

Basi

1

INDICE

1.1 I giovani di oggi – Generazione Z	2
La Generazione Z e le sue caratteristiche principali	2
Educazione e formazione	2
Comportamento con i media	3
Atteggiamento verso la società	3
Atteggiamento verso il lavoro	3
Guida	4
Fornire una guida competente	4
Favorire evoluzioni	4
Capire le tendenze	4
Creare trasparenza	4
1.2 Marketing dell'apprendistato	5
1.3 Formazione degli apprendisti	6
Requisiti dell'azienda formatrice	6
Autorizzazione per formare apprendisti	6
Infrastruttura minima delle aziende formatrici	6
Requisiti minimi per le formatrici e i formatori professionali	7
Raccomandazioni salariali per gli apprendisti	8
Stipendio seconda formazione	8
Diploma di maturità professionale	9
Stage e posti settimanali	10
Stage	10
Posto settimanale	10
1.4 Requisiti di studenti e studentesse	11
1.5 Il criterio della compatibilità (fit)	13
1.6 Assicurazione contro gli infortuni e fondamenti legali	14
Assicurazione infortuni	14
Assicurazione di responsabilità civile	15
Protezione dei giovani lavoratori	15
Tipi di lavoro consentiti	15

1 Basi

Nelle sezioni che seguono vengono trattate molte delle diverse tematiche che un'azienda formatrice può ritrovarsi a dover affrontare. Vengono discussi i requisiti delle aziende formatrici, le raccomandazioni salariali per gli apprendisti, ma anche i criteri di selezione e le basi giuridiche, per citarne solo alcuni. Per prima cosa, tuttavia, è fondamentale effettuare una prima analisi della Generazione Z e delle sue caratteristiche, la cui comprensione è imprescindibile per il successo del processo di selezione.

1.1 I giovani di oggi – Generazione Z

«Le diverse età dell'uomo si considerano a vicenda come razze diverse: i vecchi di solito si sono dimenticati di essere stati giovani oppure dimenticano di essere vecchi e i giovani non vogliono mai capire che invecchieranno.»

Tucholsky, 1931

Chiunque voglia formare apprendisti deve poter riuscire a mettersi nei panni dei giovani e capire il loro comportamento. Inoltre, quando si ha a che fare con i giovani, è utile tenere sempre presente che noi un tempo siamo già stati giovani, ma che i giovani non hanno mai fatto l'esperienza di essere stati più grandi. Ancora più importante è avere la consapevolezza che da generazioni i giovani contemporanei vengono percepiti come peggiori dalle generazioni precedenti. Si tratta di un pregiudizio che esiste da molto tempo, ma che non ha mai trovato conferme negli studi scientifici.

La Generazione Z e le sue caratteristiche principali

I giovani di oggi (nati circa tra il 1998 e oggi) appartengono alla Generazione Z, nota anche come «Gen Z». I membri della Generazione Z sono stati i primi a crescere con uno smartphone in mano. Per questo motivo vengono anche definiti «nativi digitali». La Generazione Z rappresenta circa il 20% della popolazione mondiale. I giovani e le giovani appartenenti alla Generazione Z si distinguono per le seguenti caratteristiche:

Educazione e formazione

- Sono educati in modo meno severo della generazione Y / dei «Millennials» (nati tra il 1977 e il 1998)
 - Sono assetati di conoscenza e formazione
 - Continuano a formarsi e a perfezionarsi
 - Sono meno orientati a insegnanti e genitori
 - Hanno uno spiccato orientamento alla performance e al successo, ma anche paura del futuro, questo crea loro un grande stress
-

Comportamento con i media

- Sono fortemente influenzati dallo smartphone a partire dai 13 anni
 - Trascorrono molto tempo online
 - Vivono fortemente in rete e condividono contenuti e opinioni su molti canali
 - Hanno una soglia di attenzione più bassa
 - Hanno opinioni personali forti, sono curiosi
 - Sono piuttosto impazienti, desiderano informazioni e soluzioni ai problemi subito
-

Atteggiamento verso la società

- Vogliono cambiare il mondo
 - Hanno posizioni nette
 - Sono meno coinvolti nella delinquenza giovanile e fanno meno uso di droghe
-

Atteggiamento verso il lavoro

- Si preoccupano per l'economia
 - Cercano attività che diano un senso alla loro vita piuttosto che ricchezza materiale e successo
 - Non sono disposti a fare gli straordinari se l'obiettivo non è quello giusto, perché le ore passate al lavoro sono tolte alla vita
 - Considerano il tempo libero più importante del lavoro
 - Credono che il successo derivi più dalla propria rete che dalle qualifiche
 - Preferiscono strutture orizzontali alle gerarchie
 - Vogliono avere successo, laddove il 76% di loro vuole trasformare il proprio hobby in una professione
-

Guida

La cosa più importante per te come formatore o formatrice professionale è che i giovani della Generazione Z vedano i manager come partner o amici. Comportati più come un mentore che come un capo e agisci in modo individuale, aperto, trasparente e credibile. Confrontati intensamente con la nuova generazione di professionisti, mostra interesse e poni domande. I giovani desiderano essere apprezzati in modo costruttivo e ricevere una correzione positiva dei propri errori. Le decisioni prese in modo gerarchico (dall'alto verso il basso) devono essere motivate e spiegate. Comunica in modo semplice ed evita compiti complessi, piuttosto suddividili in tanti step più piccoli. Questo porta a tante piccole esperienze positive legate ad altrettante gratificazioni.

Sulla base della situazione iniziale descritta sopra, dovresti prenderti a cuore i seguenti punti:

Fornire una guida competente

- Comunicare in modo professionale e personale, sia a livello sociale che individuale
 - Curare l'apertura e la credibilità
 - Esercitare una critica costruttiva
 - Coltivare una cultura dell'errore positiva
-

Favorire evoluzioni

- Esercitare la funzione di guida con empatia e senza lesinare incoraggiamenti
 - Mostrare la propria competenza
 - Creare prospettive di sviluppo professionale e personale
-

Capire le tendenze

- Discutere insieme le nuove tendenze e provare subito cose interessanti
 - Discutere con tutti gli interessati
-

Creare trasparenza

- Fornire informazioni costanti su sviluppi e cambiamenti
-

Fonte: Ingold, 2016

1.2 Marketing dell'apprendistato

L'ASFMS mette a disposizione del settore falegnameria vari materiali informativi per il reclutamento e la promozione delle nuove leve.

Informazioni attuali

Il marketing dell'apprendistato deve essere al passo con i tempi, ecco perché viene costantemente adattato e integrato con nuove offerte. Consigliamo di visitare i siti web specificati nel testo per consentire all'azienda che si impegna nell'offerta formativa di essere sempre aggiornata.

L'associazione ha molto materiale stampato, articoli pubbliredazionali, materiale promozionale (ad es. giveaways) e un sito web indipendente. Inoltre, esistono un film, una presentazione ed eventi specifici per promuovere i giovani talenti. Tra questi ricordiamo i campionati di falegnameria, Nuovo Futuro e le conferenze nelle scuole e presso altri gruppi di interesse.

Recentemente è stato avviato un progetto per formare giovani ambasciatori delle professioni. Lo scopo di questo progetto è che gli studenti e le studentesse, ad es. nelle giornate di porte aperte o in occasione di fiere, interagiscano con persone giovani anziché con adulti, in quanto questo approccio si è dimostrato più promettente. Questi giovani sono stati formati gratuitamente dall'ASFMS.

L'offerta dell'ASFMS è integrata da una cosiddetta toolbox, che può essere utilizzata nei giorni di porte aperte e che include, tra l'altro, campioni di legno, un roll-up e opuscoli. La gamma viene continuamente aggiornata e ci sono sempre progetti innovativi per attrarre giovani talenti e promuovere la professione.

È possibile trovare informazioni sempre aggiornate sui seguenti siti web:

-
- www.traumjob-schreiner.ch si rivolge a bambini e giovani (10–14 anni) nel processo di scelta professionale e contiene le informazioni più importanti sulla professione.
 - www.schreiner-karriere.ch si rivolge ai genitori di bambini (10–14 anni) che si trovano nella fase della scelta professionale e contiene informazioni sulle prospettive di ulteriore formazione dopo l'apprendistato.
 - www.vssm.ch/pdt si rivolge a formatori professionali negli istituti di formazione e contiene informazioni sulla promozione di giovani talenti («pdt»).
-