



**Cremona**  
COMUNE DI CREMONA



Gruppo Giovani  
Associazione Industriali  
Cremona



**POLITECNICO**  
MILANO 1863  
POLO TERRITORIALE DI  
CREMONA

**EngageMinds HUB**

Consumer, Food & Health Engagement Research Center



**UNIVERSITÀ**  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

# Report analisi dati progetto «Generazione Z: guida al cambiamento» - *rilevazione* 2025

Progetto del Gruppo Giovani Industriali di Cremona in collaborazione con:

l'Agenzia Servizi Informagiovani del Comune di Cremona

Politecnico di Milano

Istituto Giuseppe Toniolo di Studi Superiori

Centro di Ricerca EngageMinds-HUB dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

Report redatto da:

Michele Paleologo, PhD

Guendalina Graffigna, PhD



STUDIO LONGITUDINALE



SURVEY AUTOCOMPILATA CAWI



CAMPIONAMENTO A PALLA DI NEVE  
DEGLI STUDENTI CREMONESI

Prima  
rilevazione nel  
2023

Seconda  
rilevazione nel  
2025



Studenti delle  
4° e 5° superiori

Studenti delle  
4° e 5° superiori

Studenti dei  
primi 2 anni di  
università

# SOMMARIO



**Cremona**  
COMUNE DI CREMONA



Gruppo Giovani  
Associazione Industriali  
Cremona



**POLITECNICO**  
MILANO 1863  
POLO TERRITORIALE DI  
CREMONA

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

**EngageMinds HUB**

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Gli  
studenti  
dei primi  
due anni  
di  
università:

Descrizione del campione

Il territorio e l'industria cremonese

Il futuro

Le competenze e le passioni

# SOMMARIO



**Cremona**  
COMUNE DI CREMONA



Gruppo Giovani  
Associazione Industriali  
Cremona



**POLITECNICO**  
MILANO 1863  
POLO TERRITORIALE DI  
CREMONA

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

**EngageMinds HUB**

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Gli  
studenti  
dei primi  
due anni  
di  
università:

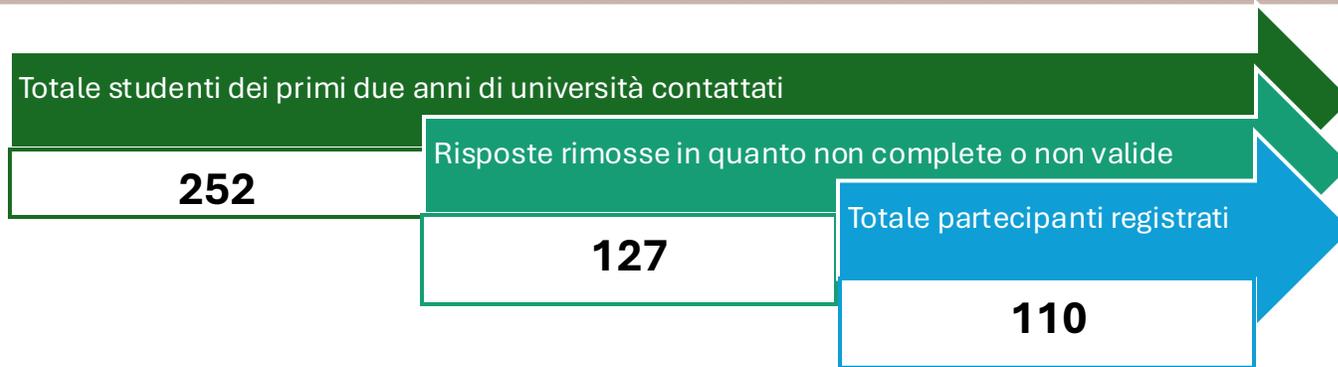
Descrizione del campione

Il territorio e l'industria cremonese

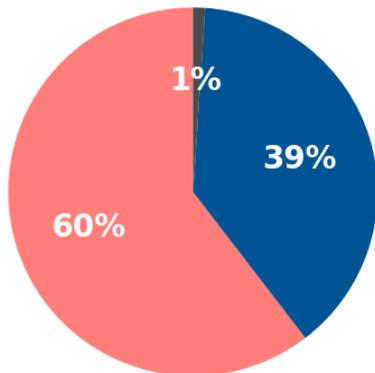
Il futuro

Le competenze e le passioni

# Campione di indagine



Genere dei rispondenti



Maschio Femmina Altro

Il campione finale dell'indagine è composto da 120 studenti universitari dei primi due anni, selezionati su 252 contattati. Sono state escluse 117 risposte perché incomplete o non valide.

Il profilo di genere dei partecipanti è composto per il 60% da femmine, il 39% da maschi e l'1% da persone che si identificano in un altro genere.

In sintesi, il campione è numericamente solido e presenta una prevalenza femminile, coerente con la composizione media di molti corsi universitari.

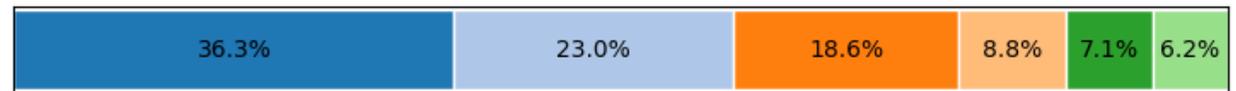
# Studenti universitari: atenei e residenza

La maggior parte degli studenti universitari a Cremona vive vicino all'università (42%) o è pendolare (36%). Solo il 19% si è trasferito per motivi di studio, mentre una quota marginale (4%) ha una situazione abitativa diversa. Quanto agli atenei, il 36% è iscritto al Politecnico di Milano (sede di Cremona), il 23% all'Università Cattolica del Sacro Cuore e il 19% all'Università degli Studi di Pavia. Seguono Brescia (9%), il Conservatorio di Cremona (7%) e ITS Academy (6%). In sintesi, il contesto universitario cremonese è composto da una popolazione prevalentemente locale o pendolare, con una buona distribuzione tra atenei pubblici, privati e alta formazione.

Qual è la tua situazione abitativa rispetto all'università?



Ateneo di iscrizione



- Politecnico di Milano - Polo Territoriale di Cremona
- Università degli Studi di Pavia
- Università Cattolica del Sacro Cuore
- Università degli Studi di Brescia
- ITS Academy Cremona
- Conservatorio Claudio Monteverdi di Cremona

# SOMMARIO



UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

EngageMinds HUB

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Gli  
studenti  
dei primi  
due anni  
di  
università:

Descrizione del campione

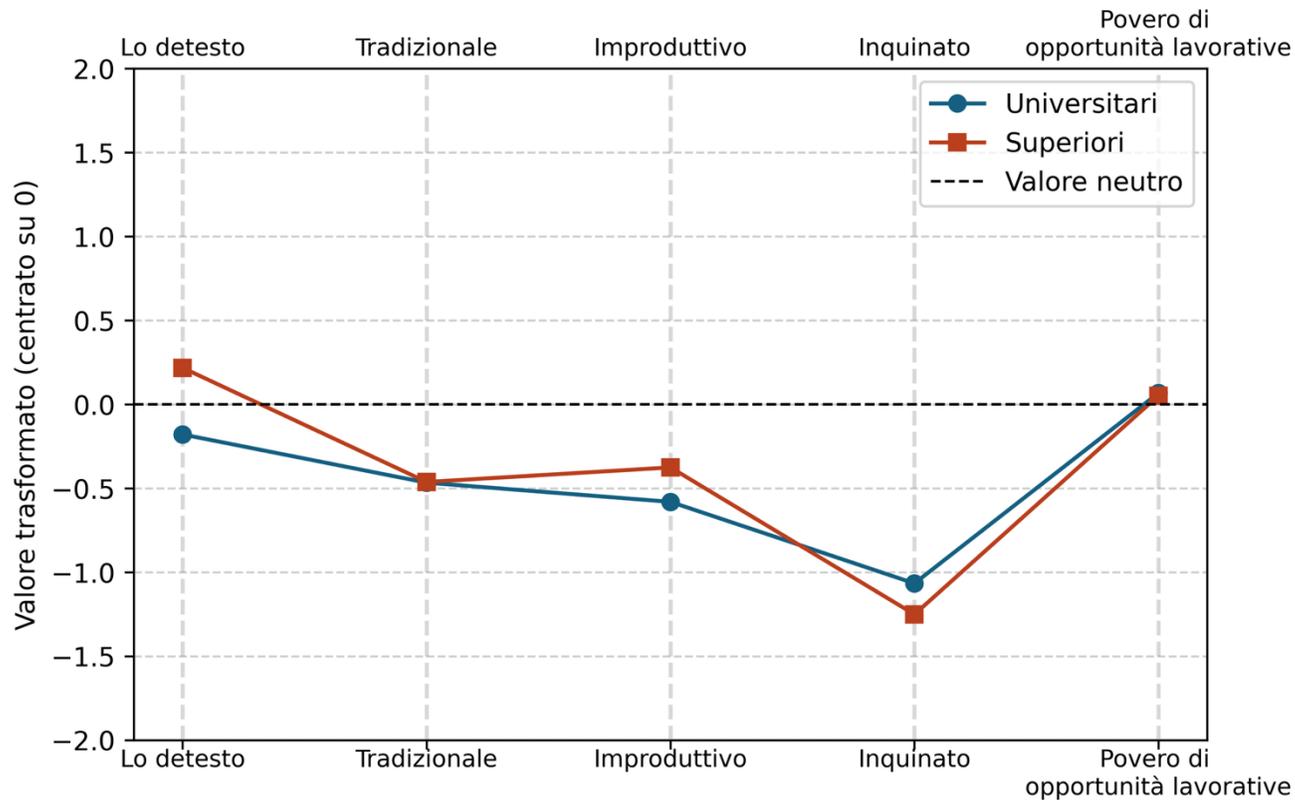
Il territorio e l'industria cremonese

Il futuro

Le competenze e le passioni

# La rappresentazione del territorio Cremonese

Di seguito trovi delle coppie di aggettivi che potrebbero descrivere il territorio Cremonese. Per ciascuna coppia indica quello più adatto a descriverlo secondo te

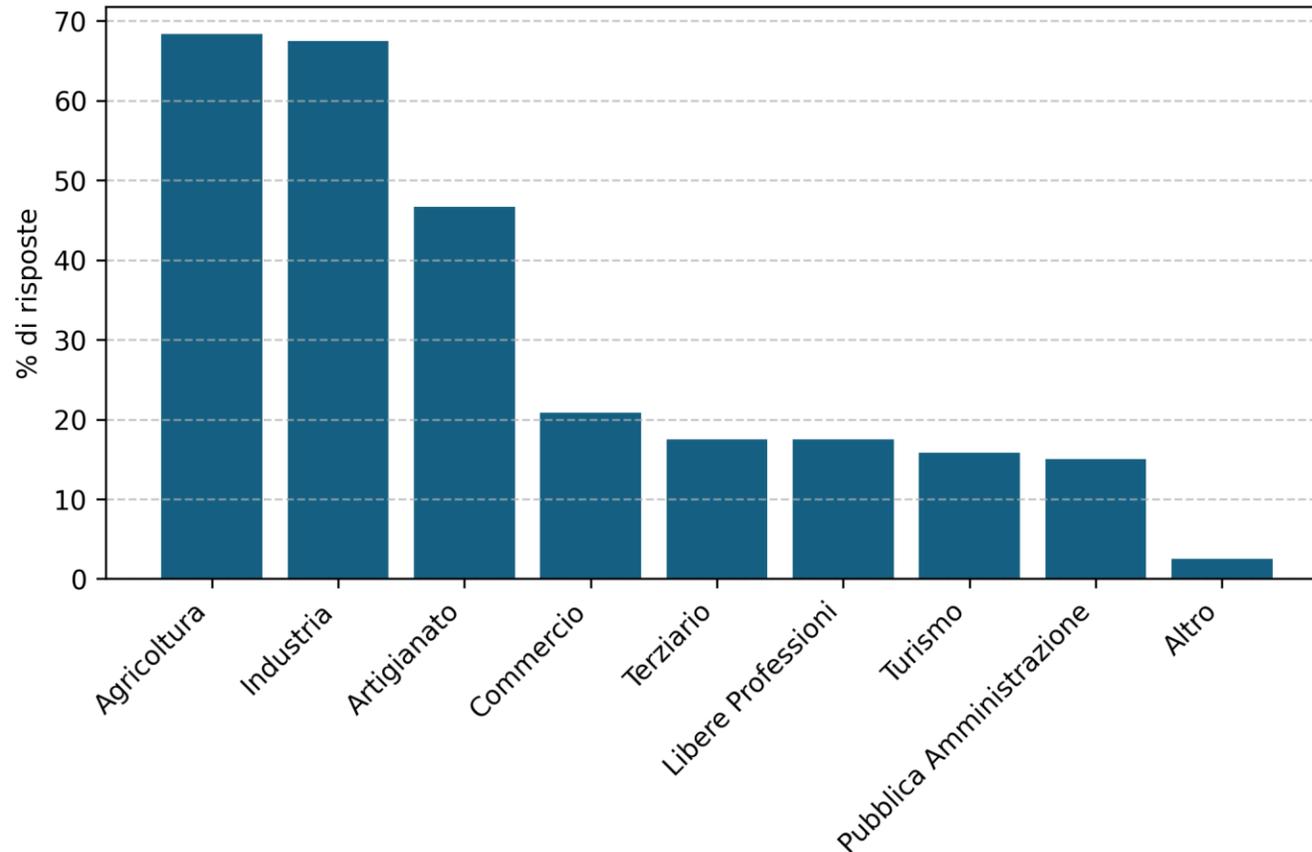


Anche gli studenti universitari descrivono il territorio cremonese in modo piuttosto critico: viene percepito come inquinato, poco produttivo e povero di attrattiva (valori sotto lo 0). Gli universitari hanno un giudizio lievemente più negativo, in particolare sull'inquinamento. Solo sulla dimensione 'povero di opportunità lavorative' si registra una risalita verso valori neutri, ma senza inversione di tendenza. In sintesi, emerge una rappresentazione problematica del territorio, con poche differenze tra queste due classi di giovani studenti cremonesi, ma comunque orientata a una visione poco attrattiva.

# Importanza percepita dei settori

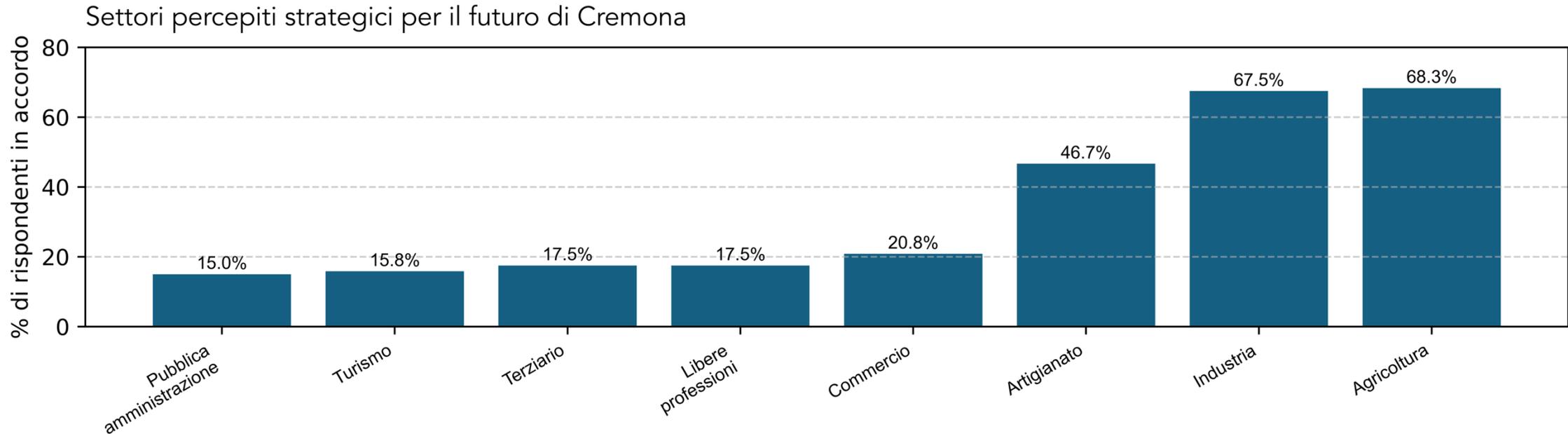


Settori selezionati come più importanti



"Agricoltura (68%) e industria (67%) sono nettamente i settori più spesso indicati come importanti per il futuro del territorio, seguiti dall'artigianato (46%). Molto più distaccati commercio (21%) e terziario (18%), insieme a libere professioni, turismo e pubblica amministrazione (tutti intorno al 15-18%). La risposta 'Altro' è quasi assente, segno che i rispondenti si sono concentrati su opzioni già previste. In sintesi, la visione strategica è ancora fortemente ancorata ai settori produttivi tradizionali, con minor attenzione al terziario e ai servizi.

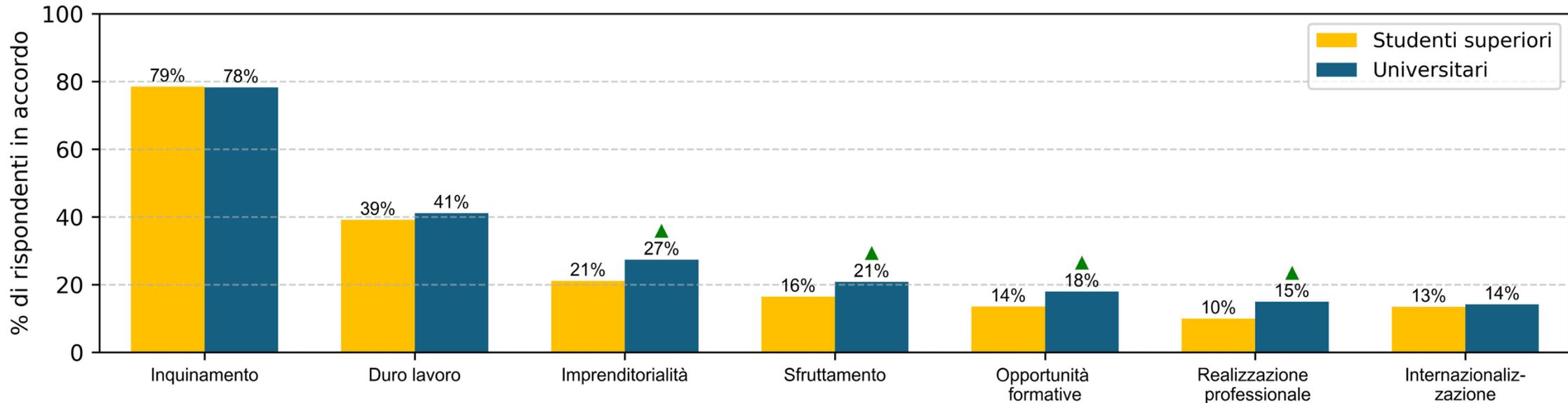
# Settori percepiti strategici per il futuro di Cremona



Industria e agricoltura emergono con forza come i settori considerati più strategici per il futuro di Cremona (rispettivamente 67.5% e 68.3% delle risposte). Questo dato non sorprende se si considera il radicamento storico di queste filiere nel territorio, ma colpisce la distanza rispetto agli altri comparti. L'artigianato, pur legato spesso a eccellenze locali, viene indicato come strategico da meno della metà del campione (46.7%), mentre commercio, terziario e libere professioni si fermano sotto il 21%. Ancora più bassa la percezione di importanza strategica del turismo (15.8%) e della pubblica amministrazione (15.0%), settori che sembrano percepiti come meno trainanti per la crescita del territorio. Il grafico restituisce quindi una visione molto orientata all'economia "produttiva" tradizionale, in cui il contributo di industria e agricoltura rimane centrale nella percezione di sviluppo futuro. Una visione che forse riflette più una continuità con il passato che un'idea di diversificazione.

# Percezioni dell'industria cremonese

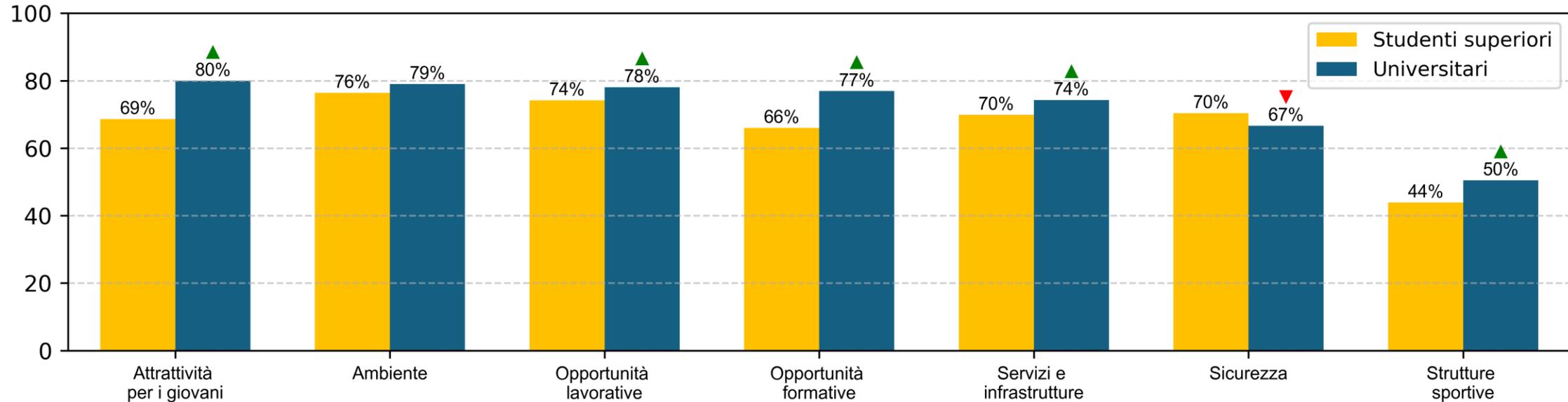
## Percezioni sull'industria cremonese



Osservando le percezioni dell'industria cremonese, possiamo subito osservare come l'inquinamento resti predominante. In generale, le percezioni degli universitari non si discostano molto da quelle degli studenti delle superiori. Tuttavia, migliora la percezione dell'industria cremonese come imprenditoriale (+6% rispetto agli studenti delle superiori), foriera di opportunità formative (+4%) e della sua possibilità di fornire realizzazione professionale (+5%). Segno forse di una maggiore vicinanza al mondo del lavoro. Ciononostante, è d'interesse anche l'aumento in questo target della percezione di uno sfruttamento da parte dell'industria cremonese (+5%).

# Aspetti da migliorare a Cremona

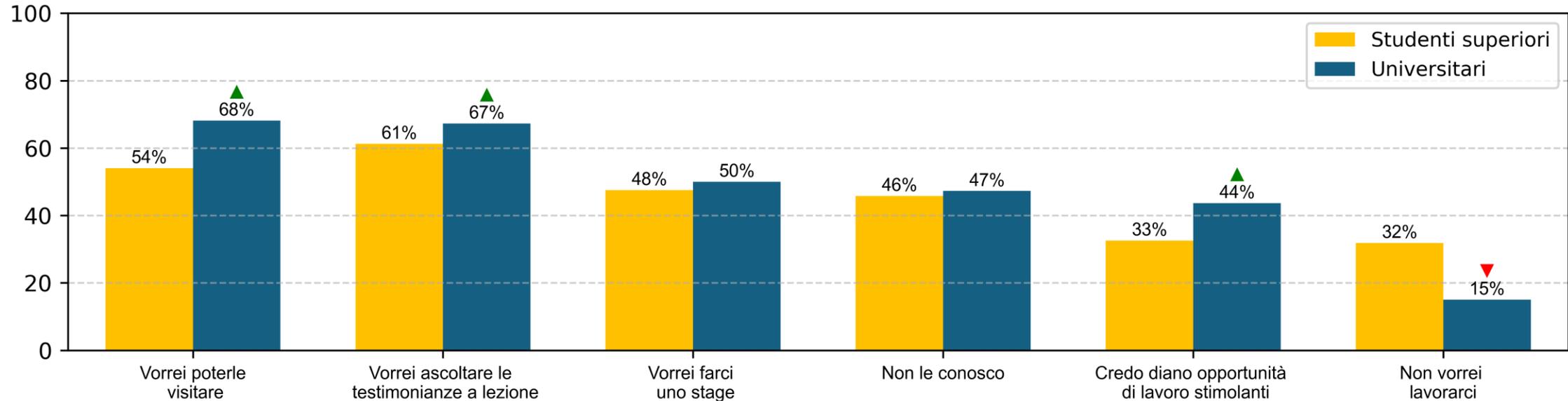
Quali dei seguenti aspetti ritieni che sarebbe importante migliorare nel territorio cremonese?



Gli studenti universitari si discostano decisamente dagli studenti delle superiori nel definire che cosa va migliorato nel territorio cremonese. In particolare, l'attrattività per i giovani, dovuta probabilmente ad un confronto più sentito con altre città universitarie è per loro molto importante (+11%). Sembra invece lievemente meno importante la sicurezza (-3%), forse anche qui paragonabile ad un confronto con altre città universitarie, come Milano, in cui questo aspetto risulta sempre più critico. Lo stesso tipo di confronto con altre città universitarie potrebbe spiegare anche perché sono leggermente di più (4%) tra gli universitari a ritenere che servizi e infrastrutture andrebbero migliorati. Nonostante dai dati precedenti emerga una visione più favorevole per opportunità lavorative e formative, sono in di più a chiederne un miglioramento, forse perché di particolare rilevanza per questo target.

# La valutazione delle aziende cremonesi

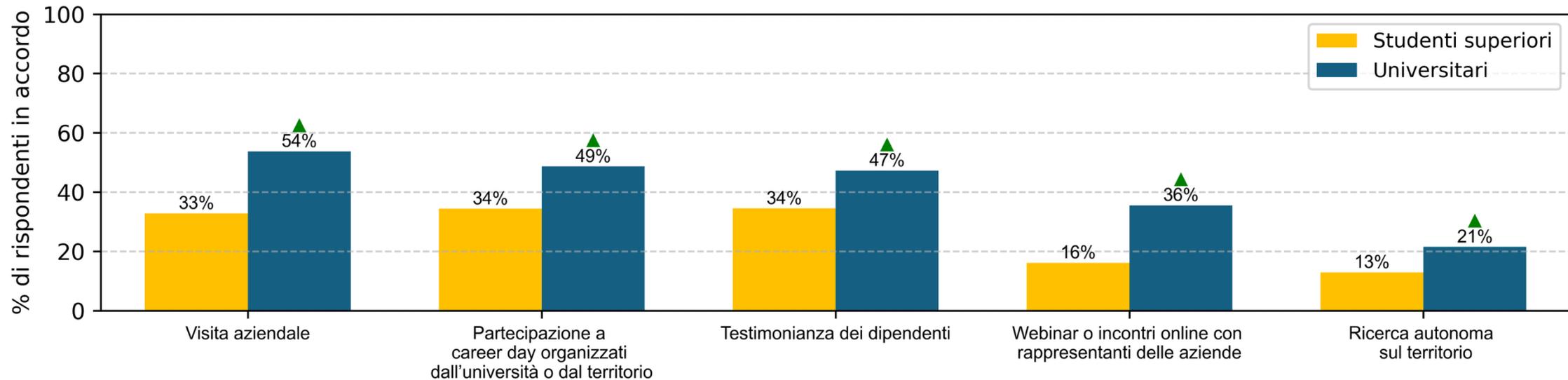
## Pensando alle aziende e imprese nel territorio cremonese...



Gli studenti universitari sembrano avere un atteggiamento più aperto e curioso verso le aziende cremonesi rispetto agli studenti delle superiori. In particolare, sono molti di più a desiderare una visita in azienda (+14%) o ad ascoltare testimonianze durante le lezioni (+6%), segnale che l'interesse cresce con il livello di studi e forse con la consapevolezza delle opportunità future. Anche l'idea che queste aziende offrano lavoro stimolante è più diffusa tra gli universitari (+11%), benché resti minoritaria. Nonostante ciò, la scarsa conoscenza delle aziende rimane elevata in entrambi i gruppi (46-47%), suggerendo un problema di visibilità trasversale. Infine, colpisce il fatto che solo il 15% degli universitari dichiara di non volerci lavorare, contro il 32% dei ragazzi delle superiori: un gap di ben 17 punti, che potrebbe riflettere un giudizio più informato o una maggiore apertura al lavoro locale da parte di chi ha già affrontato scelte formative più consapevoli.

# Attività per conoscere le aziende del territorio

Pensando sempre alle aziende del territorio cremonese, indica quanto saresti intenzionato a conoscerle attraverso queste attività



Guardando alle reazioni nei confronti delle possibili iniziative aziendali di orientamento, anche in questo caso, gli studenti universitari si distinguono per una maggiore apertura verso le aziende del territorio. Non solo sono molti di più a volerle visitare (+14%) o ad ascoltarne le testimonianze (+6%), ma cresce anche la percezione che possano offrire lavoro stimolante (+11%). Questi dati suggeriscono che il contatto con il mondo universitario – e forse anche con prime esperienze lavorative – contribuisca a una visione più favorevole. Resta però alta in entrambi i gruppi la percentuale di chi dichiara di non conoscere le aziende cremonesi (circa 46-47%), a segnalare un problema strutturale di visibilità. Colpisce infine il forte calo nella percentuale di universitari che afferma di non volerci lavorare: solo il 15%, contro il 32% dei ragazzi delle superiori. Un dato che fa pensare non tanto a un cambio di opinione, quanto a una maggiore consapevolezza delle opportunità reali e dei trade-off del mercato del lavoro.

Dove vorresti lavorare in futuro?



Nonostante la diffusa curiosità verso altre realtà lavorative emersa nei grafici precedenti, oltre un terzo degli studenti dichiara di voler restare a lavorare nella provincia di Cremona (31.2%). Un dato tutt'altro che scontato, soprattutto se confrontato con il 24.8% che punta a un'altra regione italiana o con il 19.3% che guarda a un'altra nazione europea. Solo una minoranza (7.3%) esprime il desiderio di trasferirsi fuori dall'Europa, a segnalare come la mobilità internazionale sia ancora una scelta di nicchia. Il 17.4% vorrebbe restare in Lombardia ma spostarsi di provincia, probabilmente alla ricerca di contesti più dinamici o urbanizzati. In sintesi, il territorio cremonese riesce ancora ad attrarre una parte significativa dei giovani, ma è evidente una forte spinta centrifuga che coinvolge oltre due terzi dei rispondenti, distribuiti tra mobilità nazionale e internazionale.

# SOMMARIO



**Cremona**  
COMUNE DI CREMONA



Gruppo Giovani  
Associazione Industriali  
Cremona



**POLITECNICO**  
MILANO 1863  
POLO TERRITORIALE DI  
CREMONA

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

**EngageMinds HUB**

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Gli  
studenti  
dei primi  
due anni  
di  
università:

Descrizione del campione

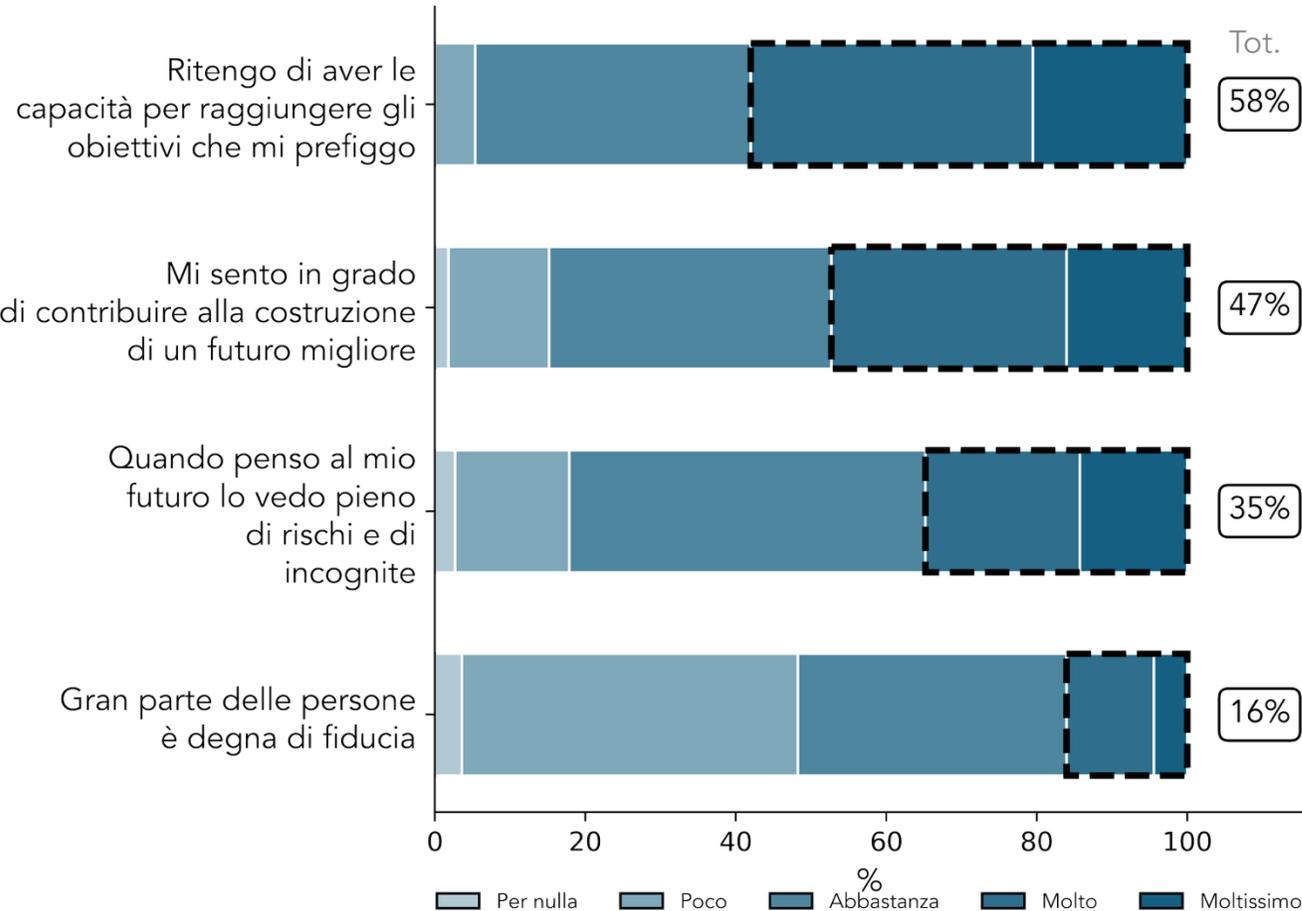
Il territorio e l'industria cremonese

Il futuro

Le competenze e le passioni

# La fiducia nel futuro degli studenti universitari

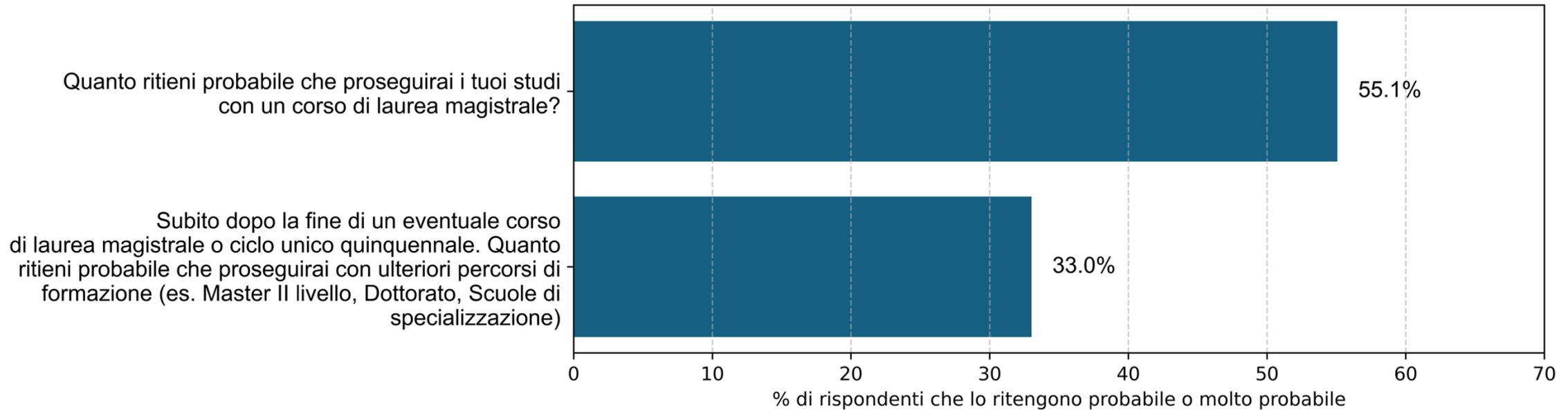
Quanto ti trovi d'accordo con le seguenti affermazioni?



La fiducia in sé stessi è l'aspetto più solido: il 58% degli studenti crede di avere le capacità per raggiungere i propri obiettivi. Meno alta, ma comunque rilevante, è la percentuale di chi si sente in grado di contribuire alla costruzione di un futuro migliore (47%). Più fragile invece la visione del futuro: solo il 35% lo vede con ottimismo, senza focalizzarsi su rischi e incertezze. Colpisce soprattutto il dato sulla fiducia negli altri: appena il 16% dichiara di considerare gran parte delle persone degne di fiducia. In sintesi: gli studenti mostrano autoefficacia e senso di responsabilità, ma mancano fiducia nel contesto sociale e sicurezza nel futuro collettivo.

# Il futuro accademico degli universitari

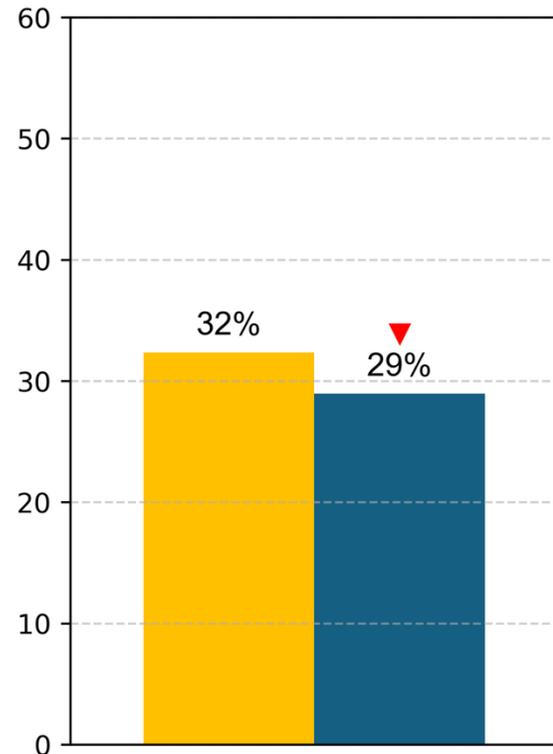
Settori percepiti strategici per il futuro di Cremona



Il 55.1% degli universitari che hanno risposto alla survey ritiene probabile o molto probabile proseguire gli studi con un corso di laurea magistrale. La percentuale scende al 33% quando si parla di ulteriori percorsi di formazione post-laurea, come master di secondo livello, dottorato o scuole di specializzazione. In sintesi, la maggioranza prevede di continuare almeno fino alla magistrale, ma l'interesse per la formazione avanzata è più contenuto, forse per motivi economici, di tempo o di incertezza sugli sbocchi professionali.

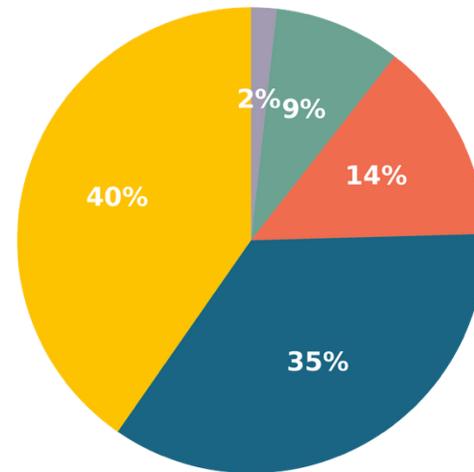
# La sicurezza sul proprio futuro lavorativo

Quanto è chiara per te la scelta che farai?



■ Studenti superiori ■ Universitari

Una volta entrato nel mondo del lavoro?



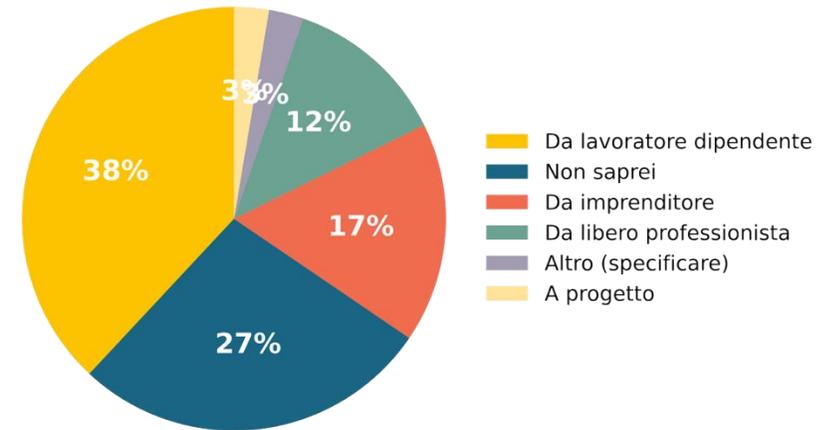
- Hai un'aspirazione professionale, ma non sai se riuscirai a realizzarla
- Devi ancora decidere fra alcune alternative possibili
- Sai con certezza cosa vorresti fare
- Non hai idea di quello che vorresti fare
- In questo momento non ci sto pensando

La sicurezza rispetto al proprio futuro lavorativo è ancora bassa. Solo il 29% degli universitari (contro il 32% degli studenti delle superiori) di avere le idee chiare sul proprio futuro lavorativo. Alla domanda su cosa faranno una volta entrati nel mondo del lavoro, solo il 14% dice di sapere con certezza cosa vorrà fare. La maggior parte è divisa tra chi ha un'aspirazione ma non sa se riuscirà a realizzarla (40%) e chi sta ancora valutando tra opzioni diverse (35%). In sintesi, prevale un clima di incertezza e indecisione, anche tra chi è già inserito in un percorso universitario, segno che il futuro lavorativo è percepito come difficile da prevedere o pianificare.

# Tipologia di lavoro e carriera

Quando pensano al proprio futuro lavorativo, i giovani universitari mostrano una forte preferenza per la stabilità: il 54% desidera un lavoro stabile e duraturo. Solo l'8.8% vorrebbe cambiare frequentemente per cogliere nuove opportunità. Rispetto alla forma di lavoro, la maggioranza aspira a diventare libero professionista (38%) o lavoratore dipendente (27%), mentre solo il 17% indica l'imprenditoria. Un 12% dichiara di non sapere ancora che strada scegliere. In sintesi, emerge un mix tra bisogno di sicurezza e desiderio di autonomia, con un orientamento pragmatico che privilegia percorsi definiti rispetto a soluzioni più fluide o atipiche.

Pensando sempre a una futura ricerca di lavoro, quale delle seguenti tipologie di lavoro preferiresti?



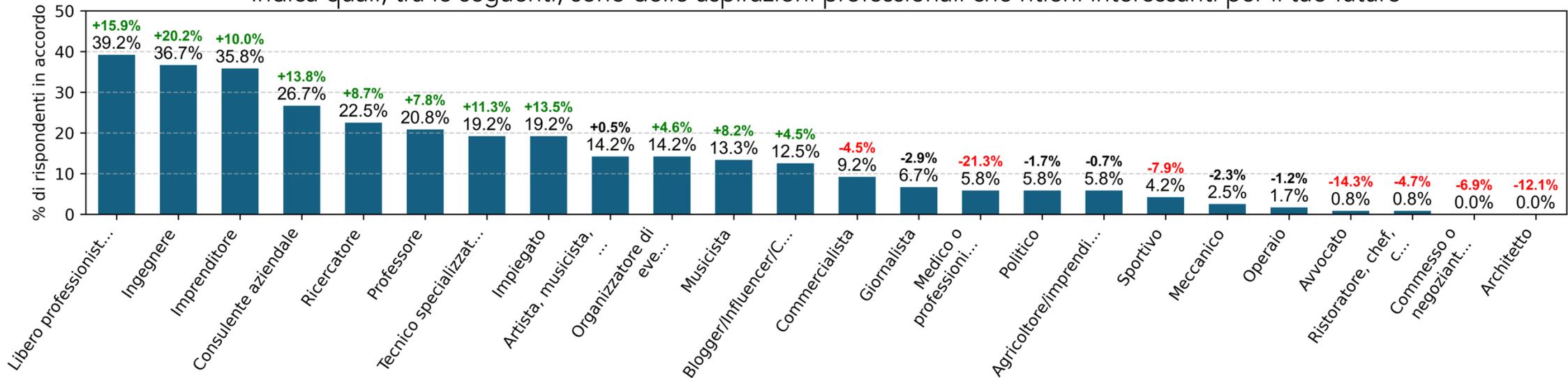
Per il tuo futuro lavorativo, quale scenario preferisci?



- Avere un lavoro stabile e duraturo
- Sperimentare diversi lavori nel corso della carriera
- Cambiare spesso lavoro per nuove opportunità
- Non avere un lavoro fisso

# Aspirazioni professionali

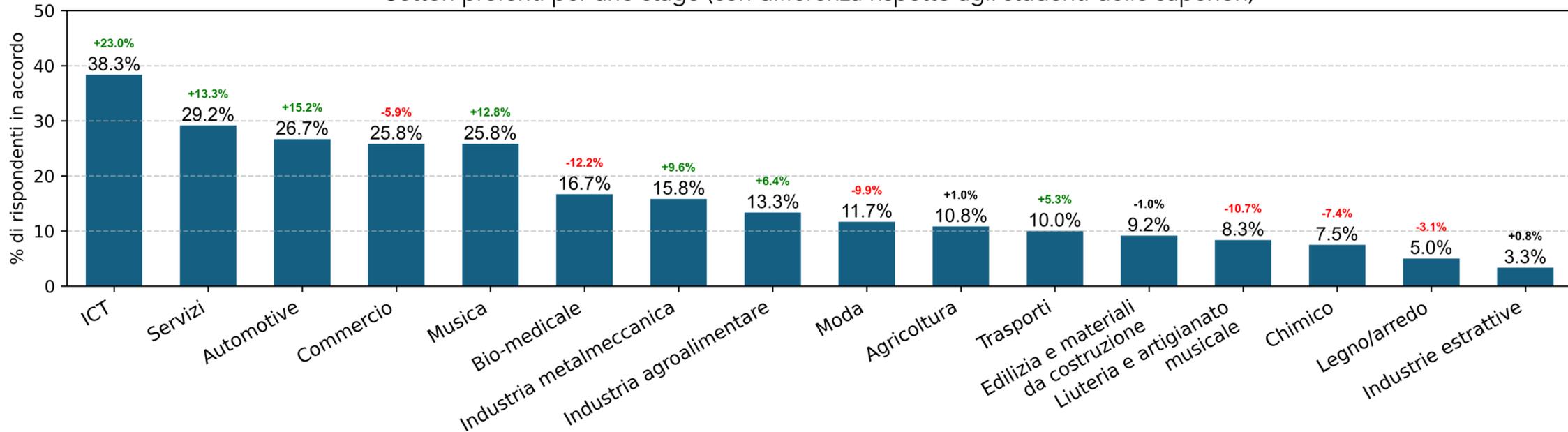
Indica quali, tra le seguenti, sono delle aspirazioni professionali che ritieni interessanti per il tuo futuro



Guardando alle aspirazioni professionali dei giovani universitari, notiamo uno scarto netto rispetto agli studenti delle scuole superiori, soprattutto su alcune figure di riferimento. Il ruolo del libero professionista è il più ambito (39.2%), con un +15.9% rispetto alle superiori, ma ancora più marcato è il salto per chi aspira a diventare imprenditore (+20.2%) o ricercatore (+13.8%), a segnalare una crescita di ambizione con l'avanzare degli studi. Anche figure manageriali e consulenziali (es. consulente aziendale, +10.0%) o legate al mondo accademico (professore, +8.7%) guadagnano interesse, così come ruoli creativi e culturali, come musicista o organizzatore di eventi. In generale e in contraddizione con la ricerca di sicurezza prima osservata, la parte alta della classifica è popolata da professioni autonome, specializzate e ad alto contenuto di competenze. All'opposto, alcune professioni tradizionali subiscono un netto calo di attrattività: medico (-21.3%), avvocato (-14.3%), architetto (-12.1%), probabilmente percepite come percorsi lunghi, incerti o già saturi. Anche ruoli operativi o artigianali (meccanico, operaio, chef, commesso) sono quasi del tutto assenti dalle aspirazioni. Il dato restituisce un'immagine chiara: l'università sembra rafforzare l'orientamento verso lavori autonomi, creativi o intellettuali, mentre allontana da quelli manuali, di servizio o con percorsi tradizionalmente lunghi e rigidi.

# Settori in cui sperimentare il lavoro

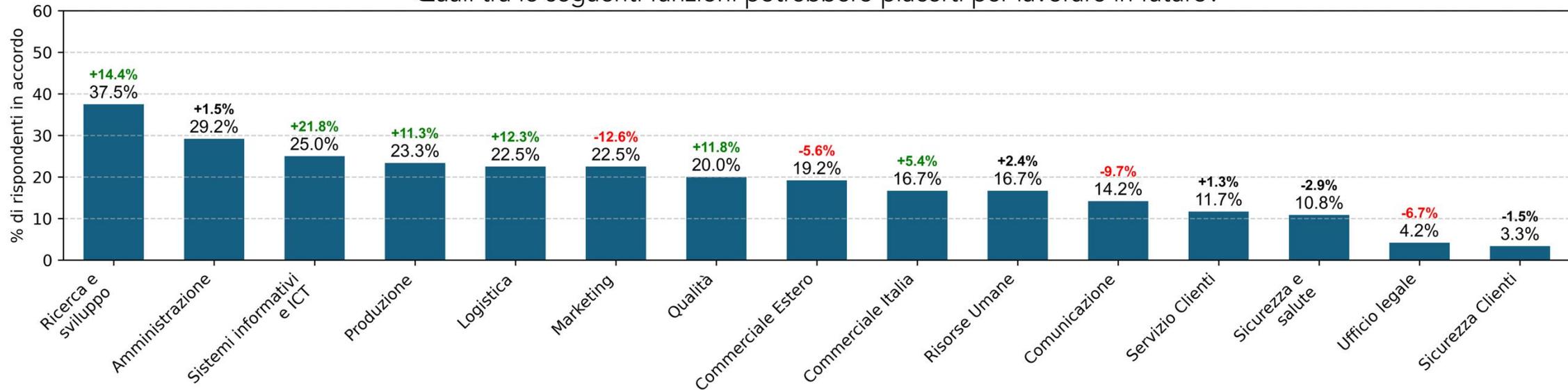
Settori preferiti per uno stage (con differenza rispetto agli studenti delle superiori)



Accorciando la distanza temporale e interrogandoli su un potenziale stage, il settore ICT è il più gettonato dagli universitari per uno stage (38.3%), con una differenza di ben +23% rispetto agli studenti delle superiori, tra i quali solo il 15% aveva indicato questa preferenza. Lo stesso vale per altri settori in crescita, come il biomedicale (+12.8%) o l'automotive (+15.2%), che sembrano attirare di più con l'avanzare del percorso scolastico. Al contrario, alcuni ambiti perdono appeal con l'ingresso all'università: è il caso dell'industria metalmeccanica (-12.2%) o della moda (-9.9%), che risultavano più popolari tra gli studenti delle superiori. Il grafico restituisce quindi non solo una fotografia delle preferenze attuali, ma anche una traiettoria evolutiva degli interessi: con l'età e il progredire degli studi, alcuni settori guadagnano terreno, altri vengono rivalutati o abbandonati.

# Le funzioni professionali più aspirate dagli studenti universitari

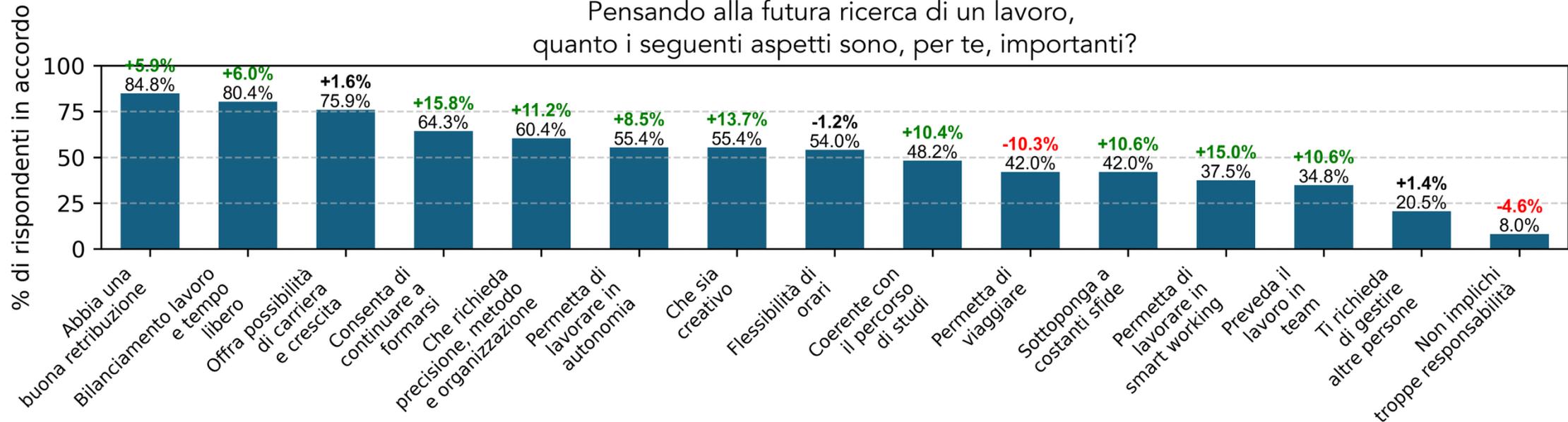
Quali tra le seguenti funzioni potrebbero piacerti per lavorare in futuro?



Entrando nello specifico delle funzioni più ricercate dagli universitari, la funzione più ambita è Ricerca e sviluppo (37.5%), con un netto +14.4% rispetto agli studenti delle superiori. Seguono Amministrazione (29.2%) e Sistemi informativi/ICT (25%), quest'ultima in forte crescita (+21.8%). Anche Produzione e Logistica registrano un buon interesse (+11-12%). In calo invece ruoli più orientati alla comunicazione e al cliente: Marketing (-12.6%), Comunicazione (-9.7%) e Commerciale Estero (-5.6%) perdono attrattività. I dati indicano una preferenza per funzioni tecniche e analitiche, più che per quelle relazionali o commerciali. Le Risorse Umane restano stabili, mentre Qualità sale (+11.8%). Le aree meno ambite sono Ufficio legale (4.2%) e Sicurezza clienti (3.3%), entrambe marginali anche tra i più giovani. Nel complesso, il quadro suggerisce un orientamento crescente verso ruoli tecnico-scientifici e strutturati, a scapito di quelli percepiti come più "soft" o meno specialistici.

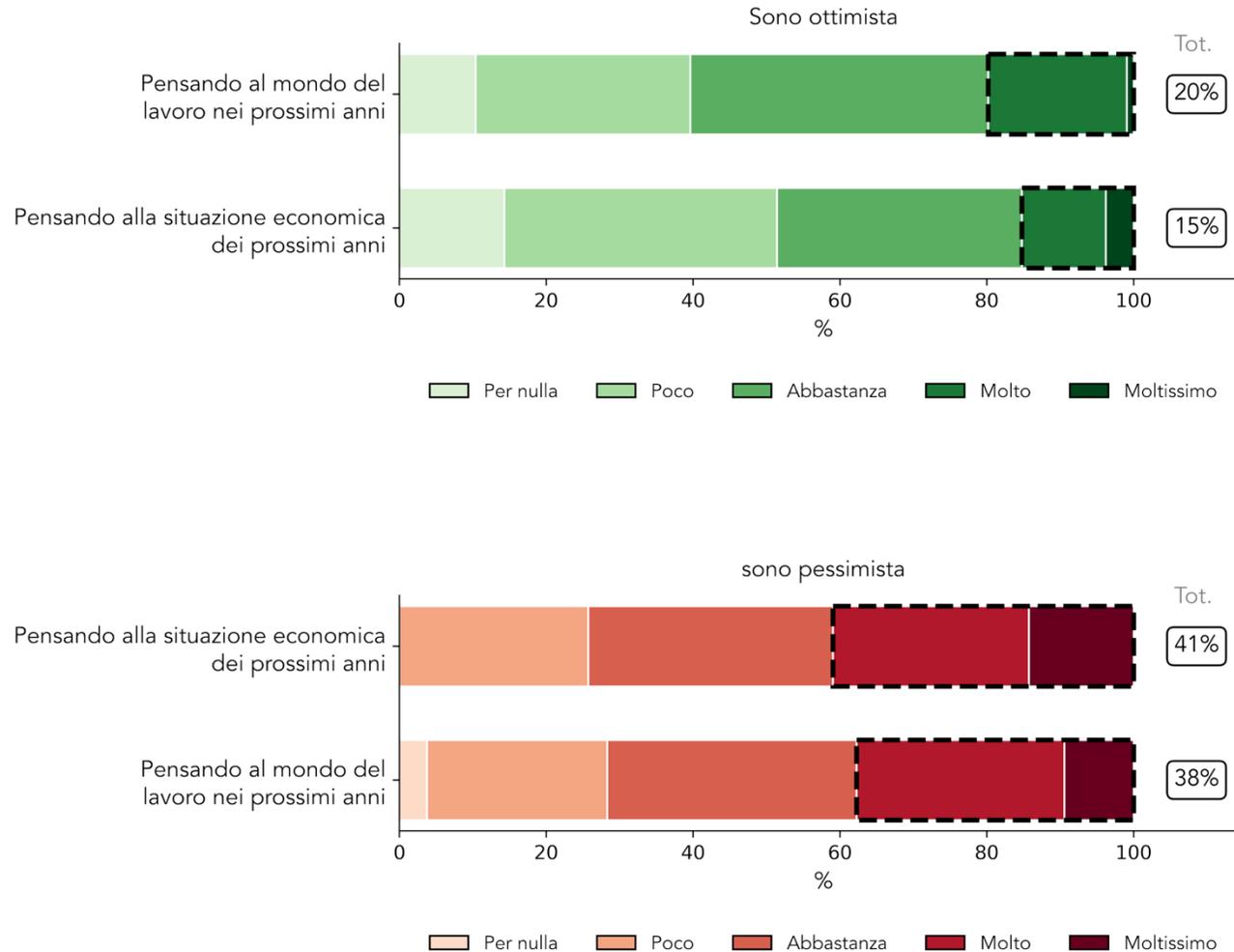
# Fattori importanti nella scelta del lavoro

Pensando alla futura ricerca di un lavoro,  
quanto i seguenti aspetti sono, per te, importanti?



Nella scelta del lavoro futuro, per i giovani contano soprattutto aspetti legati alla stabilità e al bilanciamento tra vita e lavoro. Al primo posto troviamo l'aver un buon ambiente di lavoro (85%), seguito dalla libertà nel gestire il proprio tempo (80%) e dalla possibilità di conciliare vita privata e lavoro (76%). Molto importanti risultano anche la possibilità di crescere e imparare (64%) e di contribuire a qualcosa di utile (60%), segno che la dimensione valoriale e di sviluppo personale gioca un ruolo centrale. Più in basso nella classifica, troviamo aspetti legati a benefit più materiali (es. possibilità di viaggiare o uso dell'auto aziendale), mentre risultano sorprendentemente poco rilevanti elementi come il lavorare in team (35%) o avere poche responsabilità (8%). In particolare, il fatto che solo il 21% dia importanza al "non dover gestire altre persone" suggerisce che la leadership non viene vissuta come un peso, ma forse come un'opportunità. Nel complesso, emerge il profilo di una generazione che cerca un lavoro stimolante ma sostenibile, in cui valori, autonomia e ambiente relazionale contano più di benefit accessori o status.

# Il sentiment degli studenti universitari



Solo il 20% degli studenti si dice molto o moltissimo ottimista pensando al mondo del lavoro, e appena il 15% rispetto alla situazione economica dei prossimi anni. Al contrario, il 38% è molto o moltissimo pessimista riguardo al lavoro e il 41% sull'economia.

In sintesi, prevale una visione incerta e preoccupata: l'ottimismo è limitato e le aspettative sul contesto socioeconomico appaiono fragili, segnalando un clima di sfiducia verso il futuro prossimo.

# SOMMARIO



UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

EngageMinds HUB

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

Gli  
studenti  
dei primi  
due anni  
di  
università:

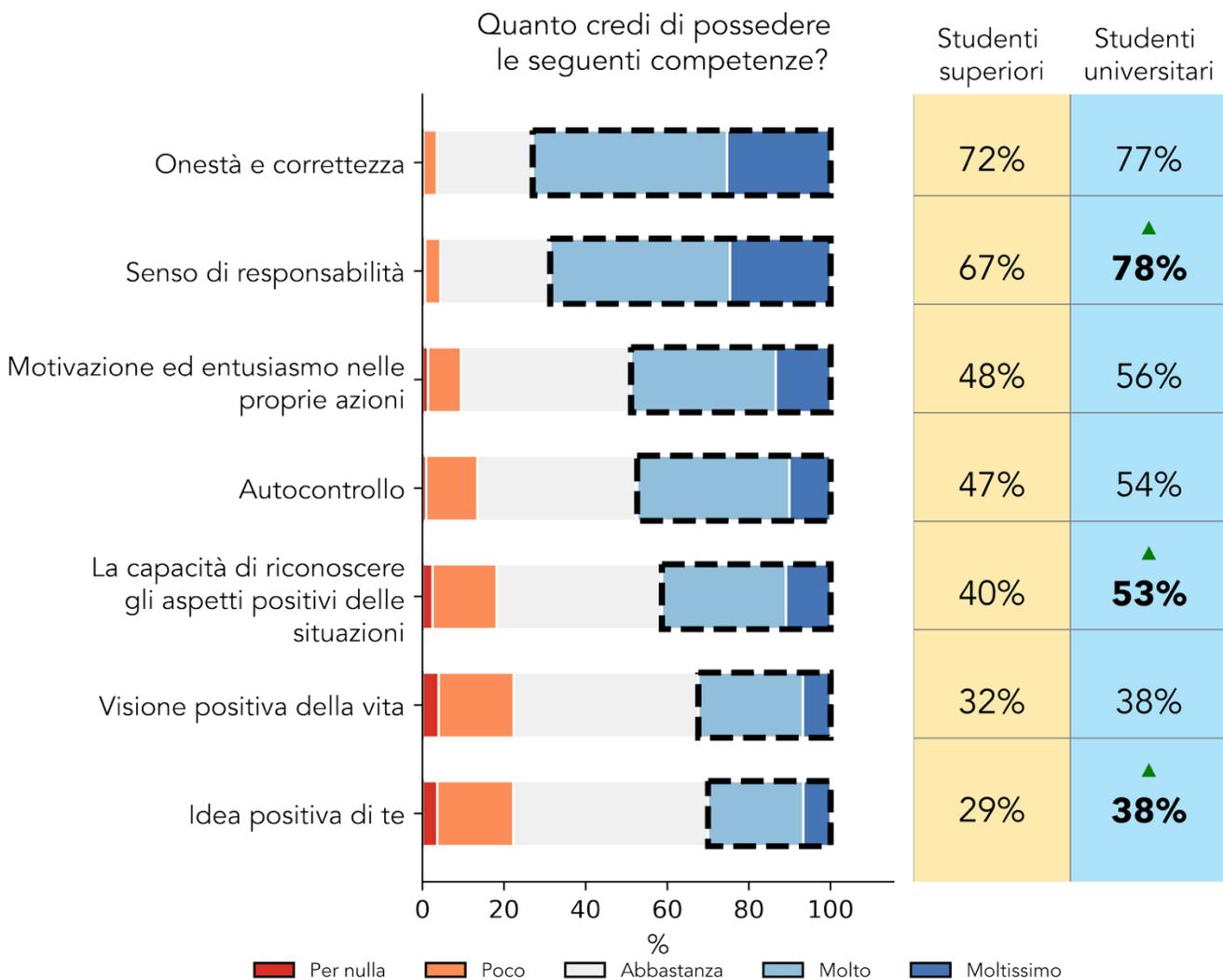
Descrizione del campione

Il territorio e l'industria cremonese

Il futuro

Le competenze e le passioni

# Competenze relative al benessere degli studenti universitari

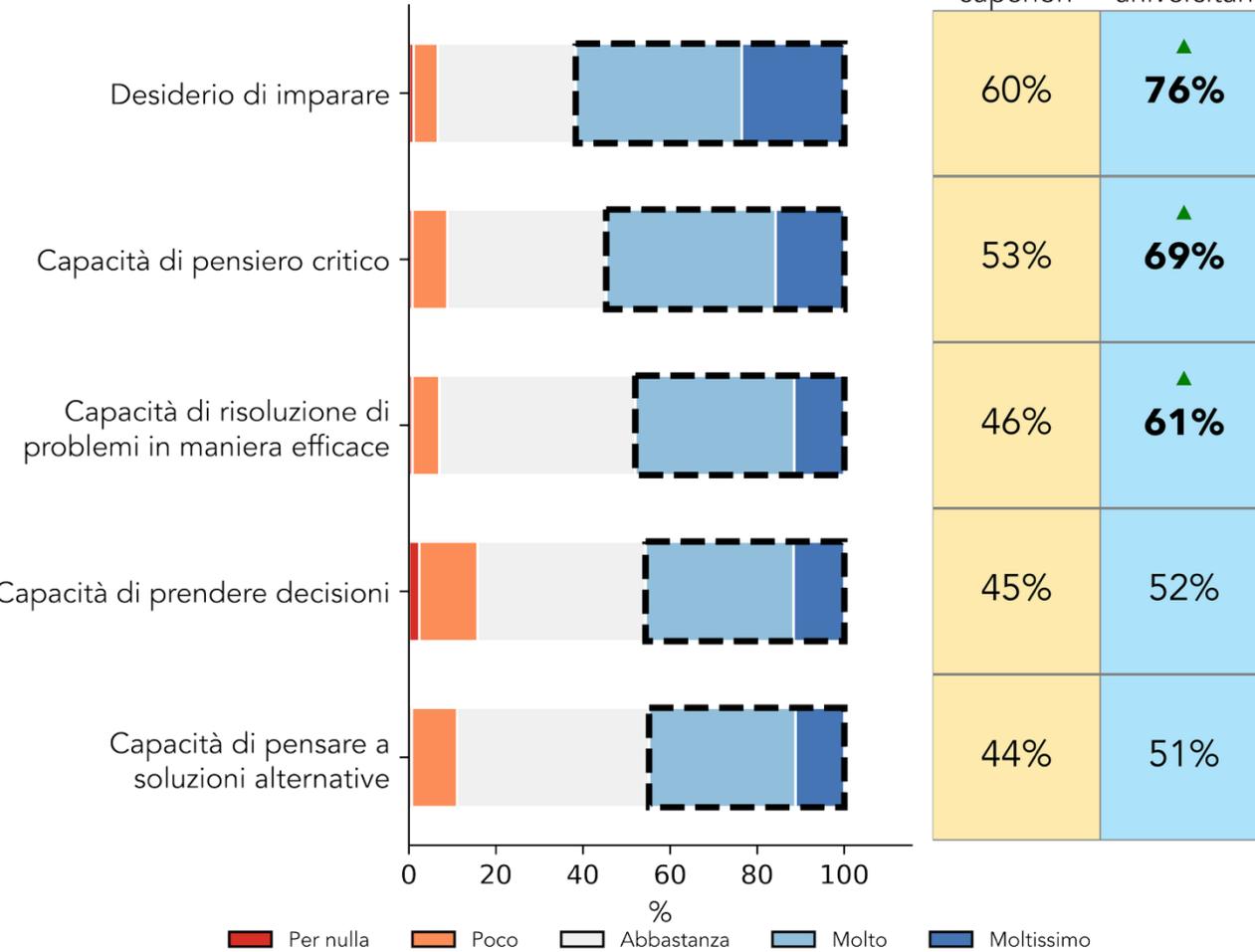


Le competenze legate al benessere personale migliorano con il percorso universitario. Gli studenti universitari si riconoscono più delle superiori nel senso di responsabilità (78% vs 67%), nell'onestà (77% vs 72%) e nella motivazione (56% vs 48%). Aumentano anche l'autocontrollo (54% vs 47%) e la capacità di riconoscere gli aspetti positivi delle situazioni (53% vs 40%). Più contenuto il miglioramento sulla visione positiva della vita e su quella di sé, ma comunque presente (38% per entrambi vs 32% e 29%). In sintesi, l'università sembra rafforzare la consapevolezza di sé e le competenze personali, anche se le dimensioni legate al benessere soggettivo restano più fragili.

# Competenze cognitive degli studenti universitari

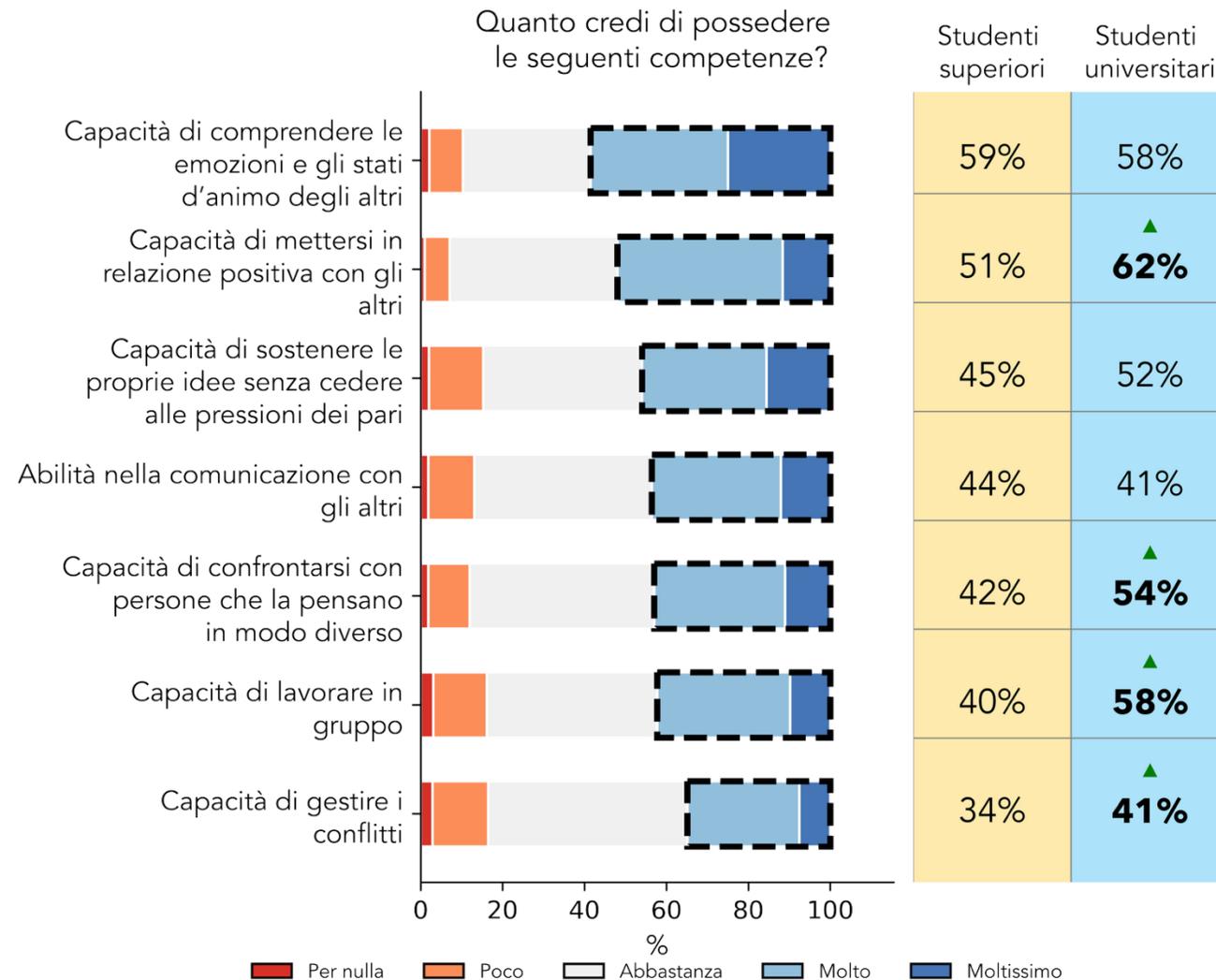


Quanto credi di possedere le seguenti competenze?



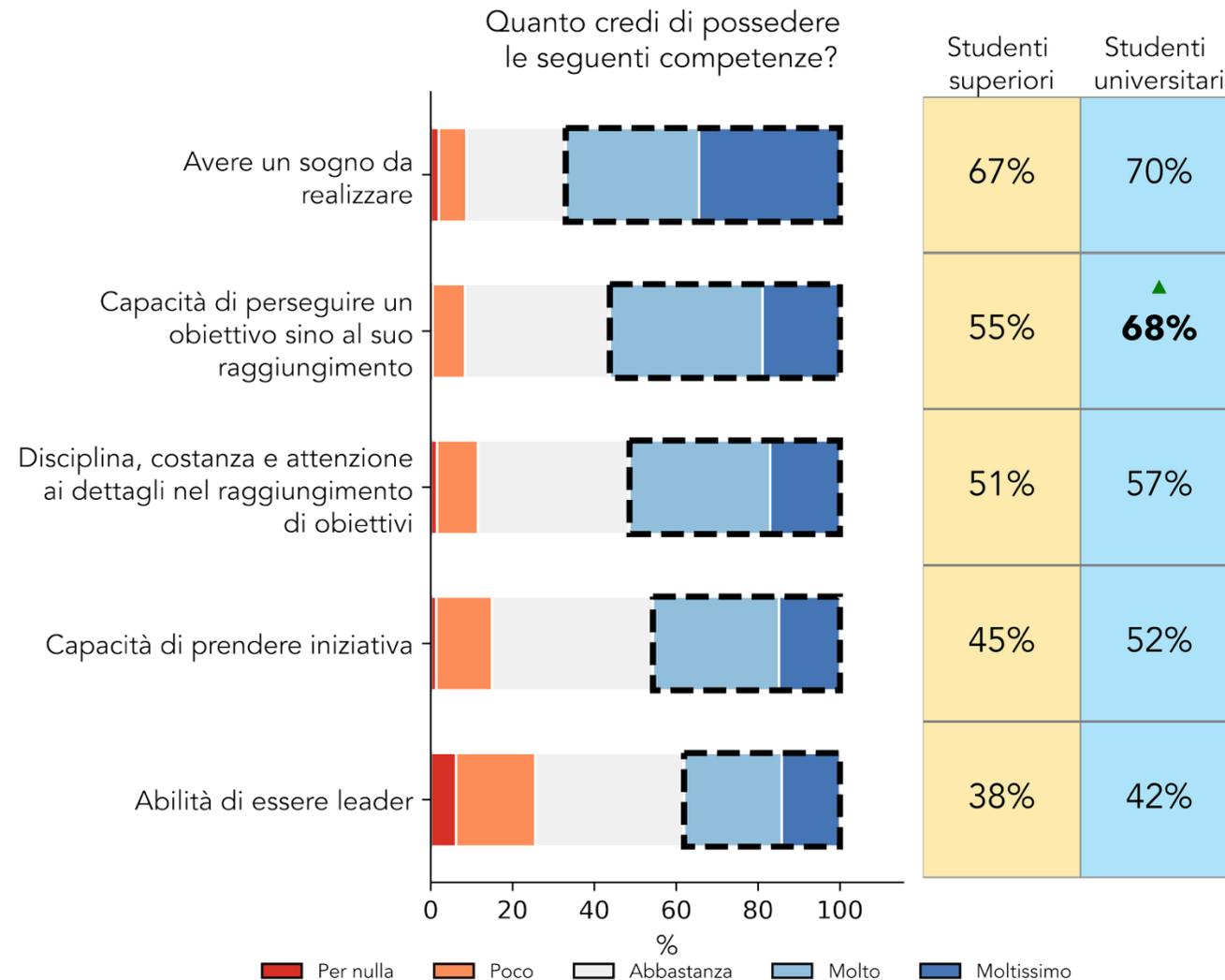
Le competenze cognitive mostrano un chiaro miglioramento nel passaggio all'università. Il desiderio di imparare passa dal 60% al 76%, la capacità di pensiero critico dal 53% al 69%, e la risoluzione efficace dei problemi dal 46% al 61%. Meno marcati, ma comunque presenti, i miglioramenti sulla capacità di prendere decisioni (52% vs 45%) e di pensare a soluzioni alternative (51% vs 44%). In sintesi, l'università sembra rafforzare non solo la motivazione ad apprendere, ma anche le competenze analitiche e decisionali, rafforzando la fiducia nella propria autonomia cognitiva.

# Competenze relative relazionali degli studenti universitari



Le competenze relazionali crescono in alcuni ambiti con l'esperienza universitaria. Migliora soprattutto la capacità di lavorare in gruppo (58% vs 40%) e di confrontarsi con opinioni diverse (54% vs 42%), oltre alla gestione dei conflitti (41% vs 34%). Meno marcate o assenti le differenze su comunicazione (41% vs 44%) ed empatia (58% stabile). La capacità di mettersi in relazione positiva migliora invece dal 51% al 62%. In sintesi, l'università sembra potenziare le competenze di interazione in contesti complessi, ma non sempre rafforza quelle più legate all'intelligenza emotiva e alla comunicazione.

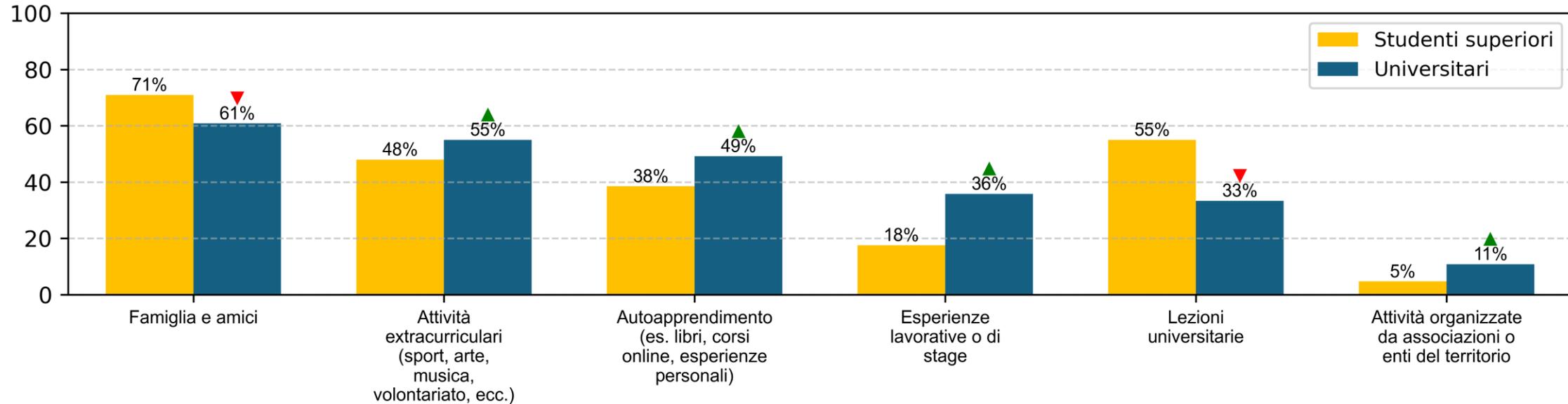
# Competenze di leadership degli studenti universitari



Le competenze di realizzazione restano alte sia tra gli studenti delle superiori che tra gli universitari. Avere uno scopo da realizzare (70% vs 67%) e la capacità di portare a termine un obiettivo (68% vs 55%) sono tra le aree più consolidate nel passaggio di ciclo. Seguono disciplina e costanza (57% vs 51%) e la capacità di prendere iniziativa (52% vs 45%), con miglioramenti più contenuti. Ancora bassa invece la percezione dell'essere leader, anche se in lieve crescita (42% vs 38%). In sintesi, l'università rafforza la determinazione e la capacità di perseguire obiettivi, ma la leadership resta una competenza percepita come meno sviluppata.

# Fonti delle competenze degli studenti universitari

Dove pensi di aver acquisito principalmente queste competenze?



Gli studenti universitari riconoscono più delle superiori il ruolo dell'autoapprendimento (49% vs 38%), delle attività extracurricolari (55% vs 48%) e soprattutto delle esperienze lavorative o di stage (36% vs 18%). Diminuisce invece l'importanza attribuita alla famiglia e agli amici (61% vs 71%) e alle lezioni (33% vs 55%), segno di un apprendimento più distribuito e autonomo con l'avanzare del percorso. Le attività organizzate da enti del territorio restano marginali, ma in crescita (11% vs 5%). In sintesi, il contesto universitario sembra favorire l'apprendimento esperienziale e autodiretto, ridimensionando la centralità delle fonti formali e familiari.