

focus scuola

L'ULTIMA RIFORMA IN ITALIA CONFERMA CHE IL SISTEMA SCOLASTICO HA BISOGNO DI INTERAGIRE CON LE DITTE PER GARANTIRSI RISORSE ED OFFRIRE COMPETENZE AGLI STUDENTI. IN GERMANIA C'È LA FORMAZIONE DUALE, NEGLI USA GLI SPONSOR E NEL BELPAESE SI AFFACCIA IL MANAGER-INSEGNANTE

Marco Frojo

Milano

Al di là dei punti che hanno portato al duro scontro fra sindacati e governo, la riforma della scuola voluta dal premier Matteo Renzi ha ancora una volta evidenziato due elementi (apparentemente lontani ma in realtà strettamente connessi fra loro) che caratterizzano il sistema scolastico italiano: la mancanza di fondi e l'esigenza di una sempre maggiore interazione fra scuola e imprese private.

Le aziende rivestono un duplice ruolo: da una parte favoriscono, già durante il periodo scolastico, i primi contatti degli alunni col mondo del lavoro tramite gli stage, dall'altra forniscono un contributo finanziario alla scuola, ricevendo come contropartita un ritorno di immagine e una maggiore conoscenza dei propri prodotti o marchi presso quelli che saranno i consumatori di domani. Su entrambi i fronti l'Italia si sta muovendo con un certo ritardo rispetto ad altri grandi Paesi ma l'evoluzione della scuola e le esigenze dettate dall'austerità non potranno che dare un colpo di acceleratore a questi processi. Per quel che riguarda la formazione duale, ovvero l'affiancamento di esperienze lavorative al tradizionale insegnamento scolastico, il modello è senza dubbio la Germania, dove gli alunni delle scuole professionali trascorrono dalle otto alle dodici ore la settimana, mentre il resto del tempo lavorano direttamente in azienda. E il periodo di formazione professionale si conclude con un esame finale presso i rispettivi enti di formazione, ovvero la camera dell'artigianato, la camera dell'industria e del commercio, la camera degli avvocati oppure le scuole di formazione amministrativa. Non è un caso che anche in Italia uno degli esperimenti più riusciti di formazione duale sia stato portato avanti proprio da un'azienda tedesca, la Bosch, che in Puglia, dove si trova il suo principale impianto produttivo, ha avviato una stretta collaborazione con numerosi istituti scolastici e la stessa regione Puglia.

Bisogna invece guardare agli Stati Uniti se si vuole studiare un sistema dove le aziende intervengono come sponsor nella scuola. Oltre oceano le società collaborano sia con gli istituti sia direttamente con gli alunni, offrendo loro borse di studio per sostenere i costi legati all'educazione. In que-

LE ISTITUZIONI SCOLASTICHE IN ITALIA

Anno scolastico 2013/2014, maggiori regioni



ORGANICI, GLI OBIETTIVI PER IL 2014-2015

Principali variazioni tra O.D. 2014-15 e O.D. 2013-14



In Italia si fa largo una terza via oltre alla formazione duale e alla sponsorizzazione: le aziende entrano nelle classi come portatrici di contenuti didattici in qualità di esperti

L'esperto va alla lavagna decolla un modello italiano di incontro giovani-impresa

LA CLASSIFICA DEI DOCENTI

Ripartizione regionale dell'organico a.s. 2013/2014, in migliaia



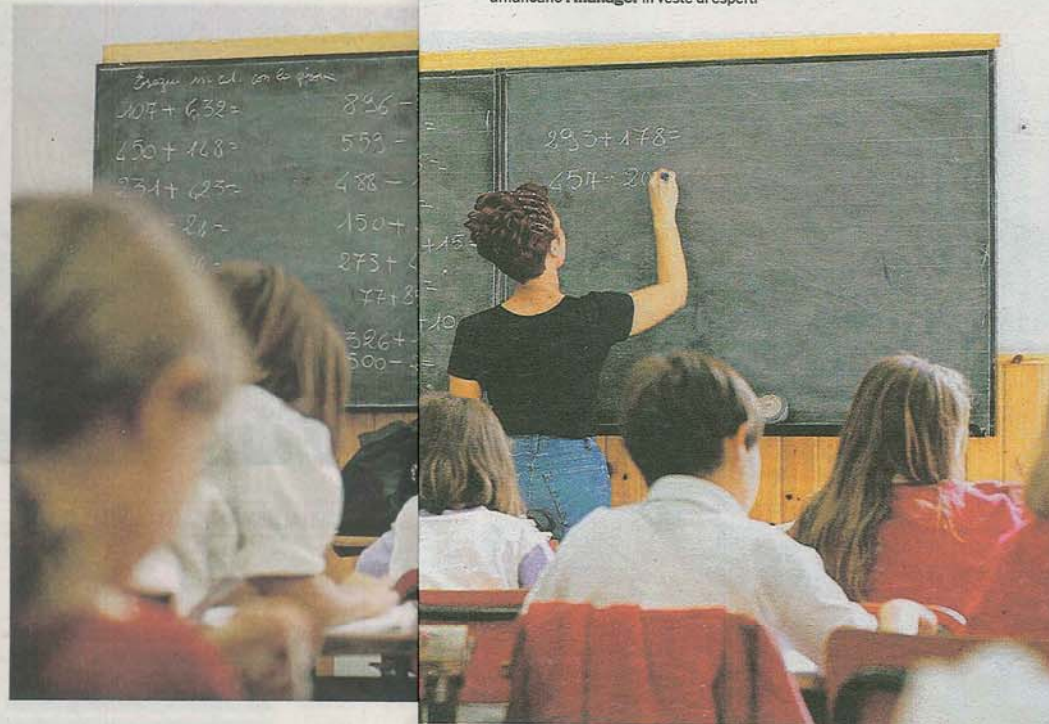
sto modo esse ottengono un duplice risultato: si fanno conoscere e, allo stesso tempo, gettano le basi per una futura selezione dei propri dipen-

denti. In Italia, similmente a quanto avvenuto in Francia, il mondo della scuola pubblica e quello delle aziende private hanno sempre viaggiato su

due binari ben separati, salvo avvicinarsi di recente. La riforma Gentile, di cui l'impostazione generale è in vigore ancora oggi, prevedeva una separazione tra i licei e scuole tecniche e professionali finalizzate al lavoro. Solo in alcuni casi eccezionali era contemplata la possibilità di un rapporto scuola-azienda: per scuole professionali molto legate alle aziende, come per esempio l'istituto Marconi di Maranello, e per l'area "tedesca", ovvero la regione autonoma Trentino Alto Adige. L'inizio del rapporto scuola-azienda può esser fatto risalire ai decreti sull'autonomia scolastica che sono del 1994. Oggi la strada della collaborazione con le aziende è stata imboccata dallo stesso Ministero dell'Istruzione, dell'univer-

sità e della ricerca (Miur) che ha esteso gli stage a tutti gli istituti scolastici e dato il via libera alle sponsorizzazioni per mediare alla carenza di fondi. In Italia, però, si è fatta strada anche una terza soluzione, oltre alla formazione duale e alla sponsorizzazione: le aziende entrano nelle classi come portatrici di contenuti didattici e educativi in qualità di esperti nel proprio settore e realtà che sostengono valori sociali, ambientali. Le scuole ricevono contenuti e materiali che arricchiscono la loro offerta didattica, mentre le aziende ottengono visibilità per il proprio marchio e hanno la possibilità di far conoscere agli alunni (e alle loro famiglie) la loro filosofia aziendale. Senza ovviamente dimenticare gli insegnanti, che sfiorano le

Gli insegnanti in Italia sono 728.325, di cui 90.889 destinati alla scuola dell'infanzia, 239.552 a quella primaria, 167.916 a quella secondaria di primo grado e 229.968 a quella di secondo. Di tanto in tanto li affiancano i manager in veste di esperti



800.000 unità (il Miur risulta così essere uno dei maggiori datori di lavoro al mondo). Secondo i dati diffusi dal Miur, nell'anno scolastico in corso sono seduti sui banchi delle scuole pubbliche italiane quasi otto milioni di alunni (7.878.661 per la precisione), suddivisi 366.838 classi. Il 65,7% degli alunni ed il 67,2% delle classi sono concentrati nella scuola primaria e secondaria di secondo grado. Le istituzioni scolastiche statali sparse su tutto il territorio italiano sono 8.644. Ce ne sono più di mille in Lombardia (1.149) e Campania (1.030), mentre toccano il minimo in Molise (82), che è però anche la regione con meno alunni (42.555 contro gli oltre 1 milione della Lombardia). Negli ultimi sei anni scolastici si è regi-

strata una modesta crescita (+2% rispetto 2007/2008) degli alunni ed un analogo calo (-3%) delle classi. Gli insegnanti sono per l'esattezza 728.325, di cui 90.889 destinati alla scuola dell'infanzia, 239.552 a quella primaria, 167.916 a quella secondaria di primo grado e 229.968 a quella di secondo. Gli istituti paritari, infine, sono 13.847, di cui il 72% scuole dell'infanzia, l'11% scuole primarie, il 5% scuole di primo grado e il 12% scuole secondarie di secondo grado. Nello scorso anno scolastico gli studenti che hanno frequentato le scuole paritarie sono stati poco più di un milione (1.036.312 per la precisione), quindi circa un ottavo di quelli che hanno scelto la scuola pubblica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I DOCENTI IN ITALIA

Anno scolastico 2013-14, (solo statali). I dati ministeriali escludono Valle D'Aosta e Trentino Alto Adige



Fonte: Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

luppare, per sfruttare i vantaggi ed evitare i potenziali rischi delle nuove tecnologie. In sette anni di progetto sono stati distribuiti oltre 26.000 kit ad altrettante classi, coinvolgendo circa 10 mila scuole su tutto il territorio nazionale, più di 680 mila bambini, 1 milione e mezzo di familiari e 52 mila docenti. Alcuni laboratori del progetto sono stati realizzati a favore di studenti della primaria anche al di fuori della scuola: per esempio all'inaugurazione delle filiali di ING, al salone del libro di Torino, Bo-

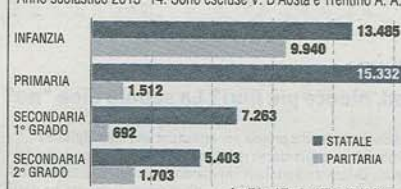
logna e Milano e al Salone del Mobile di Milano. Al progetto è legato un concorso che permette alle scuole di aggiudicarsi i premi in quiet (quest'anno cinque stampanti 3D per la scuola con relativo incontro di spiegazione per l'utilizzo) e di partecipare a un'iniziativa solidale: per ogni classe partecipante al concorso, ING versa a Unicef 30 euro per promuovere la scolarizzazione dei bambini nei Paesi in via di sviluppo. Michelin ha invece deciso di concentrarsi sulla mobilità sostenibile (gli pneumatici incidono per il 20% sui consumi di carburante) sia sulla sicurezza stradale con il progetto "Il Futuro si fa strada". Negli otto anni di attività hanno aderito al progetto 22 mila classi, 17 mila scuole, 1,35 milioni tra studenti, insegnanti, famiglie. Sono stati sviluppati percorsi didattici per i vari gradi di scuola, prove educative, incontri con gli esperti del settore, lezioni straordinarie nelle Università, pubblicazioni e video, un sito dedicato (www.michelininfascuola.it). Michelin parla alle scuole a nome di tutto il mondo della mobilità, che riunisce nei grandi eventi del Challenge Bibendum, trasmettendo il messaggio per cui ciascuno può contribuire con le proprie scelte al futuro della mobilità su strada, essenziale per lo sviluppo economico.

(m.fr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI DELLA SCUOLA ITALIANA

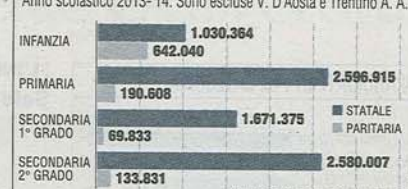
Anno scolastico 2013-14. Sono escluse V. D'Aosta e Trentino A. A.



Fonte: Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

GLI ALUNNI IN ITALIA

Anno scolastico 2013-14. Sono escluse V. D'Aosta e Trentino A. A.



Fonte: Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

[IL CASO]

L'Expo raccontato ai ragazzi è un successo in 72 Paesi

EFFICACE LA COMUNICAZIONE ALTERNATIVA SULL'EDUCAZIONE ALIMENTARE CHE È STATA SVOLTA DALLA FABBRICA: "ECCO I NOSTRI PROGETTI IN TUTTO IL MONDO DIRETTI A METTERE IN CONTATTO SCUOLA E GRANDI ISTITUZIONI"

Milano

La promozione di Expo2015 all'estero con i tradizionali mezzi di comunicazione è stata tutt'altro che facile. I ritardi nei lavori, di cui si è parlato sui giornali anche al di fuori dell'Italia, non sono stati certo di aiuto. Un progetto di comunicazione alternativo è però riuscito là dove le campagne pubblicitarie più importanti hanno in parte fallito: si tratta dell'iniziativa "Together in Expo" realizzata da La Fabbbrica su commissione di Expo e del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (Miur). L'esposizione milanese è stata presentata nelle scuole di ben 72 Paesi dando in particolare modo importanza al tema dell'educazione alimentare che, tenuto conto della percentuale di bambini in sovrappeso a molte latitudini, rappresenta un argomento molto sentito.

«Noi siamo un'agenzia di comunicazione che ha scelto di posizionarsi sull'edutainment — spiega Claudio Rovere, che da circa un anno è amministratore delegato di La Fabbbrica dopo che la sua holding ha deciso di rilevarne una quota dal fondatore Alberto Merlati — il nostro lavoro è quello di trovare un punto di incontro tra la scuola e le imprese e per fare questo ideiamo progetti di educazione su specifici temi da portare nelle classi di tutto il mondo». Da una parte, dunque, le scuole ricevono programmi di alto livello corredati da tutto il materiale necessario, dall'altra le imprese hanno un ritorno in termini di immagine che spesso è superiore a quello ottenuto con le tradizionali campagne pubblicitarie.

Nata più di trent'anni fa su iniziativa di Alberto Merlati, che prima dirigeva la Garzanti, La Fabbbrica è oggi leader in Italia e stabilmente presente in 20 Paesi: ha una sede propria in Brasile, Argentina e Cile, oltre che ovviamente in Italia. «Oggi il nostro obiettivo è quello di consolidare ed espandere la nostra presenza all'estero — prosegue Rovere — L'iniziativa su Expo2015 è un eccezionale trampolino di lancio che ci ha permesso di entrare in contatto con i sistemi scolastici di 72 Paesi e sarebbe imperdonabile non mettere a frutto per i nostri clienti questo patrimonio».

In quest'ottica La Fabbbrica ha già preso contatti con Dubai dove si terrà la prossima esposizione universale. Nel breve periodo, invece, la società guidata da Rovere guarda soprattutto ad America Latina ed Europa, due continenti dove vanta già una forte presenza, mentre in un futuro un po' più lontano sarà la volta del Far East: «A breve contiamo di aprire sedi in Messico, Colombia,



Qui sotto Alberto Merlati (1) e Claudio Rovere (2) presidente e amministratore delegato di La Fabbbrica



Perù, Francia e Romania, tutti Paesi dove abbiamo già progetti attivi e dove sono presenti i nostri coordinatori progegetti Rovere.

Le modalità operative variano molto da Paese a Paese allineandosi alla situazione del sistema scolastico e alle esigenze delle aziende. In Italia La Fabbbrica conta su una redazione specializzata, dove esperti di marketing e di didattica collaborano alla stesura dei progetti, oltre che un contact center dedicato, su un ricco data base e su una fitta rete di coordinatori territoriali che entrano nelle scuole supportando le iniziative proposte.

«In molti Paesi abbiamo realizzato programmi di vera e propria corporate social responsibility — ricorda Alberto Merlati, presidente e fondatore di La Fabbbrica — Mi piace ricordare quello sull'educazione stradale realizzato per Fiat agli inizi degli anni Novanta in Italia e in Brasile, dove morivano 50 mila persone all'anno, di cui la metà pedoni. Nel

Paese sudamericano il parco macchine era esattamente lo stesso che in Italia, 28 milioni, da noi però le vittime della strada erano 6 mila. Se i morti sono drasticamente scesi è anche merito del nostro progetto». Altre iniziative che Merlati ci tiene a ricordare sono quelle con Tim sullo sport e sull'uso consapevole della rete e quella con il Pastificio Rana sull'educazione alimentare. «L'idea della Fabbbrica mi è venuta quando ero ancora in Garzanti e organizzavo dei seminari a tema nelle scuole per promuovere le Garzantine — continua il presidente della Fabbbrica — Arrivavamo nelle scuole con i nostri libri, poster e altro materiale didattico. Queste iniziative riscuotevano un grande successo anche se da un punto di vista commerciale sarebbe probabilmente stato meglio fare degli sconti. Alla fine però il ritorno di immagine era enorme e, anche se non nell'immediato, questo si è tradotto in un aumento delle vendite».

Secondo Merlati la scuola italiana apprezza molto contenuti di qualità e l'avvento delle nuove tecnologie ha favorito il contributo dei privati all'interno del sistema scolastico pubblico. «La nostra forza — conclude il presidente della Fabbbrica — sta nel creare per le aziende che le rappresentano e che siano al contempo di reale interesse per gli alunni e tradurli nel linguaggio della scuola. Nel fare questo, in Italia e in molti altri Paesi, non abbiamo concorrenti».

(m.fr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[LA SCHEDA]

Quel pioniere nato sui Navigli, oggi campione di didattica

I trent'anni di attività di La Fabbbrica sono adesso raccolti nel nuovo sito www.lafabbbrica.net, che racconta l'avventura iniziata sui Navigli a Milano nel 1984 (il nome è stato mutuato dalla società immobiliare che affittò ad Alberto Merlati il suo primo ufficio in via Gorizia). La prima iniziativa venne realizzata con la Snam e con la regione Piemonte, poco dopo arrivò il grande progetto sull'educazione stradale con Fiat che, grazie alla sua presenza in Brasile con lo stabilimento di Belo Horizonte, favorì la replica del progetto nel Paese Sudamericano. Oggi La Fabbbrica, la cui guida è passata dalle mani dell'ex cestista Merlati al più giovane Claudio Rovere, collabora con tutte le più importanti aziende italiane. Partita con meno di dieci persone, adesso ha più di 150 dipendenti e collaboratori sparsi in tutto il mondo.

(m.fr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[GLI ARGOMENTI]

L'industria parla agli alunni di energia e risparmio

ENEL DAL 2003, ING BANK E MICHELIN DAL 2007 STANNO COLLABORANDO CON LA FABBRICA PER PORTARE PROGETTI DI EDUCAZIONE NELLE AULE. TRA I TEMI PURE MOBILITÀ SOSTENIBILE E SICUREZZA STRADALE

Milano

Le aziende che hanno scelto La Fabbbrica per parlare alla scuola italiana sono molte e alcune di loro hanno avviato programmi che durano da diversi anni. Fra queste spiccano i nomi di ING Bank, Enel e Michelin. L'ex monopolista elettrico è presente nelle classi (di ogni ordine e grado) del nostro Paese dal lontano 2003, mentre l'istituto di credito olandese e il produttore di pneumatici francese hanno iniziato la loro collaborazione con La Fabbbrica nel 2007.

Enel è impegnata (non solo in Italia ma anche in Spagna, Romania, Russia, Guatemala, Cile, Panama, Costa Rica, Brasile e Uruguay) nel programma PlayEnergy, il cui obiettivo è quello di promuovere una cultura energetica responsabile. Nel solo 2014 questo pro-



Qui sopra tre momenti dei progetti sviluppati da La Fabbbrica con Enel (1), Ing Bank (2) e Michelin (3)

getto, che da quando è nato ha coinvolto oltre 4 milioni di studenti nel mondo, ha visto la partecipazione di 431.000 alunni, ha previsto la distribuzione di 12.767 kit didattici in 7.288 scuole e ha portato oltre 50 mila studenti a visitare gli impianti di Enel e ad incontrare in classe i suoi esperti. Nelle lezioni si è parlato di consumi responsabili, di fonti rinnovabili, delle modalità di distribuzione e di trasmissione, con approfondimenti sulle nuove tecnologie (la domotica, le smart grids, la mobilità

elettrica e le centrali di nuova generazione). A conclusione del percorso didattico, ogni anno, gli studenti si misurano in un concorso internazionale per dimostrare le conoscenze energetiche acquisite e per proporre applicazioni originali e usi efficienti dell'energia elettrica. È stato infine realizzato il sito dedicato www.playenergy.enel.com, dove sono disponibili approfondimenti didattici, contenuti multimediali, news e diversi strumenti utili per i docenti e gli studenti.

Il progetto di ING Bank, che si chiama "Coltiva il tuo sogno", si rivolge invece alla scuola primaria per insegnare l'importanza del risparmio progettuale nell'ottica della propria realizzazione personale e professionale. L'iniziativa tocca argomenti come il rispetto della terra, l'importanza di una vita attiva all'aria aperta e la gestione oculata del denaro. Negli anni a queste tematiche si è aggiunta anche la competenza digitale e la tecnologia, che anche i più piccoli al giorno d'oggi devono imparare a svi-