

EDIZIONE **2025**

Il rapporto  
**SCUOLA-AZIENDA**  
Un'alleanza  
**STRATEGICA**

© **ANP – Associazione Nazionale Dirigenti Pubblici e Alte Professionalità della Scuola**

Viale del Policlinico 129/a, 00161 Roma

segreteria@anp.it

**www.anp.it**

© **Fondazione Sodalitas**

Via Pantano 2, 20122 Milano

sodalitas@sodalitas.it

**www.sodalitas.it**

© **La Fabbrica Srl – Società Benefit**

Viale Monza 259, 20126 Milano

contatti@lafabbrica.net

**www.lafabbrica.net**

*Alle bambine e ai bambini,  
alle ragazze e ai ragazzi,  
perché possano  
affrontare i cambiamenti,  
non come ostacoli,  
ma come possibilità.*



# Il rapporto Scuola-Azienda. Un'alleanza strategica

Antonello Giannelli, presidente ANP

Nel contesto attuale, segnato da profonde trasformazioni sociali, culturali ed economiche, il dialogo tra scuola e mondo del lavoro assume un'importanza cruciale. Questa ricerca nasce dalla consapevolezza che, in un Paese caratterizzato da un alto tasso di denatalità e da una conseguente riduzione della popolazione in età scolare, ogni bambina, ogni bambino, ogni giovane rappresenta non solo una promessa per il futuro, ma una risorsa preziosa e insostituibile. Una comunità responsabile, che guarda al futuro con lungimiranza, non può che sentirsi corresponsabile della loro crescita, formazione e realizzazione personale e professionale.

In questo quadro, il rapporto tra scuola e aziende non può essere limitato a episodi occasionali o a progetti isolati. Deve, invece, diventare parte integrante di un ecosistema educativo allargato, capace di attivare legami stabili, dinamici e significativi tra i diversi attori della società. La scuola, infatti, non è un'istituzione chiusa,

ma un nodo fondamentale all'interno di una rete più ampia che include famiglie, enti locali, terzo settore e, appunto, il mondo produttivo. Le aziende, dal canto loro, non sono solo luoghi di lavoro: sono spazi di innovazione, sperimentazione, apprendimento continuo e, potenzialmente, anche di educazione.

Questa ricerca intende indagare in profondità il rapporto tra scuola e aziende, attraverso il coinvolgimento diretto di dirigenti scolastici, docenti e rappresentanti del mondo imprenditoriale.

L'obiettivo è comprendere le visioni, le aspettative e le criticità che emergono da entrambe le parti, ma anche mettere in luce le buone pratiche già in atto e individuare spazi di miglioramento e di innovazione. In particolare, il focus è posto sulla possibilità di costruire progettualità condivise che vadano oltre la logica dell'alternanza scuola-lavoro come semplice esperienza episodica, promuovendo invece percorsi co-progettati orientati alla cittadinanza

---

**Il rapporto tra scuola e aziende non può essere limitato a episodi occasionali, ma deve diventare parte integrante di un ecosistema educativo allargato.**

---

attiva, all'educazione all'imprenditorialità, allo sviluppo sostenibile e all'orientamento consapevole.

Al centro di questo percorso c'è la valorizzazione delle cosiddette soft skill, ovvero quelle competenze trasversali – come la capacità di lavorare in gruppo, di comunicare in modo efficace, di risolvere problemi, di gestire il tempo e di adattarsi al cambiamento – che sono ormai considerate indispensabili tanto nel mondo del lavoro quanto nella vita quotidiana. La scuola e l'impresa, ciascuna con le proprie specificità e con il proprio linguaggio, possono diventare alleate nella

costruzione di contesti in cui queste competenze possano essere coltivate e messe alla prova, contribuendo così alla crescita complessiva di ogni giovane.

La sfida è duplice: da un lato, avvicinare il mondo dell'istruzione e quello della produzione, favorendo una maggiore conoscenza reciproca;

dall'altro, rendere le nuove generazioni protagoniste attive del loro percorso formativo, sostenendole nel costruire una visione del futuro che non sia fondata solo sulla ricerca di un impiego, ma sulla capacità di generare valore per sé e per gli altri, anche in forme nuove e inedite.

In questa prospettiva, la ricerca si propone non

---

**La sfida è duplice: avvicinare il mondo dell'istruzione e quello della produzione e, insieme, rendere le nuove generazioni protagoniste attive del loro percorso formativo.**

---

solo come strumento di analisi, ma anche come occasione di riflessione condivisa e di proposta. Un contributo, ci auguriamo, utile per alimentare un dibattito pubblico più ampio, capace di mettere al centro dell'agenda educativa e politica la necessità di un'alleanza educativa tra

scuola e impresa, fondata su rispetto, ascolto, corresponsabilità e visione comune.

Perché educare è, sempre, un atto collettivo.

# Perché questa ricerca?

Angela Mencarelli, Amministratrice Delegata La Fabbrica

L'obiettivo di questa ricerca è indagare le sinergie tra scuola e aziende. In questa terza edizione abbiamo allargato la prospettiva coinvolgendo docenti, ma anche dirigenti scolastici e aziende. Questo per raccogliere punti di vista diversi, farli dialogare e mettere a sistema le esperienze in continuità con quello che facciamo da 40 anni come agenzia di comunicazione specializzata in progetti educational: facilitare relazioni e costruire esperienze educative condivise.

I risultati della ricerca parlano chiaro.

Il 97% delle scuole intervistate ha accolto con piacere iniziative educative

promosse da aziende: chi insegna apprezza il supporto nel quotidiano didattico, mentre le e i dirigenti vedono nelle imprese un alleato strategico per l'orientamento di ragazze e ragazzi.

Le aziende considerano i progetti educational uno strumento efficace per costruire iniziative CSR ad alto impatto, educando alla sostenibilità, al benessere e al superamento degli stereotipi, e funzionale a rispondere alle sfide emergenti del

mercato del lavoro, come la crescente domanda di profili STEAM e competenze legate al digitale e all'IA. Una relazione win-win in cui gli ostacoli sono più che altro legati a iter burocratici complessi, difficoltà organizzative, scarsa conoscenza reciproca. Eppure, solo il 17% delle aziende intervistate si affida a realtà specializzate per costruire progetti educativi: una percentuale che indica quanto bisogno di facilitazione e metodo ci sia. La scuola,

infatti, è un luogo aperto e inclusivo, ma ha regole, metodologie, ritmiche, esigenze ben precise. A scuola, insomma, si entra bussando, anche perché custodisce il capitale più prezioso che abbiamo: le

bambine e i bambini, le ragazze e i ragazzi che domani avranno la responsabilità e l'onore di guidare il mondo.

Questa ricerca vuole essere un passo avanti per costruire una comunità educativa sempre più unita: restituire uno sguardo plurale e concreto come punto di partenza per un futuro in cui la collaborazione tra scuola e impresa sia la norma, non l'eccezione.

---

**Il 97% delle scuole intervistate ha accolto con piacere iniziative educative promosse da aziende.**

---

**La Fabbrica Società Benefit** è l'agenzia di comunicazione ed ente formatore certificato MIM che, da oltre 40 anni, facilita il dialogo tra scuola, aziende e istituzioni attivando progetti educativi e formativi ad alto impatto sociale e reputazionale.

Ogni anno, raggiunge 15.000 scuole, supporta 200.000 docenti e ispira 1 milione di giovani partendo da due punti di contatto consolidati:

- il **portale [scuola.net](https://www.scuola.net)**, che mette a disposizione risorse innovative per una cittadinanza attiva e consapevole e per sviluppare conoscenze e competenze necessarie per affrontare le sfide del futuro,
- la **piattaforma [wonderwhat.it](https://www.wonderwhat.it)**, che si rivolge direttamente alla GenZ con percorsi di Formazione Scuola-Lavoro (ex PCTO) e occasioni di confronto con il mondo del lavoro.

Nel 2024 entra nel Gruppo Spaggiari Parma, realtà leader nelle tecnologie per la didattica: insieme danno vita a una *education company* unica in Italia.

[www.lafabbrica.net](https://www.lafabbrica.net)



## Cosa ci insegna questa ricerca?

Licia Cianfriglia, Dirigente scolastico, responsabile partnership e relazioni istituzionali ANP

Questa ricerca sul rapporto tra scuola e impresa ci offre una fotografia limpida e al tempo stesso incoraggiante dell'impegno in favore dei giovani condiviso dalle due realtà indagate e ci fornisce anche una panoramica delle opportunità future.

Il report conferma un dato essenziale: la partnership tra scuola e azienda non è più un'eccezione, ma un elemento che sta diventando la norma nella nostra comunità educativa nazionale. Il 97% delle scuole ha accolto negli ultimi tre anni iniziative promosse da aziende, un segnale inequivocabile dell'attuale

apertura alla collaborazione – tradizionalmente non scontata – e del desiderio di innovare avvalendosi dell'apporto che può venire dalle competenze espresse dal mondo del lavoro.

Dalle risposte dei dirigenti scolastici emerge una visione strategica e al tempo stesso pragmatica. Le tipologie di progetti e iniziative più utili per l'orientamento dei ragazzi e per la loro preparazione al mondo del lavoro sono ritenute le visite

aziendali (23%) e la Formazione Scuola-Lavoro (20%).

Questi approcci si integrano con quello dei docenti, più orientati all'arricchimento dell'offerta formativa su tematiche contemporanee come la sostenibilità (15%), l'Agenda 2030 (12%) e la transizione digitale. Entrambe le prospettive sono complementari e contribuiscono a un orientamento olistico, che prepara i giovani non

---

**La collaborazione tra scuola e impresa è il motore dell'innovazione educativa.**

---

solo professionalmente, ma anche come individui consapevoli e attivi nella società. Questo significa non solo preparare i ragazzi a un futuro professionale, ma anche formarli come in-

dividui capaci di adattarsi e crescere in un contesto in continua trasformazione.

Questo report non è solo un'analisi di dati aggiornati, ma si propone come un rinnovato appello all'azione: è la dimostrazione che, lavorando insieme, possiamo costruire un futuro in cui la collaborazione tra scuola e impresa sia il motore di un'innovazione educativa capace di formare le nuove generazioni per un mondo in evoluzione.

**L'ANP Associazione Nazionale Dirigenti Pubblici e Alte Professionalità della Scuola**, già Associazione Nazionale Presidi, costituita nel 1987 a Roma, è l'organizzazione professionale e sindacale maggioritaria dei dirigenti delle istituzioni scolastiche. Dal 2002 rappresenta anche le alte professionalità docenti, dal 2014 accoglie tutti i dirigenti pubblici e dal 2021 i quadri assunti alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche. Alla decisiva azione sindacale e di tutela delle categorie rappresentate, l'ANP affianca da sempre un profondo impegno culturale che punta a promuovere innovazione e miglioramento nelle politiche educative e socioeconomiche del sistema Paese, con uno sguardo costante alla dimensione europea. Tale impegno viene arricchito dai numerosi accordi, partenariati e protocolli d'intesa sottoscritti negli anni con enti, università e associazioni, con particolare riferimento ai campi dell'innovazione, della diffusione della cultura manageriale ed economico-finanziaria nonché della tutela dei beni culturali e ambientali. L'ANP è il punto di riferimento più autorevole per l'analisi e la proposta in materia di autonomia scolastica e di modernizzazione del sistema delle pubbliche amministrazioni in Italia.

[www.anp.it](http://www.anp.it)

# Cosa ci insegna questa ricerca?

Giorgio Germani, Consigliere Delegato Fondazione Sodalitas

Da 30 anni, Fondazione Sodalitas realizza partnership di impatto sociale tra imprese e sistema educativo che preparano le giovani generazioni a un mondo del lavoro in continua evoluzione. Attraverso progetti concreti, lavoriamo per rafforzare le competenze trasversali di studenti e studentesse e per avvicinarli alle discipline STEM, offrendo loro strumenti per affrontare il futuro con fiducia.

La maggior parte delle aziende, come evidenzia lo studio, considera i progetti per le scuole parte integrante della propria strategia di sostenibilità: è grazie a queste collaborazioni, infatti, che l'impresa

ha l'opportunità di incontrare le giovani generazioni per favorire la crescita di competenze civiche e sociali, fondamentali per superare le sfide del presente e costruire un futuro equo e sostenibile.

Oltre a questo, secondo l'indagine, uno degli obiettivi principali che spinge le aziende a partecipare a programmi rivolti alle scuole è sostenere i giovani nelle loro scelte di studio e professionali. In un contesto demografico in cui la popolazione in età lavorativa si riduce è, infatti, fondamentale per le imprese sapere costruire

alleanze con la scuola per diventare più efficaci nell'attrarre il capitale umano e, quindi, più competitive.

Continuare a realizzare questo tipo di programmi è uno degli obiettivi primari di Fondazione Sodalitas, che ha deciso di promuovere la presente ricerca per contribuire a consolidare

il ponte tra formazione e mondo del lavoro: è solo ascoltando la voce della scuola, comprendendone bisogni e aspettative, che sarà possibile realizzare partnership di valore.

---

**Per le aziende, la collaborazione con le scuole è un'opportunità per incontrare le giovani generazioni e consolidare il ponte tra formazione e mondo del lavoro.**

---

**Fondazione Sodalitas** nasce nel 1995 su iniziativa di Assolombarda e un gruppo di imprese e manager volontari come la prima organizzazione in Italia a promuovere la Sostenibilità Sociale d'Impresa come fattore strategico di crescita e sviluppo. Con le imprese associate, genera valore sociale per la comunità e le persone realizzando partnership che coinvolgono terzo settore, scuola e università, network internazionali, istituzioni ed enti locali.

[www.sodalitas.it](http://www.sodalitas.it)



# Nota metodologica

La ricerca *Il rapporto Scuola-Azienda. Un'alleanza strategica* sintetizza le risposte raccolte grazie a tre indagini quantitative che hanno coinvolto aziende, docenti e dirigenti scolastici.

## INDAGINE AZIENDE

**Tipologia:** indagine quantitativa tramite survey online.

**Quadro concettuale:** la survey si fonda sull'intersezione tra impresa, istruzione e responsabilità sociale d'impresa (CSR). L'indagine si propone di indagare il coinvolgimento delle aziende in progetti scolastici, le modalità, gli obiettivi e le criticità riscontrate attraverso la valutazione diretta di figure apicali delle stesse. La survey esplora come le aziende agiscano da attori educativi attraverso progetti formativi, stage e attività di orientamento, contribuendo alla riduzione del gap tra scuola e mondo del lavoro.

**Target:** imprese di diversi settori e dimensioni.

**Campione autoselezionato:** 102 aziende italiane di vari settori e dimensioni.

**Metodo di rilevazione:** questionario anonimo online, strutturato in forma mista (domande chiuse, con scale, domande aperte) veicolato con metodo CAWI tramite email e supporto telefonico e attraverso campagne social sul target di riferimento individuato. Durata media di compilazione: 7-10 minuti.

**Wave di rilevazione:** 19 marzo 2025 – 28 luglio 2025.

## INDAGINE SCUOLE

**Tipologia:** indagine quantitativa tramite survey online.

**Quadro concettuale:** la survey parte dalla visione della scuola come soggetto attivo nel territorio, impegnato nella formazione integrale delle e degli studenti anche attraverso il dialogo con il mondo produttivo. Docenti e dirigenti scolastici sono figure chiave per promuovere e realizzare percorsi educativi che integrino competenze orientative, trasversali e professionali. Le collaborazioni scuola-impresa sono strumenti per rafforzare l'innovazione didattica, l'educazione alla cittadinanza e la coesione sociale: richiedono risorse, governance condivisa e supporto strutturale.

**Target:** personale scolastico delle scuole italiane, con distribuzione geografica e per grado rappresentativa della composizione del sistema scolastico italiano.

**Campione complessivo autoselezionato:** 766 docenti di scuola primaria, secondaria di I e II grado e 48 dirigenti scolastici di scuole italiane.

**Metodo di rilevazione:** questionario anonimo online, strutturato in forma mista (domande chiuse, con scale, domande aperte) veicolato con metodo CAWI tramite email e supporto telefonico e

attraverso campagne social sul target di riferimento individuato. Durata media di compilazione: circa 10-15 minuti.

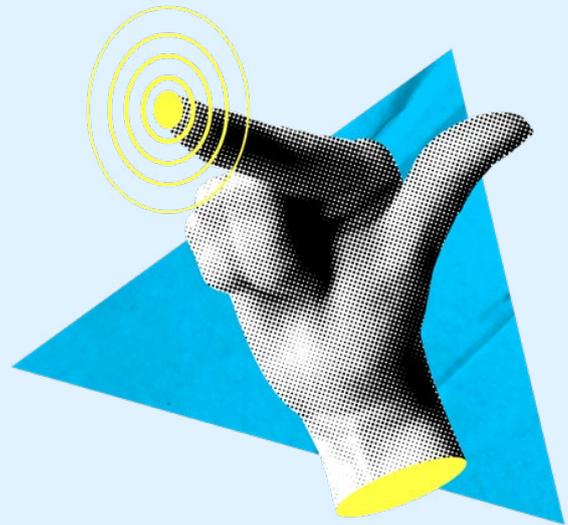
**Wave di rilevazione:** 19 marzo 2025 – 28 luglio 2025.

Si evidenzia che alcune differenze di prospettiva che emergono dalle risposte fornite da docenti e dirigenti riflettono naturalmente il diverso grado di responsabilità proprio di ciascuna categoria e di una visione che:

- per il campione docenti, è legata alle specifiche esperienze nelle quali è stato direttamente coinvolto,
- per il campione dirigenti, è l'esito di una prospettiva più generale e strategica che ha come obiettivo lo sviluppo di un'intera comunità scolastica.

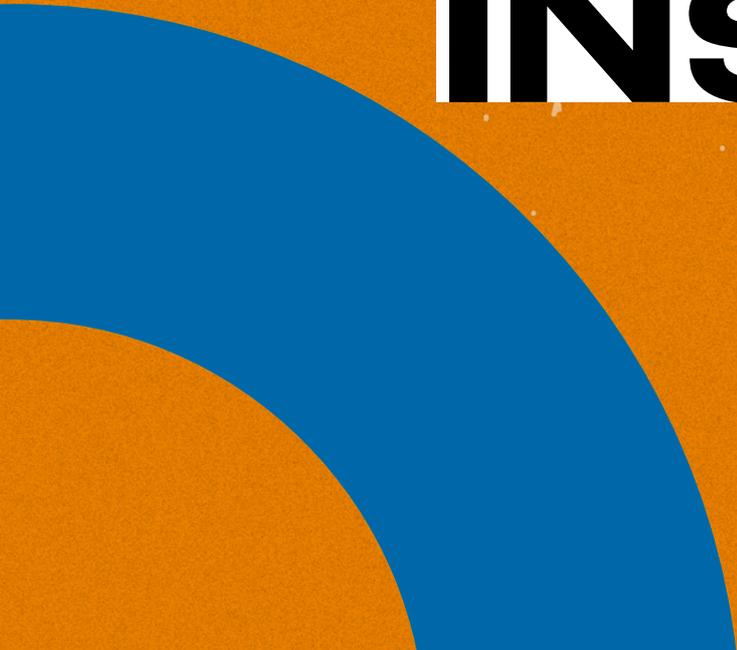
Queste differenze sono legate anche al fatto che docenti e dirigenti hanno aderito volontariamente all'indagine e non appartengono necessariamente alle stesse scuole.

I risultati vanno, dunque, interpretati su piani paralleli, ognuno dei quali offre un contributo significativo, ma non direttamente sovrapponibile all'altro.





**INSIGHT**

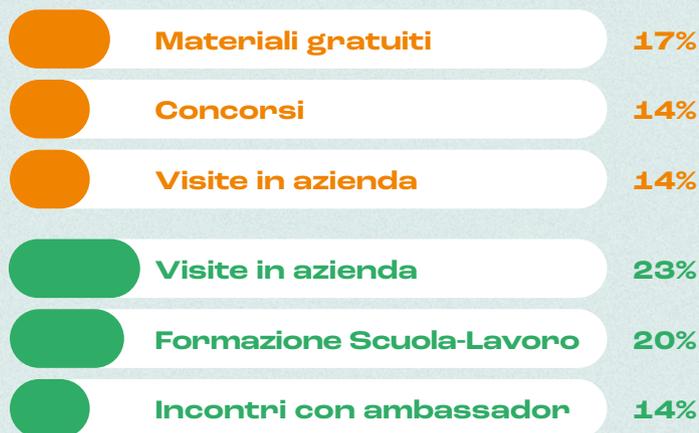


## Il **97%** delle scuole apre le porte alle imprese

Negli ultimi 3 anni, solo il 3% delle scuole intervistate non ha accolto iniziative educative promosse da aziende.



**Le due anime della scuola:**  
**docenti** preferiscono supporto al lavoro di classe,  
**dirigenti** esperienza sul campo



## Educazione finanziaria: una potenzialità inesplorata

Nonostante l'Italia sia sotto la media OCSE in financial literacy (484 vs 498), restano basse le partnership attivate dalle scuole con aziende che operano nel settore credito e assicurazioni.

## Scuola-azienda: il **70%** del dialogo valorizza la dimensione locale

Il dialogo scuola-azienda avviene su scala di prossimità: il 70% del campione docenti partecipa a iniziative di aziende locali o PMI. Le e i dirigenti danno spazio anche alle multinazionali, suggerendo un approccio più strategico e diversificato.

## Docenti e dirigenti: strategie complementari tra presente e futuro

Nella partnership scuola-azienda, il campione **docenti** si focalizza sul presente con l'arricchimento dell'offerta formativa, le e i **dirigenti** puntano soprattutto al futuro tramite proposte di orientamento.

**Arricchimento offerta formativa** 22%

**Proposte di orientamento** 24%

## Per 9 scuole su 10 le aziende facilitano la transizione digital e green

Il 90% delle scuole intervistate ritiene utile il supporto aziendale per facilitare la transizione digitale e la sostenibilità.

## La scuola è nel DNA delle aziende intervistate

8 aziende su 10 hanno partnership con scuole e università e per 5 su 10 progetti e protocolli d'intesa sono parte integrante della propria strategia di sostenibilità sociale.

## I progetti educativi realizzati con le aziende cambiano in funzione dell'età, ma vivono nella cornice dell'Educazione civica

**22%**  
ambiente

6-10 anni

**19%**  
salute

**16%**  
ambiente

11-13 anni

**15%**  
legalità

**15%**  
imprenditorialità

14-18 anni

**14%**  
legalità

### Fai da te vs Intermediazione

Solo il 17% delle aziende intervistate sviluppa progetti educativi avvalendosi di società specializzate capaci di organizzare e gestire il dialogo con le scuole e supportare la progettazione didattica.



**19%**  
Formazione  
Scuola-Lavoro

**14%**  
soft  
skill

### Due ricette per crescere: dirigenti preparano al lavoro, docenti alla vita

Nell'orientamento, le e i **dirigenti** privilegiano stage e percorsi di Formazione Scuola-Lavoro, il corpo **docente** attività di auto-riflessione. Sono due strade che portano alla stessa meta: il benessere delle nuove generazioni.

### ROI percepito positivo e soddisfazione record

Per il 90% delle aziende intervistate i risultati dei progetti educativi sono positivi.

## Il futuro è all'insegna del dialogo scuola-azienda

Nei prossimi 3 anni, il 34% delle aziende intervistate vuole aumentare le partnership, il 31% intensificare i progetti. Solo il 3% pensa di ridurre, mentre il 27% prevede di mantenere l'impegno attuale.

## Burocrazia, ostacolo comune

Sia scuole che aziende identificano nella burocrazia il principale ostacolo, insieme a difficoltà di natura organizzativa facilmente superabili come tempi lunghi, mancanza di referenti stabili e coordinamento degli orari.

## Boom dell'IA nelle richieste future

L'uso consapevole dell'IA scala la classifica dei progetti per il futuro e diventa un nuovo possibile punto di contatto tra scuola e azienda.

## L'importanza di fare rete

Per 7 dirigenti su 10 sarebbe utile creare una rete di scuole per condividere buone pratiche e contatti con le aziende, superando l'attuale frammentazione.



## CSR vs Recruiting

Quando si tratta di scegliere tra CSR e recruiting, le aziende intervistate non hanno dubbi: le iniziative con le scuole che hanno un impatto sociale sul territorio sono più importanti di quelle finalizzate al talent acquisition.



# IL CONTESTO

## Le competenze più richieste dalle aziende

Secondo il report *Future of Jobs 2025* del World Economic Forum, nella Top10 delle competenze più richieste dalle aziende, ben 7 sono riconducibili all'ambito STEAM. Tra queste figurano il pensiero analitico e creativo, l'alfabetizzazione tecnologica, la conoscenza di IA e big data, la comprensione dei sistemi, la gestione dell'ambiente e la cybersecurity. Si tratta di competenze chiave per affrontare con consapevolezza la transizione digital, ma anche quella green.



### STOP AI CELLULARI IN TUTTE LE CLASSI

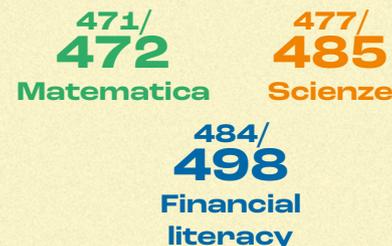
Con la *Circolare n. 3392 del 16 giugno 2025*, il MIM vieta l'uso degli smartphone anche nelle scuole del secondo ciclo: è l'occasione per ripensare il rapporto con il digitale fin dall'infanzia e per trovare nuovi approcci didattici capaci di ispirare un uso consapevole e davvero generativo dell'IA.



## STEAM?

I dati dell'indagine PISA OCSE 2022, che viene condotta in tutto il mondo su ragazze e ragazzi di 15 anni ogni tre anni, posizionano il nostro Paese al di sotto della media OCSE in matematica e scienze, ma anche nella financial literacy che è invece un abilitatore di cittadinanza attiva e uno straordinario strumento di empowerment.

L'Italia NON RAGGIUNGE la media OCSE in:



Invece è SOPRA LA MEDIA in:

482/  
476  
Lettura



Secondo l'*Indagine Confindustria sul lavoro 2024*, più di due terzi delle imprese italiane segnalano difficoltà nel trovare le competenze necessarie per le proprie attività, con criticità particolarmente evidenti nel reperimento di profili tecnici e di personale per mansioni manuali.

Le *Linee guida per l'insegnamento dell'Educazione civica* si focalizzano su 3 assi:

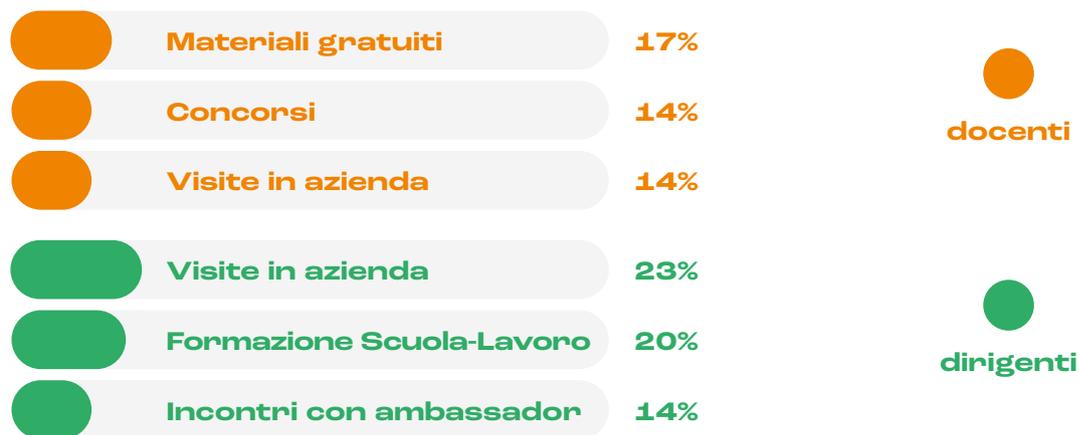
- 1. Costituzione e legalità**  
per sviluppare consapevolezza civica;
- 2. Sviluppo economico e sostenibilità**  
per diffondere cultura d'impresa e Agenda 2030;
- 3. Cittadinanza digitale**  
per usare il digitale in modo responsabile.





**in DIRETTA**  
**dalle**  
**SCUOLE**

## Quali iniziative promosse dalle aziende ha accolto la sua scuola? La Top3



*Negli ultimi 3 anni, solo il 3% delle scuole intervistate non ha accolto iniziative educative promosse da aziende.*

Le e i docenti intervistati apprezzano il supporto quotidiano all'attività in classe: la fornitura di materiali gratuiti da usare subito e la possibilità di partecipare a concorsi premianti sono fattori dirimenti nella scelta di un progetto educativo esterno.

Le e i dirigenti preferiscono iniziative con un'apertura al territorio e puntano sull'esperienza in prima persona, come visite in azienda e percorsi di Formazione Scuola-Lavoro, valorizzando una visione anche strategica dell'orientamento.

## Quanto è utile da 1 a 5 poter fruire di queste iniziative promosse dalle aziende?



*Le risposte riflettono il contesto di sottofinanziamento cronico delle scuole e sembrano voler compensare carenze strutturali e mancanza di fondi, cercando anche di garantire un accesso equo all'istruzione e al futuro.*

Nuove risorse potrebbero migliorare laboratori, aule e ambienti per l'apprendimento soprattutto dal punto di vista dell'innovazione tecnologica, quindi in un'ottica di skill mismatch.

## Con quali aziende ha collaborato la sua scuola?

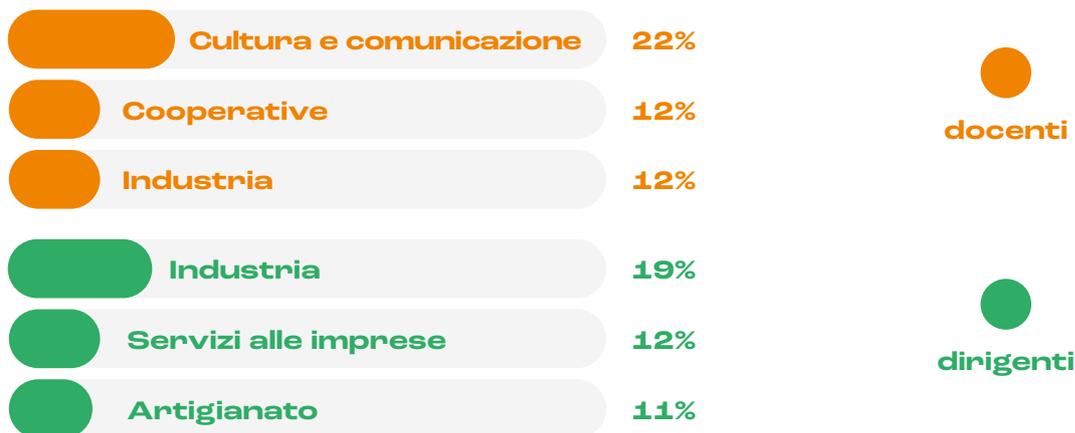


*Il dialogo scuola-azienda avviene ancora su una scala di prossimità.*

Il 70% delle e dei docenti intervistati ha partecipato a iniziative promosse da aziende e realtà locali o piccole medie imprese. Se questo, da una parte, aiuta a rafforzare il legame con il territorio e una maggiore sostenibilità delle relazioni, dall'altra può diventare un elemento critico quando si tratta di affrontare temi globali e ad alto tasso di innovazione e accelerazione come l'IA o la transizione digitale.

Le e i dirigenti intervistati danno spazio anche alle multinazionali, suggerendo un approccio più strategico e diversificato alle collaborazioni.

## Di quale settore? La Top3



*Le e i docenti intervistati privilegiano aziende con valenza culturale e sociale, più affini alla missione educativa.*

*Le e i dirigenti intervistati si orientano verso il mondo produttivo.*

La diversità settoriale riflette approcci complementari che permettono di arricchire l'offerta formativa con prospettive multiple.

Da segnalare, invece, il posizionamento delle aziende che operano nel settore credito e assicurazioni: solo il 6% del campione docenti e il 7% del campione dirigenti indica collaborazioni con realtà di questo settore, eppure, l'Italia è al di sotto della media OCSE nella padronanza dei temi legati a economia, finanza e previdenza e c'è un forte impegno anche istituzionale per colmare il divario.

## Quali sono le 3 principali esigenze che la sua scuola ha soddisfatto grazie all'intervento delle aziende?



*I 3 interventi più utili realizzati grazie alla sinergia con le aziende sono all'insegna dell'attualità e delle competenze per affrontarla oggi e gestirla domani.*

Le risposte del campione docenti si concentrano sul presente privilegiando l'arricchimento dell'offerta formativa (22%) con focus su tematiche contemporanee come sostenibilità, Agenda 2030, STEAM e IA.

Le risposte del campione dirigenti vedono l'orientamento come priorità assoluta (24%) e guardano al futuro professionale di ragazze e ragazzi.

Per entrambi i campioni intervistati è imprescindibile la maturazione di hard e soft skill per decodificare e affrontare le sfide di oggi e di domani.

## Qual è il valore aggiunto dei progetti di Educazione civica sviluppati con le aziende?



*Le aziende possono offrire un contributo concreto all'insegnamento dell'Educazione civica.*

Come in una staffetta, il passaggio del testimone tra mondo educativo e imprese permette alle scuole di affrontare istanze emergenti e temi urgenti senza doverle necessariamente padroneggiare nel dettaglio, ma delegando al know how di chi si occupa per professione di sostenibilità, tutela dell'ambiente, IA, etica digitale, Agenda 2030...

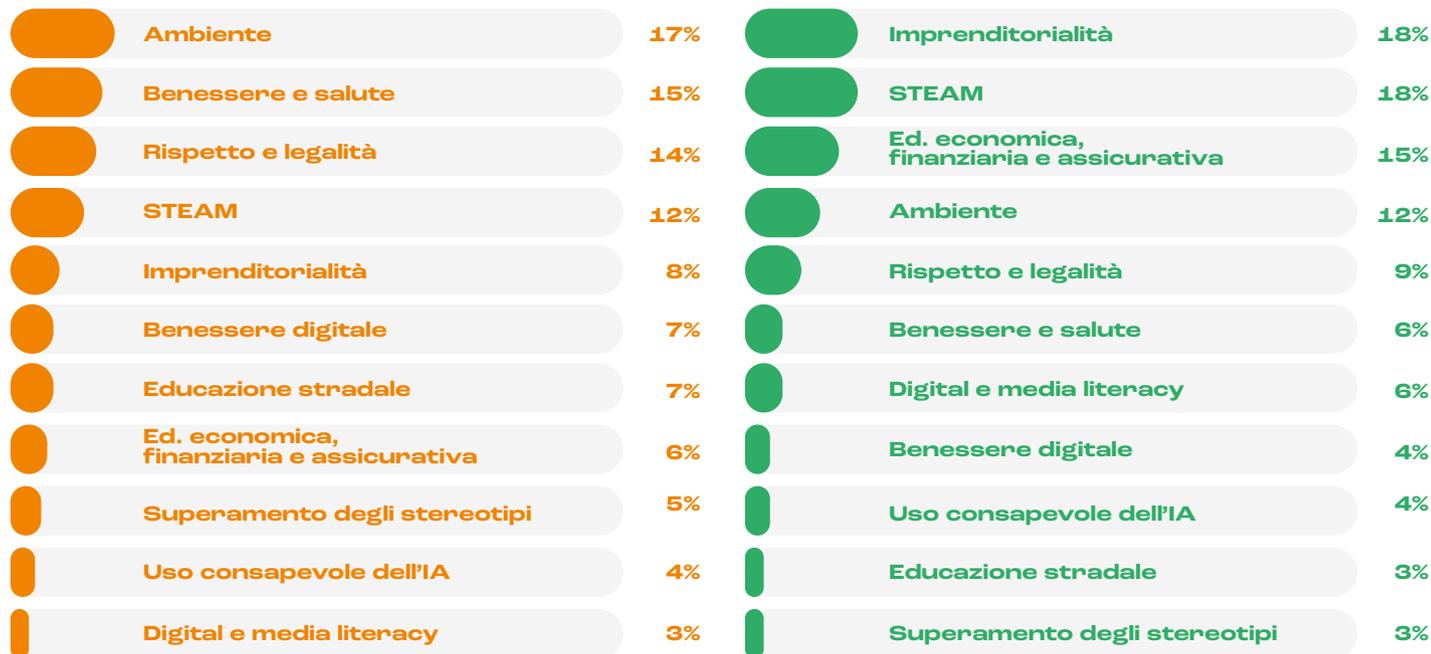
## Gli interventi coinvolgono anche le famiglie?



*Il patto scuola-famiglia è imprescindibile per garantire a bambine e bambini, ragazze e ragazzi un ambiente di crescita protetto e una continuità educativa.*

Lo dimostrano anche le risposte del campione di docenti e dirigenti intervistato: le famiglie vengono informate sulle iniziative promosse insieme alle aziende, anche se permangono margini di potenziamento.

## Su quali temi sono state attivate le proposte delle aziende negli ultimi 3 anni?



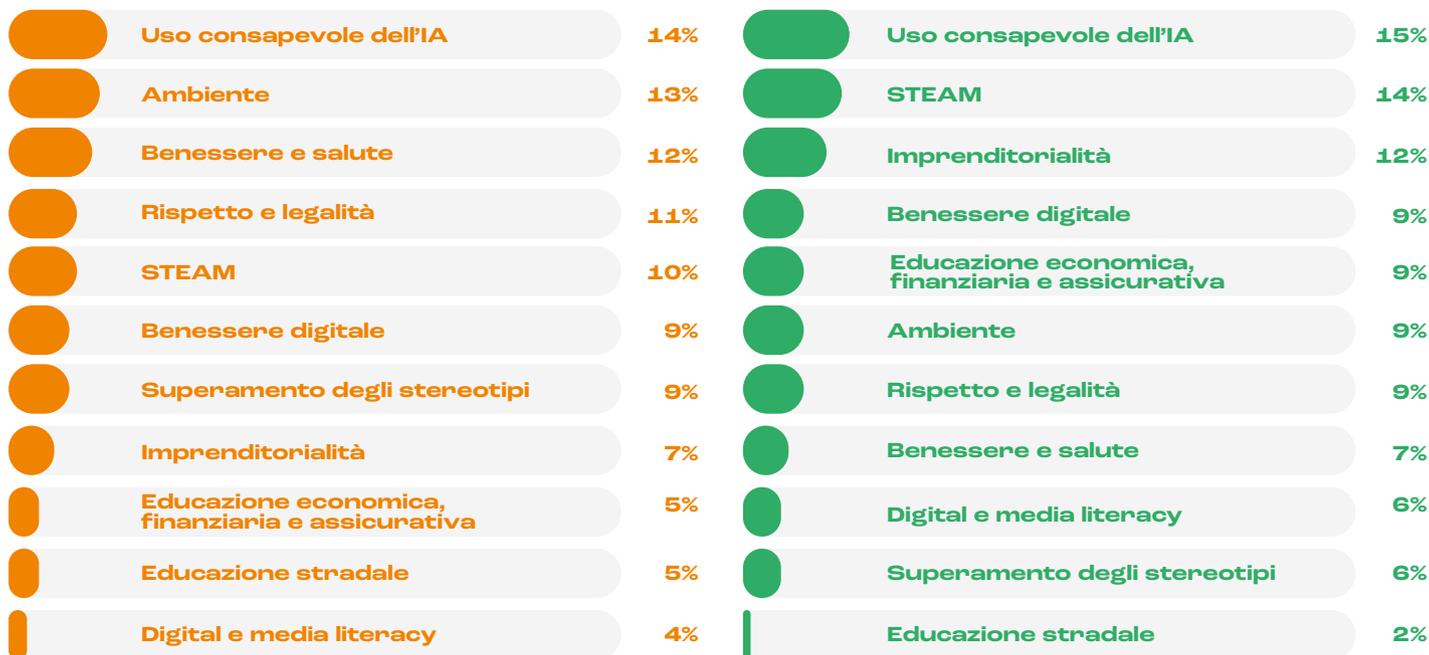
*I progetti realizzati grazie alle aziende toccano tutte le principali sfide che ci pone l'attualità e si possono ricondurre ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU.*

 **docenti**
 **dirigenti**

Il podio docenti privilegia sostenibilità, benessere e salute e permette di portare in classe anche problemi di grande attualità legati al disagio giovanile (dal bullismo ai disturbi alimentari, dall'ansia all'isolamento, dall'affettività alle dipendenze) e di affrontarli in un clima positivo, strutturato e adatto alle diverse età.

Il podio dirigenti ha un orientamento economico-tecnologico in linea con una visione della scuola che valorizza la realizzazione personale, sociale e, anche, professionale delle giovani generazioni.

## Su quali temi vorrebbe un supporto dalle aziende nel futuro?

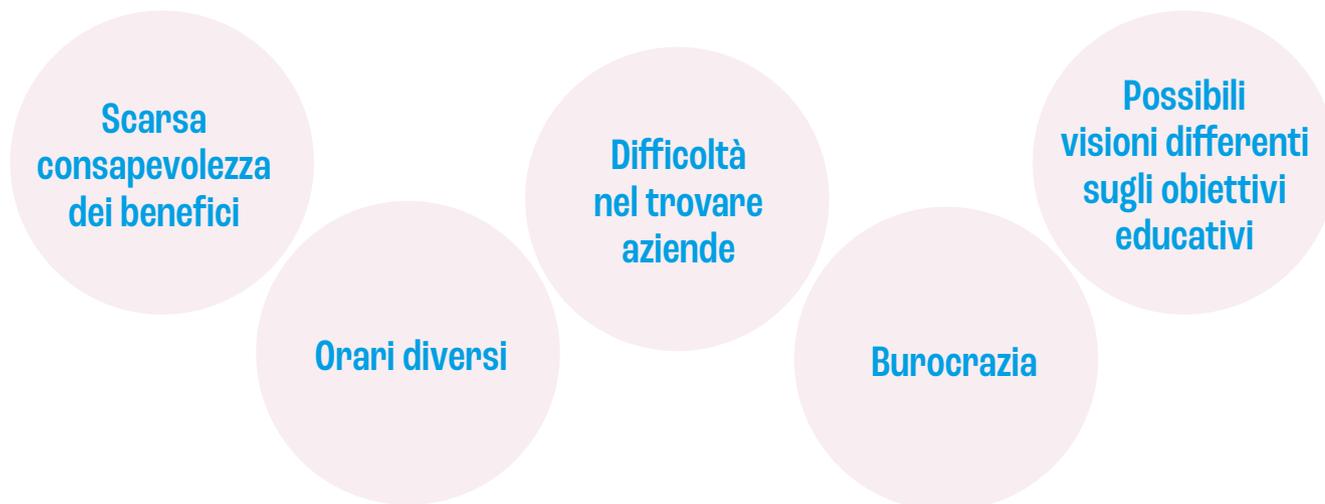


L'educazione all'uso consapevole dell'IA balza dagli ultimi posti della classifica sul podio e suggerisce una possibile evoluzione verso collaborazioni più tecnologicamente avanzate e legate alle materie STEAM.

Il resto della classifica conferma l'importanza della partnership tra scuola e mondo delle imprese per affrontare i temi al centro dell'Educazione civica: ambiente, legalità, benessere, inclusione, consapevolezza civica, cultura d'impresa, sviluppo sostenibile, uso consapevole e critico del digitale.



## Quali sono i principali ostacoli nel rapporto scuola-azienda?



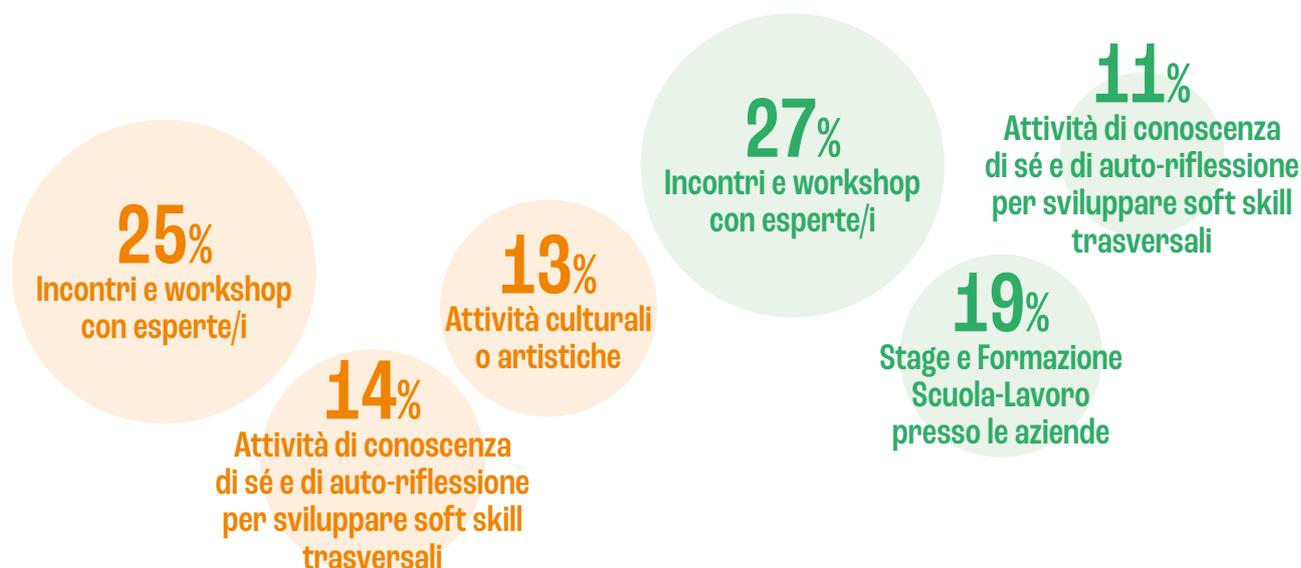
*Anche nel rapporto scuola-azienda è la burocrazia il principale vincolo che complica il dialogo.*

Chi insegna segnala anche difficoltà operative come la ricerca di aziende interessate e il coordinamento degli orari.

Il campione dirigenti (68%) giudica utile l'idea di creare una rete per condividere buone pratiche e contatti con le aziende.

Le criticità si inseriscono in un quadro più ampio legato alla necessità di una intermediazione tra due mondi: scuole e imprese hanno modalità e velocità diverse che bisogna conoscere e mettere a sistema per trasformare la voglia di fare insieme in un dialogo davvero costruttivo ed efficace.

## Quali iniziative di orientamento sono state sviluppate con il supporto delle aziende? La Top3



*Docenti e dirigenti concordano sul valore degli incontri con esperte/i per un orientamento efficace e reale.*



**docenti**



**dirigenti**

Il campione docenti evidenzia un approccio all'orientamento più centrato sulla persona. Il campione dirigenti ha una visione più pragmatica e finalizzata all'ingresso nel mondo del lavoro.

Il fatto che a scuola siano presenti entrambe queste prospettive consente di mettere a disposizione di bambine e bambini, ragazze e ragazzi un orientamento olistico ed efficace.

## Quanto è utile il supporto delle aziende per incrementare la transizione digitale a scuola?



*C'è allineamento tra docenti e dirigenti sul valore del contributo aziendale per la digitalizzazione.*

Le partnership tecnologiche e l'importanza dell'expertise privata possono colmare il gap digitale in modo efficace anche grazie a momenti di formazione online e attività integrative in orario extracurricolare.

## Quanto è utile il supporto delle aziende sui temi della sostenibilità?



*Lo sviluppo sostenibile a scuola passa anche dal supporto delle aziende: la ricerca evidenzia che oltre il 90% di docenti e dirigenti considera molto o abbastanza utile il supporto delle aziende per la sostenibilità.*

Chi insegna evidenzia in particolare il contributo per la realizzazione di laboratori didattici sui temi green che permettono di promuovere un approccio basato sull'attivazione e sull'esperienza. Del resto, la transizione green è al centro delle agende istituzionali. Il **Green Deal** mira a rendere l'UE climaticamente neutra entro il 2050 attraverso iniziative che riguardano energia, mobilità, industria, economia circolare, biodiversità e inclusività. Il **GreenComp** definisce 12 competenze chiave in materia di sostenibilità da inserire nei programmi d'istruzione per sviluppare fin dall'infanzia empatia, responsabilità e attenzione nei confronti del Pianeta e della salute pubblica.



**le dinamiche**  
**SCUOLA-AZIENDA**  
**in base al grado**  
**SCOLASTICO**

## Quali sono le iniziative che hanno più successo?



L'intervento delle aziende assume forme diverse in base al grado di scuola.

Nel primo ciclo si traduce ancora nella capacità di supportare chi insegna con materiale educativo gratuito cartaceo e digitale.

Nel secondo ciclo il passo cambia e il dialogo con le aziende lascia più spazio a ragazze e ragazzi grazie a percorsi di Formazione Scuola-Lavoro e visite in azienda che permettono di misurarsi con esperienze concrete in contesti extrascolastici.

## Quali sono le collaborazioni più frequenti?



Il dialogo tra la scuola e le aziende rispecchia la necessità di orizzonti via via più ampi insita nelle diverse fasi della crescita. Nella fascia 6-10 anni, il dialogo avviene su una scala di vicinanza per aprirsi a scenari più lontani nella fascia 11-18 con il coinvolgimento delle PMI.

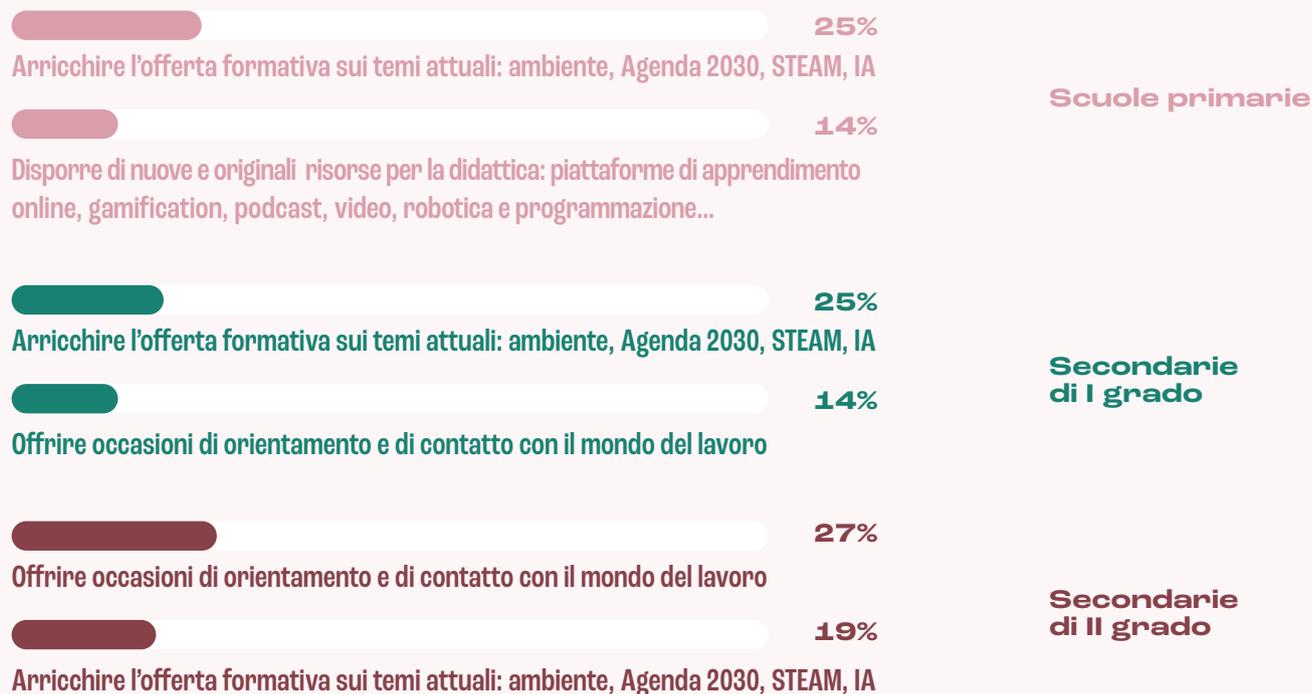
## Quali sono le tematiche al centro del rapporto scuola-azienda?



I temi percorsi con il supporto delle aziende nella fascia 6-10 anni sono all'insegna dell'Educazione civica e hanno un comune denominatore nel concetto di cura: di sé, dell'ambiente di prossimità, dell'altro. Sono temi che molte aziende promuovono già al proprio interno: si tratta di portarli fuori e condividerli in un circolo virtuoso aperto anche al territorio.

Nella fascia 11-13 questi temi si allargano alle discipline STEAM e virano all'educazione all'imprenditorialità nella fascia 14-18: l'obiettivo è aiutare le giovani generazioni a diventare cittadine e cittadini consapevoli e in grado di partecipare pienamente alla vita del Paese.

## Quali esigenze soddisfa l'intervento delle aziende?



Nelle scuole primarie e secondarie di I grado, gli interventi delle aziende aiutano ad affrontare in modo più completo argomenti legati alla cittadinanza e all'attualità anche con esperienze di didattica attiva nella fascia 6-10 e con occasioni di orientamento nella fascia 11-13.

Nelle scuole del secondo ciclo, le azioni coincidono soprattutto con interventi che permettono a ragazze e ragazzi di incontrare il mondo del lavoro e confrontarsi da vicino con le sue dinamiche.



**in DIRETTA**  
**dalle**  
**AZIENDE**

3 AZIENDE SU 4 COLLABORANO CON LE SCUOLE, PER LA METÀ È UNA QUESTIONE DI STRATEGIA

## La sua azienda collabora con istituzioni scolastiche, università o scuole?

**Sì, progetti educativi per le scuole**

**76%**

↳ per il 51% è parte della strategia aziendale

**Sì, partnership e protocolli con istituzioni scolastiche e università**

**79%**

↳ per il 48% è parte della strategia aziendale

*C'è una maturità crescente nel considerare l'educazione come un asset strategico e non occasionale.*

3 aziende intervistate su 4 hanno avviato partnership o protocolli d'intesa con istituzioni scolastiche o università e progetti educativi dedicati alle scuole. 2 su 4 le considerano parte della strategia aziendale di sostenibilità sociale.

C'è un altro dato che dimostra il valore programmatico del dialogo con il mondo scuola: per il 22% delle aziende intervistate, è la Direzione Generale a promuovere partnership e progetti.

Chi non c'è, sta cercando la strada giusta. Metà delle aziende che non realizzano progetti per le scuole hanno valutato la possibilità, senza trovare la modalità. Questo indica che c'è interesse e un potenziale di crescita, ma serve supporto per trasformare l'intenzione in azione.



*La scuola è un'istituzione cruciale per lo sviluppo, la crescita e l'evoluzione della nostra società. Fin dall'inizio Napisan, col programma Igiene Insieme, si è posto l'obiettivo di diffondere consapevolezza sulle corrette pratiche di igiene tra bambine e bambini, costruendo anche un rapporto con gli adulti di riferimento.*

*Quando siamo partiti, nel 2020, il mondo della scuola stava sperimentando una fase critica tra pandemia e didattica a distanza. Da ogni difficoltà, però, è importante rialzarsi con nuova consapevolezza e convinzione. Ed è quello che abbiamo fatto noi, con il nostro brand Napisan, attraverso un percorso di purpose che ci ha portato a coinvolgere oltre 10.000 scuole in tutta Italia donando nuove conoscenze sul mondo dell'igiene, sviluppando materiali informativi ed educativi per oltre un milione di studentesse e studenti e corsi di formazione per insegnanti, mettendo i nostri prodotti al servizio della collettività scolastica.*

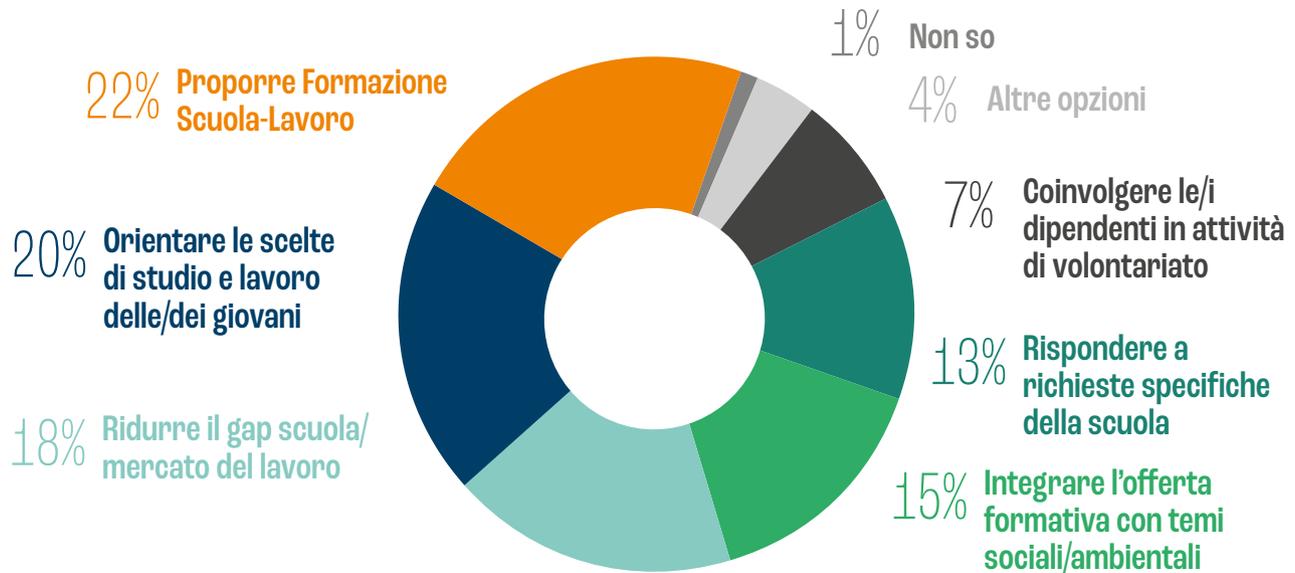
*Nelle scuole è stato straordinario vedere l'ingaggio di bambine e bambini durante i laboratori e le loro menti curiose approfondire i temi legati all'igiene con un approccio sempre giocoso. Inoltre, grazie a diversi strumenti di analisi, è stato possibile verificare il cambiamento nei loro comportamenti.*

*All'interno dell'azienda, è sorprendente constatare come il progetto sia riuscito a suscitare nuove riflessioni. Igiene Insieme ci ricorda quanto sia importante tornare alle basi: insegnare fin dall'infanzia le regole fondamentali dell'igiene in modo semplice, concreto e coinvolgente. Condividere il percorso anno dopo anno è un vero piacere, perché ci permette di osservare come il progetto si sia evoluto, ampliato e affinato, restando sempre vicino alle esigenze delle bambine, dei bambini e delle loro famiglie.*

**Chiara Castronovo**

Senior Brand Manager, Napisan

## Qual è l'obiettivo degli interventi a scuola promossi dalla sua azienda?



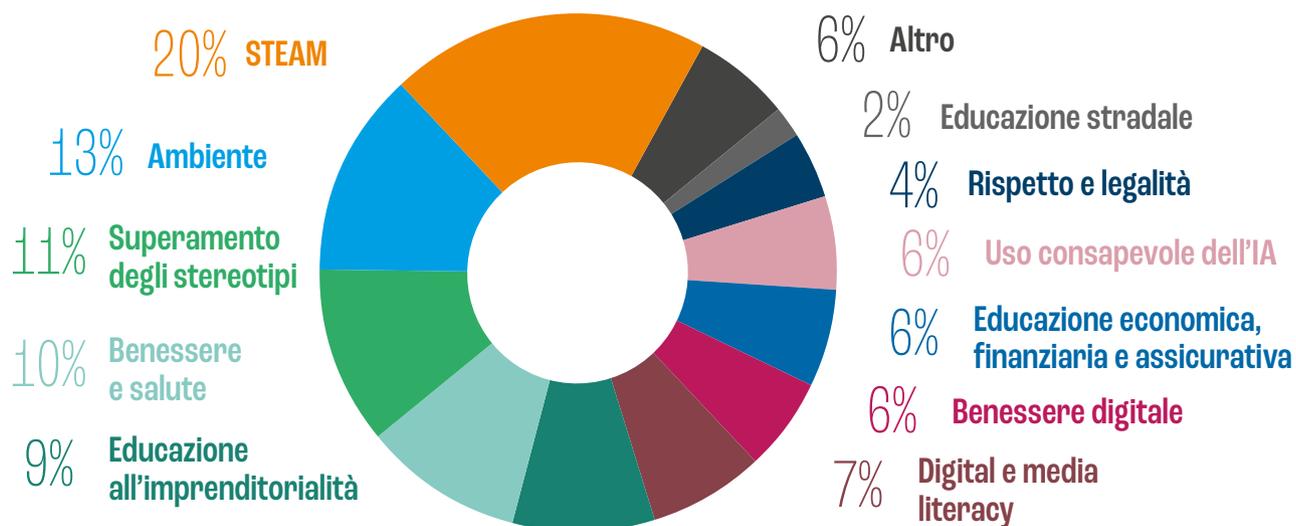
*Le aziende intervistate si rivolgono in via preferenziale alle scuole secondarie di secondo grado, evidenziando una logica di valorizzazione del talento confermata dalla tipologia di interventi.*

Proporre percorsi di Formazione Scuola-Lavoro, orientare le scelte di studio e professionali, ridurre lo skill mismatch: questi tre obiettivi guidano da soli il 60% delle azioni promosse dalle aziende intervistate.

Oltre alle scuole del secondo ciclo (35%), le aziende indirizzano i propri interventi verso le scuole del primo ciclo (31%), le università (28%) e le scuole dell'infanzia (6%).

Del resto, secondo le indicazioni ministeriali, le attività di orientamento devono interessare tutte le fasce d'età e rivolgersi, con modalità diverse, non solo a ragazze e ragazzi, ma anche a bambine e bambini.

## Quali sono i temi dei progetti promossi dalla sua azienda per le scuole?



Le discipline STEAM - Science Technology Engineering Art Mathematics sono al centro degli interventi delle aziende, seguite dai temi che rientrano nell'Educazione civica come l'educazione ambientale e il superamento degli stereotipi, in un quadro che bilancia le istanze dettate da transizione digital, green e inclusione.

**E per il futuro?** Le aziende confermano l'interesse per i progetti STEAM e l'Educazione civica, ma l'uso consapevole dell'IA conquista il podio dei temi ad alta probabilità di investimento salendo al 2°. Questo cambio evidenzia la consapevolezza delle trasformazioni tecnologiche in corso e la necessità di preparare le nuove generazioni in una delle competenze emergenti più rilevanti per il futuro del lavoro.



*Il tema dell'uso consapevole e sicuro della tecnologia soprattutto da parte dei più giovani è sempre più attenzionato. Già a partire dal 2018 Wind Tre, supportata da La Fabbrica, porta ogni anno nelle scuole primarie il progetto Neo-Connessi, con l'obiettivo di affiancare i docenti fornendo risorse e strumenti utili per educare gli studenti all'uso corretto dei device, evidenziandone le opportunità e mettendo in luce i principali rischi. Proprio in un'ottica di utilità, quest'anno il progetto si è arricchito anche con un focus su didattica digitale e IA. Aprire e mantenere vivo il dialogo con le scuole è fondamentale perché è proprio lì che si formano le competenze digitali dei cittadini di domani.*

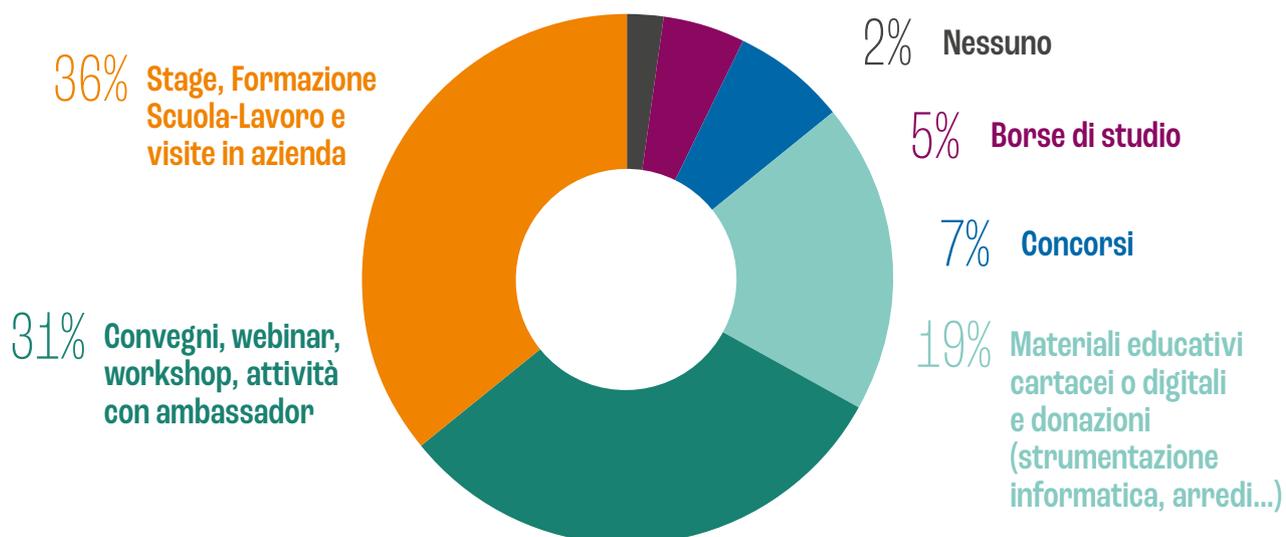
*Come azienda di telecomunicazioni, sentiamo la responsabilità di accompagnare bambini e ragazzi in un percorso di crescita digitale consapevole, sicura e responsabile.*

*Ciò che più mi dà soddisfazione è constatare il riscontro straordinariamente positivo da parte dei docenti: la loro partecipazione attiva, l'entusiasmo con cui accolgono e portano in classe i nostri contenuti e la voglia di coinvolgere gli studenti in un dialogo aperto sulla responsabilità digitale sono stati davvero incoraggianti. Lo dimostra anche la grande adesione al concorso che ogni anno promuoviamo per coinvolgere attivamente le classi.*

**Federica Manzoni**

Direttrice Sustainability  
& Quality Certification Wind Tre

## Negli ultimi 3 anni, quali interventi gratuiti ha dedicato la sua azienda alle scuole?



*Solo il 2% delle aziende intervistate non ha sviluppato progetti negli ultimi 3 anni.*

L'offerta educativa delle aziende prevede molte tipologie di intervento, ma la formula vincente è basata su incontri in presenza.

Ragazze e ragazzi entrano in azienda grazie a stage, percorsi di Formazione Scuola-Lavoro e visite.

Le aziende tornano sui banchi di scuola attraverso convegni, webinar, workshop e attività con ambassador aziendali.



*Come società di servizi e consulenza informatica, adottiamo un approccio proattivo per attrarre e sviluppare giovani talenti in un mercato del lavoro molto competitivo e con carenza di risorse. In particolare:*

- *collaboriamo con scuole, università e ITS: partecipiamo a eventi, career day, hackathon e progetti formativi, offrendo opportunità concrete di assunzione e crescita già durante il percorso di studi,*
- *promuoviamo cultura digitale e orientamento STEM: supportiamo iniziative per avvicinare i ragazzi e le ragazze alla tecnologia, cercando di ampliare il bacino di talenti fin dai primi anni di formazione.*

*Ci ha colpito la rapidità e la profondità dell'effetto positivo che iniziative orientate al mondo STEM possono avere, sia su studenti e studentesse sia sull'ambiente aziendale.*

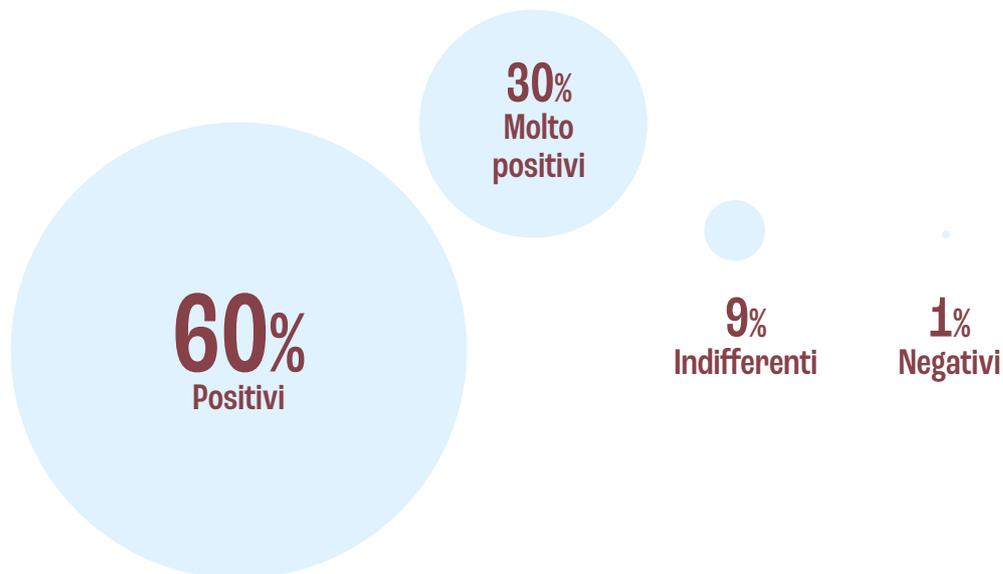
*Nelle scuole, abbiamo notato che anche semplici attività di orientamento o workshop pratici possono accendere l'interesse dei ragazzi e delle ragazze, che magari non avevano mai considerato un percorso tecnologico. È utile vedere quanto la vicinanza al mondo reale, concreto, dell'IT possa motivare e far emergere nuovi talenti o anche semplicemente nuovi stimoli.*

*In azienda, l'impatto è duplice: da un lato, l'ingresso di giovani porta energia, creatività e una nuova prospettiva, dall'altro, stimola anche i team più esperti a mettersi in gioco, creando un circolo virtuoso di apprendimento reciproco. Considerando che in GFT abbiamo 5 generazioni diverse di lavoratori e lavoratrici, l'integrazione e i confronti sono per noi vitali al fine di mantenere un buon ambiente di lavoro, senza discriminazioni o bias.*

**Manuela Cigliutti**

Employer Branding e CSR Lead,  
GFT Italia

## Come valuta i risultati ottenuti dalla sua azienda grazie ai progetti realizzati nelle scuole?



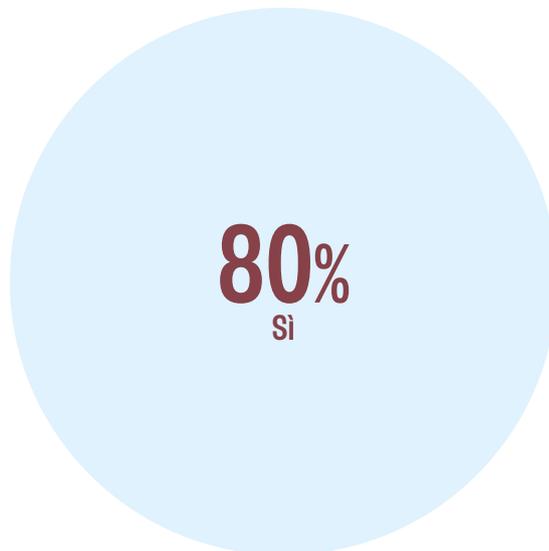
*Per il 90% delle aziende intervistate i risultati ottenuti dai progetti educativi sono positivi o molto positivi. I nodi da sciogliere sono di natura organizzativa e potrebbero essere legati alla modalità di contatto.*

L'altissima soddisfazione delle aziende conferma il valore percepito degli investimenti in educazione e sostiene la tendenza all'incremento futuro delle iniziative.

L'efficacia dei risultati raggiunti è un driver potente per bilanciare le criticità emerse: burocrazia, mancanza di referenti stabili e di tempo, sovrapposizione di proposte.

La necessità di un sistema più strutturato è legata anche alle modalità di contatto tra aziende e scuole: solo il 17% delle aziende intervistate si è rivolto a una società specializzata in progetti educativi per avviare e gestire il dialogo.

## La sua azienda, negli ultimi 3 anni, ha sviluppato iniziative sul territorio o progetti di CSR?



Da 1 a 5, quanto è importante per la sua azienda collaborare con la scuola per raggiungere questi obiettivi?

**4,14/5**  
CSR/impatto  
territoriale

**3,82/5**  
Talent acquisition

**3,76/5**  
Employer branding

*Per le aziende intervistate i progetti educativi si inseriscono in strategie di responsabilità sociale più ampie e legate al territorio. Il welfare locale guida (28%), seguito da promozione della salute (20%) e inclusione lavorativa (19%).*

Del resto, scuole e territorio sono vasi comunicanti. Un intervento a scuola, se ben strutturato, coinvolge le famiglie e si allarga alla comunità intera con ricadute positive sull'inclusione, sulla lotta alle nuove povertà (economica, sociale, ma anche educativa), sulla dispersione scolastica. Allo stesso modo, il benessere del territorio diventa un prerequisito strategico che aiuta il lavoro educativo e formativo delle scuole e fa crescere occasioni di talent acquisition diversificate per le aziende che diventano, anche, fonte di ispirazione per le nuove generazioni.



*Crediamo che Sky abbia una responsabilità che va oltre il proprio business: contribuire attivamente al benessere delle comunità in cui viviamo e operiamo. È con questo spirito che, nell'ambito delle nostre iniziative di Corporate Social Responsibility (CSR), abbiamo scelto di aprire un dialogo strutturato e continuativo con il mondo della scuola. Le nuove generazioni rappresentano il futuro, e riteniamo fondamentale investire nella loro formazione, nel loro senso critico e nella loro consapevolezza su temi di grande attualità e forte impatto generazionale: dalla lotta alla disinformazione all'inclusione sociale. Le scuole, in quanto luoghi privilegiati di crescita e apprendimento, sono partner naturali in questo percorso.*

*Lavorare a stretto contatto con docenti e studenti ha dato vita a uno scambio virtuoso di conoscenze e competenze, rivelando con sorpresa quanto valore possa emergere da questa sinergia, sia per le scuole sia per l'azienda.*

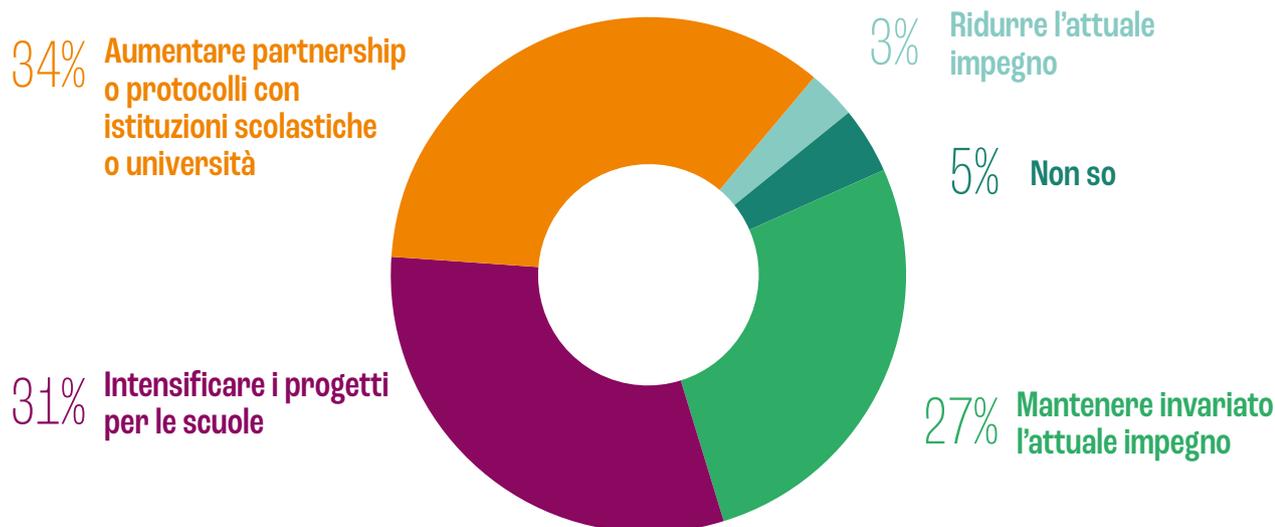
*Attraverso i progetti didattici proposti, gli studenti hanno la possibilità di sviluppare abilità trasversali fondamentali, come il lavoro di squadra, il problem solving, la creatività e il senso di responsabilità sociale. È sorprendente osservare come, quando messi in un contesto stimolante e connesso alla realtà, rispondano con entusiasmo, creatività e spirito critico. Dal punto di vista aziendale, è emerso chiaramente quanto queste iniziative abbiano rafforzato l'identità e il senso di scopo tra i colleghi coinvolti e non solo. Contribuire in modo concreto al benessere della comunità scolastica ha generato un profondo senso di orgoglio e appartenenza, favorendo il rafforzamento di una cultura aziendale più orientata al bene comune. Credo fermamente che la collaborazione tra scuola e impresa rappresenti un'opportunità reale di crescita reciproca, capace di andare oltre la semplice logica della sponsorizzazione e di generare un autentico valore condiviso.*

**Maria Anastasia Chieruzzi**

Sky Up Project Manager

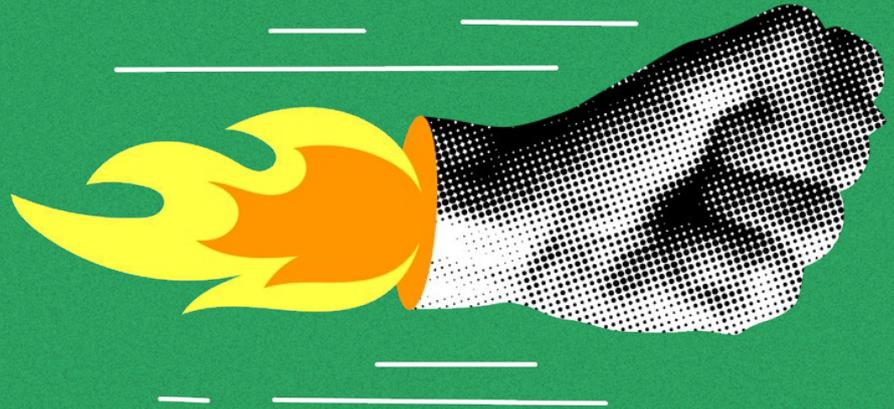
2 AZIENDE SU 3 VOGLIONO AUMENTARE LA PRESENZA A SCUOLA

## Nei prossimi 3 anni, qual è l'orientamento della sua azienda sul rapporto con le scuole?



*L'alta soddisfazione per i risultati ottenuti alza l'asticella degli obiettivi per i prossimi 3 anni.*

Il 34% delle aziende intervistate è orientato a rafforzare le partnership o i protocolli di intesa con istituzioni scolastiche o università, il 31% a intensificare i progetti per le scuole, il 27% conferma l'impegno attuale. Il trend espansivo è supportato dai livelli di soddisfazione e dal riconoscimento del valore strategico del dialogo con le scuole.



**CONCLUSIONI  
e NUOVE  
PROSPETTIVE**

# Dove ci ha portato questa ricerca?

Alberto Pirelli, Presidente Fondazione Sodalitas

La ricerca *Il rapporto Scuola-Azienda. Un'alleanza strategica* viene pubblicata in una fase nella quale il mondo del lavoro è attraversato da cambiamenti sempre più profondi e veloci. Viviamo in un periodo di forte discontinuità, sia dal punto di vista tecnologico (si pensi non solo

all'intelligenza artificiale ma anche ai cambiamenti legati alla sfida energetica e all'economia circolare) sia per l'impatto economico e sociale delle tensioni geopolitiche.

Le competenze evolvono rapidamente: quelle più tradizionali lasciano il campo a skill nuove, a cui è necessario formare sia le persone alla ricerca della prima esperienza professionale sia quelle già in azienda.

L'evoluzione tecnologica con cui tutti noi ci confrontiamo richiede alla scuola uno sforzo di continua innovazione nel preparare persone che dovranno occupare ruoli professionali ancora sconosciuti durante il percorso di studio.

Il contesto così dinamico e imprevedibile genera comprensibili incertezze soprattutto in chi si prepara a entrare nel mercato del lavoro: i nostri giovani, i ragazzi e le ragazze che rappresentano il futuro del Paese.

È a loro che vorrei anzitutto rivolgermi dicen-

do che, se i timori e i dubbi sono ragionevoli, deve però prevalere l'ottimismo. I cambiamenti che stiamo vivendo aprono delle opportunità straordinarie: investire su se stessi e sui propri talenti è la scelta migliore che ogni giovane può fare per il proprio futuro.

A rafforzare la fiducia occorre anche il quadro delineato dalla presente ricerca.

L'alleanza strategica tra scuola e impresa emerge infatti come un dato ormai consolidato, nel segno dell'assunzione di una responsabilità comune verso il futuro delle nuove generazioni e verso la comunità in generale.

Le collaborazioni tra istituti scolastici e aziende

---

**I cambiamenti che stiamo vivendo possono generare dubbi e timori ragionevoli, ma aprono anche opportunità straordinarie: investire su di sé e sui propri talenti è la scelta migliore che ogni giovane può fare per il proprio futuro.**

---

sono diffuse in modo pervasivo in tutti i gradi dell'istruzione, dalla scuola primaria alla secondaria di secondo grado.

Coprono tutto l'arco delle competenze e delle risorse necessarie: dalle competenze di cittadinanza alle soft skill, per passare all'orientamento alla scelta consapevole degli studi superiori, fino a ciò che serve per entrare con fiducia e successo in un mondo del lavoro che cambia continuamente.

Se la collaborazione tra scuola e azienda è sistematica già oggi, è destinata a diventarlo ancora di più nel breve e medio periodo come confermato dai risultati della ricerca.

Le scuole investono nel dialogo con l'azienda consapevoli che rappresenta un elemento fondamentale per la qualità e l'efficacia della loro proposta formativa.

Le aziende, dal canto loro, considerano la colla-

borazione con la scuola fondamentale per contrastare l'impatto di alcuni grandi trend come per esempio il cambiamento demografico che riduce la popolazione occupabile rendendo sempre più difficile la ricerca delle persone con il giusto profilo di competenze. Le aziende tra l'altro, per avere un ruolo positivo nell'economia, devono attrarre forza lavoro opportunamente preparata.

mente preparata.

Sempre guardando al futuro, rimangono tuttavia aperte alcune grandi sfide che richiedono di investire ulteriormente nell'alleanza tra scuola e impresa.

Penso per esempio al preoccupante fenomeno dei NEET: il numero di ragazzi e ragazze che abbandonano precocemente gli studi,

perché non sono stati supportati nel fare le scelte giuste, è ancora troppo alto, e rappresenta una dispersione di capitale umano che non ci possiamo permettere.

---

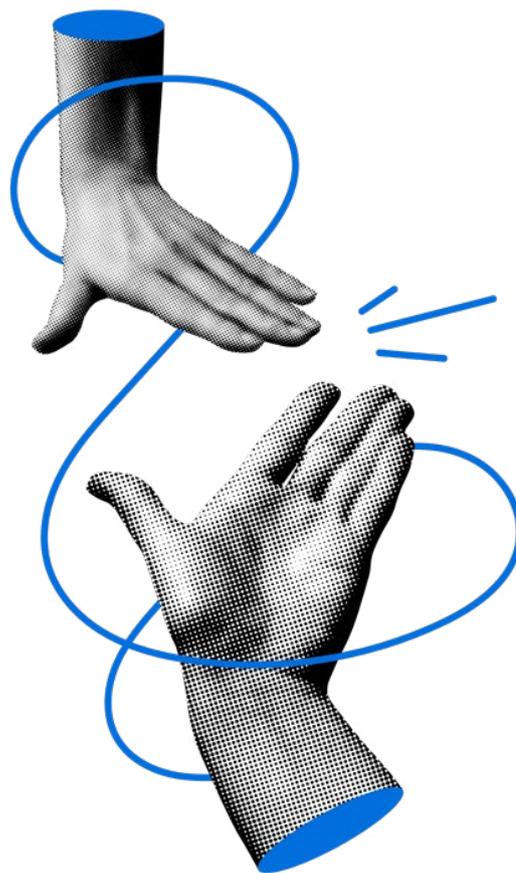
**Il fenomeno dei NEET, lo skill mismatch, la fuga di cervelli: guardando al futuro, rimangono aperte grandi sfide che richiedono di investire ulteriormente nell'alleanza tra scuola e impresa.**

---

Penso al mismatch troppo ampio tra le competenze formate dal mondo della scuola e quelle richieste dalle aziende, che indebolisce sia la domanda sia l'offerta di lavoro: i tanti posti di lavoro che rimangono scoperti per l'assenza di candidati adeguati rappresentano un paradosso non più sostenibile.

Penso, infine, ai molti giovani che lasciano il nostro Paese per andare all'estero: dovremmo essere capaci di offrire loro le condizioni per apportare il loro valore aggiunto al sistema Italia. La ricerca appena presentata offre tanti esempi positivi di partnership tra scuola e impresa. Continuare lungo questa strada con ancora più determinazione è fondamentale per far sentire le nuove generazioni orgogliose di contribuire da protagoniste al futuro delle loro famiglie, delle comunità e del Paese.

**È, questa, una sfida che continuiamo a voler affrontare con sempre maggiore entusiasmo.**



Il rapporto  
**SCUOLA-AZIENDA**  
Un'alleanza  
**STRATEGICA**

