

Lo stage piace all'impresa E anche allo stagista

Gli stage piacciono alle imprese e anche agli stagisti. Indipendentemente dal loro esito occupazionale. È la conclusione cui è giunta un'indagine condotta da **Acti-Sportello** stage su un campione di 471 tirocini formativi o di orientamento nel periodo compreso tra gennaio e luglio di quest'anno. Tanti sono gli stage attivati dall'Associazione per la cultura e il tempo libero su tutto il territorio nazionale nel primo semestre 2011.

Un'esperienza che piace. Secondo i dati raccolti da **Acti**, il giudizio sul tirocinio formativo da parte dei tirocinanti assunti è positivo (con un punteggio di 4-positivo, o 5-molto positivo) nel 87,1% dei casi. Una percentuale che si innalza al 90,7% tra i tirocinanti non assunti. Tra le imprese, invece, il giudizio (positivo) sul tirocinio migliora, in caso di trasformazione in occupazione, da 73,4 a 84,2% al Centronord e da 62,8 a 75% al Sud Italia. Come ha ricordato anche Marina Verderajme, presidente di **Acti-Sportello** stage, la valutazione positiva dell'esperienza dello stage da parte dello stagista dipende essenzialmente dall'acquisizione di competenze (trasversali) e dalla sua effettiva spendibilità.

La riduzione a sei mesi della durata. È questo un punto critico. Come sostiene Paolo Citterio, presidente di Gidp, tra le imprese sembra non essere stata gradita la riduzione della durata a sei mesi massimo (rinnovi compresi) intervenuta con la manovra di fine estate (dl 138/2011). La motivazione risiede nel fatto che un intero semestre non è ritenuto sufficiente a valutare le potenzialità dello stagista. Un'osservazione che svela come le imprese tendano a utilizzare come vero e proprio canale di preselezione uno strumento che in realtà ha natura essenzialmente formativa e di orientamento.

Il numero degli assunti. Sempre secondo **Acti** viene assunta dalle imprese quasi la metà degli stagisti: il 46% del totale (216). Il 54% i non assunti (255). Il 40% dei tirocinanti assunti è inserito in azienda con un contratto a tempo determinato, il 6% con contratto a tempo indeterminato, il 25% con contratto di apprendistato e il 28% con contratto di collaborazione. Le aree di inserimento degli stage sono: commerciale/vendite (21%), comunicazione e marketing (14%), sistemi informativi (9%) e personale/organizzazione (8%).

Matteo Rigamonti

