

L'impegno della Provincia verso le aziende passa da progetti e corsi di specializzazione

Nove milioni per le imprese

Il presidente Baccelli: «Serve un cambio di marcia per guardare al futuro»

LUCCA. Un rocchetto, ovvero la parte della bicicletta che permette di cambiare marcia. È questo il logo della campagna di comunicazione "Nuovi bisogni, nuovi strumenti" (che si svilupperà attraverso vari canali informativi, dalle inserzioni sui quotidiani locali agli spot tv, passando per manifesti, spazi dedicati sul sito web della Provincia, avvisi specifici, trasmissioni televisive) lanciata dalla Provincia per conoscere le opportunità di formazione professionale. E l'immagine non è scelta a caso: il rocchetto, infatti, rimanda al movimento, al dinamismo.

Il senso della campagna, infatti, è proprio questo: un cambio di passo rispetto al passato, verso una comunicazione più intensa e maggiormente estesa a tutti i cittadini della Provincia. "Formazione che", come sottolinea il presidente della Provincia, Stefano Baccelli, «diventa oggi uno strumento fondamentale per avvicinare le esigenze del mercato del lavoro e, quindi, la domanda, con l'offerta, rappresentata da chi è in cerca di lavoro. Di qui le iniziative della Provincia, orientate a intercettare e assecondare le trasformazioni che investono l'economia. Una realtà che impone un costante processo di aggiornamento delle qualifiche e del-

le competenze per allinearsi alle richieste del mercato del lavoro».

Formazione professionale intesa quindi come fulcro su cui far leva per rispondere alle esigenze di imprese e di cittadini.

Un impegno, quello dell'amministrazione, che si è tradotto in un investimento complessivo di 9 milioni di euro per progetti che, attraverso corsi di specializzazione o l'emissione di appositi voucher formativi, mirano alla qualificazione dei lavoratori.

A questi, nel 2010, si agguinceranno ulteriori investimenti per 5 milioni di euro. Da parte sua, l'assessore alle politiche del lavoro, Gabriella Pedreschi sottolinea l'importanza della formazione come mezzo per una sempre maggiore qualificazione del lavoratore. «Si tratta, - spiega, - di mettere in campo ulteriori azioni e strumenti validi per uscire dalla crisi economica che ha colpito anche la nostra provincia. Inoltre si possono aiutare le cosiddette categorie svantaggiate, offrendo loro opportunità di collocazione o rientro nel mercato». Una mamma con il bambino davanti alle

mura di Lucca, un immigrato nei cantieri della Darsena di Viareggio, un operaio sulla variante di Castelnuovo, due studenti davanti scuola, tutti in sella ad una bicicletta: sono questi alcuni dei protagonisti della campagna, realizzata dall'agenzia di comunicazione Ai Granai, oggi Mesci Associati. E non sono testimonial casuali: al contrario sono stati individuati i possibili fruitori degli strumenti di formazione, quindi studenti, operai, donne con e senza bambini, manager e immigrati, concependo un percorso formativo integrato tra istruzione e lavoro.

Nadia Davini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La conferenza stampa in cui è stata presentata l'iniziativa

