



# Rapporto Orientamento

## Tra offerta e domanda: gli ultimi dati nazionali

ANNA GRIMALDI



**RAPPORTO  
ORIENTAMENTO**

Il tempo della crisi si accompagna anche a inevitabili condizioni di disorientamento e confusione. L'orientamento deve rispondere a una rinnovata domanda di conoscenza e ricerca:

conoscenza e ricerca di nuovi sbocchi occupazionali, di esperienze formative, di informazioni e dati sul mondo della scuola, dell'università e del lavoro.

Questa esigenza si registra sia da parte di chi fruisce dei servizi come cittadino, sia da coloro che li programmano o li offrono

In tale mutato scenario si modificano anche gli oggetti dell'orientamento che vedono spostare il focus da un ambito strettamente lavorativo a uno sui modelli di vita dove i soggetti devono essere agenti della loro stessa socializzazione alla carriera e raggiungere una migliore integrazione tra i vari ruoli agiti in una società sempre più complessa.

L'oggetto dell'orientamento oggi è dunque la costruzione continua del sé nell'ottica del "*life-designing*". Una concezione *lifelong*, dove gli elementi da esplorare sono complessi: la storia di vita personale, il rapporto tra molteplicità delle esperienze e dei percorsi, la "pensabilità" del futuro e ri-progettabilità personale; la costruzione di sé contestuale alla costruzione del percorso professionale.

In tale ottica è necessario che alla concezione *lifelong* si affianchi una concezione *lifewide* e *lifedeep*.

Nella “società delle transizioni” due questioni appaiono di interesse per l’indagine qui sviluppata:

- lo scenario della crisi globale e delle misure messe in campo per affrontarla. Da più parti è emersa l’esigenza di verificare se, e quanto, sia aumentata la domanda di orientamento tra le persone che ricorrono a questo genere di interventi;
- la necessità di innovare e migliorare la qualità dei servizi di orientamento partendo dalla scuola, la formazione e l’università, che mettono le basi per una maggiore competitività e mobilità di intelligenze e saperi.

Da un lato esiste l'esigenza di pervenire a una lettura analitica e puntuale dell'offerta di orientamento in Italia, in grado di evidenziare caratteristiche peculiari ed elementi di significatività, differenziazione, sovrapposizione e/o carenze delle attività e delle pratiche nelle diverse realtà regionali e nei diversi contesti operativi.

Dall'altro è fondamentale conoscere i bisogni e le esigenze dei destinatari finali di questi interventi, ovvero delle differenti tipologie di utenti che si sono "affacciati" sempre più numerosi sulla scena dei servizi di orientamento.

## L'ARCHIVIO NAZIONALE DELLE STRUTTURE DI ORIENTAMENTO

L'Archivio Nazionale è una **banca dati aggiornata di anno in anno e pubblicata on-line**, all'interno del quale è possibile trovare gli indirizzi e le caratteristiche di tutte le strutture censite.

Attraverso un modulo di ricerca è possibile interrogare l'archivio sulla base di **alcuni criteri specifici**: per regione, provincia, città, denominazione, sistema e tipologia di appartenenza e laddove disponibili, anche sulla base di specifiche caratteristiche organizzative (es. tipologia di utenti, servizi erogati, strumenti utilizzati, figure professionali coinvolte).

**Attualmente l'Archivio Nazionale on-line conta 15.782 strutture.**

L'Archivio è consultabile on-line sul sito [www.rapporto-orientamento.it](http://www.rapporto-orientamento.it)

## INUMERI DELL'UNIVERSO ORIENTAMENTO

Universo	UNIVERSO
Strutture offerta	<b>20.677</b>
Studenti ultimo anno scuola secondaria	473.729
Studenti università	1.800.000
Popolazione attiva	25.000.000
Professionisti del settore	23.000

L'indagine sull'offerta di orientamento in Italia, per l'annualità 2010, coerentemente con gli obiettivi previsti è stata realizzata attraverso:

- ✓ **un'analisi censuaria** mirata alla messa a punto di un archivio delle strutture e degli enti che in Italia erogano azioni di orientamento;
- ✓ **un'analisi quantitativa** mirata ad avere informazioni approfondite sulla tipologia dei servizi erogati e sui professionisti impiegati nelle strutture precedentemente identificate. Al momento hanno risposto all'invito di compilare il questionario 4.097 strutture;
- ✓ **un'analisi qualitativa**, con una differenziazione a livello regionale, provinciale e delle università, sulle governance, i servizi e i fabbisogni dei diversi territori.



## LA METODOLOGIA

Anche per la fase relativa alla lettura della domanda ci si è avvalsi di un doppio livello sia quantitativo sia qualitativo che ha consentito una lettura dei dati più dinamica e interpretativa del fenomeno.

Per l'esplorazione delle caratteristiche dell'utenza, della conoscenza, fruizione e soddisfazione rispetto all'offerta di orientamento, delle motivazioni e delle aspettative e delle dimensioni della domanda di orientamento sono state utilizzate metodologie prettamente quantitative.

L'indagine qualitativa, invece, ha riguardato due aree della ricerca: l'esplorazione della domanda di orientamento dei soggetti diversamente abili, e l'indagine riguardante l'influenza degli stereotipi sulla domanda di orientamento

### DIMENSIONI INDAGATE:

- Il profilo socio-demografico dei target
- Il grado di conoscenza degli utenti (fruitori e potenziali fruitori) sull'offerta di orientamento attualmente presente nei diversi contesti (scuola, università, lavoro)
- La fruizione dei servizi di orientamento, la soddisfazione nei confronti dei servizi usufruiti e le motivazioni alla base della mancata fruizione
- Le aspettative e le esigenze espresse dai target di utenti attuali e potenziali nei confronti dei servizi di orientamento
- Gli ostacoli all'accesso del mercato del lavoro
- Gli stereotipi e il mondo del lavoro

## ANALISI DELLA DOMANDA : IL CAMPIONE

**Il campione, stratificato sulla base di alcune variabili indipendenti, complessivamente conta 4336 soggetti così distribuiti:**

- **Scuola** 300 studenti dell'ultimo anno della scuola secondaria di 2° grado
- **Università** 400 studenti universitari
- **Lavoro** 3000 soggetti
- **Focus** sovra campione di 400 soggetti disoccupati
- 236 soggetti stranieri, residenti in Italia, occupati o disoccupati

## RISULTATI: CLIENTI CENSITI

**15.782 le strutture** che dichiarano di offrire interventi di orientamento nel nostro Paese. Tutte le informazioni relativamente alle variabili anagrafiche delle strutture censite sono riportate nell'Archivio Nazionale, consultabile on-line.

AMBITI/SISTEMA	NUMEROSITÀ
Aziende	386
Enti/centri di formazione professionale	3.337
Centri di orientamento e servizi per il lavoro	2.773
Istruzione	9.064
Università e Alta Formazione	222
<b>Totale</b>	<b>15.782</b>

I dati raccolti a proposito del sistema aziende si prestano ad una duplice lettura:

da un lato non si può non rimarcare una scarsa adesione alla ricerca probabilmente attribuibile al dato per cui l'orientamento non rappresenta un ambito d'intervento pienamente riconosciuto da tali realtà;

dall'altro non si può non notare uno slancio propulsivo e un investimento per il futuro. Per far fronte all'attuale periodo di crisi e per gestire le continue transizioni che spesso interrompono il percorso di carriera dei lavoratori, le aziende si stanno aprendo sempre di più a pratiche orientative di diversa natura.

Se quindi è vero che ancora molta strada bisognerà percorrere perché l'orientamento rientri a pieno titolo tra i servizi offerti dalle stesse aziende, è certo che stiamo assistendo a un mercato cambiamento culturale in cui è possibile intravedere nuove sfide per il prossimo futuro.

I cambiamenti all'interno delle organizzazioni stanno progressivamente sconvolgendo i tradizionali percorsi di carriera e questi mutamenti aprono un varco interessante alle pratiche e agli interventi di orientamento nel lavoro. Da percorsi di carriera lineari gestiti in modo accentrato dall'organizzazione e consistenti in una serie progressiva di movimenti verso le posizioni apicali della gerarchia, si passa a percorsi di carriera cosiddetti a "spirale" e "transitori" in cui le persone rappresentano il fattore chiave e l'elemento di vantaggio competitivo per il successo dell'organizzazione

L'orientamento dei lavoratori adulti ha acquistato, negli ultimi anni, una valenza particolare connotandosi sia come uno strumento per la realizzazione della piena occupazione e della lotta all'esclusione sociale, sia come "volano" per garantire pari opportunità nelle fasi di transizione di carriera.

In questa direzione si spiega la ricca e articolata offerta di interventi orientativi per gli adulti messi in campo da enti di formazione, università e centri e servizi per il lavoro.

Gli adulti esprimono bisogni di orientamento che si fanno più complessi al variare delle condizioni occupazionali, e pertanto nel corso dell'esperienza lavorativa assumono una duplice connotazione a seconda che alla base della "richiesta d'aiuto" ci sia una motivazione intrinseca dell'adulto occupato che desidera uno sviluppo di carriera o un cambiamento professionale, oppure una condizione oggettiva di crisi a seguito della perdita del lavoro o di altri fattori esterni.

I dati ci dicono che il 90,2% dei soggetti del campione è a conoscenza dei servizi di orientamento ma molto inferiore è la percentuale di coloro che ne fruiscono, con percentuali complessive che si attestano intorno a valori inferiori al 50%.

A usufruire dei servizi di orientamento sono prevalentemente i soggetti disoccupati, quelli in cerca di prima occupazione, quelli in mobilità o cassa integrazione e i soggetti attualmente in cerca di lavoro a prescindere dalla qualifica e dalla posizione lavorativa, e molte donne.



Si ricava l'impressione che a fruire maggiormente dei servizi di orientamento siano i soggetti con caratteristiche di "debolezza" rispetto al mercato del lavoro e questo avvalorava la tesi che, al di là di quanto auspicato e professato sul versante scientifico-culturale, prevale una dimensione orientativa molto emergenziale e "terapeutica" finalizzata al sostegno piuttosto che preventiva e maturativa di educazione alla scelta.

Tuttavia, è possibile intravedere dei segnali di cambiamento che possono far sperare in un'inversione di tendenza. Un ruolo importante per la fruizione dei servizi di orientamento è infatti giocato anche dal livello di istruzione: sembra che la fruizione sia maggiore tra i soggetti con titolo di studio più elevato, probabilmente per la maggiore facilità a reperire informazioni rispetto alle opportunità che tali servizi possono offrire ma soprattutto perché culturalmente più disponibili a tali pratiche professionali.

Per quanto riguarda l'orientamento finalizzato al primo inserimento lavorativo, l'utenza target è per lo più costituita da giovani e, in generale, da gruppi sociali che non hanno maturato particolari esperienze lavorative pregresse sia per necessità familiari sia per l'appartenenza a fasce deboli e svantaggiate (immigrati, ex-tossicodipendenti, ecc.). In questo caso il bisogno di orientamento può essere legato a diverse necessità, quali quella di costruire un progetto professionale personalizzato, sviluppare strategie di ricerca attiva del lavoro, maturare esperienze di impatto con il mondo del lavoro, aumentare la condizione di occupabilità personale.

Quanto alla tipologia dei servizi offerti nell'ambito dei centri di orientamento e dei servizi per il lavoro appaiono maggiormente realizzate l'accoglienza/analisi della domanda, l'erogazione di informazione, così come, in modo piuttosto sorprendente trattandosi di un'attività specialistica, il counselling.

## I professionisti :

Dai dati raccolti emerge un quadro molto frammentato:

- il numero complessivo di operatori che svolgono attività di orientamento è importante e stimabile in oltre 20.000 soggetti
- più del 30% sono impiegati a tempo determinato
- molti sono consulenti esterni
- diverse sono le denominazioni
- diverse le competenze
- diversa la formazione.

Tale quadro è il risultato di un sistema che pone al centro due importanti questioni irrisolte:

- il riconoscimento/accreditamento delle competenze dei professionisti già impegnati da anni sul campo;
- la formazione/riqualificazione dei nuovi e vecchi professionisti.

### Passando ora al sistema scuola...

I dati ci mostrano un grande fervore negli ambienti dell'*education* relativamente alle pratiche orientative. Il 60% circa dei giovani dichiara di aver fruito, almeno per una volta, dei servizi di orientamento nel sistema scolastico, tuttavia i canali di scelta privilegiati sono, in generale, la famiglia e gli insegnanti.

Questi dati supportano l'idea che un ruolo importante per la scelta dei giovani sia rivestito dalla rete di supporto informale, ciò consente di affermare con forza la necessità di interventi di orientamento integrati che si rivolgano anche alla famiglie e agli insegnanti.

Un altro dato interessante riferito da questo target attiene alle attività di stage. Gli studenti individuano negli stage formativi in azienda lo strumento più idoneo per comprendere cosa è meglio fare per capire ed entrare nel mondo del lavoro, e questo avviene a prescindere dal genere, dalla ripartizione geografica e dal tipo di scuola frequentata. Questo dato è pertanto da mettere insieme a quello fornito dalle scuole che hanno compilato il questionario sull'offerta e che vede l'attività degli stage particolarmente diffusa negli istituti del secondo ciclo d'istruzione contro percentuali assai modeste raccolte nel primo ciclo.

Focalizzando l'attenzione sulla tipologia di attività di orientamento promossi dalle scuole si può notare come l'offerta sia molto variegata anche se prevalentemente concentrata su attività "collettive" di informazione piuttosto che individuali. Le attività più frequentemente offerte riguardano gli incontri di presentazione dell'offerta universitaria (52,8%), gli sportelli informativi e di orientamento (34,4%), la partecipazione a saloni e manifestazioni simili (31,2%) e la predisposizione di opuscoli e materiali informativi (29,7%).

Da un punto di vista logistico risulta poco diffusa la pratica di dedicare locali della scuola alle sole attività orientative, che nella maggioranza dei casi (oltre il 90%) si svolgono in locali utilizzati anche per altre attività. Ciò evidentemente, in linea con la *mission* del sistema, corrisponde a una pratica orientativa prevalentemente impostata su modalità operative di natura didattica.

In linea con tale considerazione dai dati raccolti si evince nell'oltre il 70% dei casi il ricorso ad attività di orientamento a supporto dei percorsi di studio e meno frequentemente (complessivamente il 40% dei casi) le attività di orientamento sono svincolate dal percorso didattico. Va sottolineato che questa seconda tipologia di attività orientative è praticata prevalentemente negli istituti secondari di secondo grado, probabilmente a causa delle maggiori difficoltà di scelta legate all'età dei giovani.



Istituti secondari di primo grado: coerentemente con gli obiettivi educativi dell'orientamento gli interventi sono finalizzati a rispondere alle esigenze di sostegno nella scelta del percorso di istruzione e formazione al termine del ciclo degli studi e di conoscere le proprie risorse personali. L'esplorazione dei propri interessi professionali e l'individuazione di un progetto professionale e personale raggiungono punteggi di frequenza medio-alti.

Istituti secondari di secondo grado: l'orientamento sembra rispondere più frequentemente ai bisogni di sostegno nella scelta universitaria e alla possibilità di effettuare stage/tirocini.

Meno frequenti gli interventi mirati ad acquisire consapevolezza delle proprie risorse ed esplorare i propri interessi professionali. Sono infine poco considerati i bisogni o le domande relative all'occupazione e al possibile cambiamento degli studi o della formazione professionale

Quanto alle professionalità mediamente gli istituti di ogni ordine e grado dispongono di una sola risorsa che dedica circa il 50% del proprio monte ore esclusivamente ad attività orientative.

Pur non potendo esprimere una valutazione approfondita su questa informazione si può ipotizzare che il complesso delle attività sia realizzato prevalentemente da docenti che dedicano all'orientamento percentuali relativamente limitate del loro tempo di lavoro.

A conferma di tale dato, alla domanda su quali figure interne all'istituto siano maggiormente impegnate in attività di orientamento, le risposte si sono dirette nel 50% dei casi sul solo docente referente per l'orientamento, nel 18% sul dirigente scolastico e nel 19.8% sul restante personale docente

La formazione del personale interno alle strutture scolastiche mostra un carattere estemporaneo, occasionale e che non segue percorsi strutturati dedicati in grado di dare sistematicità alle iniziative di orientamento.

E' pertanto molto sentita la necessità di aggiornamento sui temi della didattica orientativa e in materia di orientamento.

Molto sentita anche la necessità di sinergie tra i sistemi istruzione/formazione/università/lavoro, fra scuole e servizi locali e l'integrazione fra orientamento informativo e il sostegno orientativo per categorie specifiche di studenti.

Dal punto di vista della fruizione dei servizi, le attività che trovano la maggiore partecipazione da parte degli studenti universitari sono le iniziative di tipo “collettivo” e informativo, poco conosciuta e frequentata l’offerta di servizi in uscita dal sistema universitario e/o di job placement. Gli stage formativi in azienda sono ritenuti lo strumento più idoneo per comprendere il mondo del lavoro, ma si lamenta uno scarso utilizzo.

Accanto a un elevato fervore organizzativo che anima i sistemi dell'istruzione secondaria permane una scarsa sistematicità degli interventi che non consente di raggiungere la totalità della popolazione studentesca. Questo dato è tanto più vero per il sistema dell'istruzione superiore.

La conoscenza dei servizi aumenta per gli studenti universitari ma i livelli di fruizione si dimezzano.

Questo dato fa pensare che sia la scuola ad avere un ruolo trainante e proattivo nel convogliare i propri studenti verso i servizi di orientamento.

Gli studenti universitari di sesso maschile, coinvolti nell'indagine, si dichiarano non interessati oppure ritengono che i servizi di orientamento non siano utili.

Quanto all'offerta la lettura dei risultati conferma la diffusione in tutte le università italiane di pratiche di orientamento. Queste attività e questi servizi possono essere ricondotti ad alcune macro-tipologie: la realizzazione di materiale informativo di natura cartacea oppure veicolato via web; l'organizzazione di momenti di incontro con i giovani per presentare l'offerta formativa; la partecipazione della struttura a manifestazioni e convegni connessi all'orientamento.

Molte università si stanno anche attrezzando, anche sollecitate dalle raccomandazioni comunitarie e nazionali, in materia di accompagnamento e intermediazione, nel predisporre servizi di Job placement, finalizzati ad offrire a studenti e laureati migliori possibilità di inserimento professionale. Queste iniziative purtroppo, però, rimangono iniziative dei singoli Atenei, mancando invece un coordinamento di tali servizi con azioni di rete a livello nazionale

L'area dell'orientamento individuale (colloqui, tirocini formativi, attività di formazione e sviluppo di competenze auto-orientative) è sicuramente meno presente e rappresentata. Si può ipotizzare che le iniziative di tipo collettivo siano maggiormente fruibili, facilmente accessibili, più economiche e più "pubblicizzate" con operazioni di marketing rispetto ad attività orientative tradizionalmente individuali, allo stesso tempo va anche sottolineato che per la stessa *mission* dei sistemi dell'*education* attività informative e /o di tutotato e accompagnamento sono certamente più favorite.

Un ulteriore punto di attenzione è relativo alle nuove tecnologie, che ormai da anni impattano su tutte le pratiche di consulenza alle persone, ottimizzando tempi, risorse e costi.

L'orientamento via web è già una realtà in molte università e centri di formazione, meno nei servizi per il lavoro, soprattutto per i servizi di informazione.

Esiste anche la possibilità di contattare in chat i professori, i tutor o altro personale dedicato, avendo un calendario di incontri "virtuali" pubblicato e aggiornato in tempo reale.

Questa pista di sviluppo appare d'altro canto di grande interesse per gli addetti ai lavori, riconoscendo nel supporto tecnologico un potente strumento per offrire un servizio informativo e consulenziale al cittadino.



Accordo anche sull'importanza di:

- ✓ favorire i momenti di comunicazione pubblica e promozione della partecipazione;
- ✓ consolidare reti e rapporti tra i vari attori dell'orientamento;
- ✓ progettare nuovi spazi e strategie di intervento per soddisfare nuovi bisogni.

Una buona informazione è al primo posto tra i servizi ricercati e richiesti, ma anche tra gli investimenti da mettere in conto per il futuro. Non si può quindi prescindere dalla necessità di predisporre **efficaci sistemi di informazione** che veicolino in modo chiaro ed esteso quanto la ricerca è stata in grado di rilevare e far emergere.

## CONCLUSIONI E SFIDE PER IL FUTURO

L'interlocuzione con i diversi territori ha consentito di evidenziare alcune piste di sviluppo:

l'esigenza di leggibilità e di razionalizzazione del sistema-orientamento, di integrazione, di miglioramento e sviluppo della qualità dei servizi e delle azioni, di innovazione. Gli obiettivi di innovazione, riferiti nell'ambito delle politiche e delle azioni dell'orientamento, non si riferiscono solo alla programmazione di nuovi servizi da offrire all'utenza ma anche alla programmazione di nuove procedure organizzative a supporto degli interventi di orientamento (banche dati, servizi telematici, ecc.).

In quest'ottica il Rapporto annuale sull'orientamento dovrebbe costituire un utile strumento per guidare e consolidare i processi di innovazione e integrazione dei sistemi avviati in molte realtà del nostro Paese.

- un confronto più attivo con l'Europa, anche in termini culturali e di condivisione di definizioni, metodologie e strumenti;
- la necessità di accompagnare le transizioni anche prevedendo nuovi servizi e nuove funzioni ma soprattutto, a questo riguardo emerge con forza la necessità di raccogliere, nominare e catalogare le azioni già sperimentate e presenti nei diversi contesti per renderle visibili e trasferibili;
- la messa a punto di una solida e valida modellistica di servizi e azioni orientative identificando le dimensioni su cui lavorare e diversificandoli a seconda del ciclo di vita e della diversa transizione che supportano;
- lo sviluppo di una cultura della valutazione delle azioni di orientamento e la conseguente necessità di predisporre strumenti validi ed efficaci che possa essere di supporto alla definizione di standard di qualità per i servizi di orientamento;

## CONCLUSIONI E SFIDE FUTURE

E ancora....

- il riconoscimento e la valorizzazione dei vari professionisti dell'orientamento definendone profilo, competenze e formazione;
- la costruzione di un sistema integrato di orientamento dove siano chiare competenze, *mission*, ma anche differenze tra i diversi contesti;
- la messa a punto di percorsi di orientamento specificamente volti al target giovanile per facilitare la transizione istruzione-lavoro;
- la messa a punto di azioni volte a facilitare il benessere dei lavoratori, in particolare per quelli in transizione.

## CONCLUSIONI

In conclusione, emerge un importante fervore realizzativo volto a soddisfare un'articolata domanda di orientamento.

Ma permane una centrale questione istituzionale necessaria per dare senso, ridefinire e razionalizzare la galassia indefinita d'interventi di orientamento attivati.

E' urgente sviluppare una **politica integrata** che coinvolga tutti i servizi erogati in un disegno organico centrato sulla persona, secondo una linea di continuità, di coerenza formativa e di massima efficacia.

Le “**politiche per l'orientamento**” devono investire verso articolati e sinergici progetti di efficacia collettiva, che trascendano dai singoli contesti, e pongano enfasi sulla costruzione e gestione di “reti di relazioni” e sull'apertura all'innovazione per poter agire sullo sviluppo economico e culturale del nostro Paese.

[www.rapporto-orientamento.it](http://www.rapporto-orientamento.it)

e-mail: [info@rapporto-orientamento.it](mailto:info@rapporto-orientamento.it)