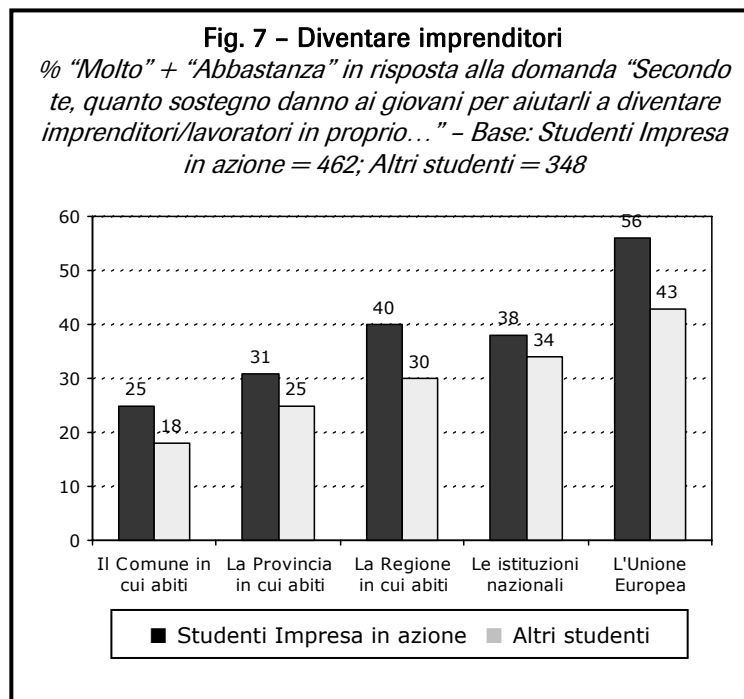
Dopo aver analizzato come il lavoro autonomo sia largamente desiderato tra i giovani e come gli intervistati organizzano le loro rappresentazioni del mondo imprenditoriale, passiamo ora a considerare la reale propensione a passare da sogni a progetti imprenditoriali.

In primis, i dati circa la percezione delle opportunità fornite dal contesto socio-economico attuale mostrano come gli intervistati riconoscano la difficoltà di intraprendere un percorso lavorativo autonomo (figura 6): quasi nessuno definisce semplice diventare imprenditore oggi in Italia mentre, al contrario, circa un giovane su quattro lo reputa difficilissimo.

In questo scenario, cauto e orientato al pessimismo, gli studenti che hanno vissuto l'esperienza di *Impresa in azione* si rivelano leggermente più possibilisti, rispetto ai compagni, escludendo più facilmente il livello massimo di difficoltà.



Ma chi può facilitare il percorso per diventare imprenditori? Ai ragazzi intervistati è stato chiesto di indicare il livello di aiuto che, secondo loro, alcune istituzioni amministrative, a partire dal Comune di residenza fino all'Unione Europea, offrono ai giovani che desiderano diventare imprenditori. La figura 7 mostra i risultati emersi.



Diversi gli spunti di riflessione suggeriti da questi indicatori: in prima istanza, è possibile osservare che più lontane sono le istituzioni, più i giovani hanno la percezione che siano di aiuto a coloro che vogliono tentare la carriera di imprenditore; in secondo luogo, l'Unione Europea è l'organismo amministrativo che viene percepito dai giovani come il più attivo nel sostenere queste azioni di supporto, con uno scarto consistente rispetto agli altri attori; infine, su questo atteggiamento l'esperienza con l'impresa di studenti esercita una, seppur lieve, influenza infondendo nei ragazzi una maggiore fiducia nell'impegno che queste istituzioni mettono in campo per aiutare i giovani ad avviare una attività in proprio. E questo atteggiamento diversificato si presenta più incisivo nel caso di Unione Europea e Regione, che, peraltro, è l'intermediario locale degli interventi provenienti dall'Unione Europea (si pensi, ad esempio, alla gestione del Fondi strutturali, in particolare del F.S.E. - Fondo Sociale Europeo).

L'esperienza dell'impresa di studenti, dunque, pur in un contesto che viene percepito generalmente come difficoltoso per un giovane che voglia intraprendere la strada del lavoro autonomo, sembra contribuire a valutare più positivamente gli interventi agiti dalle istituzioni per far fronte allo status quo poco incoraggiante, soprattutto nel caso dell'Unione Europea.

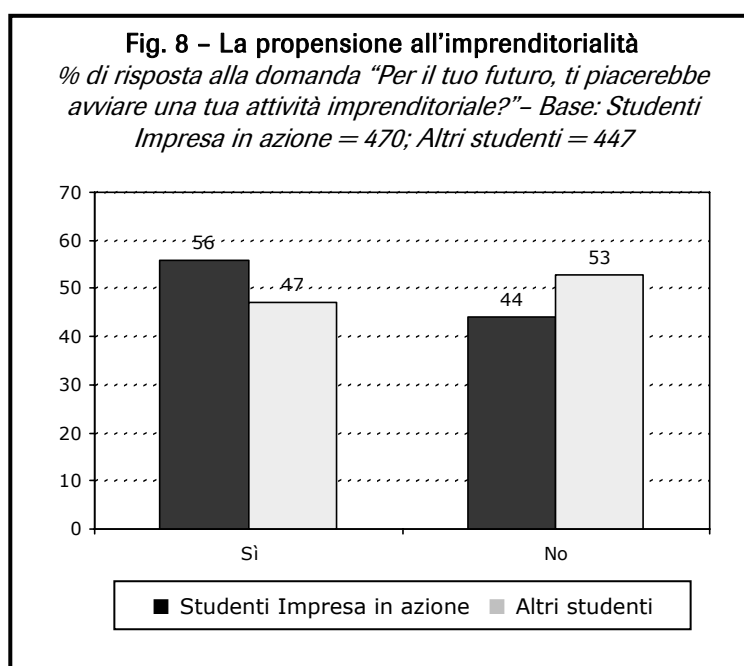
Dunque: gli intervistati si trovano ad agire e a programmare il loro futuro personale e professionale in un contesto che percepiscono come poco agevole per un giovane che voglia avviare una propria attività, anche se riconoscono un ruolo attivo e positivo ad alcune istituzioni.

Precedentemente abbiamo anche potuto osservare che, proiettati nel futuro, i giovani intervistati si vedono inseriti nel mercato del lavoro tendenzialmente in modo positivo: con un lavoro stabile e con una buona remunerazione.

A partire da queste premesse, consideriamo ora i desideri che i giovani hanno circa il loro futuro professionale posti di fronte alla possibilità, del tutto ipotetica e virtuale, di diventare imprenditori.

La figura 8 mostra che – ricordiamolo, sul piano dei desideri – il lavoro autonomo imprenditoriale esercita una forte attrattiva sui giovani. Anche questo dato si inserisce in modo coerente nel più ampio panorama nazionale relativo all'intera popolazione giovanile che sembra apprezzare più frequentemente il lavoro autonomo rispetto a quello dipendente e, ancora più, di quello presso strutture pubbliche¹⁰.

Ciò può essere visto come il risultato di un insieme di fattori diversi tra i quali un mercato del lavoro che presenta una componente di rischio e flessibilità anche in posizioni tradizionalmente sicure; un investimento da parte delle nuove generazioni in percorsi formativi sempre più impegnativi e prolungati, che alimentano attese sempre più elevate circa la propria realizzazione professionale; una valorizzazione sempre più marcata da parte dei giovani, accanto alla dimensione della sicurezza e della stabilità, della dimensione espressiva del lavoro come possibilità di esprimere e realizzare se stessi, a scapito della componente strumentale¹¹: il lavoro autonomo sembra rispondere in modo efficace a queste sollecitazioni emergenti presso la popolazione giovanile.



Osservando la figura è possibile rilevare come l'esperienza di *Impresa in azione* influisca in modo non marginale sui desideri di imprenditorialità: tra i due campioni, infatti, esiste uno scarto

10 Si vedano le diverse pubblicazioni dell'Istituto IARD e *Rapporto Giovani. Sesta Indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, op. cit.

11 Si vedano: Barone C., *I giovani e il lavoro. Esperienze, bisogni ed aspettative delle nuove generazioni davanti al lavoro che cambia*, pubblicazione a cura di Adecco S.p.a., 2004; Argentin G., Colombo S. e Fullin G. (a cura di), *Passaggi d'impresa. La trasmissione dell'azienda artigiana in Lombardia*, Milano, Franco Angeli, 2006; *Rapporto Giovani. Sesta Indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, op. cit.

percentuale consistente a favore di coloro che hanno partecipato all'iniziativa che rivelano un entusiasmo maggiore.

È noto che nel nostro Paese aspirazioni e desideri circa l'imprenditorialità risentono notevolmente di variabili di tipo ascrittivo sui cui effetti solo politiche attive di ampio respiro possono influire: anche se le basi numeriche non consentono di affermare con certezza questi andamenti¹², i dati mostrano come appaiano più propensi all'imprenditorialità i maschi, coloro che hanno genitori già imprenditori (autonomi) o appartengono a famiglie di classe superiore, coloro che stanno sperimentando percorsi scolastici maggiormente orientati all'economia e alla gestione aziendale.

Pur all'interno di questo contesto, va riconosciuto che l'intervento di *Impresa in azione* esercita un ruolo di catalizzatore positivo. Segnale, questo, che iniziative formative orientate al mondo aziendale hanno lo spazio e la potenzialità di ampliare gli orizzonti e le attese dei giovani. Pertanto, è auspicabile un investimento sempre maggiore in questa direzione da parte di tutti gli stakeholders coinvolti, per favorire lo sviluppo delle potenzialità latenti che, altrimenti, rischiano di non essere riconosciute nemmeno dai soggetti che ne sono portatori e protagonisti. Questo col fine ultimo di creare un sistema che, favorendo il migliore *matching* tra desideri e aspirazioni da una parte e opportunità di mercato dall'altra, possa incrementare la propria efficienza complessiva e, quindi, accrescere la propria competitività.

¹² Che, peraltro, si mostrano in linea con i risultati di altre indagini empiriche (si veda anche Argentin G., Colombo S. e Fullin G. (a cura di), *Passaggi d'impresa. La trasmissione dell'azienda artigiana in Lombardia*, Milano, Franco Angeli, 2006).

Perché diventare imprenditore?

Sostanzialmente perché è una possibilità di realizzare se stessi. Come mostra la tabella 12, che presenta la percentuale di coloro che vi hanno attribuito un'elevata influenza (punteggi pari o superiori a 8), anche in questo caso i due sottocampioni non mostrano di differenziarsi: se l'aver partecipato alla realizzazione di un'impresa di studenti incide, a monte, sul livello di entusiasmo, una volta che condividono il desiderio di diventare imprenditori, i fattori motivazionali sembrano avere più o meno la stessa rilevanza per i ragazzi.

Coerentemente con quanto accennato più sopra, l'attrattiva del lavoro imprenditoriale sembra risiedere principalmente nei margini di espressività individuale che concede. Gli obiettivi che emergono come prioritari, infatti, sono legati alla possibilità di esprimere se stessi, all'autorealizzazione, alla prova di sé e alla possibilità di essere protagonisti del proprio agire professionale e dei suoi esiti mentre sembra meno prioritario – anche se comunque importante – il riconoscimento esterno da parte del contesto sociale. Il prestigio e la ricchezza così come la possibilità di comandare o evitare di obbedire risultano ai livelli inferiori di questa graduatoria.

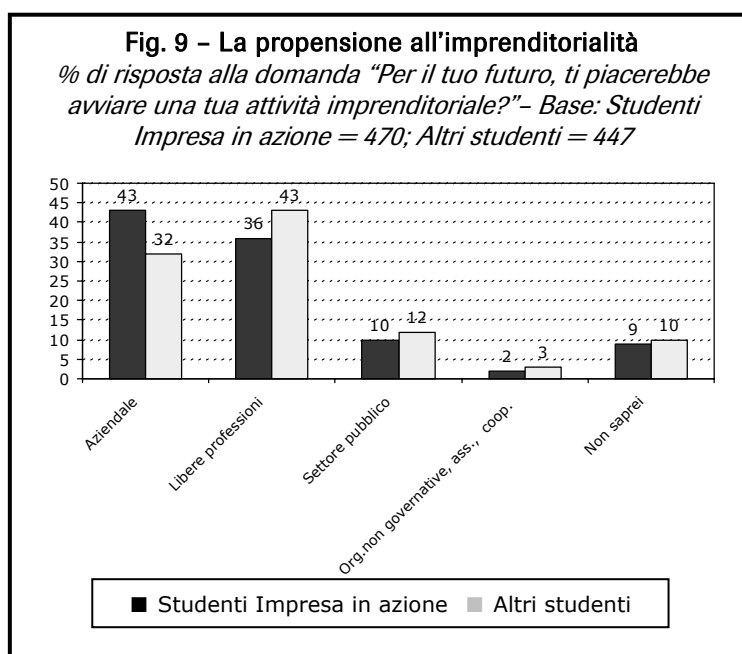
Tab. 12 – Motivazioni latenti al desiderio di diventare imprenditori
*% di voto da 8 a 10 in risposta alla domanda "Perché ti piacerebbe diventare imprenditore?
Quanto influiscono i seguenti fattori sulla tua scelta? Attribuisce a ciascuno
un voto da 1 (non conta per niente) a 10 (conta tantissimo)"*

	Studenti Impresa in azione % voti 8-10	Altri studenti % voti 8-10
Per poterti realizzare	80	80
Per decidere cosa fare della tua vita	75	73
Per vedere i risultati delle tue azioni	67	71
Per metterti alla prova	65	62
Per poter fare le cose da te	59	60
Per avere successo	57	60
Perché ti piacciono le sfide	56	54
Per essere qualcuno nella società	52	54
Per diventare ricco	48	54
Per decidere liberamente i tuoi ritmi di lavoro	48	48
Per non dover obbedire a nessuno	50	50
Perché hai le caratteristiche che servono	48	44
Per avere la possibilità di comandare gli altri	13	11
Perché è una tradizione di famiglia *	19	18
Base minima	255	206

**Questo valore è leggermente più elevato tra coloro che appartengono a famiglie di classe superiore o autonoma, ma rimane comunque di poco al di sopra del 4.*

Per quanto riguarda, invece, gli ambiti in cui vorrebbero investire, anche in questo caso l'aver preso parte o meno a *Impresa in azione* induce a diverse aspettative. La figura 9 indica come si posizionano i diversi macro-settori di attività proposti nel corso del questionario. Entrambi i gruppi intervistati mostrano di avere al loro interno una quota cospicua di indecisi (un intervistato su dieci) e di privilegiare il settore aziendale e le libere professioni. Tuttavia coloro che hanno partecipato all'iniziativa di creazione di un'impresa di studenti sono più fortemente sbilanciati verso il settore aziendale mentre, in modo speculare, gli altri studenti tendono a privilegiare le libere professioni.

Anche in questo caso, dunque, l'esperienza con l'impresa di studenti mostra di esercitare un ruolo di sensibilizzazione e di avvicinamento dei giovani partecipanti al mondo delle aziende, produttivo in senso stretto, che, abbiamo visto, era già emerso con altri indicatori tra i quali la desiderabilità dell'investimento in una attività autonoma (appena illustrata) e le scelte post-diploma.



Testi di Arianna Bazzanella con il contributo di Gianluca Argentin, Riccardo Grassi, Marco Vinante, Ricercatori Istituto IARD

*Junior Achievement Italia aderisce al progetto Impatto Zero® di LifeGate e compensa le emissioni di CO₂ derivate dal consumo di carta attraverso la riqualificazione e tutela di foreste in Costa Rica. La stampa della presente pubblicazione è stata affidata a Gam Edit srl, la prima litografia che adotta un ciclo produttivo a basso impatto ambientale.
Un gesto in più a favore di un'economia sostenibile.*