



21 Aprile 2004

Comunico Donna

Comunicare la formazione ed i servizi per l'accesso al lavoro

Barbara Belzini, CE.SVI.P.



*Fondo Sociale Europeo POR Ob. 3 Regione Lombardia
Misura E1- Azioni di sistema. Promozione della partecipazione femminile al mercato del lavoro*

Evoluzione dei sistemi formativi

- Il sistema formativo del post-2006 si troverà ad essere profondamente diverso da quello attuale
- Già oggi la formazione professionale risponde (o tenta di rispondere) in maniera diversificata ai bisogni emergenti in differenti contesti (scuola, impresa, società civile) e relativamente a differenti soggetti (disoccupati, occupati, donne, adolescenti in obbligo formativo, extracomunitari)
- Il sistema complessivo dell'erogazione di azioni formative non è più solo l'attività corsuale
- Anche il classico corso di formazione si flessibilizza, evolve, viene affiancato da altre attività ed utilizza altre modalità formative

Cambiamenti del mercato del lavoro

- Si diversifica la richiesta del mercato del lavoro
- La flessibilità gioca oggi un ruolo di innegabile rilevanza per l'inserimento lavorativo di giovani e donne
- Aumenta l'occupazione femminile
- Il ricorso alla forza lavoro extracomunitaria rappresenta per il nostro paese e per la nostra economia non un'opportunità, come spesso si dice, ma una assoluta necessità.
- Nascono nuove (o si potenziano le vecchie) strutture di matching tra domanda e offerta nel sistema pubblico ed in quello privato

Riflessioni sulla formazione al femminile

- Se le donne rappresentano una risorsa forte per il mercato occorre investire sulla loro formazione
- A supporto della formazione sul/per/con il genere nascono nuove figure professionali, attività formative, studi, ricerche,...
- Ma: la formazione è pensata per un soggetto neutro (ovvero uomo) e non tiene conto dei tempi e degli orari
- Ma: all'interno di un sistema che intende prolungare la vita lavorativa esistono problemi legati alla long life learning ed al rientro nel mercato del lavoro
- Ma: la formazione per lo sviluppo di carriera al femminile è un argomento spinoso
- Ma: i progetti a supporto delle pari opportunità sostenuti, promossi e finanziati dal sistema pubblico vedono una scarsa presenza del privato
- Ma: il digital divide aumenta il gap di opportunità

L'esperienza Cesvip (asse E 2000-2004)

- 30 progetti corsuali

10 di formazione iniziale (sociale 8 corsi e turismo 2)

7 di formazione superiore (sociale 2, turismo 1, beni culturali 3, informatica 1)

13 di formazione continua (sociale 4, beni culturali 2, varie 7)

- 11 progetti di ricerca e servizi

3 progetti di ricerca

1 progetto di counselling a supporto del rientro dopo la maternità

1 progetto finalizzato all'erogazione di servizi formativi on-line

1 progetto di animazione e promozione

2 tirocini per l'inserimento lavorativo

3 percorsi di bilancio di competenze/formazione orientativa

L'esperienza Cesvip

cosa funziona

- La comunicazione tradizionale funziona per i classici corsi, finalizzati ad un inserimento lavorativo percepito come immediato (figure professionali di base)
- Il sistema territoriale dei servizi per il lavoro si rivela strategico nell'indirizzare l'utenza verso la formazione
- A fronte di difficoltà nel reperimento di partecipanti il ritorno più efficace arriva dal telemarketing, anche nei confronti delle extra-comunitarie

L'esperienza Cesvip

problematiche comunicative

- Emergono problemi di comunicazione nel momento in cui l'offerta formativa si discosta dalla semplice offerta corsuale
- Perché: manca un'alfabetizzazione diffusa rispetto all'evoluzione del sistema formativo ed alla molteplicità degli strumenti che può mettere in campo
- Perché: la formazione viene percepita come un sistema-corso
- Perché: manca una conoscenza degli strumenti e del lessico della formazione a supporto, ad esempio, dell'analisi delle competenze finalizzate allo sviluppo di carriera e/o all'imprenditorialità (bilancio, counselling, tutoring, voucher, bonus formativi, coaching ecc.)
- Perché: la formazione fatica a comunicare gli strumenti flessibili perché fatica a gestirli in maniera flessibile (anche a causa dei vincoli burocratici)

Qualche possibile strategia

- Semplificare l'accessibilità e la fruibilità dei servizi di front-office
- Valorizzare il ruolo della committenza in collaborazione con le comunità ed i servizi territoriali
- Effettuare attività di promozione tramite telemarketing, sportello, ecc. valorizzando il contatto con l'operatore
- Strutturare momenti stabili e periodici di orientamento alla formazione ed ai servizi per il lavoro
- Presentare offerte formative articolate e flessibili