

## 2 milioni di Neet. Giovani sfiduciati, il reclutamento funziona sui social

Francesco Riccardi [domenica 3 dicembre 2017](#)

Fondazione Cariplo recluta online i ragazzi dispersi: l'iniziativa lanciata nel 2015 in Lombardia assieme a Università Cattolica e Istituto Toniolo

**Se la ripresa economica è ormai avviata e robusta, ciò che stenta a migliorare è la situazione dei giovani, con tassi di disoccupazione ancora intorno al 35%, oltre il triplo del dato medio complessivo. E soprattutto con un numero di *neet*, cioè ragazzi che non lavorano né studiano né sono in formazione, che resta il secondo più alto in Europa, a quota 2,2 milioni, 239mila in una regione leader come la Lombardia. «Non possiamo dire che il programma Garanzia giovani sia stato un fallimento. Ma se il primo obiettivo era riattivare i giovani che non studiano e non lavorano, una diminuzione dal 24 al 22% nella fascia d'età 18-29 anni – mentre in Europa dopo un picco del 16% la quota di neet è calata al 14%, sotto il livello pre-crisi – il risultato è largamente insufficiente», ha spiegato Alessandro Rosina, docente dell'Università Cattolica e coordinatore del rapporto giovani dell'Istituto Toniolo, introducendo venerdì pomeriggio a Milano il convegno internazionale 'Neeting 2', organizzato dalla stessa Cattolica, dall'Istituto Toniolo e dalla Fondazione Cariplo. Un fenomeno, quello dei *neet*, figlio della dispersione scolastica, con alti tassi di abbandono in tutti i gradi di istruzione e soprattutto delle inefficienze nella transizione scuola-lavoro, con responsabilità lungo tutta la 'filiera': dal placement inefficace di scuole e università alle carenze strutturali dei centri per l'impiego pubblici.**

Trovare modalità nuove per attivarli. E le parole giuste per dar loro fiducia. E prima ancora individuare i canali migliori per scovarli, contattarli, convincerli. Portare i *neet* – i giovani che non lavorano né studiano né sono in formazione – a riaffacciarsi nel mondo del lavoro, a ricercare una qualificazione o anche solo a riassaporare l'esperienza di 'fare' qualcosa, è impresa tutt'altro che semplice. E che soprattutto, come dice Paola Bignardi, nel Cda dell'Istituto Toniolo e della Fondazione Cariplo, «ha bisogno oggi di una comunicazione innovativa, di un diverso approccio alle persone» per evitare di perdere il contatto con porzioni crescenti di popolazione giovane.

Per questo la Fondazione Cariplo (con Fondazione Adecco, Istituto Toniolo e Mestieri Lombardia) dal 2015 ha avviato in Lombardia il **progetto NEETwork** con l'obiettivo di **offrire un tirocinio in una organizzazione non profit ai ragazzi più fragili**, coloro che, all'interno dei *neet* tra i 18 e i 24 anni, hanno la più bassa qualificazione scolastica, il **solo diploma di terza media, non lavorano da mesi e non sono stati coinvolti neppure nel programma di Garanzia giovani**. In un'immagine: i più dispersi tra i dispersi. Che appunto occorre anzitutto individuare, poi contattare per proporre loro una svolta.

La Fondazione è partita da un bacino potenziale, in Lombardia, di 41mila nominativi con quei requisiti di età e titolo di studio, scesi a 21mila una volta scremati coloro che si erano iscritti a Garanzia giovani e ulteriormente ridotti a 11mila contando solo i ragazzi che abitavano in prossimità delle occasioni di impiego individuate. E qui il primo dato interessante: degli 11mila identificati come target hanno risposto in 1.700 circa, poco più di 1 su 10 e, ad oggi, sono 200 i tirocini effettivamente attivati su un totale di 700 opportunità messe a disposizione dalle organizzazioni del Terzo settore coinvolte.

**A funzionare per il reclutamento è stato in particolare l'uso dei *social network*.** «Oltre alle candidature spontanee su un sito creato per l'occasione ([www.neetwork.eu](http://www.neetwork.eu)) le risposte sono arrivate in particolare da tre campagne di pochi mesi condotte su Facebook, rivolte a giovani con le caratteristiche dei beneficiari del progetto (*lookalike*) e a madri ultra 35enni, con figli maggiori di 18 anni residenti in Lombardia – spiega Benedetta Angiari, responsabile del progetto di **Fondazione Cariplo** –. Da questo canale sono giunte oltre 1.400 candidature, solo

per il 10% sovrapponibili ai 41mila individuati dalle liste anagrafiche». Insomma, attivare campagne sui *social*, dove i ragazzi 'abitano', parlando un linguaggio semplice e più vicino a quello dei soggetti che si vogliono contattare dà risultati positivi, con tassi di risposta del 36%, nettamente superiori rispetto a quelli dei canali più tradizionali. Inoltre, c'è la possibilità di attivare e disattivare le azioni informative e di reclutamento, a seconda della vicinanza alle opportunità di tirocinio attive, grazie alla geolocalizzazione. Sono i vantaggi della profilazione degli utenti sempre più raffinata che i *social network* e più in generale i *big data* offrono già oggi. E che le università stanno studiando anche con «sperimentazioni di *computational social science* e *digital humanities*, costruendo modelli di intelligenza artificiale sui comportamenti digitali, per risalire al ritratto delle persone, alla loro profilazione appunto, attraverso l'analisi delle tracce digitali che lasciano – ha raccontato Kyriaki Kalimeri, ricercatrice della @ISI Foundation –. Arrivando a capire dai *like* e dalle pagine visitate, ad esempio, chi è disoccupato, chi è un *neet* e quindi come contattarlo e come parlargli».

Nuove opportunità offerte dalle tecnologie, senza dimenticare però la centralità del rapporto umano, essenziale per la riattivazione dei giovani che non lavorano né studiano. Ma che, a sua volta, non può seguire pedissequamente modelli precostituiti e va invece tarato sui ragazzi che si ha concretamente di fronte. Lo testimonia **un altro progetto, promosso dalla Caritas nelle Azzorre, zona con forte presenza di disoccupati e giovani *neet***, nell'ambito della coltivazione e della trasformazione dei prodotti agricoli. «Ciò che ha funzionato del percorso intrapreso per riattivare i giovani è stato anzitutto lasciare che per il primo periodo si autorganizzassero, senza proporre una formazione precostituita e negoziando con loro obiettivi e modalità di intervento – ha spiegato Francisco Simoes, ricercatore dell'Università di Lisbona –. I giovani vogliono essere protagonisti e occorre offrire loro ricette e linguaggi moderni». Mettendo insieme le nuove tecnologie e l'accompagnamento personale, riattivare chi è sfiduciato è possibile.