

STRATEGIE DI SVILUPPO

Giovani emigranti, una emorragia di risorse ben più grave delle stime

Daniele Marini



L'Istat ha recentemente presentato l'annuale fotografia dell'Italia. Un fotogramma ha ritratto anche il fenomeno dei giovani che si spostano all'estero alla ricerca di opportunità. Nel ventennio 2003-2023 sono stati più di 1 milione i connazionali espatriati e di questi un terzo (352mila) aveva un'età compresa fra i 25 e i 34 anni: di questi, il 37,7% era in possesso di una laurea. Inoltre, l'istituto rileva come i ritorni siano un numero inferiore, e così in 20 anni sono state dissipate 97mila risorse umane qualificate. Questa "processione" di giovani che decidono di andare a trovare opportunità d'impiego nei Paesi esteri è stata descritta come la "fuga dei cervelli". Si tratta di una definizione sintetica che però cattura solo una parte delle questioni sottostanti. La realtà è che insiste un insieme di fenomeni convergenti che genera la "fuga". Un po' come un iceberg: se ne vede la punta, ma sotto il pelo dell'acqua si cela una massa di ghiaccio. Oltre al fatto che, come dimostra anche una recente ricerca della Fondazione Nord Est, non sono solo i "cervelli" – intesi nel senso di laureati – ad andarsene, ma anche diplomati. E, per converso, tale espressione in qualche modo deprime quei "cervelli" che, invece, decidono di rimanere in Italia. Per qualità, quantità e gravità, sarebbe meglio definire il fenomeno come una "emorragia di risorse" potenziali di cui il Paese si sta privando e che, al momento, non sembra in grado di limitare.

Proviamo qui sinteticamente a dipanare alcune questioni che generano tale emorragia dal nostro Paese, sapendo che possiamo individuare almeno due ordini di problemi: uno di carattere strutturale, l'altro di ordine simbolico e culturale. Dal punto di vista strutturale possiamo identificare alcune questioni collegate alla spinta all'uscita.

In primo luogo, l'assenza di un vero e proprio sistema di orientamento scolastico e

professionale. Non mancano certo le iniziative volte a informare sui percorsi scolastico-formativi e sugli sbocchi professionali. Anzi, in virtù della (dis)articolazione dei corsi di formazione, dell'apertura progressiva di indirizzi all'interno di medesimi istituti e della progressiva carenza di studenti – determinata dal calo demografico – gli enti di formazione, le scuole di ogni ordine e grado, le università si muovono su un mercato che si va restringendo e per la loro sopravvivenza cercano in ogni modo di attrarre iscritti attraverso iniziative di informazione, oltre che proponendo percorsi dai titoli sempre più immaginifici, non di rado di difficile comprensione. Paradossalmente disorientando gli utenti.

Tuttavia, una cosa è “informare”, altra è “orientare”: quest'ultimo è un processo di accompagnamento sistematico e di lungo periodo. Non si “orienta” con un incontro illustrativo di un indirizzo formativo o di una professione. Ma si dovrebbero realizzare percorsi pluriennali che avvicinino i giovani alla conoscenza e all'educazione al lavoro.

Mancando ciò, si scarica sulle famiglie e le giovani generazioni l'onere di decidere il loro futuro scolastico e professionale, sulla base delle loro conoscenze e relazioni. Va da sé che in un contesto dove le informazioni sono sovrabbondanti e poco comprensibili il rischio è la confusione. Di qui, la scelta scolastica di molti fondata più su “sensazioni”, “intuizioni”, che su elementi “razionali”. Percorsi scolastici che non corrispondono alle proprie aspettative o tendenze, scelte che non considerano lo stato dell'arte del mercato del lavoro o delle richieste delle imprese. In definitiva, si genera un “disallineamento informativo” che impedisce alla domanda e all'offerta di lavoro di incontrarsi in modo virtuoso. Tant'è che assistiamo contemporaneamente a imprese che faticano a trovare lavoratori e che una parte di questi se ne va all'estero.

È sufficiente considerare le azioni che le aziende mettono in atto per ricercare collaboratori per comprendere questi fenomeni: la forma prevalente è il “passa parola” (17,7%), seguito dalle agenzie private (16,6%). I Centri per l'impiego (Cpi), ovvero il soggetto istituzionale che dovrebbe realizzare l'intermediazione domanda-offerta di lavoro, somma un esiguo 3,8%. Ma è interessante osservare come anche la ricerca di personale venga ormai disintermediata dai canali social e dal web: complessivamente il 40,8% utilizza i social network, banche date online o il sito aziendale per selezionare personale. Va da sé che entrino in gioco le risorse relazionali che i soggetti e le famiglie hanno sviluppato nel tempo e nel territorio, per un verso; e, per l'altro, le competenze culturali e cognitive del saper districarsi nella babele informativa e con i nuovi strumenti digitali, e individuare le informazioni corrette. E qui entra in campo un altro aspetto: chi orienta le giovani generazioni. Diverse ricerche dimostrano come sia la famiglia a indirizzare i figli nei percorsi formativi. Ma, all'interno della famiglia, la regia è detenuta dalle madri: per il 26,2% delle giovani generazioni è la figura materna a rappresentare un punto di riferimento nelle scelte scolastiche, mentre al padre si rivolge solo il

10,8%. E il 32,5% dei giovani sceglie senza rivolgersi ad alcuno (Community research&analysis-Engim). D'altro canto, chi frequenta le riunioni di orientamento scolastico e professionale sperimenta plasticamente una platea quasi esclusivamente femminile. I padri sono, quanto meno su questi versanti, sostanzialmente assenti. La domanda è quanto e in che misura le famiglie siano adeguatamente informate su quanto si sta muovendo nel mercato del lavoro, quali siano le prospettive o le figure professionali necessarie. E, di conseguenza, il consiglio che possono dare sia in linea con le proprie esperienze pregresse, con il rischio non tanto peregrino di riprodurre modelli e stereotipi del passato. Prova ne sia che i divari di genere negli indirizzi scolastici e universitari, e di conseguenza nel mondo del lavoro, siano ancora molto elevati.

Prima di tre puntate

© RIPRODUZIONE RISERVATA