

COMPETENZE LINGUISTICHE E IMPRESE

a cura di V. Marrone

PREMESSA

D'intesa con la Confindustria Bari-BAT¹, il gruppo Lend di Bari ha programmato una indagine finalizzata a:

- i rilevare le competenze linguistico-comunicative generalmente utilizzate, o comunque ritenute necessarie, dalle aziende per tenere rapporti con l'estero;
- ii presentare gli esiti della rilevazione a rappresentanti qualificati del mondo della scuola e dell'università per un confronto costruttivo mirato a individuare le competenze da far acquisire agli studenti per un proficuo inserimento nello specifico settore del mondo del lavoro;
- iii approfondire per questo aspetto i rapporti tra mondo del lavoro e formazione.

Per la realizzazione del primo obiettivo è stato predisposto un questionario che ha consentito, appunto, di rilevare le competenze linguistico-comunicative generalmente utilizzate, o comunque ritenute necessarie, dalle aziende per tenere rapporti con l'estero.

In questa sede si presenta una prima analisi dei dati raccolti. Preme chiarire, preliminarmente che:

- a) si è cercato di formulare un questionario che non richiedesse molto tempo per la compilazione. A questo scopo, è stato contenuto il numero delle domande all'indispensabile, formulandole anche in modo da richiedere risposte semplici e immediate;
- b) le aziende che hanno compilato e trasmesso il questionario non sono state in numero tale da far ritenere che si tratti di un campione statisticamente rappresentativo dell'universo di aziende delle province di Bari e BAT che hanno rapporti con l'estero;
- c) non risulta esista una anagrafe di tale tipologia di aziende sì da poter stabilire con qualche certezza il loro numero complessivo;
- d) a parere di chi scrive, i dati raccolti hanno consentito, di sondare il terreno e di individuare alcune problematiche relative al primo obiettivo;
- e) sembra ora possibile perseguire gli altri obiettivi.

Sulla scorta della impostazione data al questionario, l'esposizione è articolata nei seguenti punti:

1. settori di attività e dimensioni delle aziende;
2. soggetti dell'azienda che comunicano, lingua/e utilizzata/e e nazioni con cui l'azienda ha rapporti;
3. modalità di comunicazione;
4. competenze linguistiche ed extra linguistiche;
5. attività di formazione;
6. attese delle aziende.

Il questionario prevedeva anche uno spazio per eventuali osservazioni e proposte. L'analisi di queste sarà riportato nel paragrafo finale dedicato ad alcune

7. conclusioni.

¹ Corre l'obbligo non formale di ringraziare per la preziosa disponibilità e la fattiva collaborazione l'ing. Umberto Bozzo, Direttore dello staff e la dott. Laura De Candia, responsabile dell'Area Affari Internazionali, della Confindustria di Bari e Barletta Andria Trani (BAT)

1. SETTORI DI ATTIVITA'

1.1. Questa sezione è stata compilata da tutte le aziende che hanno risposto al questionario. Nella tabella n. 1 vengono riportati i dati in termini di percentuale calcolata sul totale delle risposte. V'è da precisare, però, che alcune hanno indicato più di un settore, ciò spiega perché le percentuali superano il 100%.

TABELLA N° 1

SETTORE DI ATTIVITA'	%
Industria	50
Turismo	14
Costruzioni	11
Servizi	11
Alimentare	7
Altro	7
Marketing	4
Farmaceutico	4
Commercio	4
Informatica	4

Come si vede, le aziende del settore industriale (50%), che rappresentano la metà dei rispondenti. Collocata al secondo posto, ma significativa appare la presenza di aziende turistiche (14%) che, più di altre, forse, sono bisognose di personale con competenze linguistico-comunicative, e che appartengono ad un settore di attività che ha un grandissimo rilievo nella economia delle provincie di Bari, della BAT e della Puglia più in generale.

1.2. Il questionario richiedeva anche di indicare il numero dei dipendenti al fine di avere un'idea, sia pure non esaustiva, delle dimensioni² delle aziende coinvolte nell'indagine.

TABELLA N° 2

DIMENSIONI	%
Piccola	83
Media	11
Grande	3
Non risponde	3

Come si vede, è molto bassa la percentuale di aziende che non ha fornito il dato relativo al numero dei dipendenti. Sulla base delle risposte date, è risultata una media di 38-39 dipendenti in un *range* da un minimo di 2 ad un massimo di 270 persone impegnate.

Il campione di aziende interpellate è costituito prevalentemente da imprese piccole, che rappresentano l'83% dei rispondenti. Più contenuta è la presenza di aziende medie (11%) e grandi

² La classificazione delle aziende basata sul numero dei dipendenti è uno dei criteri possibili. Altri criteri possono essere quelli del **fatturato** e del **valore aggiunto**. Nel testo si considera **piccola** l'impresa con meno di 50 dipendenti, **media** quella con meno di 250 dipendenti e **grande** quella con più di 250 dipendenti.

(3%).

2. Soggetti dell'azienda che comunicano, lingua/e utilizzata/e e nazioni con cui l'azienda ha rapporti

Per quel che riguarda i soggetti che comunicano con i corrispondenti stranieri, le lingue utilizzate e le nazioni con cui le aziende hanno rapporti, di seguito si riportano i dati raccolti e la loro analisi.

2.1. Nella tabella n. 3 vengono riportati i dati relativi ai **soggetti che comunicano**.

TABELLA N° 3

SOGGETTI CHE COMUNICANO	%
Titolare dell'azienda	75
Dipendenti a tempo indeterminato	68
Dipendenti a tempo determinato	64
Interprete/traduttore occasionale	21
Ufficio estero	25

V'è da osservare, preliminarmente, che, anche in questo caso, il totale dei dati percentuali supera 100 poiché molti hanno indicato più di un soggetto.

Risalta, come si può immediatamente notare, il dato relativo al 75% delle aziende nelle quali è lo stesso **titolare** a comunicare con l'estero. Esso è evidentemente determinato dalle dimensioni, come in precedenza rilevato, prevalentemente piccole delle aziende rispondenti. Le risposte ricevute, tuttavia, portano ad osservare che non è evidentemente infrequente il caso di aziende nelle quali il titolare si avvale anche di dipendenti per comunicare. V'è da segnalare, inoltre, la presenza – a parere di chi scrive, non irrilevante - di un quarto di aziende (25%) dotate di un **ufficio estero**.

Appare significativa anche la percentuale di aziende che fanno ricorso a dipendenti assunti a tempo indeterminato: il dato è rilevante poiché consente di affermare che, in quelle aziende, vi è stabilità di rapporti con l'estero. Sotto questo aspetto v'è da ribadire la rilevanza del dato circa la presenza di un ufficio estero, peraltro congiunto alla indicazione del numero di dipendenti che vi lavorano. A quest'ultimo riguardo, c'è da fare presente che, pur prevalendo la presenza di 1 solo dipendente in tale ufficio, alcune aziende hanno dichiarato di averne da un minimo di 3 ad un massimo di 5.

2.2. Per quanto attiene alla **lingua moderna di comunicazione**, era certamente prevedibile la presenza massiccia dell'inglese, lingua indicata da quasi tutte le aziende che hanno risposto al questionario, fatta eccezione per due aziende: una, che non ne ha indicata alcuna; l'altra, che ha indicato il solo tedesco, avendo rapporti solo con l'Austria. Nella tabella n. 4 vengono riportati i dati relativi alle aziende che fanno ricorso alle varie lingue per le comunicazioni con l'estero.

TABELLA N° 4

LINGUA	%
- NR	3,5
- Inglese	93
- Francese	57
Tedesco	39
Spagnolo	25
Cinese	7
Portoghese	3,5
Russo	3,5
Giapponese	3,5

Prima di esporre qualche osservazione sui dati della tabella, è utile fare riferimento alle lingue moderne presenti nei curricoli delle scuole italiane. Caratteristica del nostro sistema scolastico è la grandissima prevalenza delle **lingue comunitarie: francese, inglese, spagnolo, tedesco**. Anche nelle scuole la lingua maggiormente presente è, com'è noto, l'inglese. .

I dati della tabella sono interessanti poiché riflettono, appunto, la loro diffusione nei vari ordini e gradi di scuole. In estrema sintesi:: presenza massiccia dell'inglese, seguito a qualche distanza dal francese che, a sua volta, precede tedesco e spagnolo.

I dati della tabella, però, portano a rilevare anche la presenza di **cinese, russo e giapponese**, lingue che hanno cominciato a comparire nei curricoli delle scuole italiane. da pochi anni e che adesso figurano in qualche liceo linguistico anche della Puglia. V'è da osservare, però, che le tre lingue sono molto più presenti nelle scuole di altre parti d'Italia, tanto che già da qualche anno vi sono classi della secondaria superiore che sostengono gli esami di Stato conclusivi dei loro corsi di studio anche su queste lingue.

Appare utile approfondire l'analisi di questi dati per rilevare le aziende che hanno dichiarato di utilizzare una sola lingua e quelle che hanno dichiarato di utilizzare più lingue:

TABELLA N° 5

Lingue	%
- inglese	39
- tedesco	3,5
- inglese e francese	14
- inglese e tedesco	3,5
- francese, inglese e spagnolo	3,5
- francese, inglese e tedesco	11
- francese, inglese, spagnolo e tedesco	3,5
- cinese, francese, inglese e tedesco	3,5
- cinese, francese, inglese, spagnolo e tedesco	3,5
- portoghese, inglese, francese, spagnolo e tedesco	3,5
- russo, inglese, francese, spagnolo e tedesco	3,5
- giapponese, inglese, francese, spagnolo e tedesco	3,5
- non risponde	3,5

E' appena il caso di osservare che, anche sotto questo aspetto, la lingua prevalente è l'**inglese**, di cui si avvale, come unica lingua di comunicazione, il 39% delle aziende. Altra lingua utilizzata da sola è il **tedesco**, cui fa ricorso il 3,5% dei rispondenti..Nessuna delle altre lingue comunitarie più diffuse, invece, risulta essere utilizzata singolarmente.

Se si prendono in considerazione le aziende che usano più lingue e che, tra queste, hanno le tre lingue comunitarie che tradizionalmente sono presenti nei curricula delle scuole italiane (**francese, spagnolo e tedesco**), si ripete la gerarchia, precedentemente rilevata: il **francese** è presente con 8 ricorrenze, il **tedesco** con 7 e lo **spagnolo** con 6.

Un'ultima osservazione, relativa alle quattro lingue, attualmente poco diffuse. Il riferimento è a : **cinese, giapponese, portoghese e russo**. : Esse compaiono combinate con quelle più diffuse, a

partire **dall'inglese**, anche in questo caso, inevitabilmente, la lingua maggiormente presente. In estrema sintesi, sembra di poter affermare che la tendenza, nelle aziende – come nella scuola - è verso il **monolinguismo** (inglese); mentre, allo stesso tempo, le vicende economico-politiche degli ultimi hanno portato alla comparsa, attualmente ancora marginale, del **cinese** (7%).

2.3. Quanto ai **paesi** con i quali le aziende interpellate intrattengono rapporti, v'è da osservare preliminarmente che alcuni dei rispondenti hanno fatto ricorso alla dizione generica 'Paesi dell'UE', mentre altri hanno indicato lo specifico paese, anche se facente parte dell'Unione. Nella tabella che segue vengono riportati i dati, facendo presente che sono state conservate le denominazioni usate dai compilatori dei questionari. .

TABELLA N° 6

PAESI	%
- UE	18
- GERMANIA	25
- SPAGNA	14
- AUSTRIA	11
- INGHILTERRA	11
- BELGIO	7
- IRLANDA	7
- GRECIA	7
- USA	18
- CINA	14
- GIAPPONE	11
- RUSSIA	7
- ALBANIA	7

Come è agevole rilevare, emerge con netta evidenza la prevalenza di paesi europei, che vengono indicati singolarmente ovvero come “paesi dell'UE”. Tra i primi, prevale, la Germania, paese con il quale ha rapporti il 25% delle aziende che hanno risposto all'indagine, il che significa una azienda ogni quattro, superando anche gli USA, con cui ha dichiarato di avere rapporti il 18%.

Da segnalare appaiono anche le percentuali di aziende che hanno rapporti con il Giappone (11%) e con la Russia (7%), quest'ultimo paese non UE (per fare ricorso alla dizione utilizzata nel commercio estero per indicare i paesi europei che non fanno parte dell'Unione) verso il quale “ le vendite sono cresciute ad un ritmo relativamente elevato, pur se in deciso rallentamento” nell'ultimo anno³.

Particolarmente significativa appare la percentuale di aziende che ha rapporti con la Cina (14%) che risulta pari a quella delle aziende che lavorano con la Spagna e superiore a quella delle aziende che hanno rapporti con Austria e Inghilterra. Come è stato osservato la Cina “nell'ultimo decennio è divenuta una titanica macchina di produzione, un immenso opificio mondiale, pronto a soddisfare le necessità planetarie dei consumi”. In quel paese “più di 150.000 società straniere hanno impiantato propri stabilimenti ... attratti da una miscela di bassi salari, manodopera inesauribile, disciplina sociale, disponibilità di materie prime, promessa di un mercato inesplorato”⁴

³ R. Orlandi, “India e Cina oltre la crisi”, in Rapporto ICE 2008/2009. L'Italia nell'economia internazionale, pag. 129.

⁴ R. Orlandi, cit., pag. 34

I dati sin qui analizzati hanno rilievo poiché riflettono, sostanzialmente, quelli relativi alle lingue utilizzate, sui quali sono già state formulate alcune osservazioni.

Vi è da fare anche presente, inoltre, una lunga lista di Paesi extra europei, indicati da una sola azienda: Qatar, Nord Africa, India (paese che, insieme alla Cina, ha rilevato “i tassi di crescita più alti al mondo”⁵) Egitto, Malta, Norvegia, Siria, Libia, Slovenia, Kuwait, Croazia, ecc.

Un'ultima osservazione: una sola azienda ha dichiarato di avere rapporti commerciali con un solo paese; tutte le altre hanno indicato due o più paesi.

In sintesi, dunque, sembra di poter affermare che, da un lato, i paesi con i quali le aziende interpellate hanno rapporti sono prevalentemente quelli della unione europea, dall'altro si vanno sviluppando i rapporti con paesi come la Cina, il Giappone, ecc. Alla luce di quanto emerso nel precedente paragrafo, i rapporti con tutti questi paesi vengono realizzati per la maggior parte in inglese, nonostante l'UE solleciti, e non da oggi, i paesi che ne fanno parte, verso il multilinguismo, come ci vedrà meglio più avanti nella esposizione.

3. MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Nessuna delle aziende interpellate ha mancato di rispondere alla richiesta di indicare le modalità con cui “avvengono le comunicazioni”, se “prevalentemente attraverso la lingua orale (telefono, in presenza, skype, altro) ovvero la lingua scritta (lettere, fax, e-mail, altro)..

TABELLA N° 7

Lingua	%
- orale	11
- scritta	53
- orale e scritta	36

Dalla tabella n.7 emerge con chiara evidenza la netta prevalenza della **lingua scritta** su quella **orale**. Inoltre, non si può non richiamare l'attenzione sul numero piuttosto elevato di aziende (36% del totale) che hanno dichiarato di fare ricorso alla lingua sia scritta che orale; per quelle aziende risultava probabilmente non agevole specificare la prevalenza dell'una sull'altra⁶.

Appare comprensibile il ricorso prevalente alla lingua scritta, tenuto presente che si tratta di comunicazioni di affari – delle quali è evidentemente importante conservare traccia, avere la possibilità di esaminare i testi con attenzione, ecc. - e non di rapporti sociali più o meno amichevoli e che normalmente non richiedono ne sia conservata traccia scritta. .

4. COMPETENZE LINGUISTICHE ED EXTRALINGUISTICHE

Le domande relative alle competenze del titolo di questo paragrafo riguardavano:1.i livelli di conoscenza della lingua ritenuti necessari per le comunicazioni dell'azienda; 2. i linguaggi settoriali 3. il possesso di competenze extra linguistiche

4.1. Con riferimento ai livelli definiti dal Quadro Comune Europeo (QCER),⁷ il questionario

⁵ R. Orlandi, cit. pag. 33

⁶ Probabilmente sarebbe stato utile proporre una diversa formulazione della domanda, chiedendo di specificare la percentuale di tempo d'uso dei singoli mezzi (telefono, lettere, ecc.). La formulazione testuale scelta – che evidentemente richiede una risposta più rapida – ha avuto l'obiettivo di dare una struttura snella al questionario, come accennato in precedenza.

⁷ Quadro Comune Europeo, di Riferimento per le lingue : insegnamento, apprendimento, valutazione, 2001, La Nuova Italia-Oxford, pagg. 34 e segg.

richiedeva di indicare, per ciascuna delle lingue utilizzate nell'azienda “il livello ritenuto necessario per le comunicazioni”, secondo il punto di vista dell'azienda stessa.

E' ampiamente noto che i livelli definiti in quel documento dalla *Language Policy Division* del Consiglio d'Europa sono sei e sono articolati, dal più basso al più alto, in A1 e A2, B1 e B2, C1 e C2.

Nella tabella n. 8 vengono riportati i dati articolati in relazione al numero delle ricorrenze di ciascuna lingua nel livello indicato. V'è da precisare che qualche azienda ha indicato più di un livello. In tal caso è stato preso in considerazione solo il livello più alto. Pare necessario fare anche presente che i dati della tabella sono riportati in percentuale, calcolata sul numero delle aziende che ha indicato il livello ritenuto necessario per la specifica lingua utilizzata.

TABELLA N° 8

LINGUE//LIVELL	C2	C1	B2	B1	A2	A1
- Inglese	30%	30%	26%	7%	3%	3%
- Francese	17%	5,5%	18%	22%	5,5%	
- Tedesco	57%	7%	21%	-----	7%	7%
- Spagnolo	17%	17%	25%	7%	25%	
- Russo				50%		50%
- Cinese				100%		

Una prima osservazione che i dati portano a fare riguarda l'indicazione di livelli di conoscenza anche molto bassi - potendo ritenere tali quanto meno i livelli a partire da **B1, fino ad A1** - come necessari per poter comunicare con i corrispondenti esteri. Sotto questo aspetto, si distingue la lingua **inglese**, per la quale risultano indicati tutti e sei livelli. Inoltre, appare poco comprensibile, per quel che riguarda **russo e cinese**, l'indicazione di livelli solo piuttosto bassi. Non si capisce quanta sicurezza di comprensione con l'interlocutore essi possano garantire.

Un'ipotesi interpretativa di questi dati può essere costituita forse, per quanto attiene in particolare a russo e cinese, dalla difficoltà di trovare “luoghi” (istituzioni, insegnanti) dove apprendere le due lingue.

Infine, v'è da evidenziare l'alta percentuale di aziende che indicano livelli di conoscenza del **tedesco** molto alti, anche superiore a quella di coloro che li ritengono necessari per la lingua inglese. .

4.2. Quanto alla necessità di possedere **lessico e linguaggi settoriali**⁸ per le comunicazioni, come era forse prevedibile, ben il 93% dei rispondenti si è espresso positivamente.

4.3. . In ordine, infine, alle **competenze extra linguistiche**, la domanda richiedeva di indicare la necessità di “possedere competenze extra linguistiche ... per la realizzazione delle attività

⁸ I linguaggi settoriali “rappresentano varietà funzionali a una comunicazione individuata da un argomento specifico e da un gruppo ristretto di utenti”. Si tratta di “una denominazione ampia che comprende, oltre al settore dei linguaggi tecnico-scientifici (linguaggio della medicina, della fisica, dell'economia, ecc.) anche altri linguaggi ... per esempio, i linguaggi politico, sportivo, burocratico, ecc. Un linguaggio settoriale si distingue soprattutto per il lessico, che risulta costituito da due componenti essenziali: a) tecnicismi, ossia termini propri di un determinato settore; b) vocaboli tratti dalla lingua comune che, nel passaggio a quello settoriale sono stati ridefiniti in maniera univoca ... (si che) la parola tende ad esprimere un significato non ambiguo, non polivalente.”, D. Cristal, 1994, Enciclopedia Cambridge delle scienze del linguaggio, Zanichelli ed., Bologna, pag. 378

comunicative”; in caso affermativo, era possibile specificarle utilizzando lo predisposto a tale scopo. Nella tabella n. 9 che segue vengono riportati i dati ricavati dalle risposte date (e non date).

TABELLA N° 9

RISPOSTE	%
-i) non date	3,5
-ii) negative	32
-iii) competenze comunicative	21
-iv) competenze informatiche	21
-v) possesso lessico/linguaggi settoriali	11
-vi) capacità di rapportarsi con interlocutori stranieri, conoscenza della cultura, competenza socioculturale	11
-vii) altro	11

Il totale delle percentuali supera 100 poiché molte sono state le risposte plurime. Come si vede, prevale la risposta negativa, nel senso che la maggioranza dei rispondenti non ritiene necessario il possesso di competenze extra linguistiche. In altre parole, il 32% dei rispondenti ritiene che sia sufficiente la sola competenza linguistica.

Per quel che riguarda gli altri dati della tabella in esame, v'è da precisare che, trattandosi di risposte aperte, sono state raggruppate in relazione al concetto che intendevano esprimere, più che alla loro formulazione testuale. In particolare, per quanto attiene al sesto *item*, il testo è la sintesi di quelli proposti dall'11% dei rispondenti, che contenevano riferimenti anche alla “padronanza e adeguamento del linguaggio corporeo a seconda dei diversi contesti culturali (es. mondo arabo)”;

Infine, per quel che riguarda la voce 'altro', essa intende rappresentare la sintesi di risposte come “competenze quali: preparazione tecnico-commerciale”; “attività di business', marketing, 'consulenza', ecc.”

5. ATTIVITA' DI FORMAZIONE

Come in tutti i settori lavorativi, anche in quello qui in esame è da ritenere rilevante la formazione e l'aggiornamento del personale. Per questa ragione, il questionario prevedeva una domanda specifica che chiedeva di indicare solamente se, negli ultimi cinque anni, fosse stata svolta una “attività di formazione linguistica per il personale” addetto al settore.

TABELLA N° 10

ATTIVITA' DI FORMAZIONE SVOLTA	%
- con corsi in azienda	36
- con corsi all'estero	7
- con corsi a distanza	0
- nessuna formazione	50
- non risponde	7

Come si vede, prevale nettamente il dato (50%) relativo alle aziende che, negli ultimi cinque anni, non hanno svolto alcuna attività di formazione destinata a coloro che, nell'azienda, lavorano per consentire di avere i rapporti con l'estero. E' ben vero che tale dato va interpretato tenendo presente

che la maggioranza dei rispondenti è costituita da 'piccole' aziende (83%) e che nel 75% dei casi è il titolare che, da solo, o con la collaborazione di uno o più dipendenti, mantiene tali rapporti. E' altrettanto vero, tuttavia, che l'attività di formazione è necessaria anche per tale tipologia di aziende, con la possibilità, inoltre, di fare ricorso a corsi di formazione a distanza, di cui nessuno dei rispondenti risulta essersi avvalso.

Quanto alle poche aziende che svolgono – hanno svolto - l'attività di formazione, v'è da osservare che prevale la tipologia del corso interno all'azienda stessa (36%), mentre rara è la scelta del corso all'estero (7%).

6. ATTESE DELLE AZIENDE RISPETTO A SCUOLA E UNIVERSITA'

Nell'ottica degli obiettivi assegnati all'indagine, il questionario chiedeva di indicare le competenze linguistiche ed extra linguistiche che scuola e università dovrebbero mirare a sviluppare. Nel questionario era data indicazione di assegnare un punteggio da 0 a 9 alle competenze che, riprese dal Quadro Comune Europeo di Riferimento, erano elencate. Nella tabella n. 11 viene riportato tale elenco con la specificazione, per ciascuna competenza, del punteggio totale e del punteggio medio assegnato. sono anche specificate le eventuali mancate risposte (*NR*)

TABELLA N° 11

COMPETENZE	TOTALE	MEDIO
1. Comprensione lingua scritta	225	8,03
2. Comprensione lingua parlata	244	8,71
3. Produzione orale	231	8,25
4. Interazione orale	227	8,10
5. Produzione scritta	222	7,92
6. Interazione scritta	222	7,92
7. Competenza sociolinguistica ⁹	184 (<i>1 NR</i>)	6,81
8. Conoscenza socioculturale ¹⁰	173 (<i>1 NR</i>)	6,40
9. Consapevolezza interculturale ¹¹	168 (<i>2 NR</i>)	6,46
10. Competenza esistenziale ¹²	156 (<i>2NR</i>)	6,00

⁹ Riguarda le conoscenze e le abilità implicate nella dimensione sociale dell'uso linguistico: elementi linguistici che segnalano rapporti sociali, regole di cortesia, espressioni di saggezza popolare, differenze di registro, varietà linguistiche e accento.

¹⁰ Riguarda la conoscenza degli elementi che caratterizzano una particolare società: possono essere relativi alla vita di tutti i giorni, alle condizioni di vita, alle relazioni interpersonali, a valori, convinzioni e atteggiamenti, al linguaggio del corpo, alle convenzioni sociali ed ai comportamenti rituali.

¹¹ E' relativa alla consapevolezza e alla comprensione del rapporto (somiglianze e differenze) esistente tra il mondo d'origine e il mondo della comunità di cui si impara la lingua.

¹² E' il "saper essere", cioè la consapevolezza dei condizionamenti della propria personalità quali atteggiamenti, motivazioni, valori, convinzioni, stili cognitivi, ecc.

Una prima riflessione che i dati della tabella inducono a fare riguarda i punteggi mediamente alti che sono stati assegnati a tutte le competenze elencate; sono punteggi mai inferiori, per così dire, alla “sufficienza”. E' inoltre da evidenziare anche il numero molto limitato delle mancate risposte, che costituisce un evidente elemento di condivisione da parte dei rispondenti della significatività della domanda posta..

Una seconda osservazione che appare doveroso fare riguarda i punteggi assegnati alle competenze audio-orali: **comprensione della lingua parlata** e **produzione orale**, che raggiungono anche valori medi molto alti, rispettivamente, di 8,71 e 8,25, seguite, a breve distanza, dalla **interazione orale** (8,10). Risulta dunque evidente la maggiore rilevanza che i rispondenti inteso dare alle abilità audio-orali.

Quanto alla **lingua scritta**, i dati collocano al primo posto la **comprensione** (media di 8,03) seguita a breve distanza da **produzione** e **interazione** (cui viene assegnato un uguale punteggio medio: 7,92). Il minore interesse, sia pure di limitata entità, che le aziende mostrano di avere nei riguardi di queste abilità rimanda, a parere di chi scrive, al maggior prestigio che, da sempre, viene attribuito alla lingua orale, come è dimostrato anche dall'espressione che in genere viene usata quando si chiede ad una persona che lingua/e conosce (“Che lingua/e parli?”).

Se, però, si riprendono in considerazione per un attimo i dati emersi in ordine alle “modalità di comunicazione” (tabella n. 7), è possibile rilevare che essi risultano contraddittori rispetto a quelli della tabella n. 11. Da quei dati è emersa, come si ricorderà, un maggiore ricorso alla lingua scritta, piuttosto che alla lingua orale. Il 53% delle aziende aveva dichiarato di fare ricorso “prevalentemente” alla lingua scritta, mentre solo l'11% aveva indicato come prevalente l'uso della lingua orale.

Quanto alle **competenze extra linguistiche**, la tabella mostra la assegnazione di punteggi più bassi di quelli attribuiti alle competenze linguistiche. Nessuna raggiunge la media del sette, per esprimersi in termini scolastici, al contrario di quanto rilevato per le competenze linguistiche. Vi è, inoltre, un numero sia pur limitato di mancate risposte. E' forse il caso di osservare, a riguardo che “tutte le competenze proprie dell'essere umano contribuiscono, in un modo o nell'altro, alla capacità di comunicazione del soggetto e possono essere considerate come componenti della competenza comunicativa” sia pure facendo distinzione “tra le componenti che hanno minore attinenza con le competenze linguistiche e quelle più propriamente linguistiche”.¹³

7. CONCLUSIONI

Come annunciato, in questa parte della esposizione vengono inizialmente prese in considerazione le osservazioni/proposte formulate dai rispondenti e sono poi tirate alcune conclusioni.

7.1. Riguardo alle osservazioni/proposte, v'è da ricordare che nel questionario vi era uno spazio aperto, liberamente utilizzabile per poter, appunto, esprimere osservazioni, formulare proposte, ovvero per eventualmente chiarire il senso delle risposte schematiche date nelle altre parti. Tale spazio, del quale si è avvalso ben il 21% dei rispondenti – un dato, questo, che, a parere di chi scrive, conferma ulteriormente la condivisione, da parte di un numero significativo delle aziende interpellate delle problematiche proposte – è stato infatti utilizzato soprattutto per chiarire la risposta data riguardo alle attese dell'azienda rispetto alla scuola e all'università.

In quelle osservazioni/proposte vien detto, per esempio, che “potrebbe essere ... il momento giusto per corsi di lingua” ovvero che la “formazione linguistica dovrebbe vertere soprattutto su aspetti pratici, oltre che tecnici”. Vi è anche chi, giustamente, reputa “necessaria la conoscenza di almeno una seconda lingua” pur limitando la scelta a “francese e spagnolo”; e chi sostiene che “può essere utile una programmazione anche da parte scolastica di corsi serali per i lavoratori”. Vi è chi precisa che le “comunicazioni, siano esse in forma scritta che orale, vertono maggiormente

¹³ Quadro Comune Europeo di Riferimento, cit., pag. 125

ad una mera conoscenza di termini tecnici che prescindono stili di vita, convenzioni sociali, ecc.”. Infine, non manca chi lamenta la difficoltà di “trovare personale con seppur minime conoscenze di lingue straniere”. Osservazione quest'ultima che, forse, più esplicitamente e direttamente delle altre riguarda la scuola e l'università.

7.2. Le conclusioni che sembra, dunque, di poter trarre da tutto quanto in precedenza esposto possono sintetizzarsi nelle seguenti.

È emersa la netta prevalenza di aziende **monolingui**, nelle quali, cioè, viene utilizzata solo una lingua moderna. Come pare sia inevitabile, tale lingua, nel campione di aziende considerate, è quasi sempre l'inglese. V'è da osservare, inoltre, che la stessa lingua è frequentemente presente anche nelle aziende **plurilingui**. È anche stato evidenziato, tuttavia, l'emergere di lingue di comunicazione diverse dall'inglese e dalle altre lingue comunitarie più diffuse. Il riferimento è in particolare al **cinese**, che è presente nel 7% del campione di aziende esaminato e che è la prima lingua più ricorrente dopo le tradizionali francese, inglese, tedesco e spagnolo. Questo dato è confermato da quelli precedentemente riportati (v. Tabella n. 6), da cui risulta che, se si escludono gli USA ed i Paesi dell'UE, la Cina è il paese con il quale intrattiene rapporti il maggior numero di aziende del campione. Preme fare presente anche, per quel che riguarda il **tedesco** che, mentre è utilizzato nel mercato del lavoro più dello **spagnolo**, sta diventando meno diffuso nei curricula delle scuole secondarie, a partire da quelle di primo grado.

Rileva prendere in considerazione anche quanto è emerso riguardo alle **competenze linguistiche**: è stata infatti evidenziata la contraddizione tra l'importanza attribuita a quelle alle quali 'prevalentemente' le aziende fanno ricorso ovvero delle quali esse affermano di aver bisogno nella loro pratica quotidiana (le abilità di scrittura) e quelle che si aspettano o richiedono che la scuola e l'università debbano far sviluppare. In altri termini, nella loro realtà, le aziende utilizzano 'prevalentemente' la lingua scritta; alla scuola e all'università, invece, chiedono di sviluppare sostanzialmente in egual misura le abilità audio orali e quelle relative alla lingua scritta.

Quanto alle **competenze extra linguistiche**, non è forse azzardato affermare che, da un lato, si tratta di argomento che non trova approfondita riflessione all'interno delle aziende, come è dimostrato dall'alta percentuale di risposte negative date alla domanda circa la necessità di “possedere competenze extra linguistiche ... per la realizzazione delle attività comunicative”; dall'altro lato, nell'esprimere le loro aspettative le aziende mostrano di averne di piuttosto alte, come appare evidente dai punteggi significativamente superiori alla sufficienza attribuiti a dette competenze (v. Tabella n. 11).

Un ultimo tema sul quale appare necessario richiamare l'attenzione riguarda la **formazione** del personale impegnato nella comunicazione con l'estero. Come si è visto, il 50% degli interpellati ha dichiarato che negli ultimi cinque anni non è stata svolta alcuna attività di formazione.

Preme far presente che la condizione di monolinguisimo (inglese) diffuso non è peculiare delle imprese che operano nelle provincie di Bari e della BAT, alle quali il questionario è stato somministrato. Uno studio effettuato dal *Business Forum on Multilingualism*¹⁴ rivela da un lato che “si ritiene che l'inglese sia l'unica lingua necessaria per gli scambi internazionali” e che manterrà un ruolo leader in qualità di lingua mondiale degli affari”. Viene però, dall'altro lato anche chiarito che “nei mercati internazionali è necessario utilizzare tutta una gamma di lingue, nonché le competenze culturali che vengono di solito acquisite assieme alle conoscenze linguistiche”.¹⁵ E viene ribadito che “sono le altre lingue a fare la differenza tra la normalità e l'eccellenza e a fornire un vantaggio a livello di concorrenza”. Allo stesso tempo, però, viene anche lamentato che “per le imprese è sempre più difficile assumere personale qualificato con conoscenze linguistiche che vadano al di là di un inglese di base e questo è percepito come un vero e proprio problema” e che “un notevole numero di

¹⁴ Il *Business Forum on Multilingualism* è stato istituito dal responsabile del multilinguismo Leonard Urban nel novembre del 2007. Obiettivo del gruppo era di individuare i modi per accrescere le abilità multilingui delle società per aiutarle ad entrare in nuovi mercati.

¹⁵ DG Istruzione e cultura, 2008, “Le conoscenze linguistiche migliorano l'efficienza dell'impresa. Raccomandazioni del Business Forum sul multilinguismo istituito dalla Commissione europea, pag. 10.

PMI europee ogni anno perde opportunità di lavoro come diretta conseguenza della mancanza di competenze linguistiche e interculturali”¹⁶.

7.3. Per avviare a conclusione questa esposizione, preme ricordare che l'indagine non intendeva – né poteva farlo – dire una parola conclusiva sul rapporto lingue/mondo del lavoro, ovvero scuola-università/mondo del lavoro. L'analisi fatta dei dati raccolti, nonostante i limiti evidenziati, può però, a parere di chi scrive, costituire un punto di partenza per riflessioni e approfondimenti da parte di tutti gli enti, gli organismi e le organizzazioni coinvolte e/o comunque interessate alla tematica. È stato osservato, infatti, che “si potranno compiere veri e propri progressi se le imprese, dalle microimprese fino alle multinazionali, sviluppano strategie creative e dinamiche per l'apprendimento delle lingue, adattate alle possibilità individuali di ciascuna organizzazione”. Per realizzare questo obiettivo, è però necessario che quelle strategie trovino appoggio e sostegno attraverso le reti locali e regionali, per esempio, attraverso “partenariati fra il settore imprenditoriale e quello dell'istruzione e fra l'industria e la ricerca, in modo da trasferire le competenze linguistiche e la tecnologia delle lingue per orientarle ad un uso produttivo”¹⁷.

In definitiva, l'Europa deve riuscire compiutamente a trasformare la sua diversità linguistica in un vantaggio veramente competitivo. Per raggiungere questo obiettivo occorre che:

- 1) i governi nazionali favoriscano l'apprendimento formale ed informale di un'ampia gamma di lingue;
- 2) nelle imprese le strategie per l'apprendimento delle lingue siano appoggiate al più alto livello gerarchico;
- 3) organismi nazionali, regionali e locali sostengano le imprese negli sforzi compiuti per una utilizzazione strategica delle lingue;
- 4) venga creata una piattaforma europea per uno scambio permanente di buone prassi relative alla utilizzazione delle lingue nelle imprese.¹⁸

Virgilio Marrone

¹⁶ Ibidem

¹⁷ DG Istruzione e cultura, 2008, cit. pag. 17

¹⁸ DG Istruzione e cultura, 2008, cit. pag. 6