

La cultura riprende a tirare l'occupazione Ecco i profili più richiesti dalle imprese

DI ANGELA IULIANO

La cultura chiama i giovani a tempo indeterminato. E' quanto emerge dal Rapporto 2015 "Io sono cultura", elaborato da Unioncamere e Fondazione Symbola, l'unico studio in Italia che annualmente quantifica il peso della cultura e della creatività nell'economia nazionale (www.unioncamere.it). Delle quasi 20.400 assunzioni non stagionali previste quest'anno dalle imprese della filiera culturale, di cui oltre la metà avverrà con contratti a tempo indeterminato, poco meno di un terzo, il 30,9%, sarà destinato ai giovani under 30, senza significative differenze nei diversi settori.

Ma, se a queste sommiamo i posti senza una preferenza esplicita per l'età dei candidati, il 46,7% del totale, i giovani arrivano a coprire più dei tre quarti del fabbisogno occupazionale del settore culturale e creativo.

A riservare loro spazi soprattutto le piccole imprese fino a 9 dipendenti, per una quota del circa 35%, analogamente a quanto accade, dal punto di vista territoriale,

nell'ambito delle aziende del Mezzogiorno. L'incidenza dei giovani sul totale è correlata direttamente al livello del titolo di studio, poiché tra le persone senza formazione specifica la richiesta di figure under 30 è pari al 22%, per salire al 30-31% tra quelle con qualifica di formazione o diploma professionale ed attestarsi al 34% per i laureati.

Maggiori opportunità per i giovani poi risiederanno contestualmente alla domanda di figure medium-skill, composta per il 36% circa di under 30. Oltre i tre quarti del fabbisogno delle imprese culturali sarà coperto da figure professionali con almeno il diploma, mentre la laurea sarà richiesta ad un quarto dei candidati. Laureati e diplomati inferiori al 50% nel settore della produzione di beni e servizi creativedriven, a causa della bassa richiesta dei primi, meno del 10%.

Arrivano all'85-90% nelle industrie creative, culturali e nelle performing arts e intrattenimento e coprono la quasi totalità delle assunzioni non stagionali previste dalle imprese del patrimonio storico-artistico.

Al di là della formazione, assu-

mono una importanza rilevante tutte quelle competenze di tipo trasversale, indipendenti dal settore e dall'attività. Iniziando dalla capacità comunicativa scritta e orale, la capacità di lavorare in gruppo, ma anche saper lavorare autonomamente. Attitudini molto o abbastanza importanti per quasi un terzo dei candidati del settore. Per le prime il sotto-comparto più esigente è quello delle performing arts e intrattenimento, intorno al 40%.

Mentre le imprese che producono beni e servizi creative-driven e quelle del patrimonio storico-artistico dichiarano di potersi accontentare, rispettivamente, di un 20% di candidati con adeguate capacità comunicative e di un 26% che sappia lavorare in gruppo. Capacità di lavorare in autonomia centrale nell'industria creativa, meno nelle imprese produttrici di beni e servizi creative-driven.

Importanti per il 28-29% delle assunzioni la capacità di risolvere problemi e la flessibilità e adattamento, rilevanti in più di un terzo dei casi nelle performing arts e intrattenimento.