



UNBOXING THE *Future*

In collaborazione con



Ente capofila



Partner



Con il contributo di



La transizione scuola-lavoro nell'epoca dell'incertezza: la sfida della Generazione Z cremonese



Fase 1 – Ricerca qualitativa:

4 focus group con studenti (superiori e universitari) + 2 focus group con imprenditori/aziende. Esplorazione di percezioni, vissuti, risorse disponibili, sfide e opportunità.



Fase 2 – Ricerca quantitativa (CAWI):

Raccolta dati su studenti delle scuole superiori (3^a-5^a) e universitari ed ITS. Focus su: demografia, orientamento, percezione del territorio, competenze, aspettative sul futuro.

Il disegno metodologico della ricerca

Premessa

- Il contesto educativo e lavorativo cambia rapidamente.
- La Generazione Z è cresciuta nell'era digitale e ha aspettative diverse dalle generazioni precedenti.
- Cremona rappresenta un microcosmo di sfide e opportunità per comprendere questa transizione.
- Il progetto esplora percezioni, aspettative e preoccupazioni degli studenti, insieme ai bisogni delle aziende locali.

Scopo della ricerca:

creare un ponte tra istruzione, imprese e territorio per strategie di orientamento più efficaci

Obiettivi:

1. Comprendere vissuti e percezioni di studenti e imprenditori rispetto al processo di orientamento.
2. Descrivere caratteristiche demografiche e psicologiche degli studenti cremonesi e i loro orientamenti verso istruzione e lavoro.
3. Co-costruire, con scuole, università e aziende, nuove modalità di orientamento più efficaci

Seconda fase di ricerca:
Misurare demografia, orientamento, percezione
del territorio, competenze e aspettative sul
futuro.

Michele Paleologo & Guendalina Graffigna



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
3°, 4° e 5°
superiori

Studenti
universitari e
ITS

Parte 1: gli studenti delle scuole superiori

Michele Paleologo & Guendalina Graffigna

Gli studenti delle superiori:

Descrizione del campione

La scuola che vorrei

Il territorio cremonese

Il futuro

Le competenze e le passioni

L'orientamento che vorrei

Gli studenti delle superiori:

Descrizione del campione

La scuola che vorrei

Il territorio cremonese

Il futuro

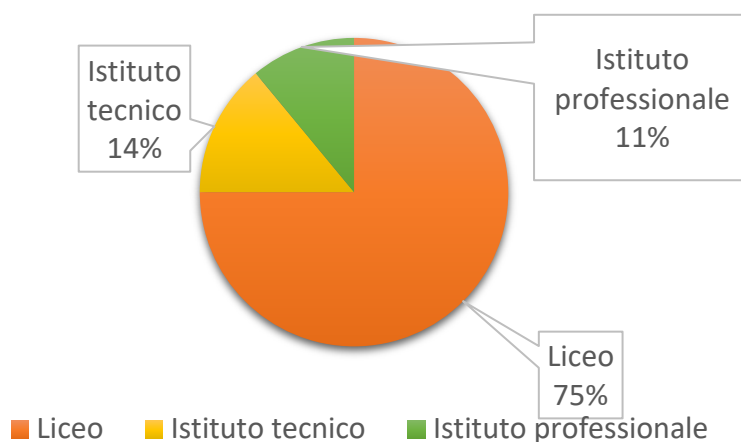
Le competenze e le passioni

L'orientamento che vorrei

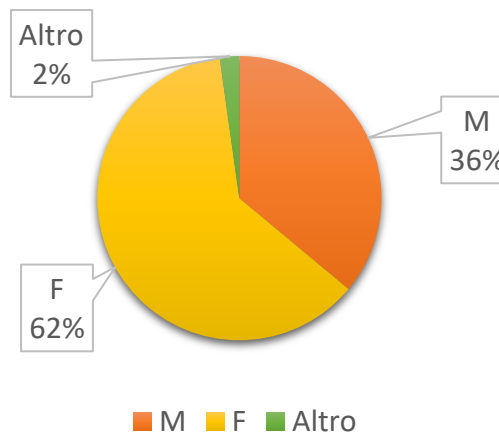
Campione d'indagine



Istituto di provenienza (%)



Genere (%)



Descrizione del campione

948 questionari sono stati somministrati a studenti e studentesse iscritti al terzo, quarto e quinto anno degli istituti secondari di secondo grado della provincia di Cremona, di questi, l'86% sono stati completati correttamente.

La composizione del campione per **tipologia di istituto** riflette la **distribuzione territoriale** rilevata nel **Rapporto Scuola 2023-24**¹: tre quarti dei rispondenti frequenta un **liceo**, mentre il 25% è quasi equamente suddiviso tra **istituti tecnici** (14%) e **professionali** (11%).

La componente **femminile** risulta prevalente nel campione (62%), in linea con la maggiore presenza femminile nei licei del territorio, in particolare nei percorsi umanistici, linguistici e artistici. La quota di rispondenti che si identificano in un genere diverso da maschile e femminile è del 2%.

¹Provincia di Cremona. (2024). *Rapporto scuola 2023-24*. Servizio Istruzione e Diritto allo Studio. <https://www.provincia.cremona.it/istruzione/?view=Pagina&id=6003>

Gli studenti delle superiori:

Descrizione del campione

La scuola che vorrei

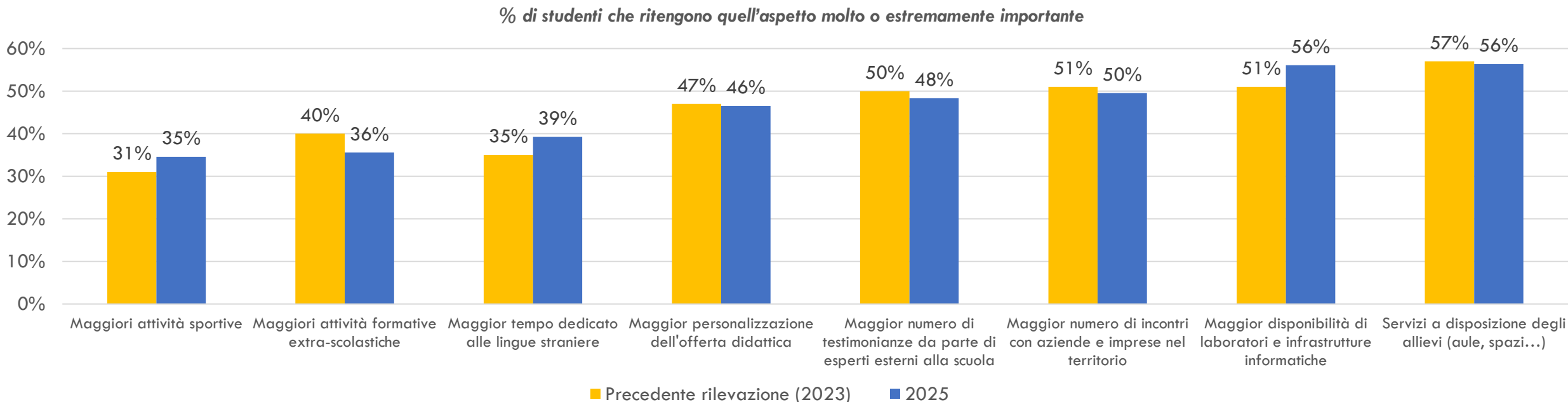
Il territorio cremonese

Il futuro

Le competenze e le passioni

L'orientamento che vorrei

Quali aspetti vorrebbero migliorare delle proprie scuole?



Agli studenti è stato chiesto di indicare quanto ritengano importante potenziare alcuni aspetti della propria scuola. Le priorità più evidenti riguardano ancora **infrastrutture e servizi**, con il 56% dei rispondenti che segnala la forte necessità di ampliare aule, spazi comuni e laboratori.

Anche il **rafforzamento del legame con il territorio** continua a essere centrale: il 50% degli studenti considera molto o estremamente importante aumentare le occasioni di incontro con le aziende locali, mentre il 48% vorrebbe ascoltare più testimonianze da parte di esperti esterni. La **personalizzazione dell'offerta didattica** raccoglie il 46% delle preferenze, in calo rispetto alla precedente rilevazione (-4 punti), mentre cresce l'attenzione verso le **lingue straniere**, indicate come prioritarie dal 39% (+4 punti).

Le **attività extra-scolastiche e sportive** restano in fondo alla classifica, seppur con un leggero miglioramento per queste ultime (35%, +4 punti), e un calo per le prime (36%, -4 punti), segnalando comunque una minore urgenza percepita rispetto ad altri ambiti.

Il confronto con i dati 2023 mostra una **sostanziale stabilità delle priorità**, con alcuni assestamenti più marcati nelle attività complementari e nei temi legati all'orientamento.

UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

[illegible]

Infine, alcuni studenti segnalano **temi pratici e strutturali**, legati a spazi, sicurezza, manutenzione o qualità dei servizi igienici.

Gli studenti delle superiori:

Descrizione del campione

La scuola che vorrei

Il territorio cremonese

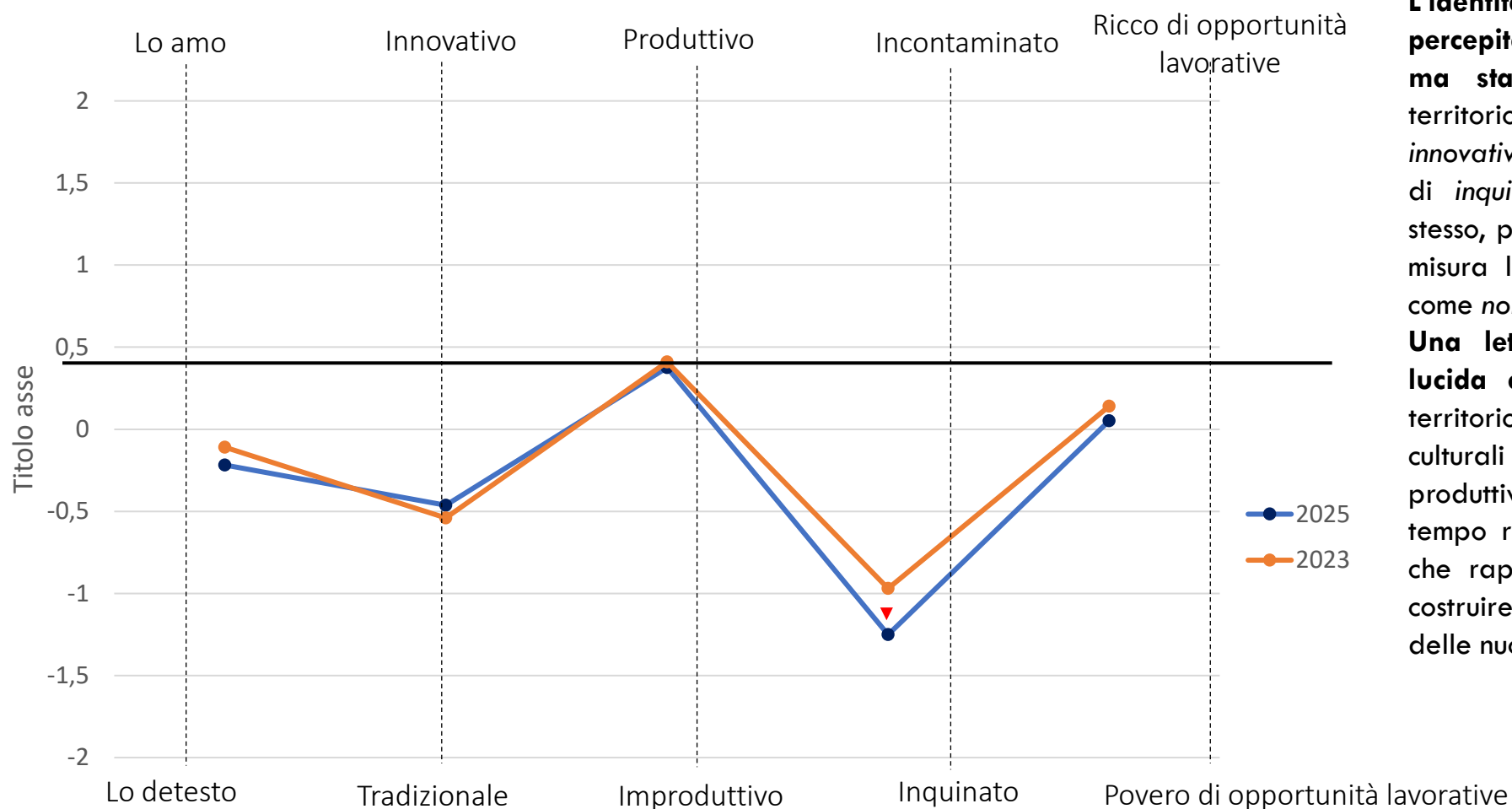
Il futuro

Le competenze e le passioni

L'orientamento che vorrei

La rappresentazione del territorio

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

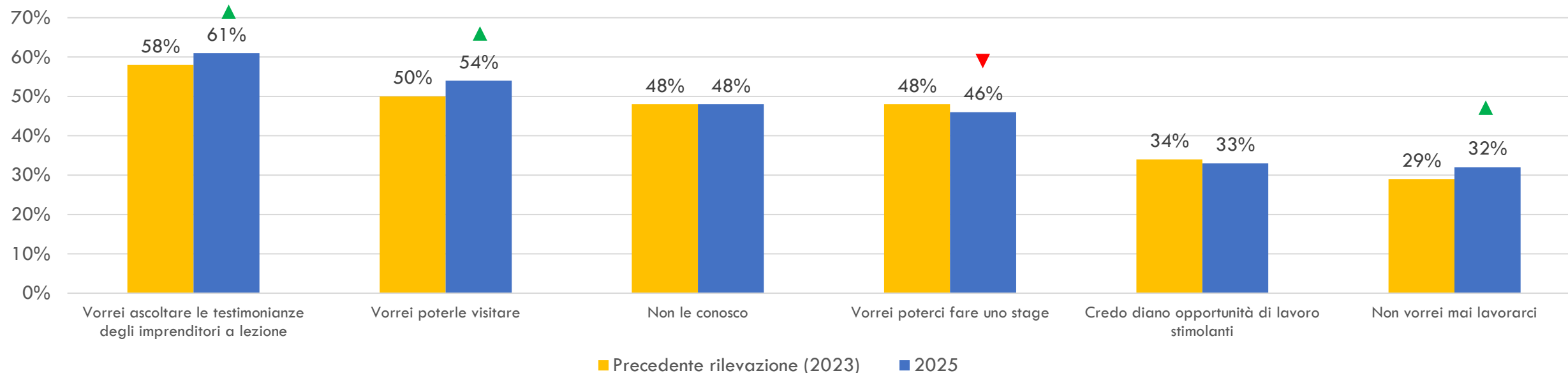


L'identità del territorio cremonese, così come percepita dai giovani, si conferma ambivalente ma stabile. Anche nella nuova rilevazione, il territorio è visto più come *tradizionale* che *innovativo*, e ancora fortemente segnato dall'idea di *inquinamento*, in leggero aumento. Al tempo stesso, però, viene percepito come *produttivo* e – in misura leggermente crescente rispetto al 2023 – come *non povero di opportunità lavorative*.

Una lettura d'insieme suggerisce una visione lucida e concreta: i giovani non idealizzano il territorio, ma ne riconoscono i limiti ambientali e culturali insieme al valore del tessuto economico e produttivo. L'assenza di variazioni significative nel tempo rafforza l'idea di un'immagine consolidata, che rappresenta sia una sfida sia una leva per costruire politiche di sviluppo più vicine al vissuto delle nuove generazioni.

La valutazione delle aziende e imprese Cremonesi

% di studenti in accordo con le affermazioni



Il rapporto tra studenti e imprese del territorio cremonese si articola tra **curiosità, parziale conoscenza e un desiderio di maggiore contatto diretto**.

La maggioranza degli studenti dichiara di voler **ascoltare testimonianze di imprenditori a scuola** (61%) e di essere interessata a **visitare le aziende** (54%) o a svolgere **uno stage** (48%). Segnali di apertura e interesse verso un'interazione più concreta con il mondo produttivo.

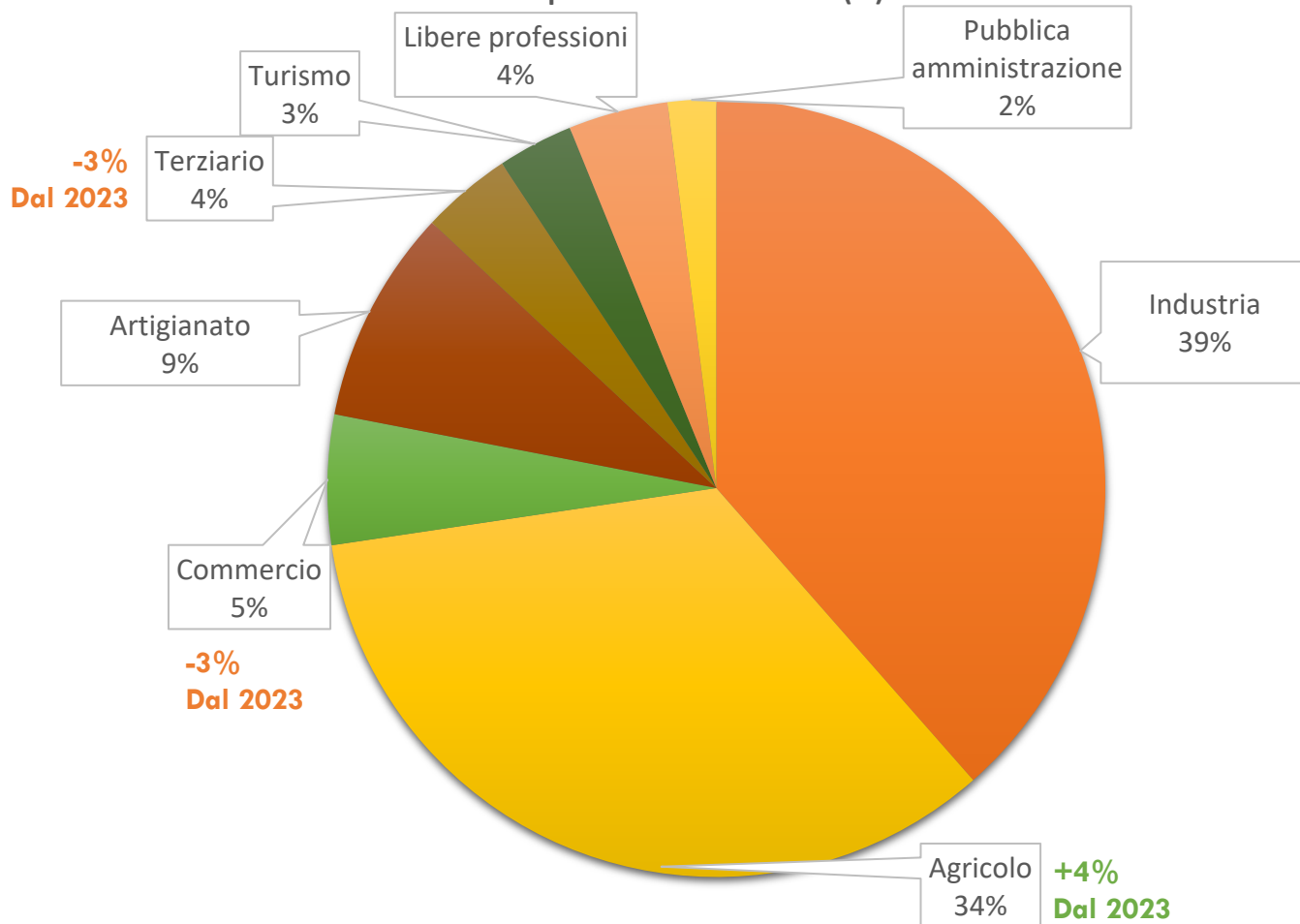
Tuttavia, quasi **1 su 2 afferma di non conoscere le aziende del territorio**, una percentuale significativa e simile rispetto alla precedente rilevazione, che evidenzia la necessità di rafforzare i canali di comunicazione tra scuola e impresa.

Solo **1 studente su 3 riconosce nelle imprese cremonesi un'opportunità di lavoro stimolante**, mentre il 32% dichiara apertamente che non vorrebbe mai lavorarci: un dato in crescita rispetto al 2023 (+3 punti), che merita attenzione.

Nel complesso, il quadro suggerisce **un potenziale di relazione ancora poco espresso**, che potrebbe essere valorizzato attraverso percorsi strutturati di orientamento, testimonianze e stage.

I settori percepiti come più strategici per Cremona dai giovani

Secondo te, quale tra i seguenti settori è il più importante -economicamente- per la provincia di Cremona? (%)



Industria e agricoltura si confermano i settori percepiti come più strategici per l'economia del territorio cremonese, secondo i giovani. L'**industria** mantiene il primo posto (**39%**), ma è il **settore agricolo a registrare l'incremento più rilevante (+4 punti)**, portandosi al **34%** e avvicinandosi al primato.

Al contrario, **commercio e terziario perdono terreno (-3 punti ciascuno)**, segno di una possibile **riduzione della fiducia** nei settori legati ai servizi o alla distribuzione. Gli altri comparti restano stabili e marginali nelle percezioni, con **artigianato (9%)**, **libere professioni e terziario (4%)**, **turismo (3%)** e **pubblica amministrazione (2%)**.

Nel complesso, emerge un'immagine in cui i giovani **valorizzano i settori produttivi legati alla tradizione e all'identità locale**, ma forse anche quelli percepiti come più concreti e radicati nel territorio.

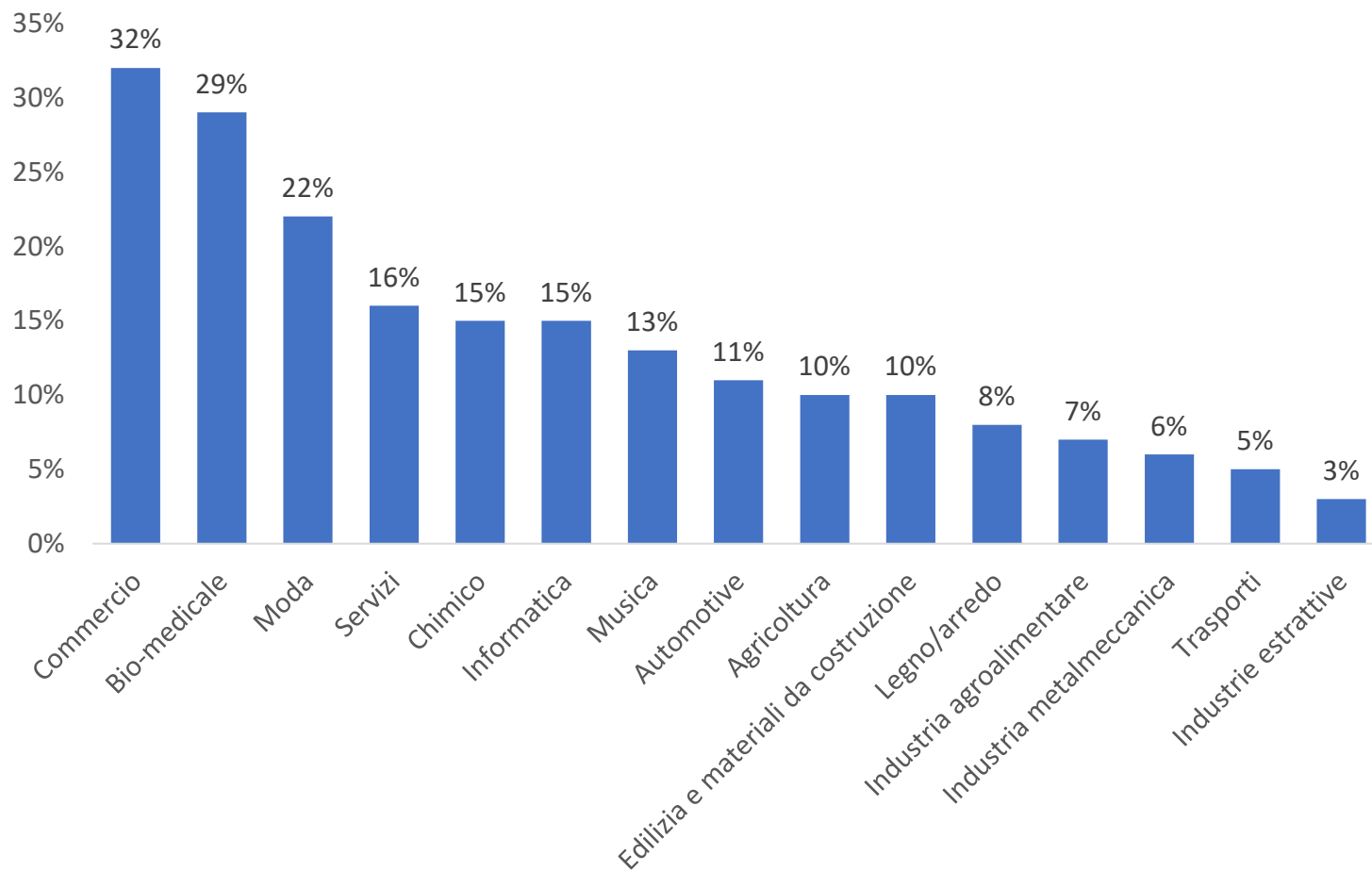
I settori più desiderati per fare uno stage

Quando si tratta di scegliere dove fare un'esperienza formativa o lavorativa, i giovani mostrano una preferenza chiara per settori percepiti come più vicini alla loro quotidianità o al proprio immaginario professionale. In testa troviamo il commercio (32%), seguito dal settore bio-medicale (29%) e dalla moda (22%), a testimonianza di un interesse verso ambiti tangibili e riconoscibili, spesso collegati a esperienze personali, aspirazioni concrete o visibilità nel contesto sociale e mediatico.

A seguire, si collocano i servizi (16%) e il comparto chimico e informatico (entrambi al 15%), settori che iniziano a emergere come spazi di sviluppo professionale, pur senza essere ancora pienamente esplorati. Più contenuto, ma comunque significativo, l'interesse verso la musica (13%) e l'automotive (11%).

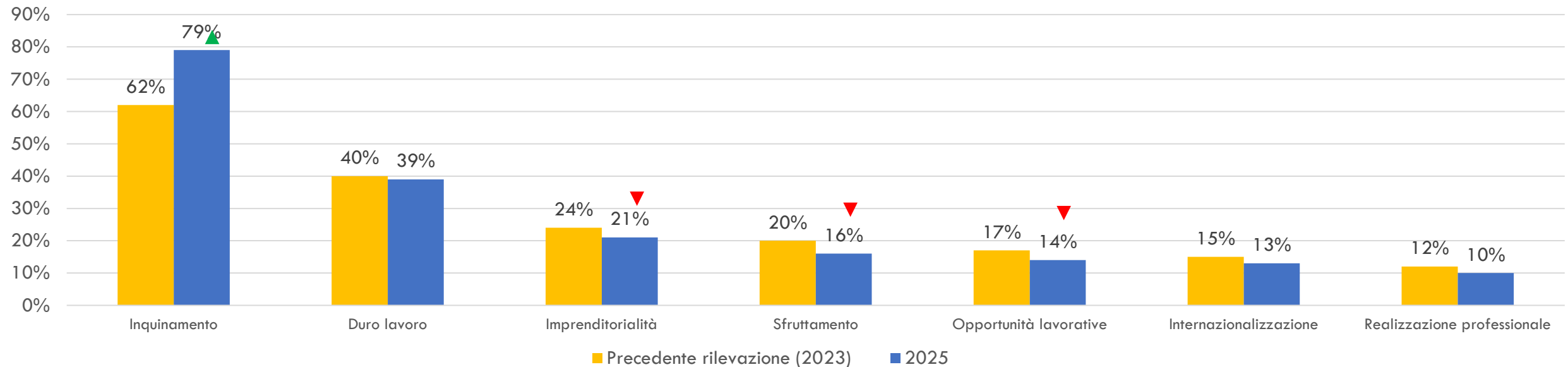
Colpisce la bassa attrattività percepita di alcuni settori strategici per il territorio, in particolare l'agricoltura (10%) e l'industria agroalimentare (7%). Dati che suggeriscono l'esigenza di lavorare non solo sull'orientamento, ma anche sulla narrazione e visibilità di questi ambiti, affinché possano essere compresi e apprezzati per il loro reale potenziale di crescita e innovazione.

Dovendo scegliere, quali dei seguenti settori considereresti per fare un'esperienza formativa o lavorativa in un'azienda?



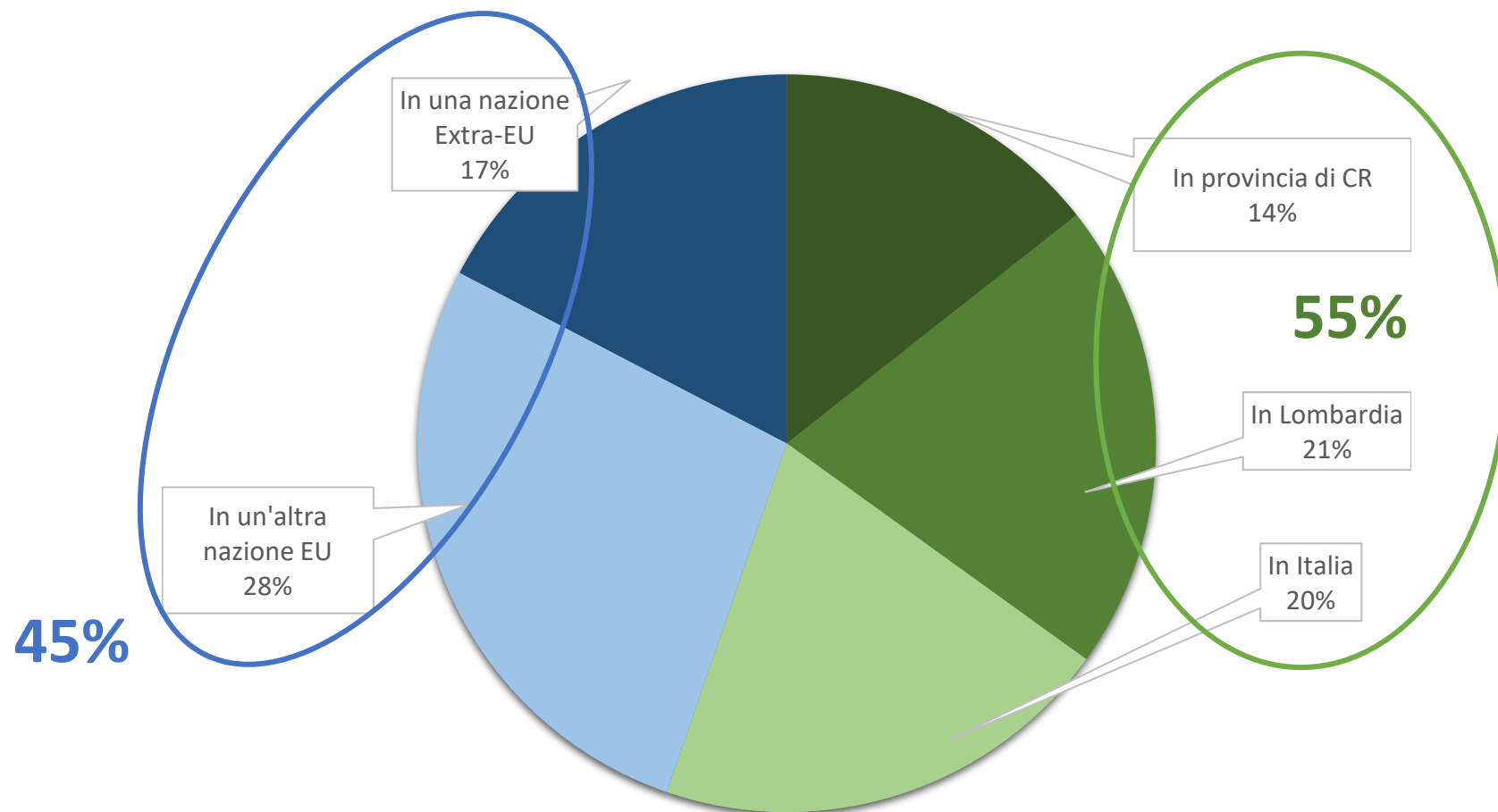
Indica quanto, secondo te, le seguenti parole rappresentano bene l'industria Cremonese

% di studenti in accordo con le affermazioni



Nel percepire l'industria cremonese, i giovani continuano a usare categorie tradizionali, ma con segnali di cambiamento. L'associazione con l'**inquinamento** resta molto alta (**79%**, +17 punti rispetto al 2023), confermando una rappresentazione ancora fortemente condizionata da preoccupazioni ambientali. Accanto a questa, resiste l'idea di un lavoro **duro** (39%), mentre sono in **leggera flessione le rappresentazioni più positive, come l'imprenditorialità (-3 punti) e le opportunità formative (-3)**. In generale, le dimensioni legate all'innovazione, alla **realizzazione professionale** o all'**internazionalizzazione** restano marginali. **Il dato suggerisce un'urgenza comunicativa: c'è spazio – e bisogno – per costruire un racconto dell'industria più vicino ai suoi sviluppi contemporanei.** Un racconto capace di affiancare alle percezioni critiche quelle che valorizzano il cambiamento in atto e le opportunità reali per i giovani del territorio.

In futuro, dove preferiresti lavorare? (%)

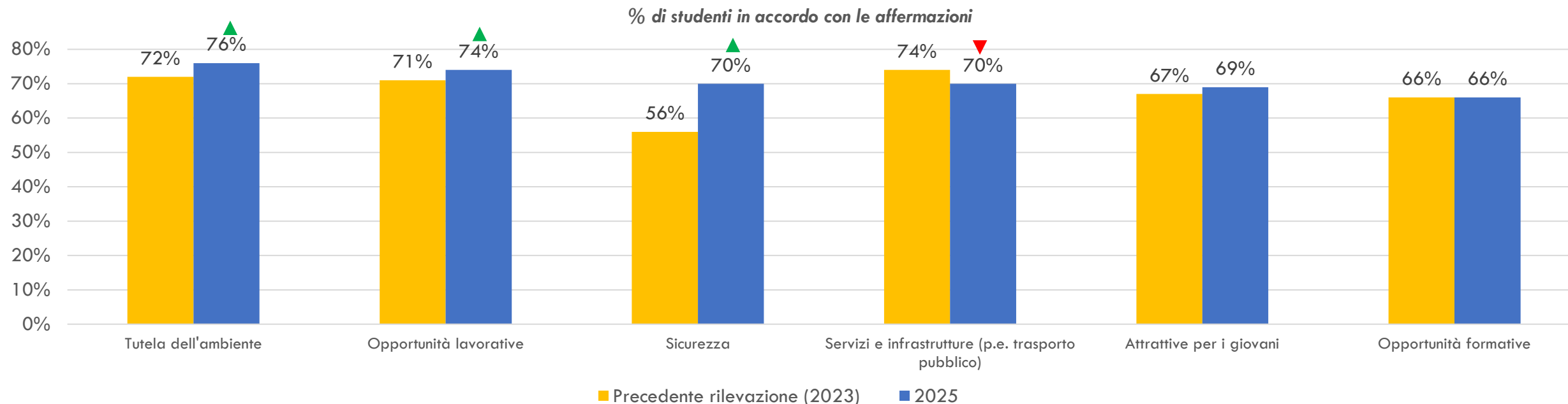


La maggioranza dei giovani intervistati (55%) esprime una preferenza a lavorare in Italia, con un buon grado di radicamento territoriale: il 14% si immagina il proprio futuro professionale nella provincia di Cremona.

Tuttavia, il dato va letto accanto al 45% che indica come preferenza l'estero: un giovane su quattro sceglierebbe un paese europeo (28%), e uno su sei un paese extra-UE (17%).

Questa polarizzazione tra apertura internazionale e radicamento locale racconta un desiderio di equilibrio tra mobilità e appartenenza, tra aspirazioni globali e legami territoriali. È anche un segnale d'opportunità per il territorio: investire su attrattività e prospettive professionali può aiutare a trattenere talenti che – pur guardando lontano – non escludono di restare.

Quanto ritieni che sarebbe importante migliorare, nel territorio cremonese, i seguenti aspetti?



Le priorità per migliorare il territorio cremonese, secondo i giovani, restano ben definite: ambiente, lavoro e sicurezza. In cima alla lista degli aspetti da potenziare troviamo infatti la **tutela dell'ambiente** (76%) e le **opportunità lavorative** (74%), confermando la centralità di temi già emersi nella rappresentazione complessiva del territorio.

Un dato interessante riguarda il tema della sicurezza, che fa registrare l'incremento più netto rispetto al 2023 (+14 punti), segnale di una crescente attenzione (o preoccupazione) su questo fronte.

I trasporti e i servizi infrastrutturali, pur in lieve calo, rimangono comunque tra gli ambiti più citati, a conferma dell'importanza attribuita alla mobilità e alla vivibilità del territorio. **Anche le attrattive per i giovani e le opportunità formative mantengono una quota significativa di attenzione,** mentre le **strutture sportive**, pur restando in fondo alla classifica, mostrano un leggero aumento di rilevanza.

In sintesi, l'agenda di priorità delineata dai giovani appare chiara e coerente: sostenibilità, lavoro e qualità della vita quotidiana sono i cardini su cui costruire un territorio più attrattivo e vicino ai bisogni delle nuove generazioni.

Gli studenti delle superiori:

Descrizione del campione

La scuola che vorrei

Il territorio cremonese

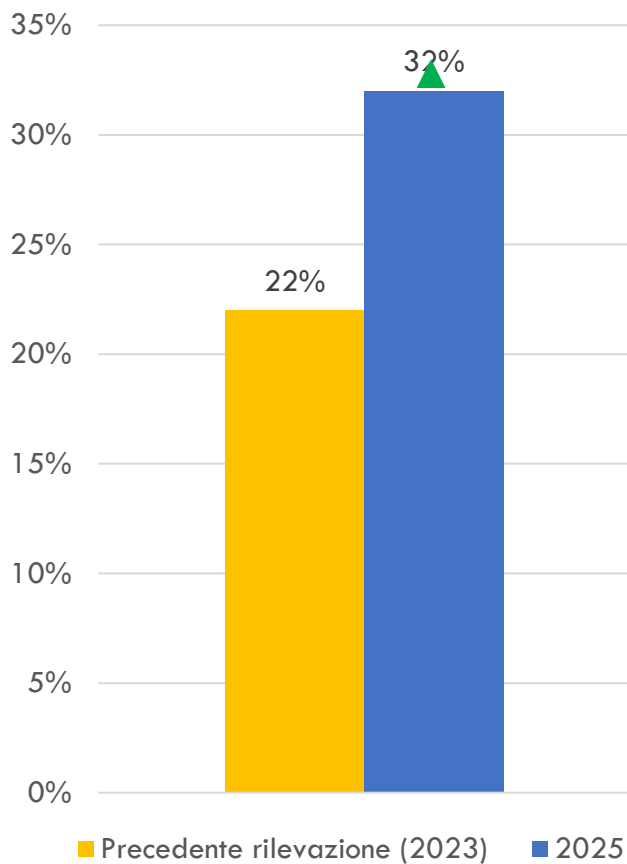
Il futuro

Le competenze e le passioni

L'orientamento che vorrei

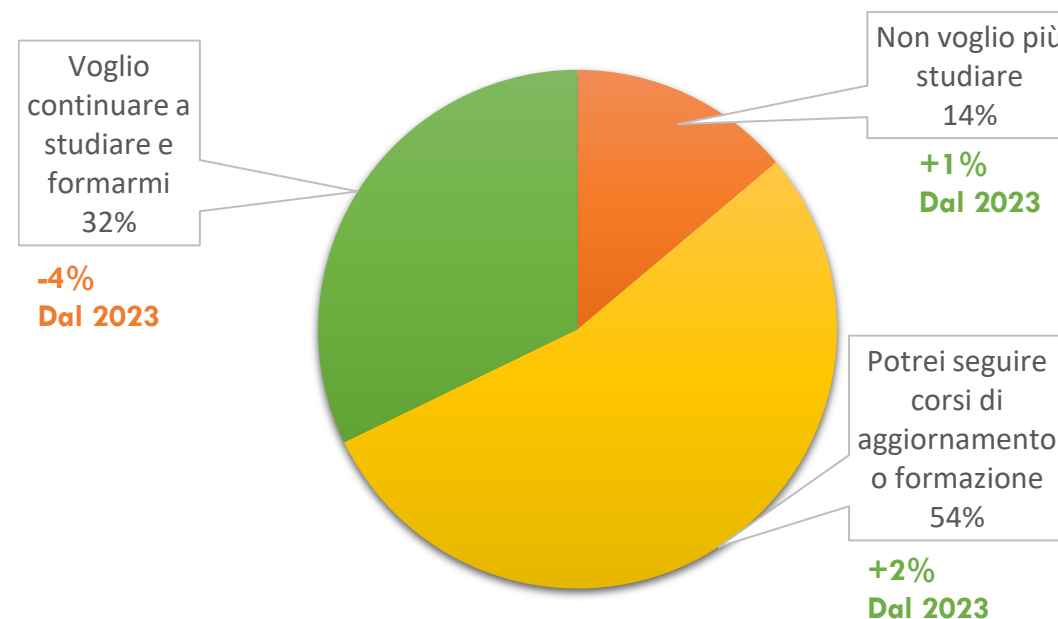
Dopo il diploma?

% di studenti che si dicono almeno molto sicuri del proprio futuro

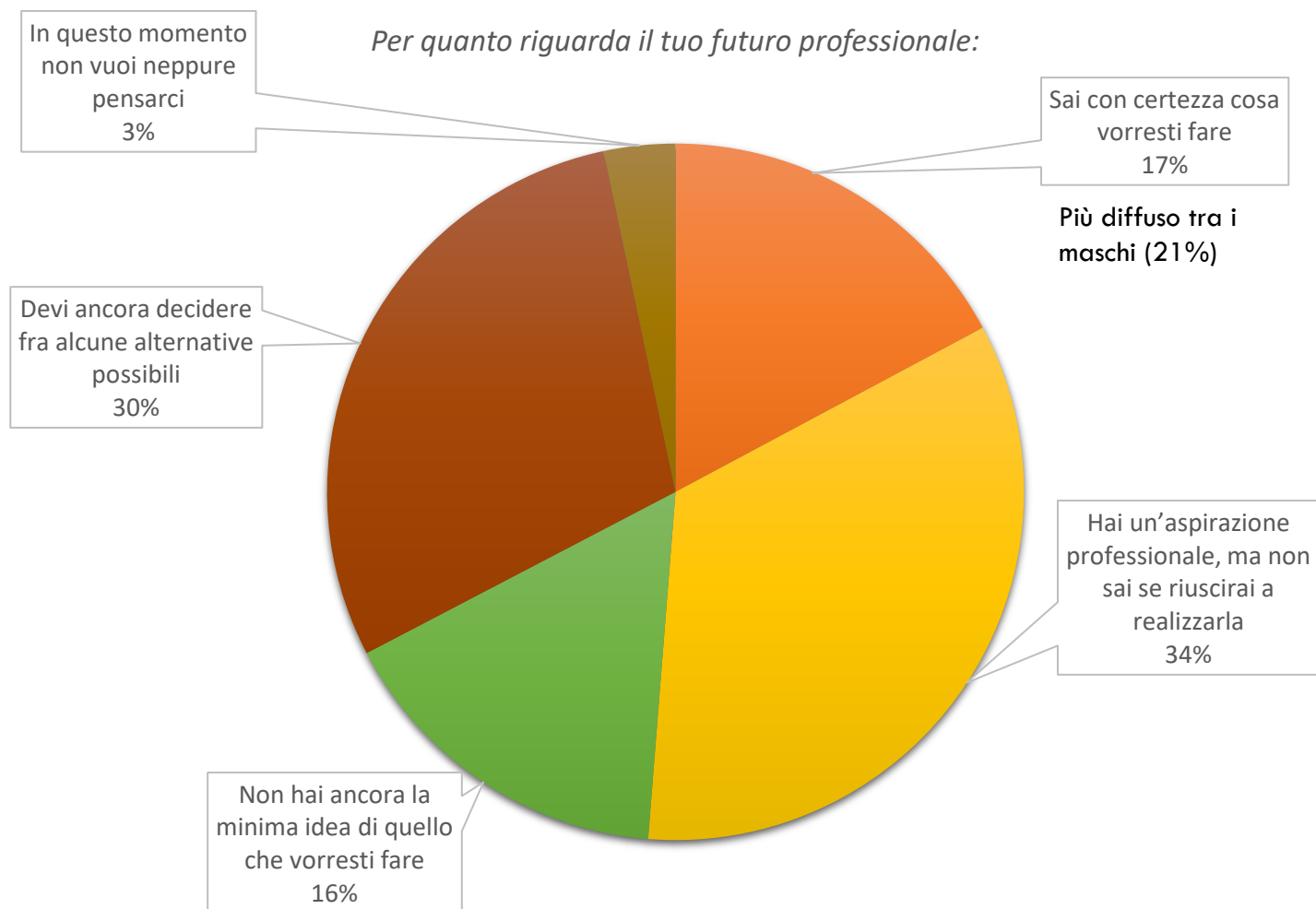


Solo **circa un quarto (32%)** degli intervistati **indica di essere sicuro del proprio futuro** dopo il diploma, dato **in crescita** del 10% rispetto alla scorsa rilevazione. Emerge però un **interesse della larga maggioranza a continuare la formazione** anche una volta entrati nel mondo del lavoro

Una volta entrato/a nel mondo del lavoro... (%)



Definizione del proprio futuro professionale



Per quanto riguarda il proprio futuro professionale, gli studenti restituiscono un quadro di forte eterogeneità e incertezza.

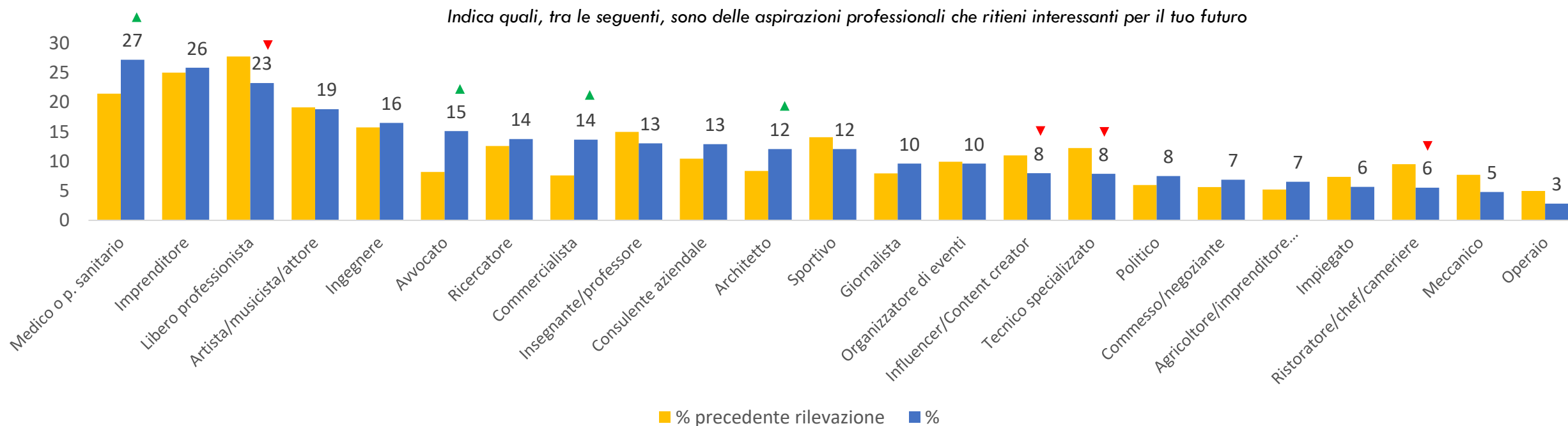
La quota più ampia (34%) afferma di **avere un'aspirazione**, ma **non sapere se riuscirà a realizzarla**: un dato che segnala la presenza di aspettative ma anche di dubbi e timori rispetto alla realizzabilità.

Segue un 30% che **deve ancora scegliere tra alcune alternative possibili**, mentre il 16% **non ha ancora la minima idea di cosa vorrebbe fare**. Un ulteriore 3% dichiara di **non volerci pensare in questo momento**.

Solo il 17% afferma con chiarezza di **sapere cosa vuole fare in futuro**, una risposta leggermente più frequente tra i maschi (21%).

Nel complesso, il dato conferma quanto il momento della scelta professionale sia vissuto con **incertezza, ambivalenza e bisogno di orientamento**, con una porzione significativa di studenti che si muove ancora tra esplorazione e indecisione.

Aspirazioni professionali



Le scelte professionali espresse dagli studenti mostrano una significativa eterogeneità, con alcune figure che si confermano particolarmente attrattive. In cima alle preferenze troviamo il **medico o professionista sanitario** (27%), seguito da **imprenditore** (26%) e **libero professionista** (23%).

Tra le professioni tradizionalmente riconosciute, raccolgono interesse anche ruoli come **ingegnere** (19%), **avvocato** (16%), **ricercatore** e **commercialista** (entrambi al 15%).

A metà classifica compaiono figure legate alla creatività e al mondo dello spettacolo e della comunicazione, come **architetto**, **giornalista**, **influencer** e **organizzatore di eventi**.

Più in basso troviamo ruoli tecnici e manuali come **meccanico**, **cuoco**, **operaio**, o **agricoltore**, che pur essendo cruciali per il tessuto economico locale, raccolgono livelli di interesse decisamente più contenuti.

Il **confronto con la precedente rilevazione** mostra una generale coerenza, con variazioni limitate che suggeriscono la persistenza di immaginari professionali consolidati tra i giovani del territorio.

Circa il 12% dei rispondenti ha voluto specificare un'ulteriore aspirazione professionale.

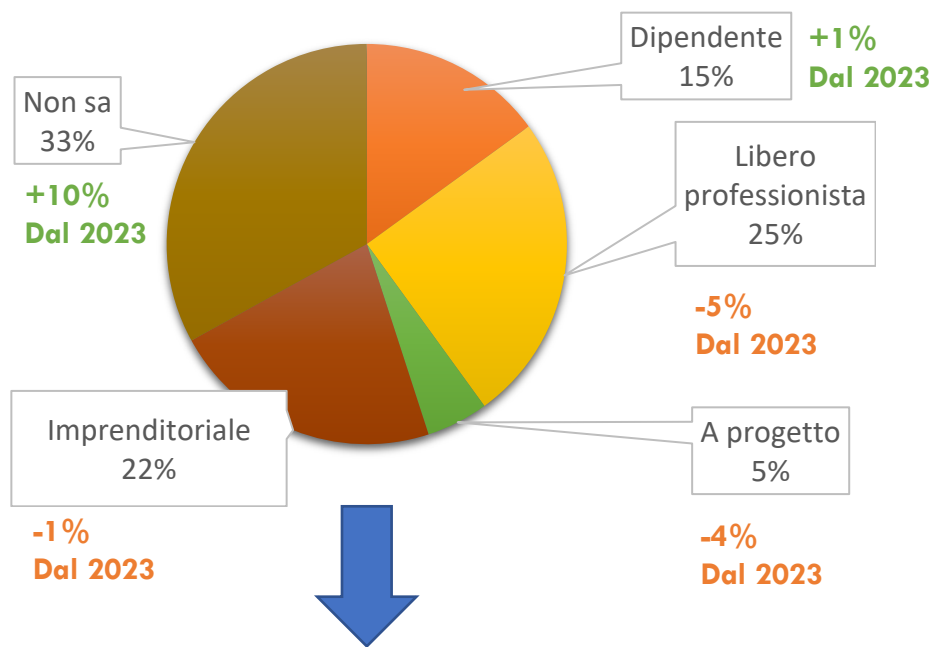
Tra le parole più ricorrenti emergono figure come **insegnante, stilista, psicologo, militare, interprete e informatico**, a testimonianza della coesistenza di interessi sia in ambiti tradizionali che creativi e tecnici.

Compaiono anche diverse professioni legate al mondo della salute (es. **biologo, fisioterapista, veterinario, nutrizionista**), della giustizia (**criminologo, magistrato, polizia**) e della comunicazione (**traduttore, influencer, giornalista**).

Molti riferimenti indicano non solo una professione, ma anche un'**idea di sé e del proprio ruolo nel mondo**: ad esempio, “gestione”, “ambiente”, “all'estero” o “scuola” sono più che etichette professionali, e rivelano orientamenti valoriali e desideri esistenziali.



Sempre pensando ad una futura ricerca di lavoro, quale delle seguenti tipologie di lavoro preferiresti? (%)



Quando si guarda al futuro lavorativo, gli studenti mostrano una marcata incertezza: oltre **1 su 3** non sa ancora quale forma di lavoro preferirebbe. Rispetto al 2023, questa quota è cresciuta di 10 punti percentuali, segnalando un possibile bisogno di orientamento o di maggiore consapevolezza sulle opzioni disponibili.

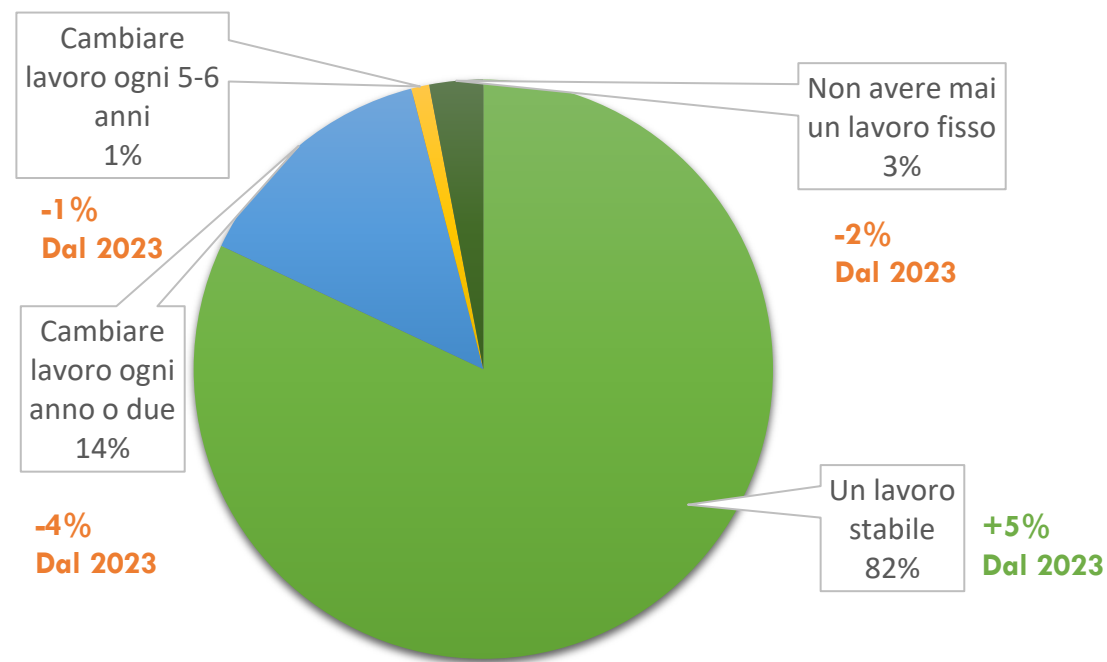
Tra le scelte espresse, le più ambite restano le **forme di lavoro autonomo**: il 25% degli studenti preferirebbe essere libero professionista e il 22% intraprendere un percorso imprenditoriale. La **preferenza per il lavoro dipendente** resta minoritaria (15%), anche se in leggera crescita rispetto all'anno precedente.

Nel complesso, i dati suggeriscono un desiderio diffuso di indipendenza e autonomia, ma anche una difficoltà a definire in modo chiaro il proprio percorso.

Allo stesso tempo, la grande maggioranza degli studenti (**82%**) dichiara di preferire, in prospettiva, un **lavoro stabile**, con un incremento di 5 punti rispetto al 2023. Le preferenze per percorsi più frammentati o flessibili (cambio frequente di lavoro, progetti temporanei) risultano in calo.

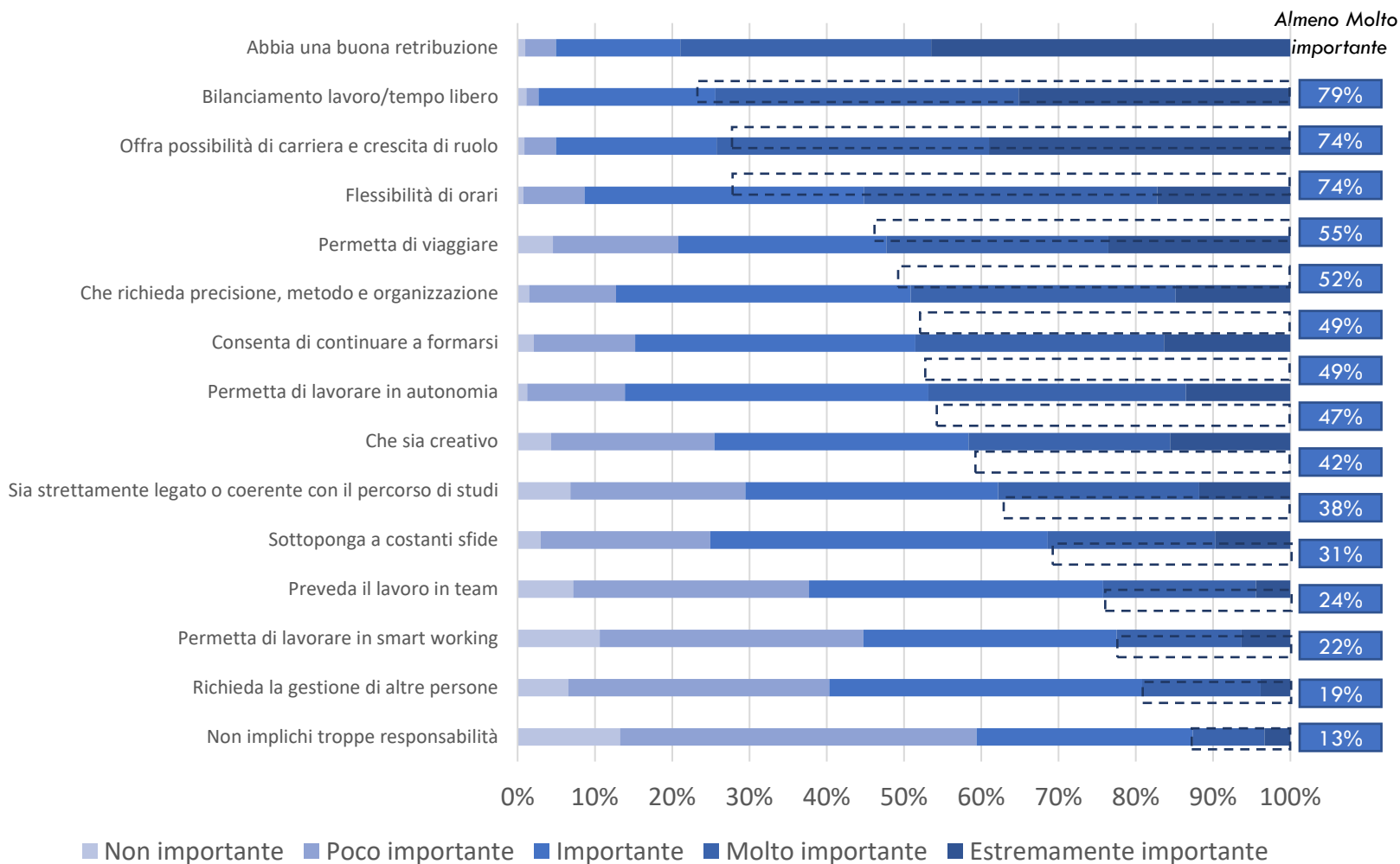
Questo apparente paradosso – tra desiderio di autonomia e bisogno di stabilità – riflette la complessità delle aspettative giovanili nei confronti del mondo del lavoro.

Per il tuo futuro preferiresti (%)



Cos'è importante nel lavoro di domani?

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



Le priorità espresse dai giovani evidenziano una visione pragmatica e orientata al benessere nel contesto lavorativo. Al primo posto troviamo la **retribuzione** (79%), seguita dal **bilanciamento vita privata/lavoro** (74%) e dalle **opportunità di crescita** (74%): elementi chiave che riflettono il desiderio di stabilità economica, realizzazione personale e sostenibilità nel lungo periodo.

In secondo piano, ma comunque rilevanti, emergono aspetti come la **flessibilità oraria** (55%), la **possibilità di viaggiare** (52%) e il **lavoro in autonomia** (47%), mentre restano meno centrali caratteristiche legate alla leadership, alla responsabilità o alla coerenza con il percorso di studi. Questo scenario suggerisce che i giovani si muovono in una logica di **valutazione concreta** delle condizioni lavorative, attribuendo valore soprattutto a quegli aspetti che favoriscono l'equilibrio personale e la crescita professionale, più che alla vocazione o all'aderenza formale al proprio percorso scolastico.

Cos'altro è importante nel lavoro di domani?



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

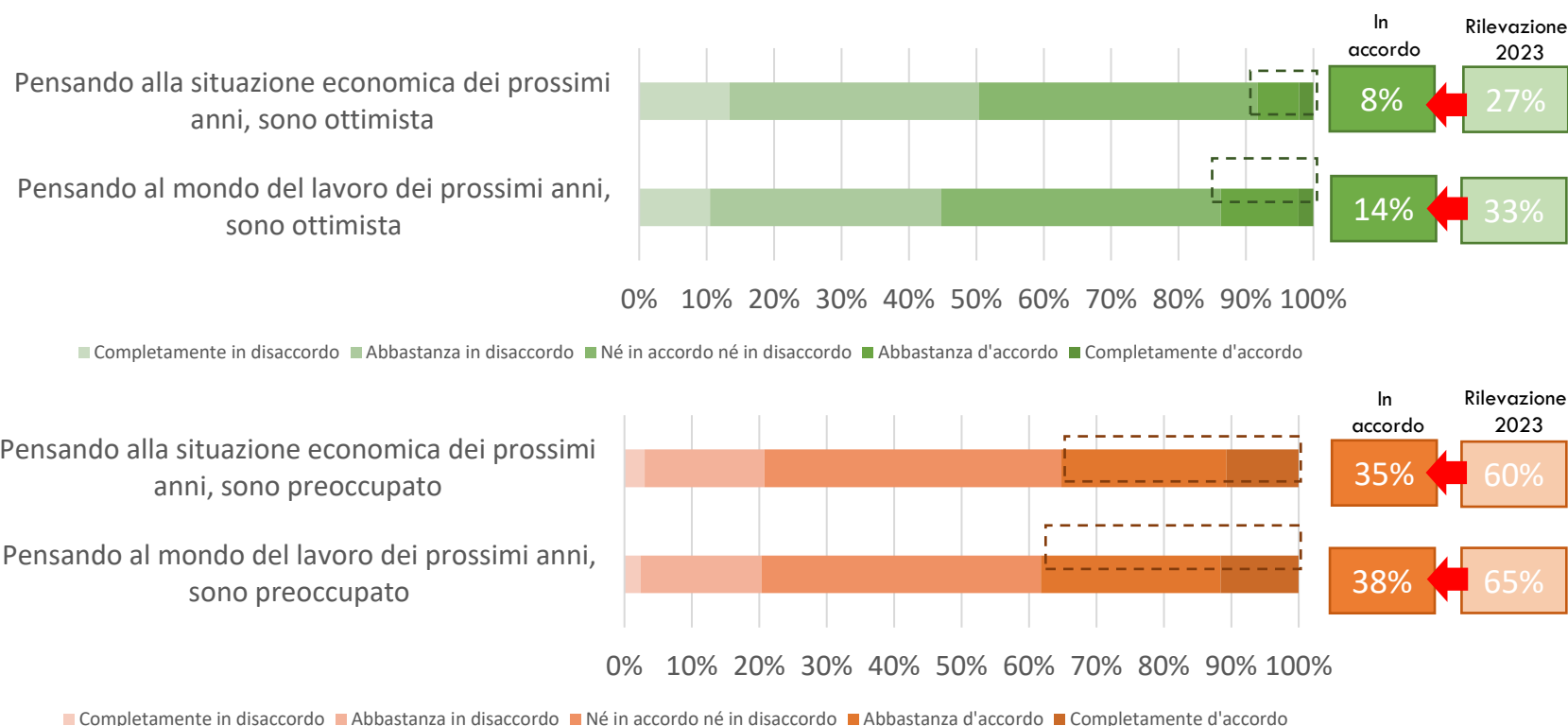
Ambiente non tossico.
empatia
guadagnare molti soldi e essere soddisfatti
Seguire le proprie passioni.
rimanere in contatto con le persone
ambiente di lavoro tranquillo
vicinanza casa
Il lavoro futuro deve piacermi e essere in linea con gli studi.
conoscenza di più lingue
piacere

Anche se solo una piccola parte dei rispondenti (circa l'1%) ha scelto di aggiungere un commento libero, i contributi raccolti restituiscono **uno spaccato qualitativo ricco e significativo.**

Dalle risposte emergono parole chiave che mettono in luce aspetti come il desiderio di un **ambiente di lavoro non tossico**, l'importanza dell'**empatia**, la **vicinanza a casa**, la possibilità di **seguire le proprie passioni** o di lavorare in un contesto **tranquillo** e relazionale. Vengono citati anche elementi legati all'**autenticità**, al **benessere personale** e alla **coerenza con i propri valori e interessi.**

Pur non rappresentando un dato quantitativamente rilevante, queste indicazioni **offrono spunti utili per comprendere meglio la varietà di bisogni e aspettative** che i giovani associano al "lavoro del futuro", anche nei suoi aspetti meno materiali e più esistenziali.

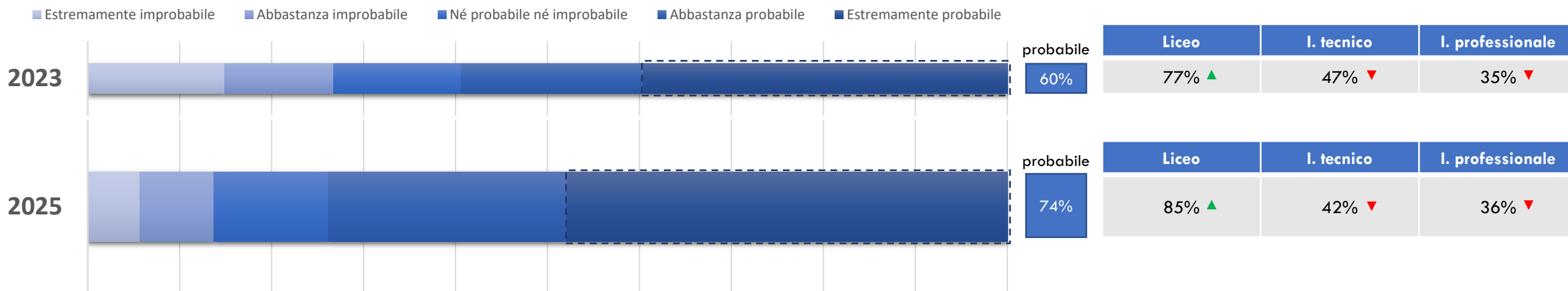
Le prospettive future



Se nella precedente rilevazione i giovani esprimevano posizioni più nette – tra ottimismo e preoccupazione – oggi emerge un atteggiamento più sospeso. Diminuiscono infatti significativamente sia gli ottimisti sia i preoccupati. Non sembra trattarsi di una maggiore serenità, quanto piuttosto di una difficoltà crescente nel decifrare il futuro: immaginarlo, desiderarlo, temerlo.

Una possibile interpretazione è che i giovani oggi si mostrino più disincantati, forse più prudenti, come se la complessità dell'attualità rendesse meno efficace – o meno rilevante – cercare di prevedere ciò che verrà. Non si tratta necessariamente di disinteresse, ma piuttosto di una forma di attesa consapevole: uno spazio di osservazione, in cui si rinuncia alle certezze immediate per restare aperti a scenari in continua evoluzione.

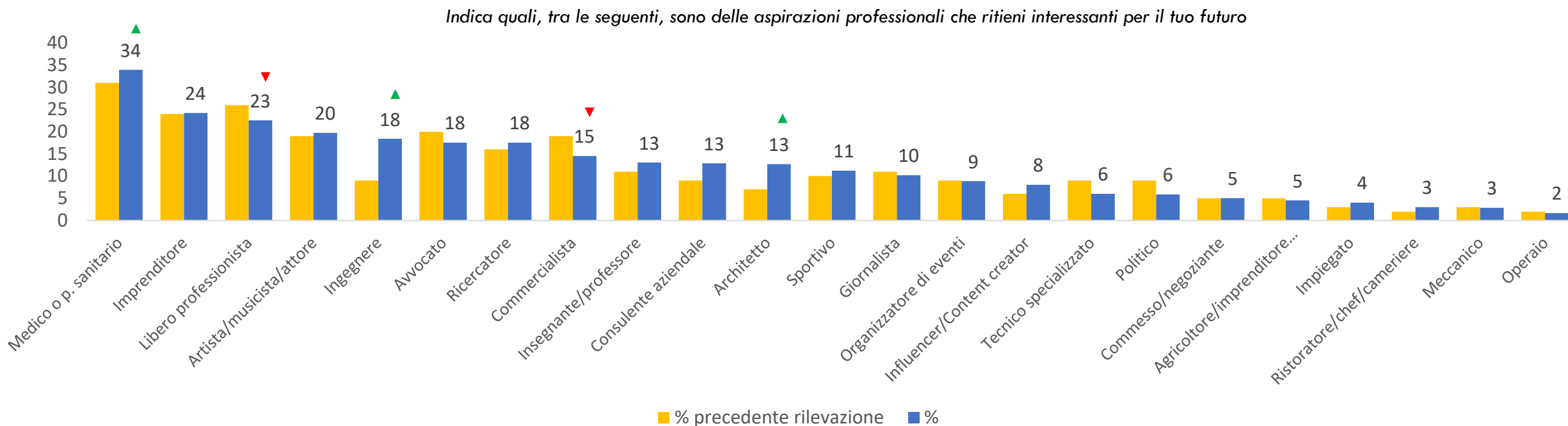
Quanto ritieni probabile che proseguirai i tuoi studi con l'università?



La grande **maggioranza** degli studenti intervistati (circa il 74%) afferma di essere **intenzionato a proseguire con gli studi universitari** (dato in **netta crescita**, rispetto al 60% della scorsa rilevazione nel 2023), e **il 48% circa in particolare né è estremamente sicuro** (+8% rispetto al 2023). Solo **il 6% è assolutamente sicuro che non proseguirà con gli studi universitari**, contro al 15% della precedente rilevazione.

La percentuale di studenti intenzionati a proseguire con gli studi universitari è più alta tra coloro che stanno frequentando un liceo (85%) e più bassa negli istituti tecnici e professionali (42% e 36%, rispettivamente), una differenza ancora più notevole rispetto alla precedente rilevazione. Anche per quanto riguarda il genere si notano alcune differenze, tra le femmine sono infatti in di più rispetto alla totalità del campione a voler proseguire con l'università (80%) e in di meno tra i maschi (65%)

Aspirazioni professionali di chi vuole proseguire con gli studi universitari



Le aspirazioni professionali di chi **intende proseguire con l'università evidenziano ancora di più una forte concentrazione verso il medico o professionista sanitario (34%)**, in crescita rispetto alla precedente rilevazione. Restano significativi anche **imprenditore (24%)** e **libero professionista (23%)**, seguiti da artisti/musicisti/attori (20%).

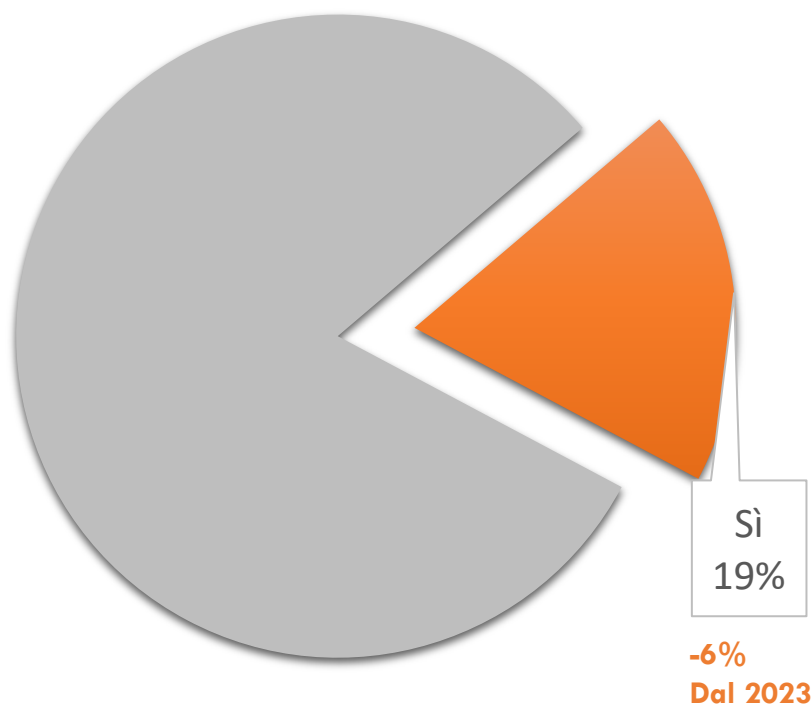
Tra le carriere più tradizionali si confermano interessi per ingegnere (18%), avvocato (18%), ricercatore (18%) e commercialista (15%). In posizione intermedia emergono figure legate al mondo della formazione e della comunicazione, come insegnante/professore (13%), architetto (13%), giornalista (10%) e organizzatore di eventi (9%).

Più in basso si trovano ruoli tecnici e manuali, come meccanico, cuoco/cameriere, operaio o agricoltore, che attraggono percentuali molto ridotte.

Il **confronto con la rilevazione precedente mostra variazioni contenute**, segnalando una sostanziale stabilità delle aspirazioni dei giovani orientati agli studi universitari.

Proseguire gli studi con gli ITS (Istituto Tecnico Superiore)

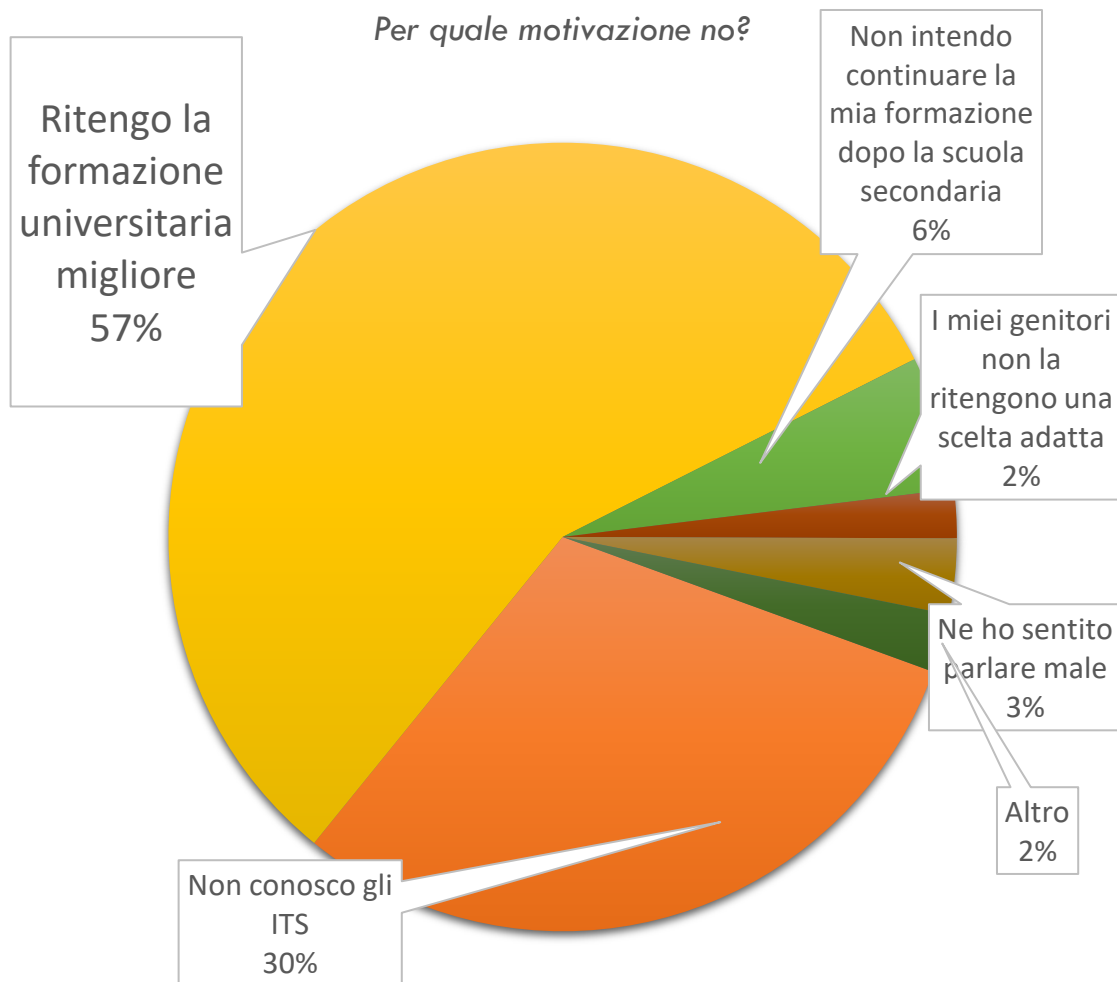
Hai mai preso in considerazione di continuare la tua
formazione post-scuola secondaria presso un ITS
(Istituto Tecnico Superiore)?



Uno studente su cinque afferma di aver almeno **preso in considerazione l'idea di iscriversi a un ITS**. Si tratta di un dato in **calo rispetto al 2023 (-6 punti percentuali)**, che potrebbe riflettere una **crescente incertezza rispetto a questo percorso formativo**, o una **conoscenza ancora limitata delle sue opportunità**.

La tendenza è più marcata tra i **maschi (23%)** e tra chi proviene da **percorsi professionalizzanti**, come gli **istituti professionali (33%)** e soprattutto **tecnici (43%)**: segno che, dove c'è maggiore vicinanza culturale e informativa all'istruzione tecnica superiore, questa opzione viene considerata più rilevante.

Per quale motivazione no?



Tra chi non ha preso in considerazione un percorso ITS, emergono due principali motivazioni: la convinzione che la formazione universitaria sia una scelta migliore (57%) e la scarsa conoscenza dell'offerta ITS (30%).

Un dato, quest'ultimo, che evidenzia un'importante area di miglioramento in termini di orientamento e informazione. Se una parte residuale del campione indica motivazioni personali, familiari o legate a una percezione negativa (complessivamente meno del 10%), la maggioranza delle risposte suggerisce che a frenare la scelta non sia tanto una valutazione negativa dell'ITS, quanto un mix di **preferenza culturale per l'università e mancanza di consapevolezza sulle opportunità offerte dagli ITS.**

Frequento l'università.
non proseguire gli studi lì
Mi piace studiare e voglio proseguire all'università.
Non interessato a proseguire gli studi in un ITS.
conosco ma non ho considerato
Non intenzione di continuare gli studi.
orientata verso l'università
preferisce frequentare l'università
Conosco da tempo la mia scelta universitaria.
non considerato non è il mio desiderio
Frequentare accademia militare.
non interessata a percorso di studi ITS
Interessato a facoltà universitarie.
avevo già scelto la scuola

Tra chi ha voluto motivare più nel dettaglio il proprio mancato interesse verso l'ITS, le risposte aperte confermano quanto già emerso dai dati chiusi.

A prevalere è infatti una **chiara propensione verso l'università**, spesso già definita o vissuta come un obiettivo a lungo termine. Espressioni come “avevo già scelto la scuola”, “frequento l'università”, “è il mio desiderio”, restituiscono l'idea di un percorso considerato naturale o desiderato da tempo.

Accanto a questo orientamento, alcune risposte segnalano **scarsa conoscenza del percorso ITS** o una **percezione non allineata con i propri interessi personali e formativi**, elementi che suggeriscono margini di intervento sul fronte dell'orientamento informativo.

Nel complesso, emerge un'identità studentesca che in larga parte **associa la prosecuzione degli studi a un orizzonte accademico**, confermando la necessità di una maggiore valorizzazione delle alternative professionalizzanti post-diploma.

Gli studenti delle superiori:

Descrizione del campione

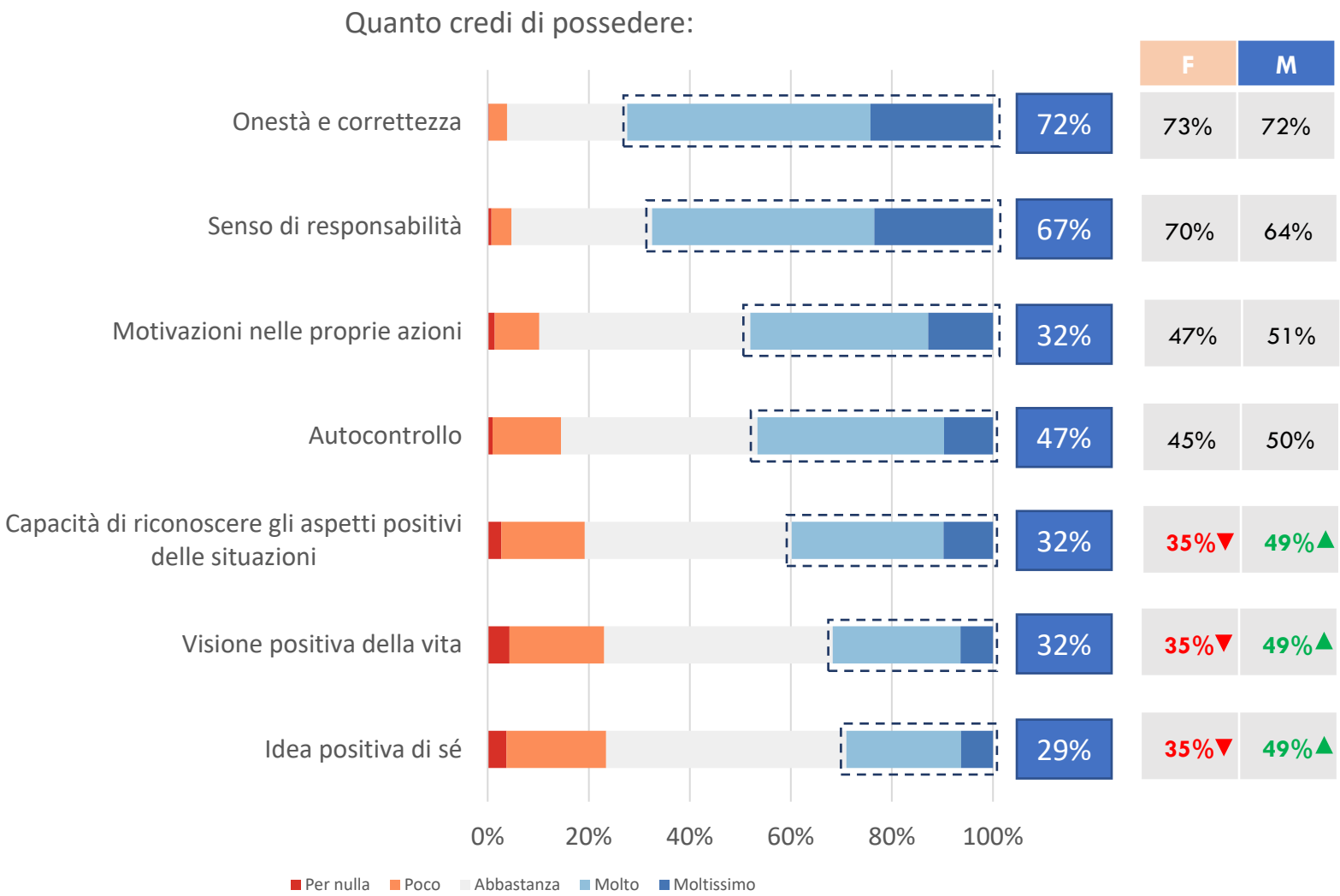
La scuola che vorrei

Il territorio cremonese

Il futuro

Le competenze e le passioni

L'orientamento che vorrei



Iniziando dalle competenze più personali, legate al benessere individuale e alla sfera emotiva e valoriale.

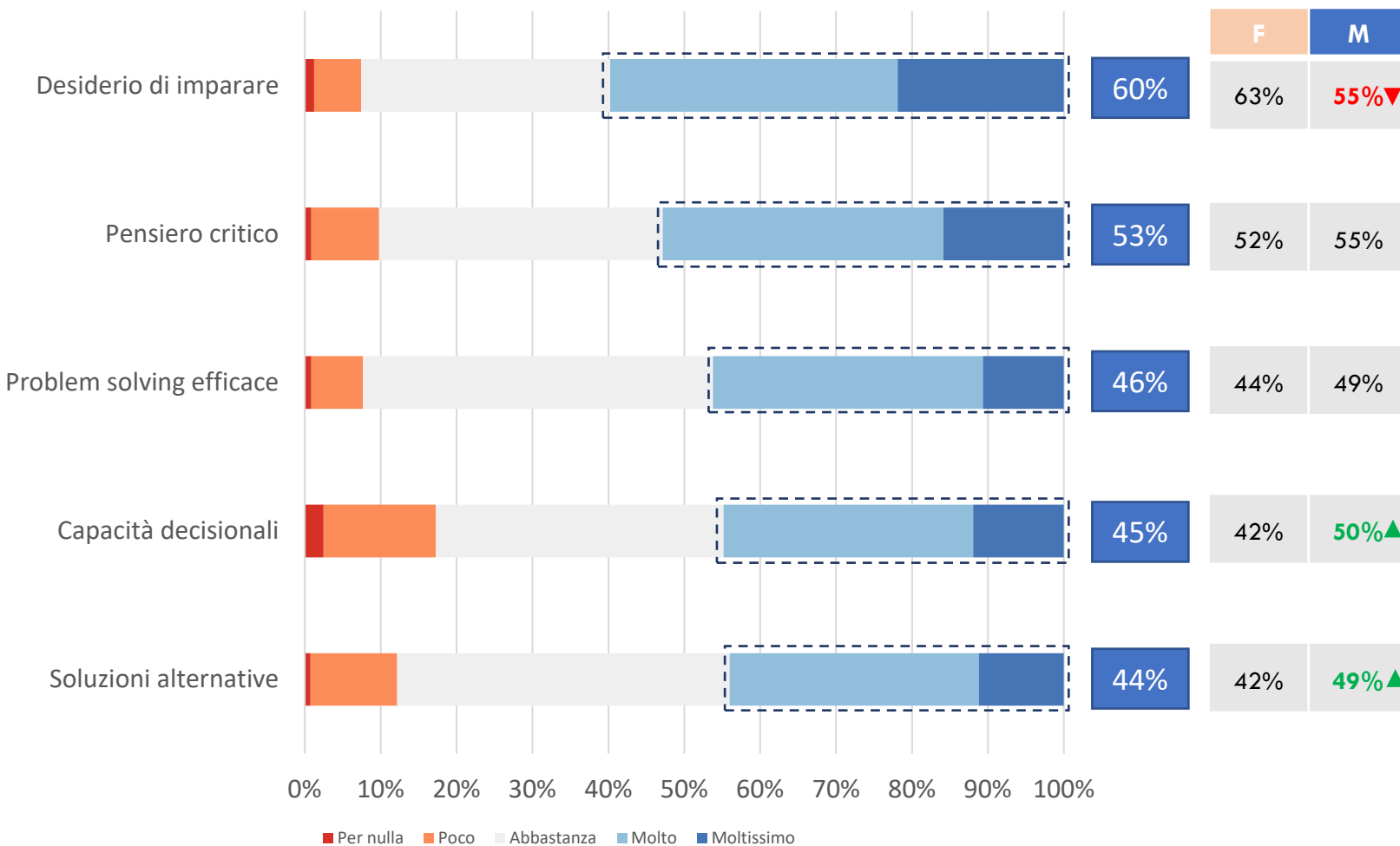
I giovani si riconoscono soprattutto nei valori etici e relazionali, ma appaiono più incerti sul piano dell'autoefficacia e della fiducia in sé. Le caratteristiche più dichiarate sono infatti **l'onestà e correttezza (72%)** e il **senso di responsabilità (67%)**, con **piccole differenze di genere**: le ragazze si riconoscono leggermente di più nei valori etici (73% F vs 72% M) e nella responsabilità (70% F vs 64% M).

Accanto a questi aspetti emerge anche **la motivazione nelle proprie azioni (32%)** e **la capacità di cogliere gli aspetti positivi delle situazioni (32%)**, indicatori di una certa spinta interiore ma ancora distribuita in modo disomogeneo. Anche qui **i maschi si riconoscono leggermente di più**, in particolare nella motivazione (51% M vs 47% F) e nella capacità di cogliere gli aspetti positivi (49% M vs 35% F).

Più contenuta invece la fiducia verso dimensioni più profonde, come l'autocontrollo (47%), la visione positiva della vita (32%) e soprattutto l'idea positiva di sé (29%). Colpisce il dato sull'autostima: **solo il 23% delle ragazze** si riconosce un'idea positiva di sé, contro il **39% dei ragazzi**. Quest'ultimo dato colpisce, anche perché **circa uno su quattro** si attribuisce un punteggio molto basso. Una fotografia che racconta **un potenziale valoriale importante**, ma anche **una certa fragilità nella costruzione dell'autostima e dell'ottimismo**, elementi oggi cruciali per affrontare le sfide della vita adulta e dell'inserimento nel mondo del lavoro.

Competenze cognitive e di apprendimento

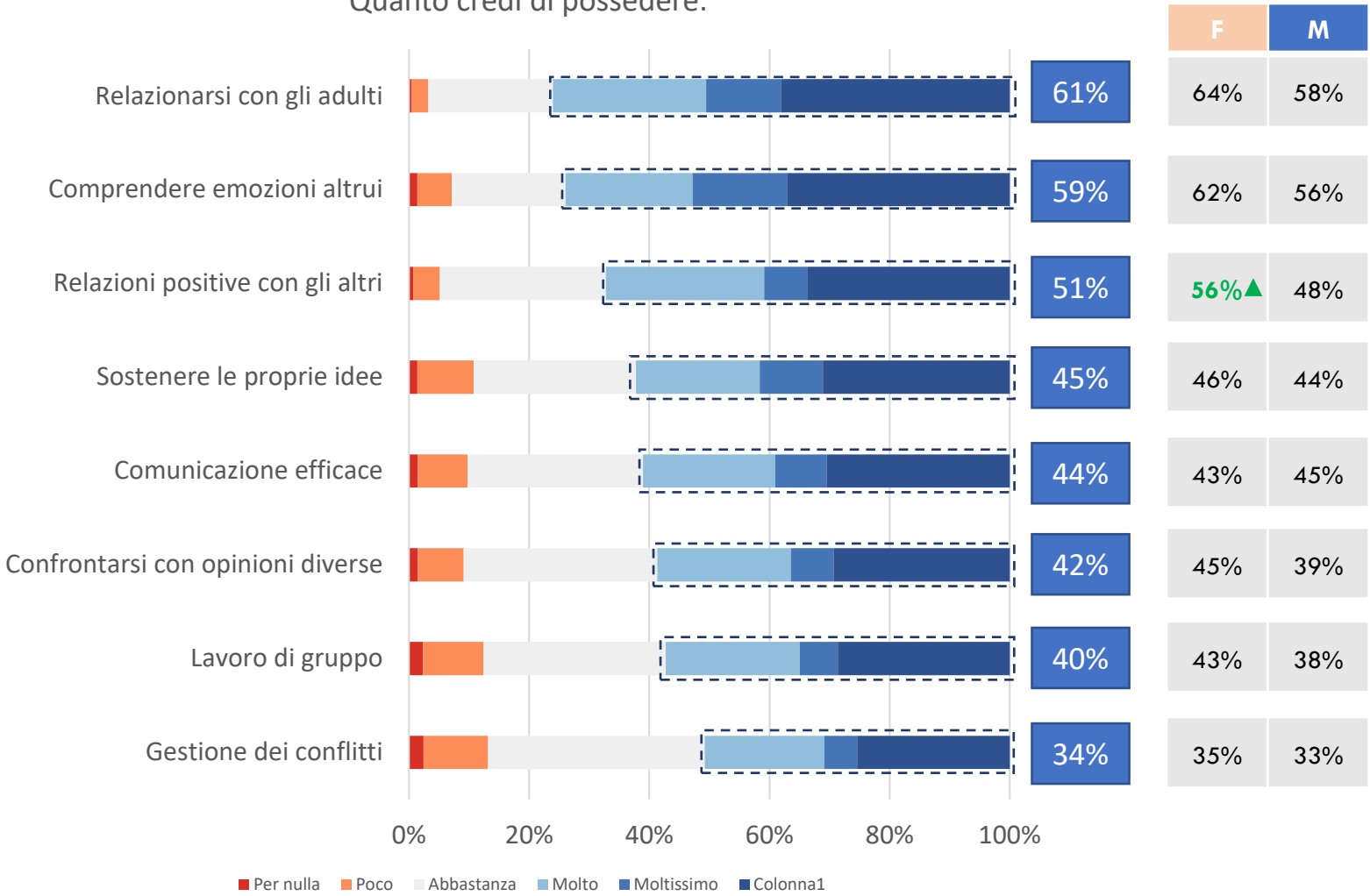
Quanto credi di possedere:



Dalla rilevazione di un'autopercezione piuttosto fragile sul piano dell'autostima e dell'idea positiva di sé, è in parte attendibile un self-assessment altrettanto incerto sulle competenze cognitive e di apprendimento. Il quadro emerge comunque più articolato. Il **desiderio di imparare** è la competenza che ottiene il riconoscimento più ampio (60%), con un **gap di genere importante: 63% delle ragazze vs 55% dei ragazzi**. Seguono il **pensiero critico (53%)** e il **problem solving efficace (46%)**, senza forti differenze tra maschi e femmine. Più in basso troviamo la **capacità decisionale (45%)** e la **ricerca di soluzioni alternative (44%)**, con **valori più alti nei ragazzi**, che si sentono più autonomi nel decidere (50% M vs 42% F) e nel trovare alternative (49% M vs 42% F). Nel complesso, i giovani sembrano riconoscere in sé **una buona apertura mentale e disponibilità ad apprendere**, ma appaiono meno sicuri nel **mettersi alla prova in situazioni complesse**, che richiedono flessibilità e autonomia decisionale. Un profilo che conferma la presenza di **risorse cognitive interessanti ma ancora in costruzione**, e che suggerisce l'opportunità di **rafforzare queste competenze con esperienze formative** che stimolino pensiero critico, problem solving e presa di decisione — oggi tra le **abilità più richieste nel mondo del lavoro**.

Competenze relazionali e comunicative

Quanto credi di possedere:



Il quadro delle competenze relazionali e comunicative evidenzia un buon livello di consapevolezza rispetto all'empatia e alla capacità di entrare in relazione con gli altri.

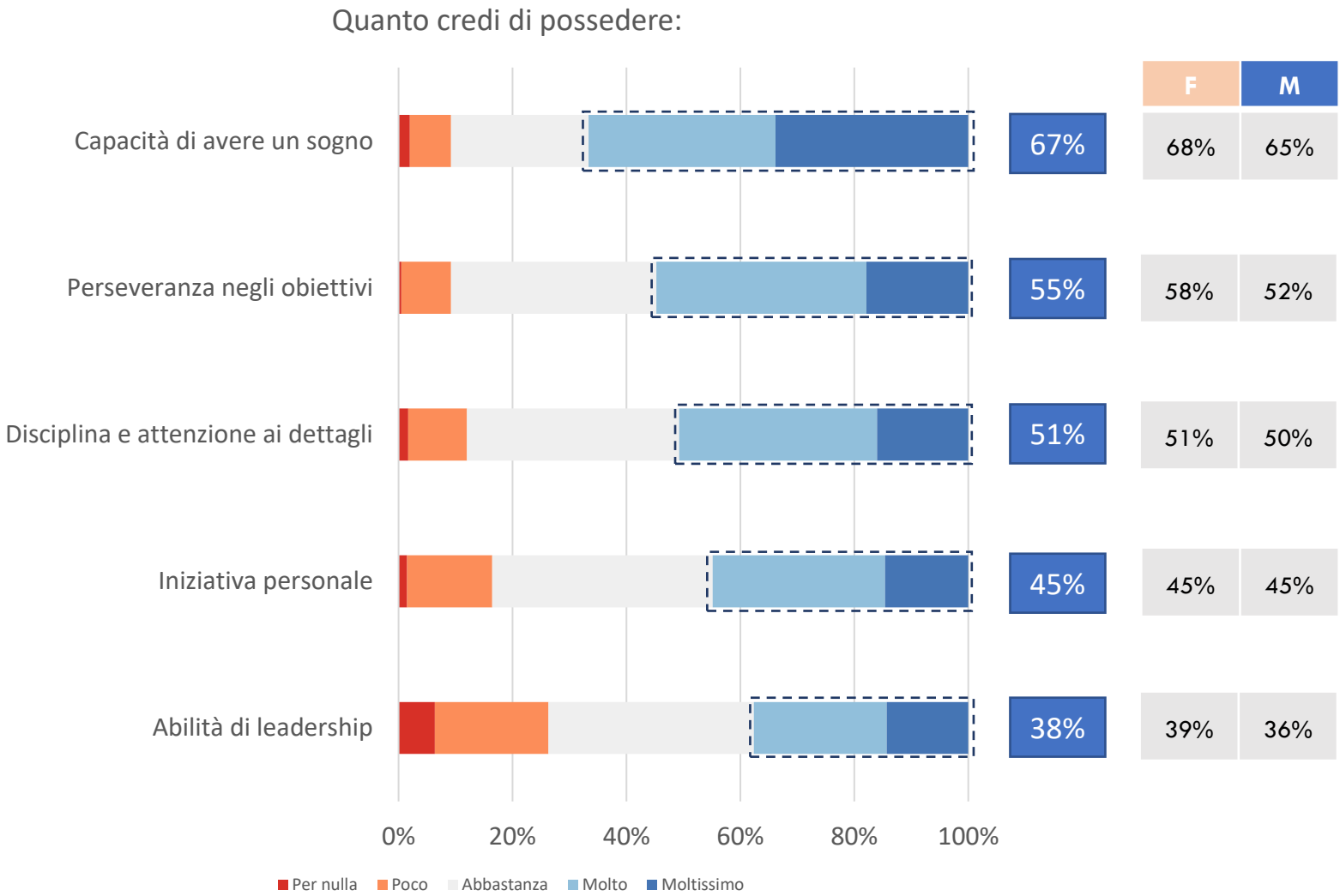
I giovani si sentono in grado di **relazionarsi con gli adulti (61%)**, **comprendere le emozioni altrui (59%)** e **stabilire relazioni positive (51%)**. Su queste dimensioni emergono **valori più alti tra le ragazze**, soprattutto nella comprensione emotiva (62% F vs 56% M) e nella relazione con gli adulti (64% F vs 58% M). **I ragazzi, invece, superano lievemente le coetanee solo nella comunicazione efficace (45% M vs 43% F).**

Tuttavia, quando si passa a competenze più complesse, che implicano il **confronto, la gestione del conflitto e il lavoro di gruppo**, i punteggi si abbassano sensibilmente — **fino al 34% per la gestione dei conflitti**, senza significative differenze di genere. Solo **una ragazza su tre** dichiara di sapersi confrontare con opinioni diverse (45% F vs 39% M), mentre il lavoro di gruppo è riconosciuto da appena **il 38% dei ragazzi**.

In conclusione, emerge un profilo relazionale ricco di empatia ma fragile sul piano assertivo, che richiama i segnali già osservati nelle slide precedenti: **una visione di sé incerta, una fiducia limitata nel futuro e un'autostima non sempre solida.**

Questa combinazione sembra descrivere una generazione **molto sensibile e ricettiva agli stimoli emotivi e sociali**, ma non sempre dotata degli strumenti per gestire la **complessità relazionale del presente**.

Competenze di leadership e progettualità.



Il dato relativo alla “capacità di avere un sogno” risulta nettamente superiore alle altre competenze rilevate in quest’area, raggiungendo il 67%.

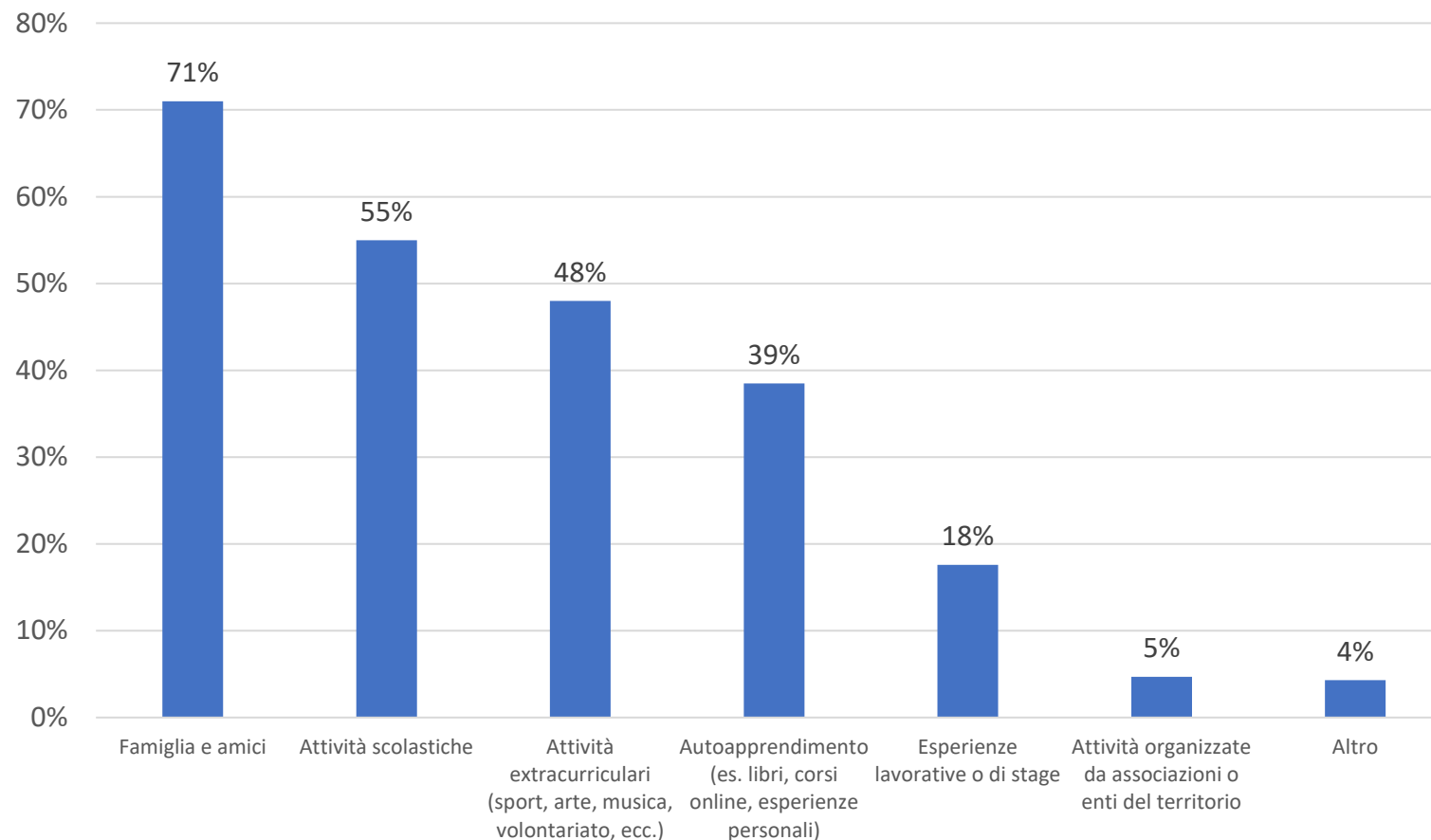
Seguono con valori progressivamente più contenuti la **perseveranza negli obiettivi (55%)**, la **disciplina e attenzione ai dettagli (51%)**, e l'**iniziativa personale (45%)**, fino ad arrivare alla **minore fiducia nell’abilità di leadership (38%)**.

Questo divario può suggerire una distanza tra l’**orientamento ideale** dei giovani – ricco di aspirazioni e progettualità – e la **percezione di possedere competenze più operative e strutturate**, necessarie per tradurre tali aspirazioni in percorsi concreti.

Si evidenzia dunque l’importanza di **sostenere e rafforzare il legame tra visione e azione**, accompagnando i giovani nello sviluppo di competenze legate all’organizzazione, alla guida, alla responsabilità e alla realizzazione pratica degli obiettivi.

Dove vengono apprese le competenze?

Dove pensi di aver acquisito principalmente queste competenze?



■ Dove pensi di aver acquisito principalmente queste competenze?

La famiglia e le relazioni amicali rappresentano, secondo i giovani, il principale contesto in cui avviene lo sviluppo delle proprie competenze (71%), seguite dalle **attività scolastiche (55%)** e da quelle **extracurricolari (48%),** come sport, arte, musica o volontariato.

Più distanziate risultano le **esperienze di autoapprendimento (39%),** mentre solo una minoranza individua come contesti formativi le **esperienze lavorative o di stage (18%)** e le **attività promosse da associazioni o enti del territorio (5%).**

Questi dati confermano l'importanza dei contesti informali e familiari nello sviluppo delle competenze trasversali, ma al tempo stesso, **suggeriscono un potenziale ancora inespresso** nei percorsi più strutturati – come scuola, lavoro e attività territoriali – che potrebbero essere valorizzati maggiormente in ottica formativa, con interventi mirati e sinergici.

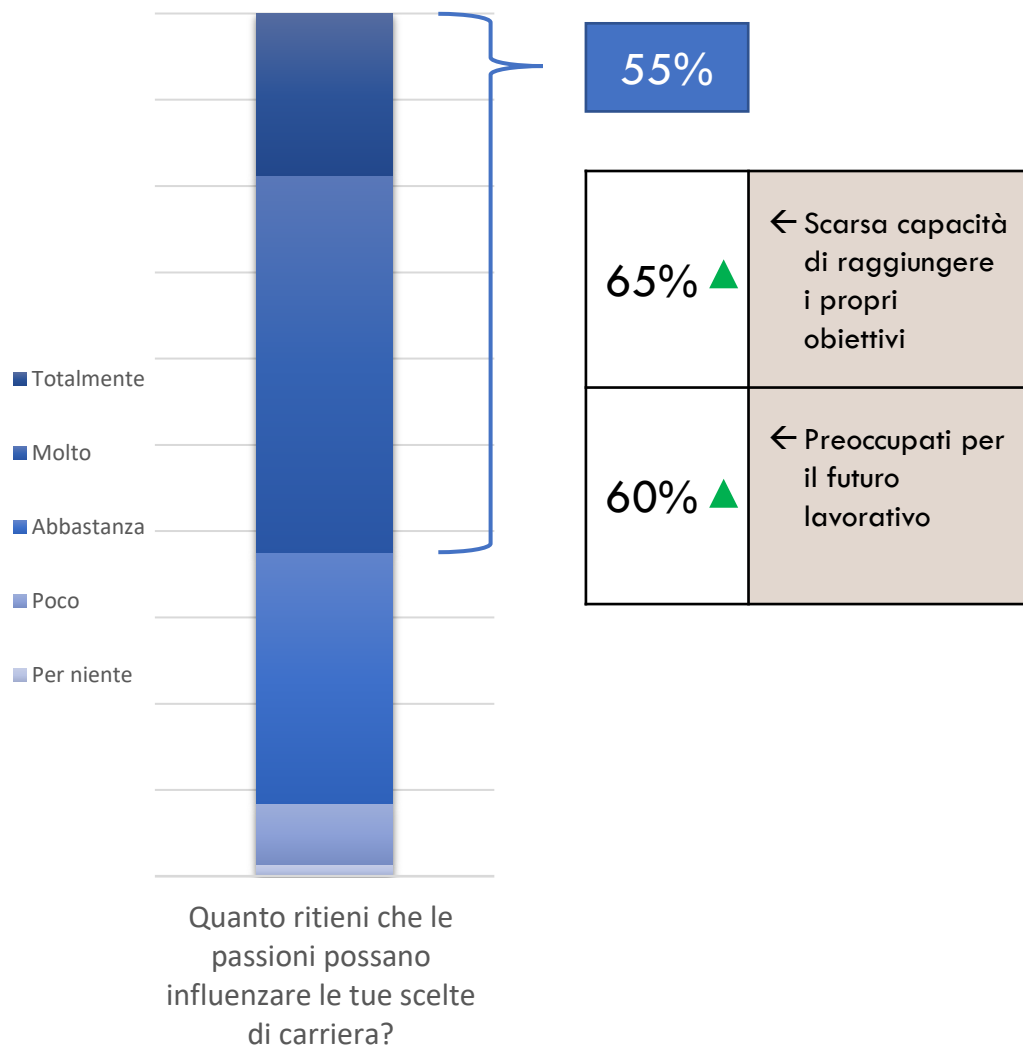


Le risposte aperte relative alle **fonti non convenzionali di apprendimento** (fornite da circa il 3% dei rispondenti) restituiscono uno spaccato vivo e personale dei luoghi, reali o simbolici, in cui i giovani percepiscono di aver imparato qualcosa di significativo.

A emergere è soprattutto la **vita vissuta**, con le sue esperienze dirette, personali o familiari, come **lo sport, i viaggi, le esperienze internazionali, la malattia o il lavoro nell'azienda di famiglia**. Spesso è proprio in queste esperienze che si sviluppano **competenze trasversali come l'autonomia, la capacità di adattamento, la comunicazione**.

È interessante notare anche i riferimenti a spazi collettivi o di partecipazione – come la **consulta studentesca, il debate club, l'oratorio** – che segnalano una domanda latente di **contesti formativi alternativi, informali e relazionali**.

Nel complesso, queste risposte raccontano un **apprendimento diffuso e situato**, che avviene fuori dagli ambienti scolastici tradizionali, ma che contribuisce a formare la persona e i suoi strumenti per abitare il presente.

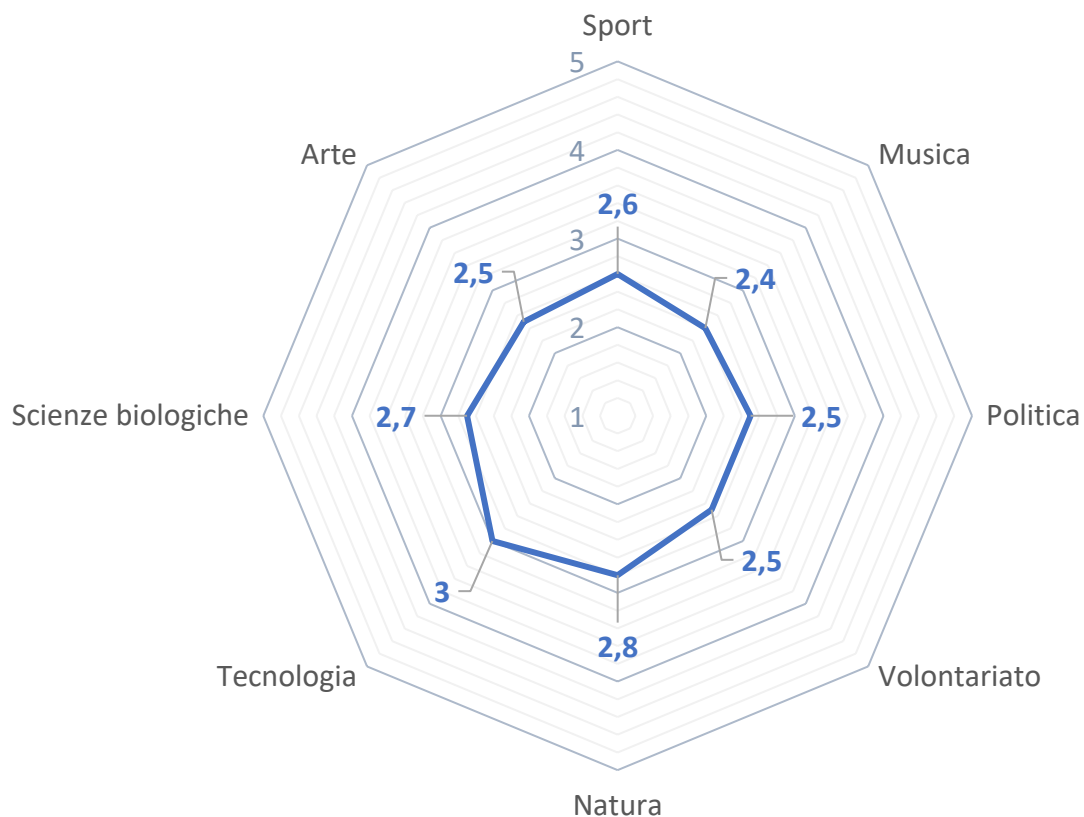


La **netta maggioranza degli studenti (63%)** ritiene che le **passioni possano influenzare le scelte di carriera** molto o addirittura totalmente.

Se prendiamo però solamente **coloro che non ritengono di avere le capacità per raggiungere gli obiettivi che si prefissano il dato scende di 10 punti percentuali e di 5 punti invece se prendiamo solamente quelli che si ritengono preoccupati per il futuro lavorativo**. Dato che invece cresce di 6 punti percentuali se prendiamo solamente coloro che hanno chiara la loro scelta per il futuro.

In particolare, quanti ritieni che le seguenti passioni possano influenzare le **tue** scelte di carriera?

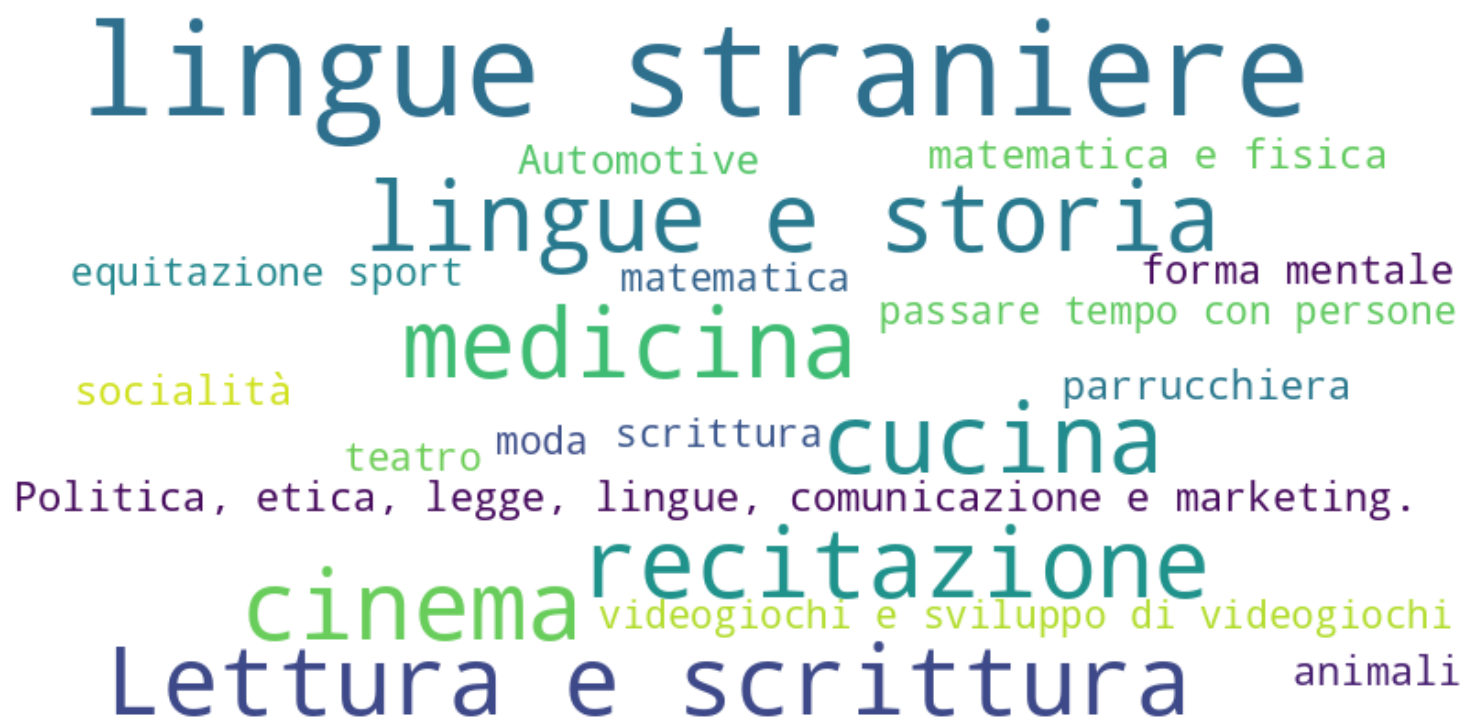
Valore medio da 1 a 5 da 1 (per niente) a 5 (totalmente)



Dopo aver chiesto in generale **quanto le passioni possano influenzare le scelte di carriera**, questa slide si concentra su una valutazione **più personale e concreta**: quanto ciascuna di queste passioni influenza davvero le proprie scelte.

I valori medi si mantengono **relativamente contenuti**, segno forse di una certa distanza tra ciò che appassiona e ciò che viene percepito come realisticamente percorribile. Spiccano leggermente **natura, tecnologia e scienze biologiche** – temi che rimandano anche a settori strategici per il territorio – mentre risultano meno rilevanti, per ora, passioni come **musica, politica e arte**.

Nel complesso, emerge una generazione che **riconosce l'importanza delle passioni**, ma che sembra **interrogarsi su quanto queste possano davvero trasformarsi in percorsi di carriera concreti**. Un equilibrio delicato tra vocazione e realismo, tra desiderio e fattibilità.



Pur trattandosi di una quota contenuta di rispondenti (circa il 3%), le risposte aperte sui temi di interesse personale offrono uno **spaccato interessante della varietà e profondità delle passioni giovanili**.

Lingue straniere, scrittura, storia e medicina emergono come ambiti di forte attrattiva, accanto a interessi più espressivi o performativi come la **recitazione, il cinema e la cucina**. Non mancano riferimenti a mondi di nicchia – come **videogiochi, automotive, socialità, parrucchiera** – che suggeriscono **una ricerca di identità anche attraverso ambiti non tradizionalmente scolastici**.

Nel complesso, le passioni espresse riflettono una generazione **curiosa, articolata e ricettiva**, con interessi che spaziano tra ambiti culturali, relazionali, scientifici e creativi. Una ricchezza che può rappresentare una leva preziosa se intercettata da percorsi formativi più personalizzati e orientati al futuro.

Gli studenti delle superiori:

Descrizione del campione

La scuola che vorrei

Il territorio cremonese

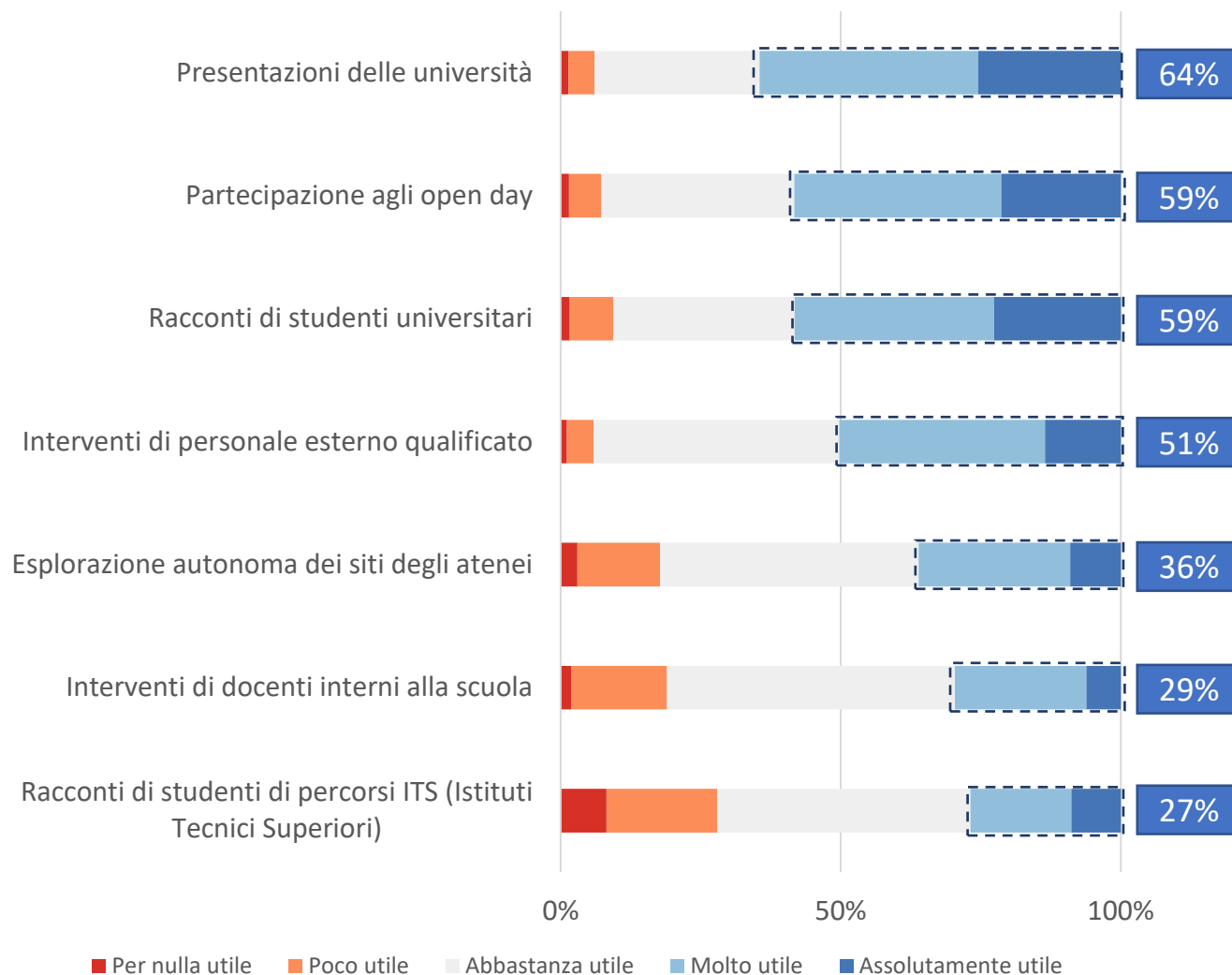
Il futuro

Le competenze e le passioni

L'orientamento che vorrei

Soluzioni per l'orientamento

Per conoscere meglio l'offerta formativa post-diploma, quanto ritieni utili le seguenti soluzioni?



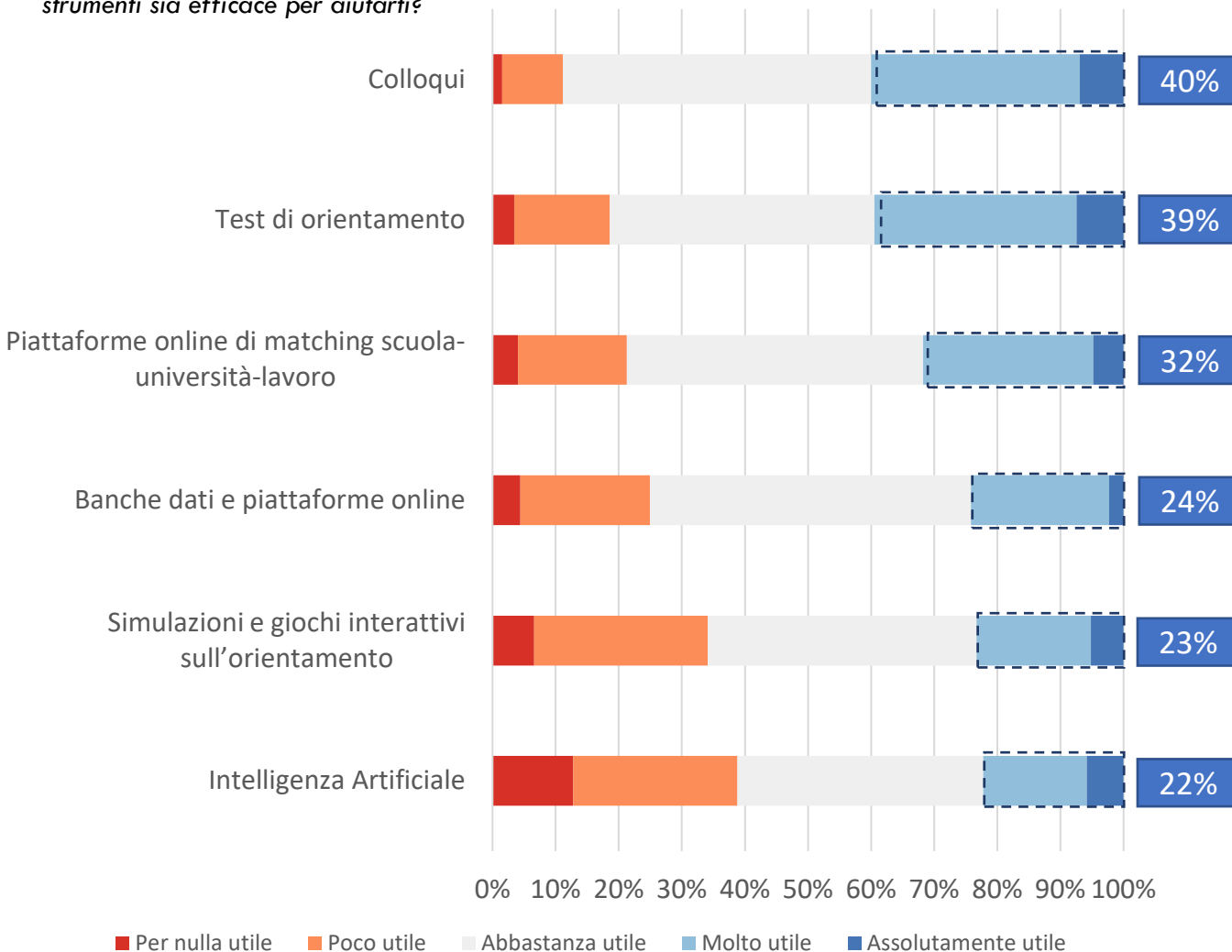
Per gli studenti delle superiori cremonesi, l'orientamento post-diploma funziona meglio quando passa **attraverso l'esperienza diretta e il contatto umano**. Le **presentazioni ufficiali delle università (64%)**, la partecipazione agli **open day (59%)** e i **racconti degli studenti universitari (59%)** sono percepiti come i canali più utili per conoscere l'offerta formativa, segno di un bisogno concreto di **vedere, ascoltare, farsi un'idea realistica** di cosa significhi la vita universitaria.

Meno incisive risultano invece le forme di orientamento più **autonome o interne**: l'esplorazione dei siti web (36%) e gli interventi di docenti scolastici (29%) raccolgono meno consenso, forse perché percepite come **meno coinvolgenti o meno aggiornate**.

All'ultimo posto troviamo i racconti di studenti ITS (27%), un dato coerente con il generale **scarso orientamento verso i percorsi tecnico-professionali**, che andrebbero invece valorizzati meglio nella narrazione scolastica e territoriale.

Strumenti per l'orientamento

Parlando dell'orientamento per le tue scelte dopo il diploma, quanto pensi che ciascuno di questi strumenti sia efficace per aiutarti?



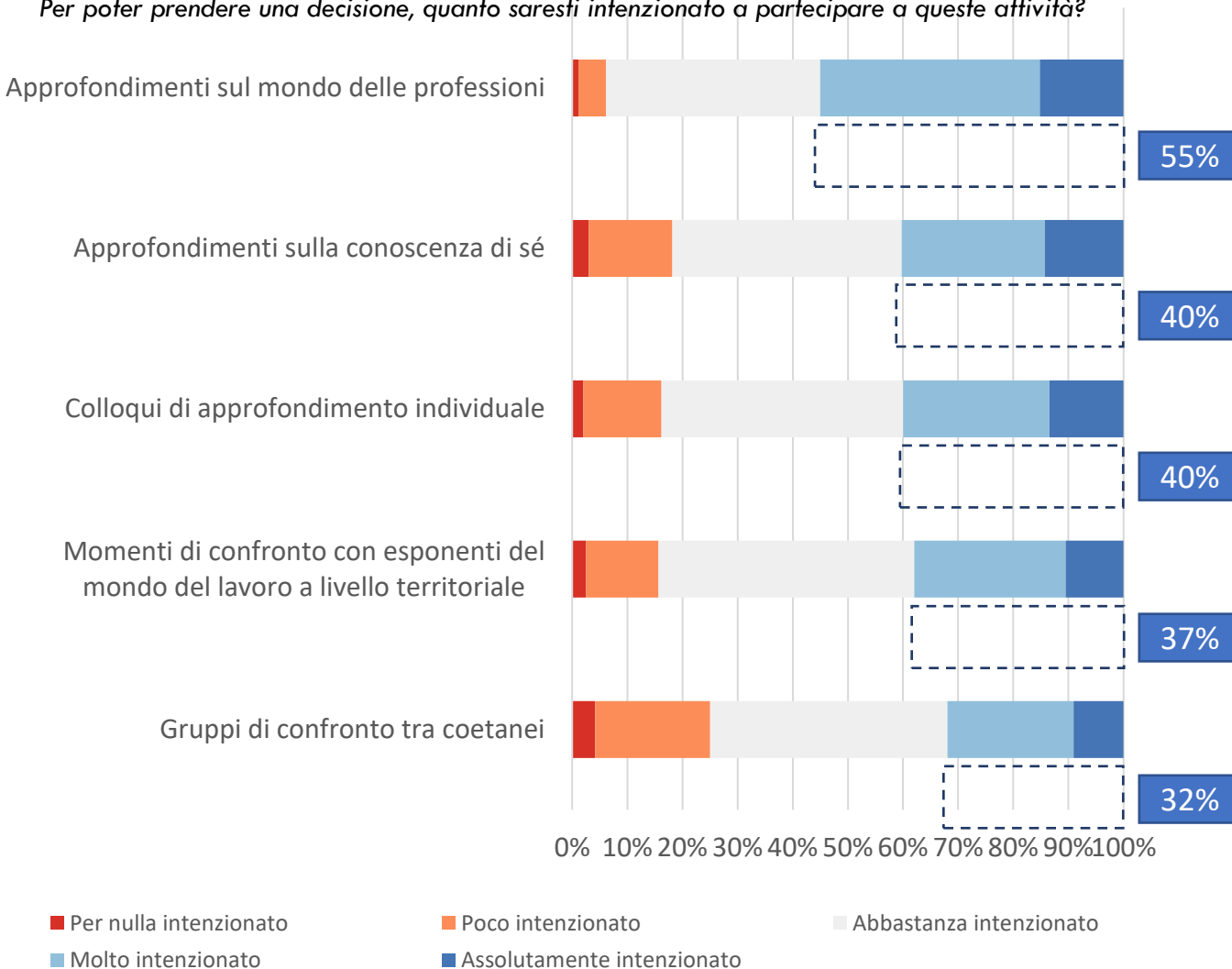
Anche in questo caso emerge un dato chiaro: **il bisogno di confronto umano e personalizzato**. I colloqui individuali (40%) e i test di orientamento (39%) sono percepiti come gli strumenti più efficaci per aiutare nelle scelte post-diploma. Nonostante le percentuali non siano altissime, è evidente che **il valore dell'interazione diretta e del supporto personalizzato resta centrale** per i giovani.

Al contrario, gli strumenti più tecnologici o generalisti – come **piattaforme online, banche dati, giochi interattivi** e persino **l'intelligenza artificiale** – risultano **meno convincenti**, con percentuali di efficacia che scendono fino al 22%. Questo dato potrebbe riflettere sia una **mancanza di familiarità o fiducia** verso questi strumenti, sia una percezione di **bassa personalizzazione**.

Nel complesso, il quadro suggerisce che, per essere davvero utili, gli strumenti di orientamento devono riuscire a **coniugare l'innovazione alla relazione**, integrando la tecnologia in un percorso di accompagnamento più empatico, dialogico e su misura.

Attività per l'orientamento

Per poter prendere una decisione, quanto saresti intenzionato a partecipare a queste attività?



Quando si tratta di *prendere una decisione concreta*, i giovani cremonesi si mostrano più disponibili a partecipare ad attività che **offrono contenuti concreti e spendibili**, come gli **approfondimenti sul mondo delle professioni** (55%), che si confermano l'ambito con il maggiore appeal.

Seguono, a pari merito (40%), gli **approfondimenti sulla conoscenza di sé** e i **colloqui individuali**, che evidenziano una **domanda latente di orientamento personalizzato e riflessivo**, in grado di aiutare i ragazzi a capire chi sono prima ancora di cosa vogliono fare.

Più deboli, ma comunque rilevanti, risultano i **momenti di confronto con il mondo del lavoro locale** (37%) e i **gruppi tra coetanei** (32%), suggerendo che le forme più informali o "orizzontali" di orientamento vanno accompagnate da una maggiore strutturazione per risultare attrattive.

Nel complesso, emerge la necessità di costruire **percorsi ibridi**: che uniscano contenuti pratici e riflessione personale, valorizzando tanto l'esperienza diretta quanto l'accompagnamento individuale.

Parte 2: Studenti dei primi anni di Università e ITS.

Michele Paleologo & Guendalina Graffigna

Gli
studenti
di
Università
e ITS:

Descrizione del campione

Il territorio e l'industria cremonese

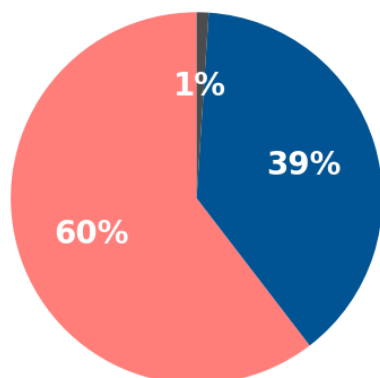
Il futuro

Le competenze e le passioni

Campione di indagine



Genere dei rispondenti



Maschio Femmina Altro

Il campione finale dell'indagine è composto da 120 studenti di Università e ITS, 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.

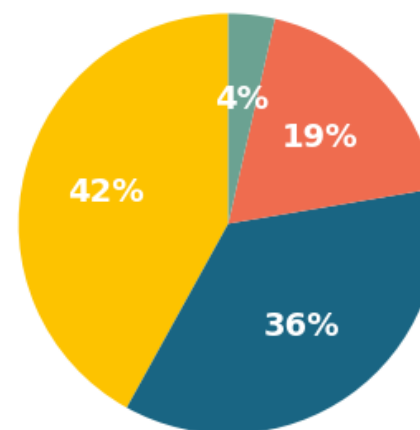
In sintesi, il campione è numericamente solido e presenta una prevalenza femminile, coerente con la composizione media di molti corsi universitari.

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%).

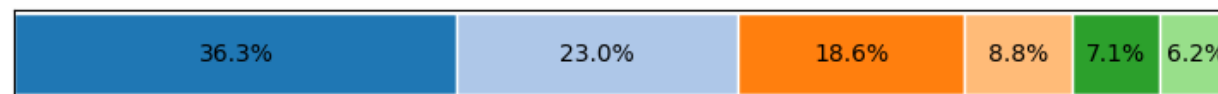
In sintesi, il contesto universitario cremonese è composto da una popolazione prevalentemente locale o pendolare, con una buona distribuzione tra atenei pubblici, privati e alta formazione.

Qual è la tua
situazione abitativa
rispetto all'università?



- Vivo vicino all'università (nella stessa città o in zone limitrofe)
- Sono uno/a studente/essa fuori sede (mi sono trasferito/a per frequentare l'università)
- Sono un/a pendolare (mi sposto ogni giorno da un'altra città per frequentare le lezioni)
- Altro (specificare)

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 |

Gli
studenti
di
Università
e ITS:

Descrizione del campione

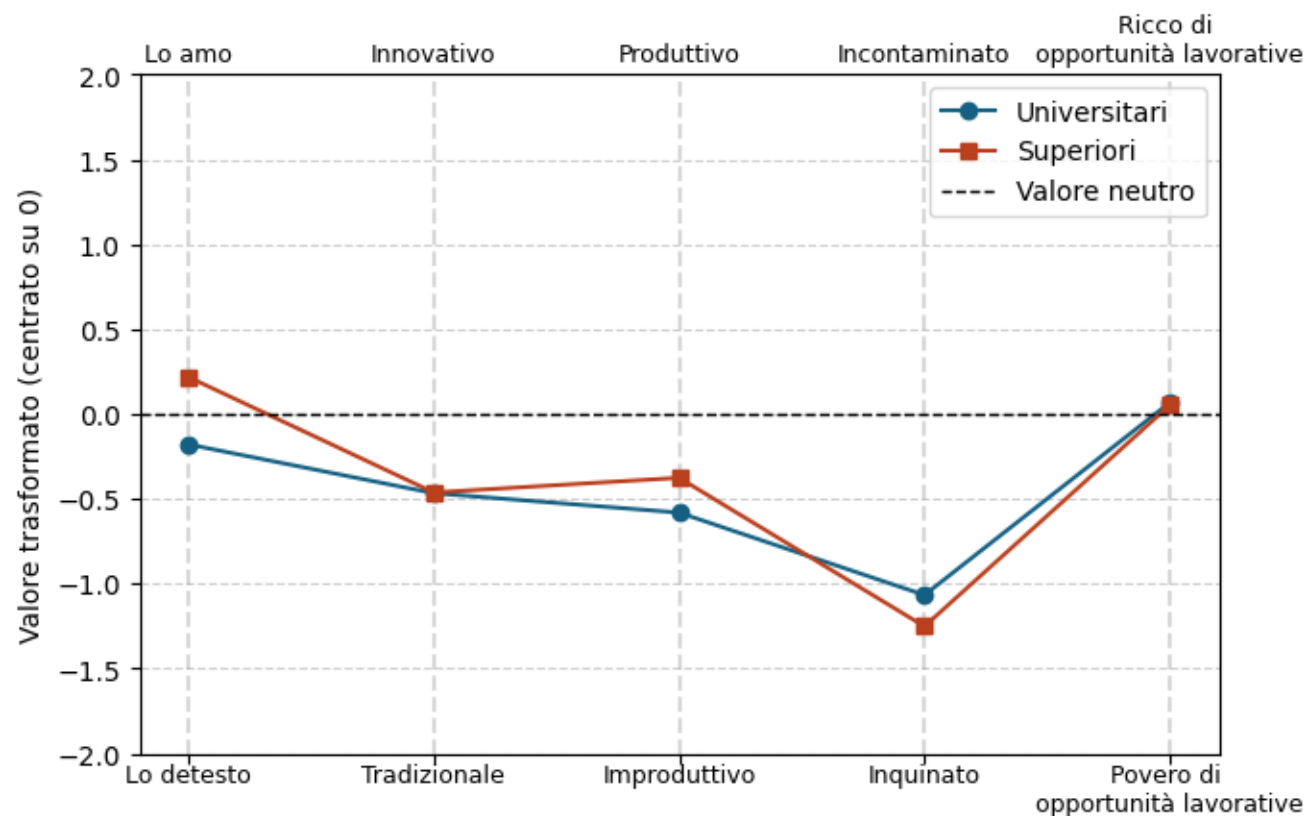
Il territorio e l'industria cremonese

Il futuro

Le competenze e le passioni

La rappresentazione del territorio Cremonese

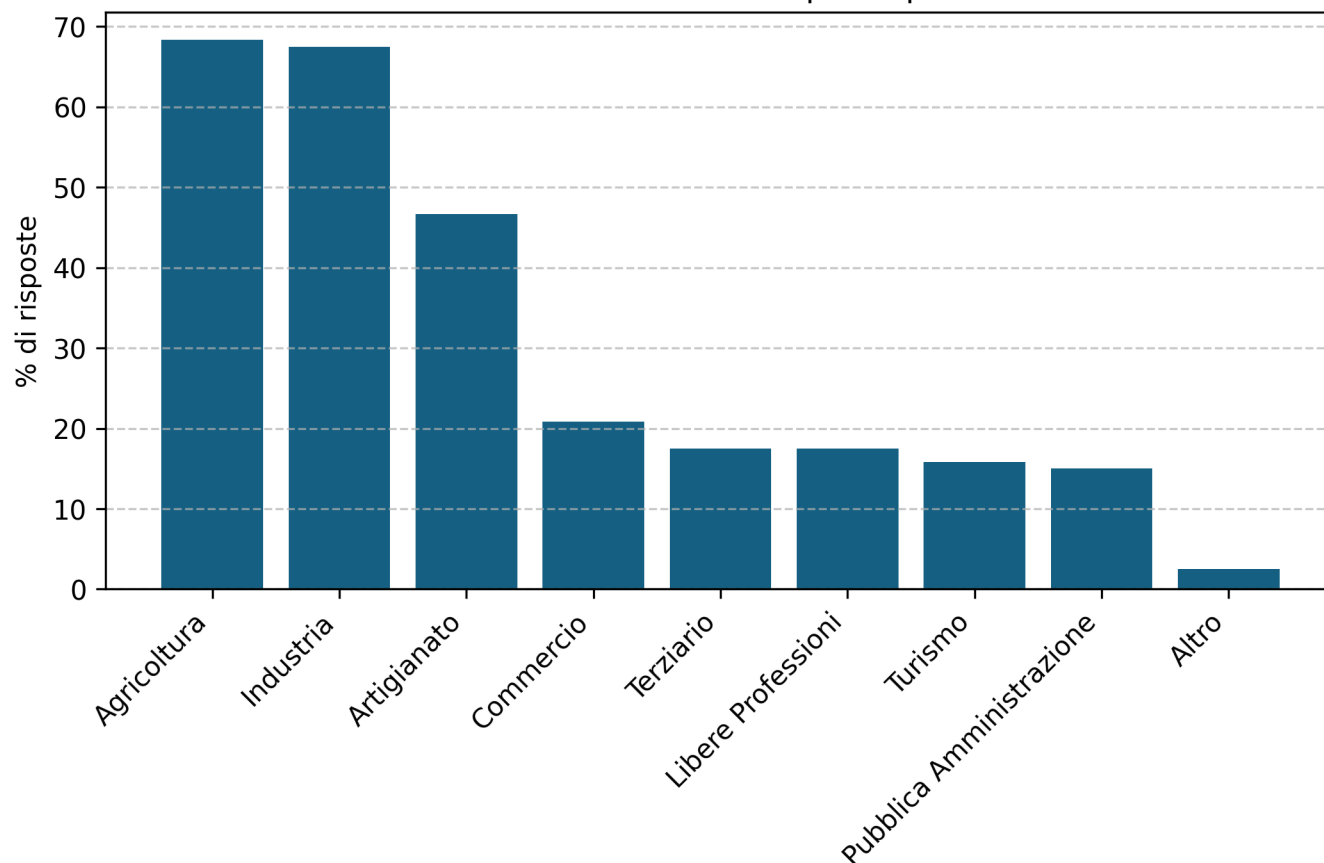
*Di seguito trovi delle coppie di aggettivi che potrebbero descrivere il territorio Cremonese.
Per ciascuna coppia indica quello più adatto a descriverlo secondo te*



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.

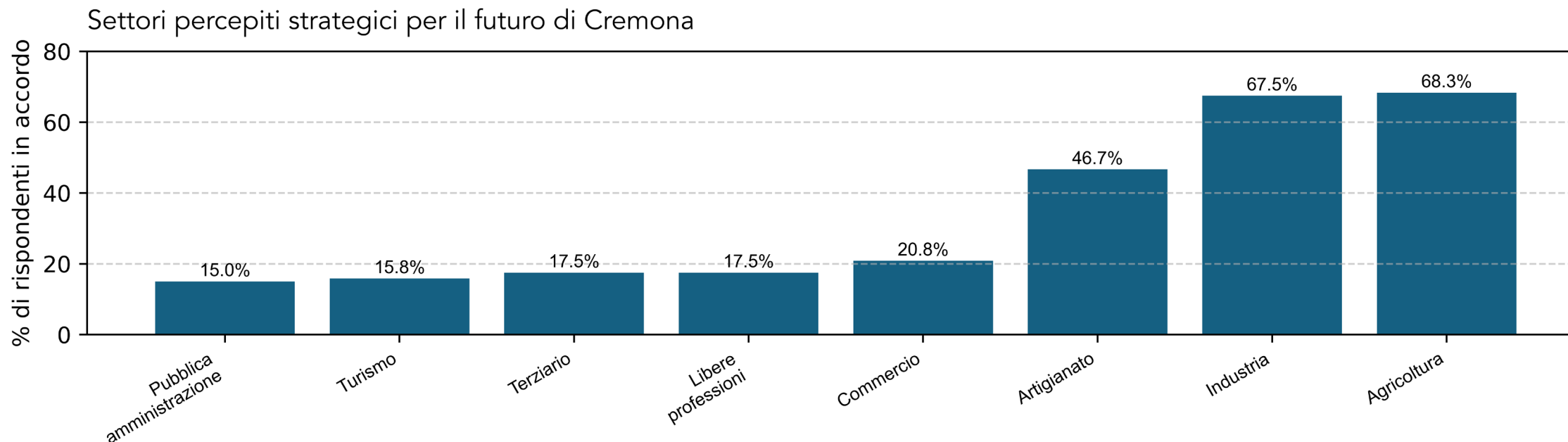
Importanza percepita dei settori

Settori selezionati come più importanti

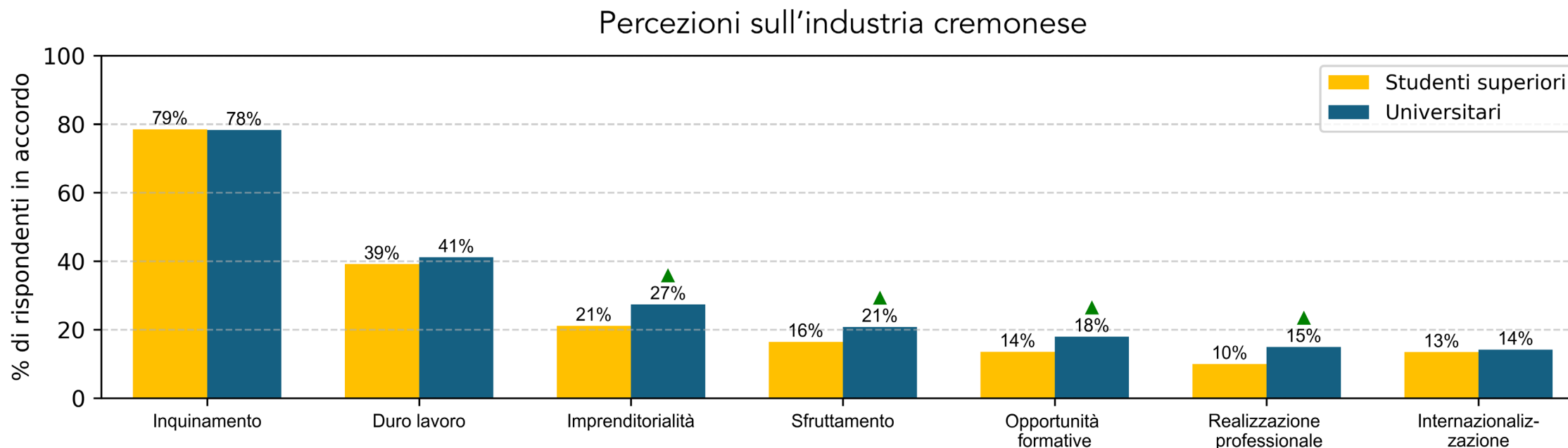


"Agricoltura (68%) e industria (67%) sono nettamente i settori più spesso indicati come importanti per il futuro del territorio, seguiti dall'artigianato (46%). Molto più distaccati commercio (21%) e terziario (18%), insieme a libere professioni, turismo e pubblica amministrazione (tutti intorno al 15-18%). 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

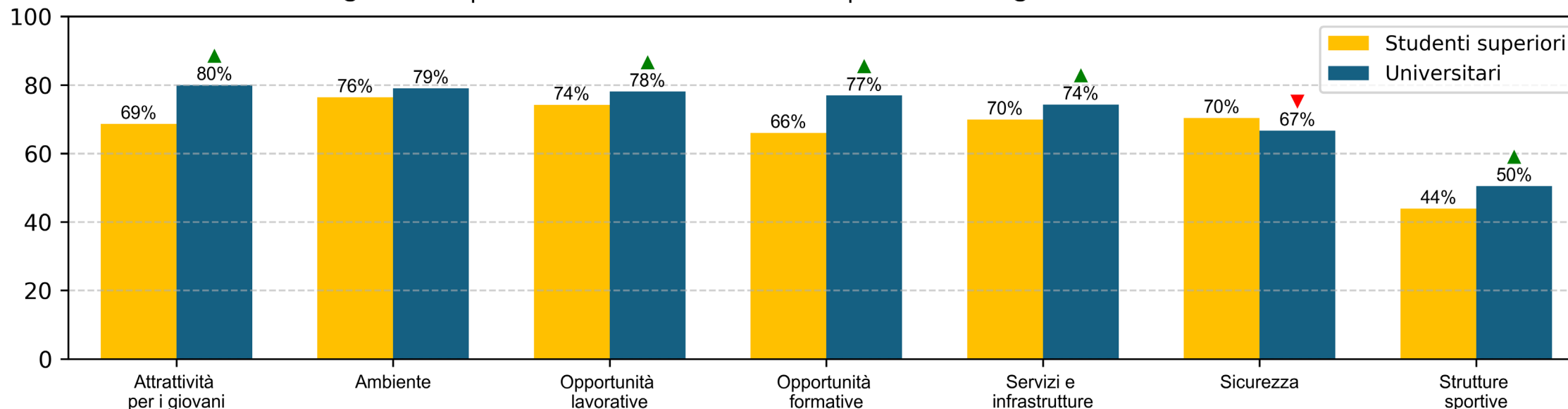


Industria e agricoltura emergono con forza come i settori considerati più strategici per il futuro di Cremona (rispettivamente 67.5% e 68.3% delle risposte). Questo dato non sorprende se si considera il radicamento storico di queste filiere nel territorio, ma colpisce la distanza rispetto agli altri 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.



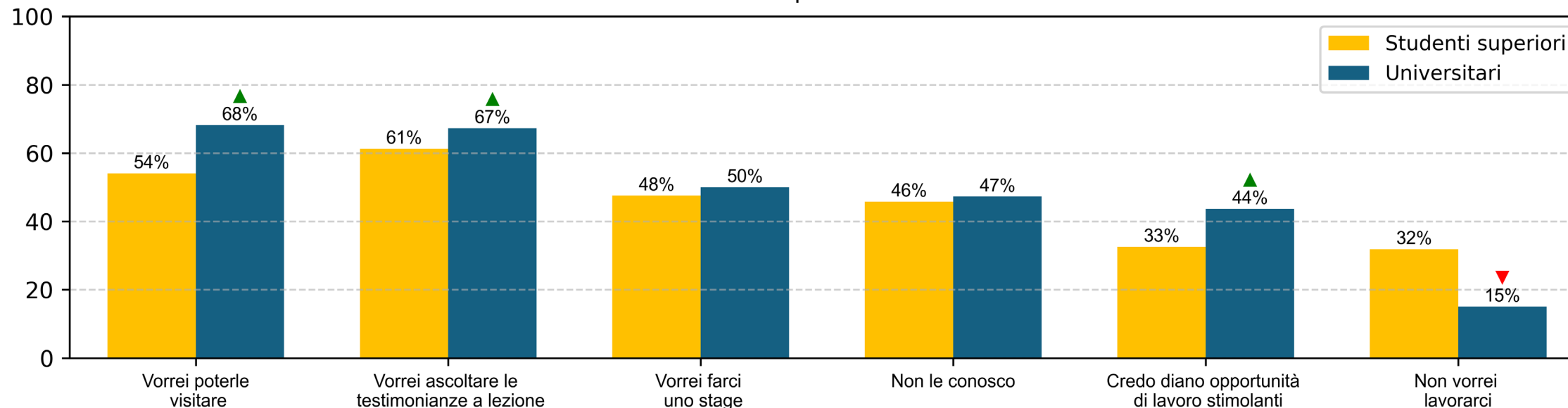
Osservando le percezioni dell'industria cremonese, possiamo subito osservare come l'inquinamento resti predominante. In generale, le percezioni degli universitari non si discostano molto da quelle degli studenti delle superiori. Tuttavia, migliora la percezione dell'industria cremonese come imprenditoriale (+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%).

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.

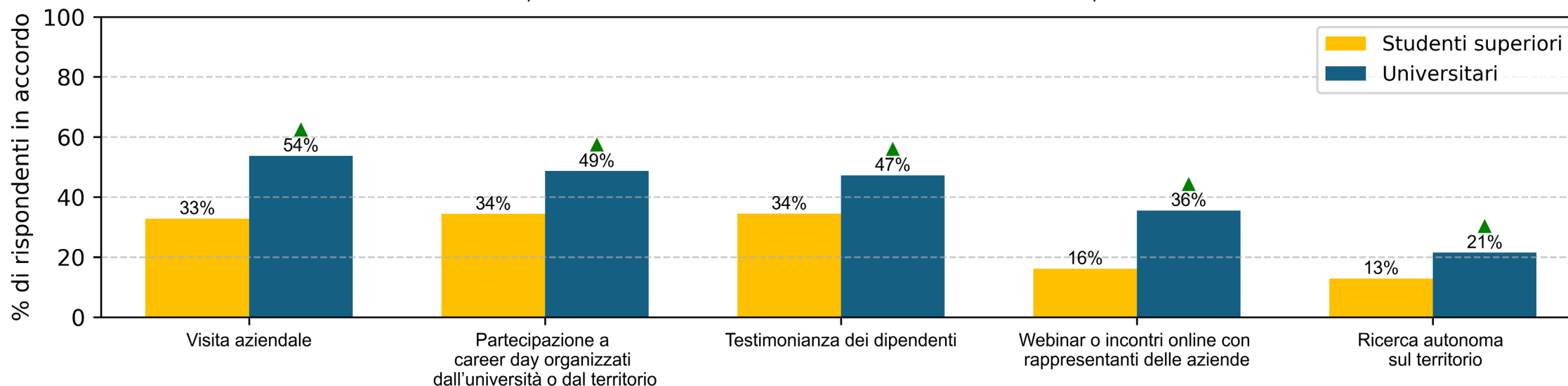
Pensando alle aziende e imprese nel territorio cremonese...



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.

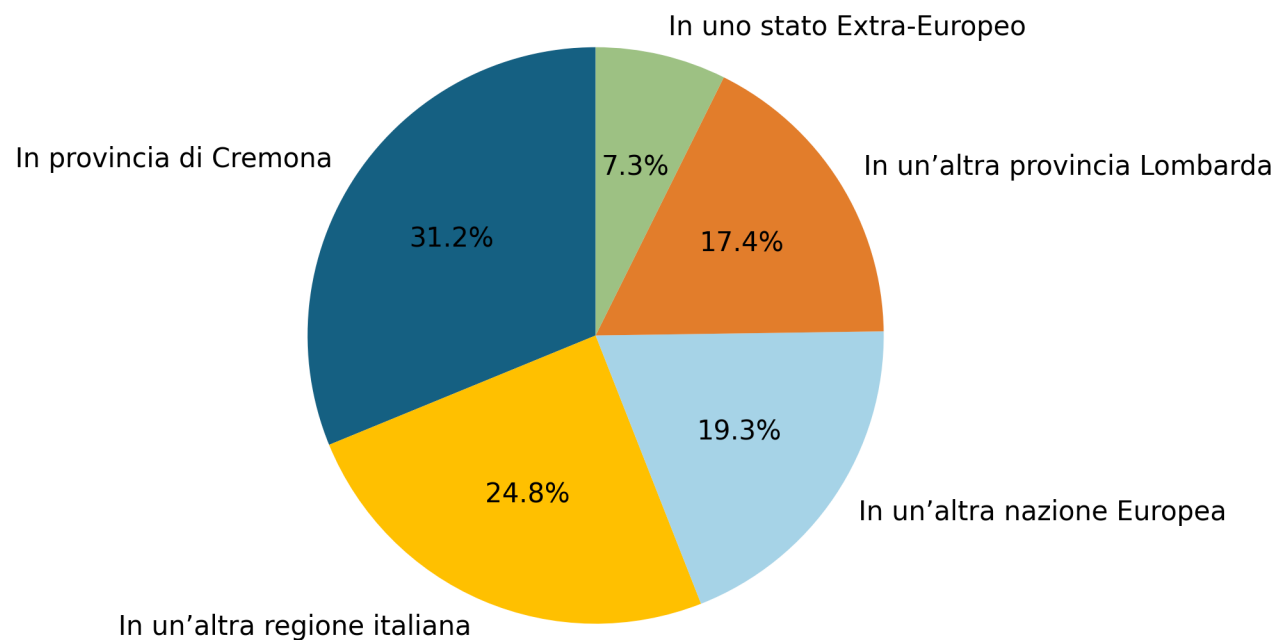
Attività per conoscere le aziende del territorio

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.

Gli
studenti
di
Università
e ITS:

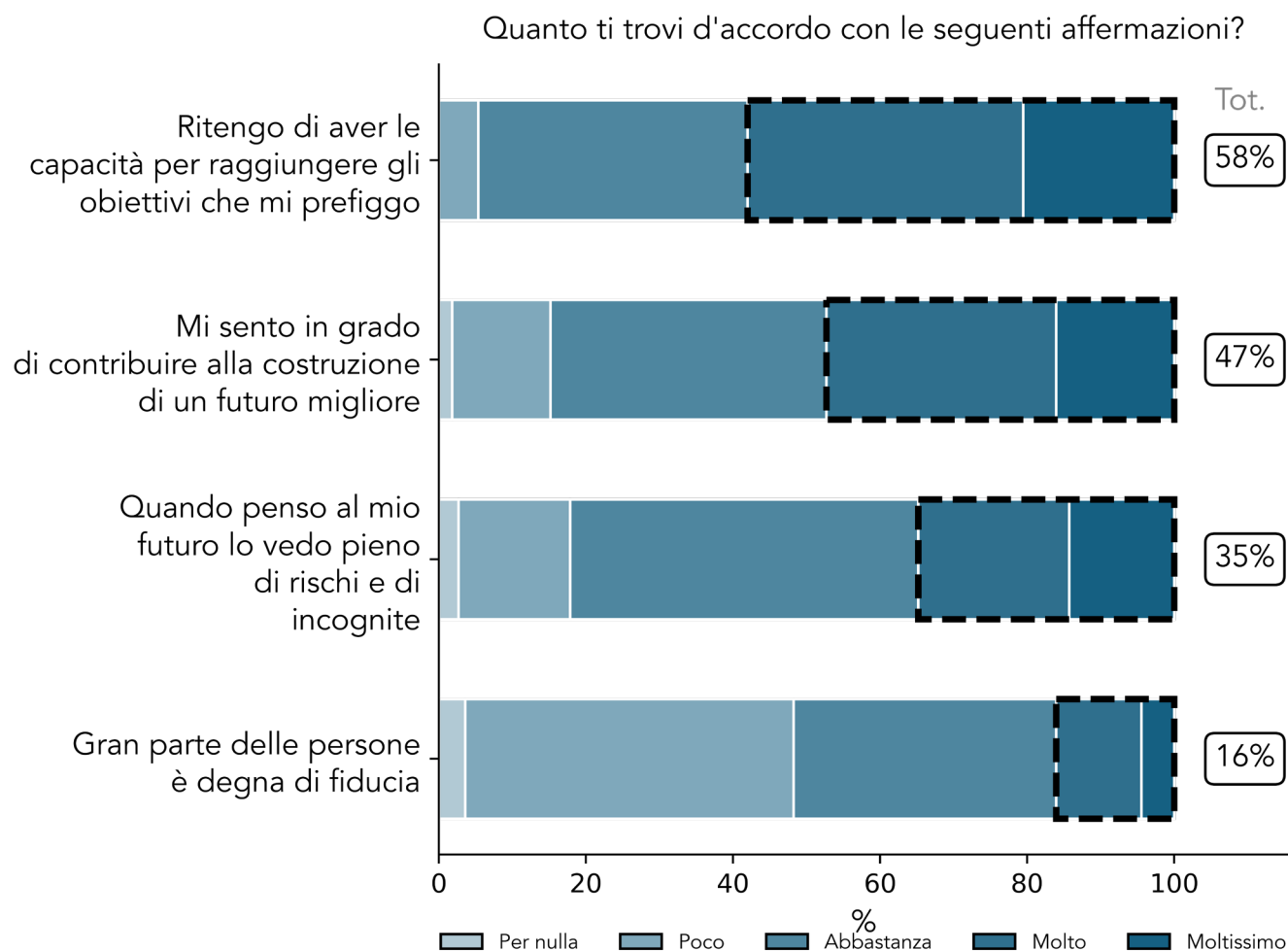
Descrizione del campione

Il territorio e l'industria cremonese

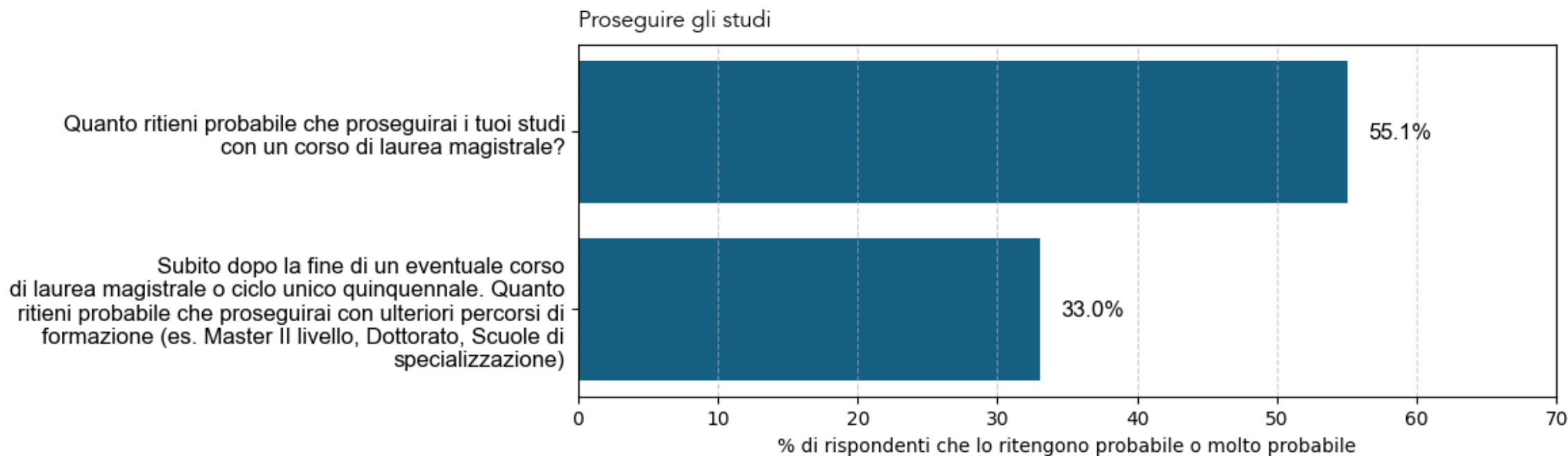
Il futuro

Le competenze e le passioni

La fiducia nel futuro degli studenti universitari

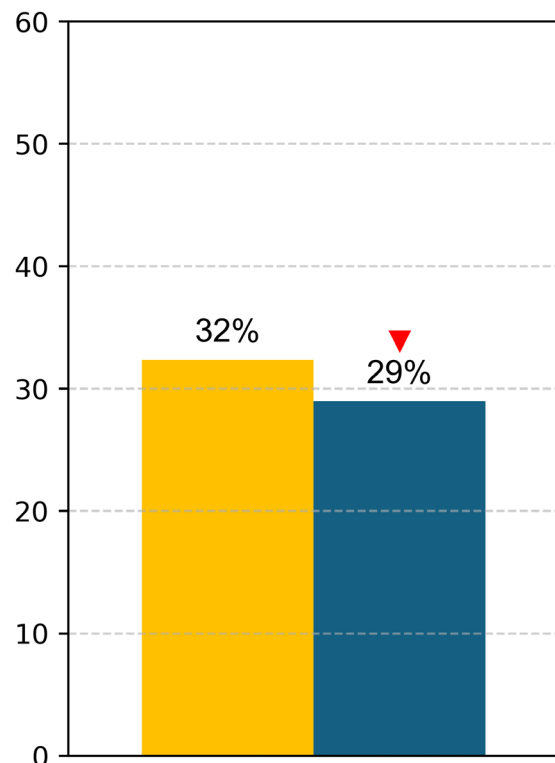


La fiducia in sé stessi è l'aspetto più solido: il 58% degli studenti crede di avere le capacità per raggiungere i propri obiettivi. Meno alta, ma comunque rilevante, è la percentuale di chi si sente in grado di contribuire alla costruzione di un futuro migliore (47%). Più fragile invece la visione del 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.



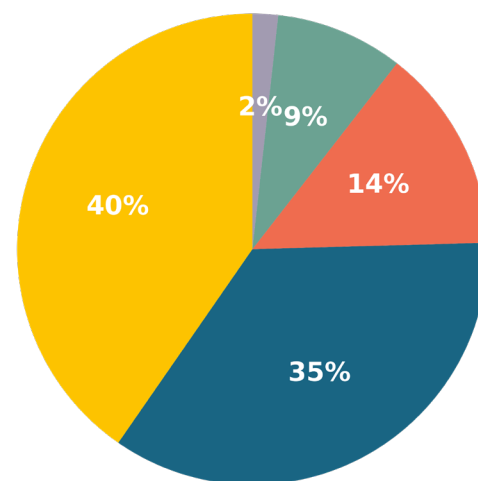
Il 55.1% degli universitari che hanno risposto alla survey ritiene probabile o molto probabile proseguire gli studi con un corso di laurea magistrale. La percentuale scende al 33% quando si parla di ulteriori percorsi di formazione post-laurea, come master di secondo livello, dottorato o scuole di specializzazione. 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.

Quanto è chiara per te la scelta che farai?



Studenti superiori Universitari

Una volta entrato
nel mondo del lavoro?

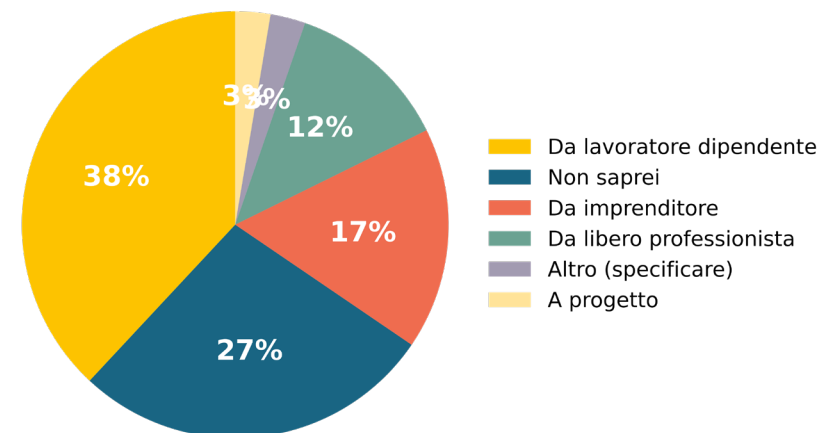


- Hai un'aspirazione professionale, ma non sai se riuscirai a realizzarla
- Devi ancora decidere fra alcune alternative possibili
- Sai con certezza cosa vorresti fare
- Non hai idea di quello che vorresti fare
- In questo momento non ci sto pensando

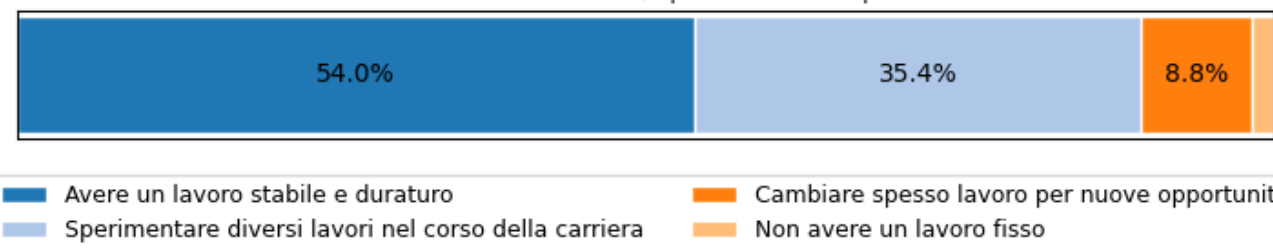
La sicurezza rispetto al proprio futuro lavorativo è ancora bassa. Solo il 29% degli universitari (contro il 32% degli studenti delle superiori) di avere le idee chiare sul proprio futuro lavorativo. Alla domanda su cosa faranno una volta entrati nel mondo del lavoro, solo il 14% dice di sapere con certezza 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.

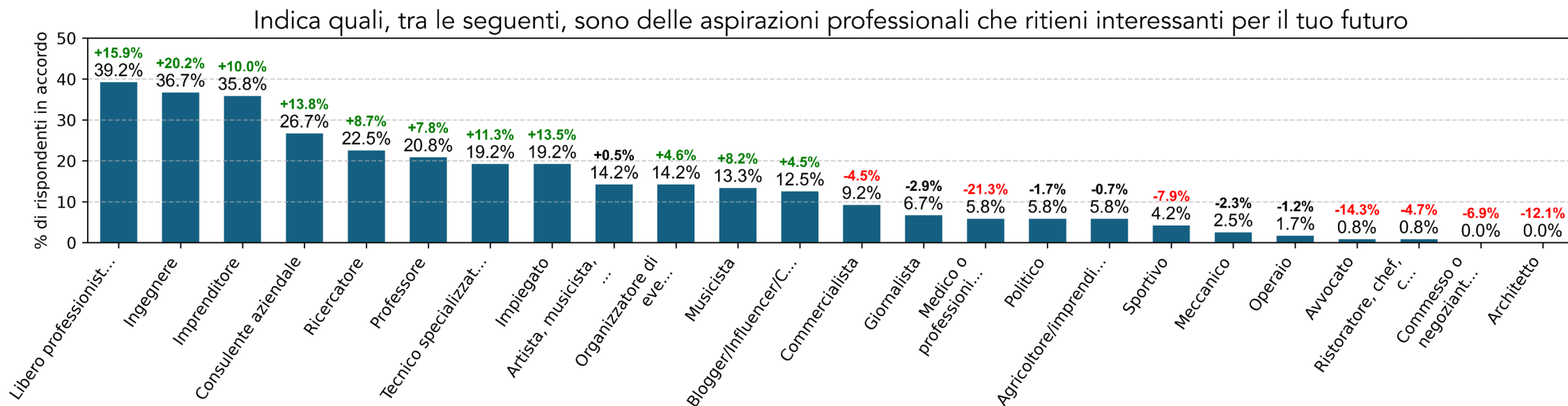
Quando pensano al proprio futuro lavorativo, i giovani universitari mostrano una forte preferenza per la stabilità: il 54% desidera un lavoro stabile e duraturo. Solo l'8.8% vorrebbe cambiare frequentemente per cogliere nuove opportunità. Rispetto alla forma di lavoro, la maggioranza aspira a diventare 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?



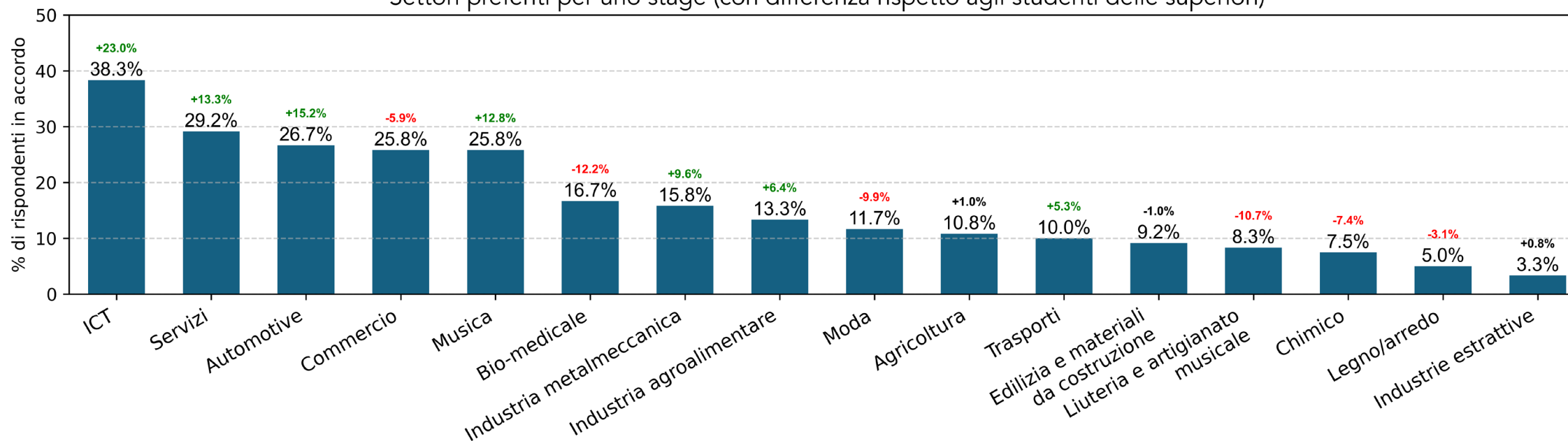
Per il tuo futuro lavorativo, quale scenario preferisci?





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.

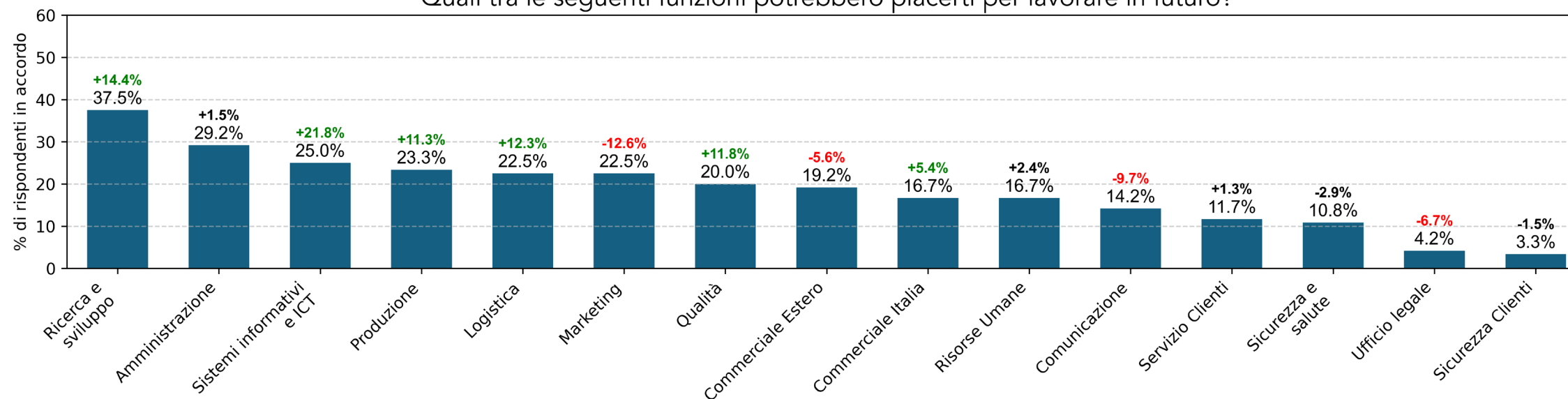
Settori preferiti per uno stage (con differenza rispetto agli studenti delle superiori)



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.

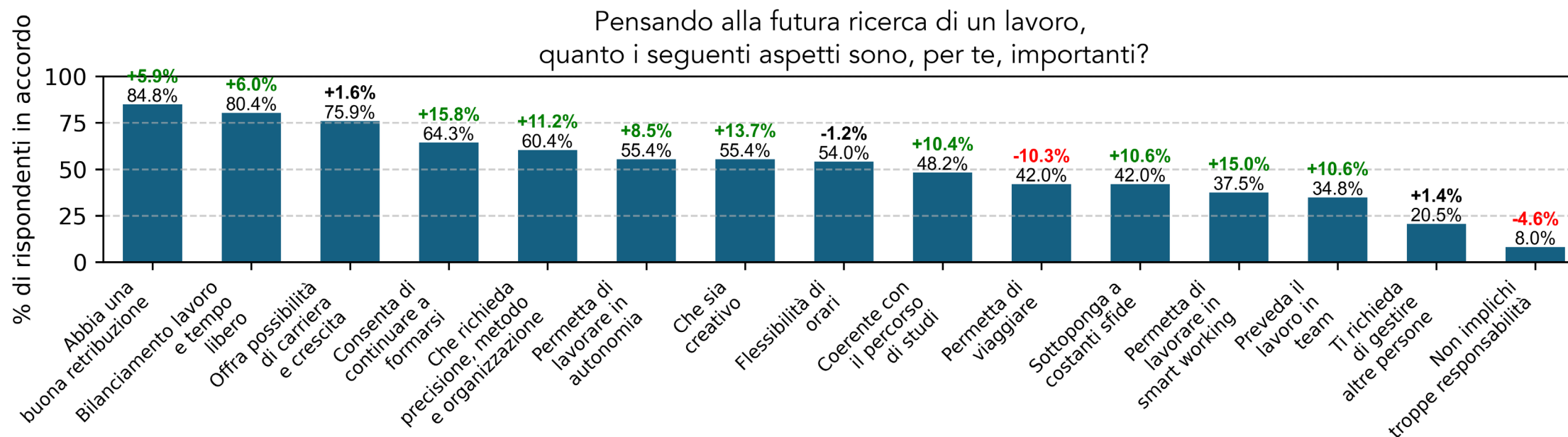
Le funzioni professionali più aspirate dagli studenti universitari

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



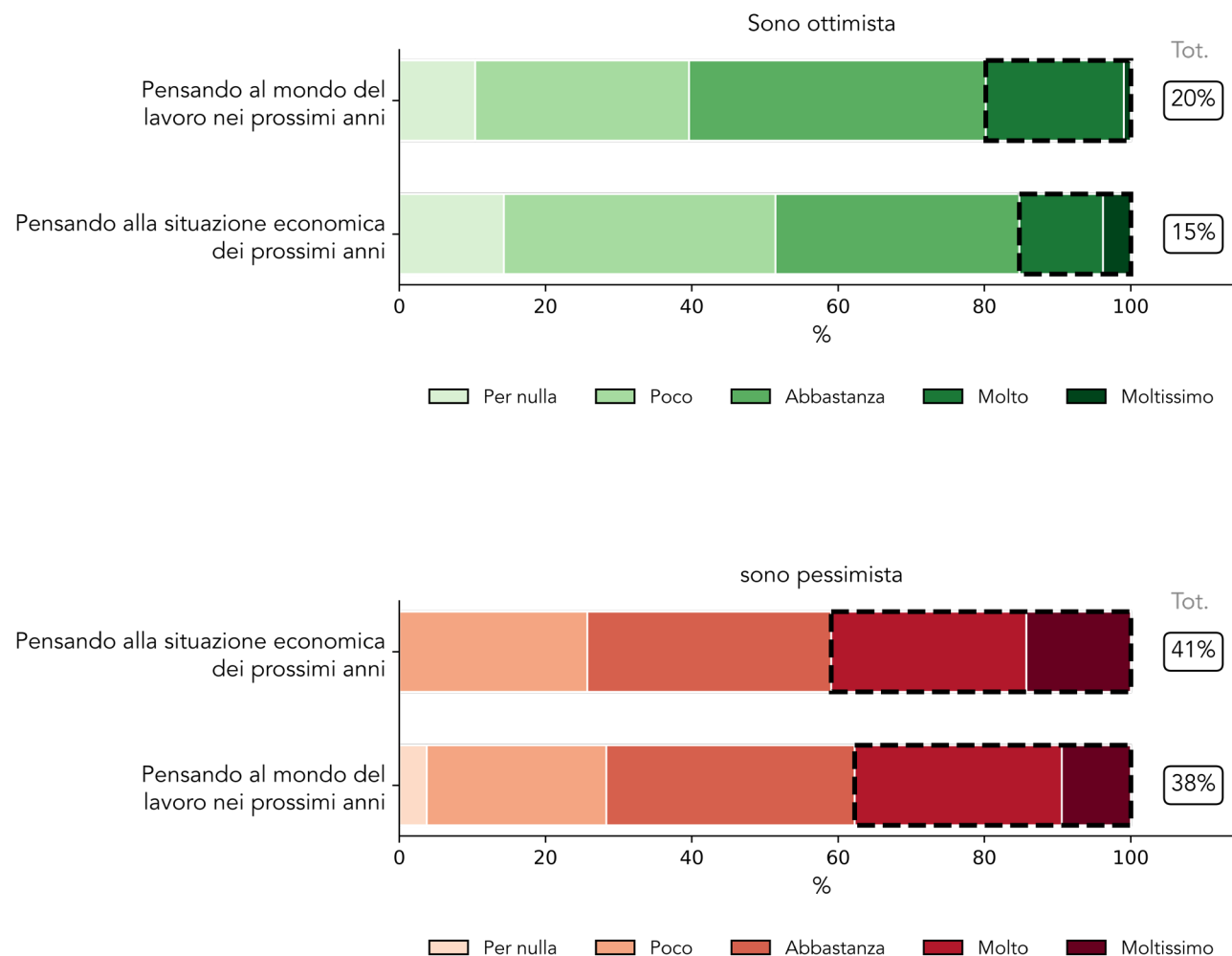
Entrando nello specifico delle funzioni più ricercate dagli universitari, la funzione più ambita è Ricerca e sviluppo (37.5%), con un netto +14.4% rispetto agli studenti delle superiori. Seguono Amministrazione (29.2%) e Sistemi informativi/ICT (25%), quest'ultima in forte crescita (+21.8%). Anche Produzione 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



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.

Gli
studenti
di
Università
e ITS:

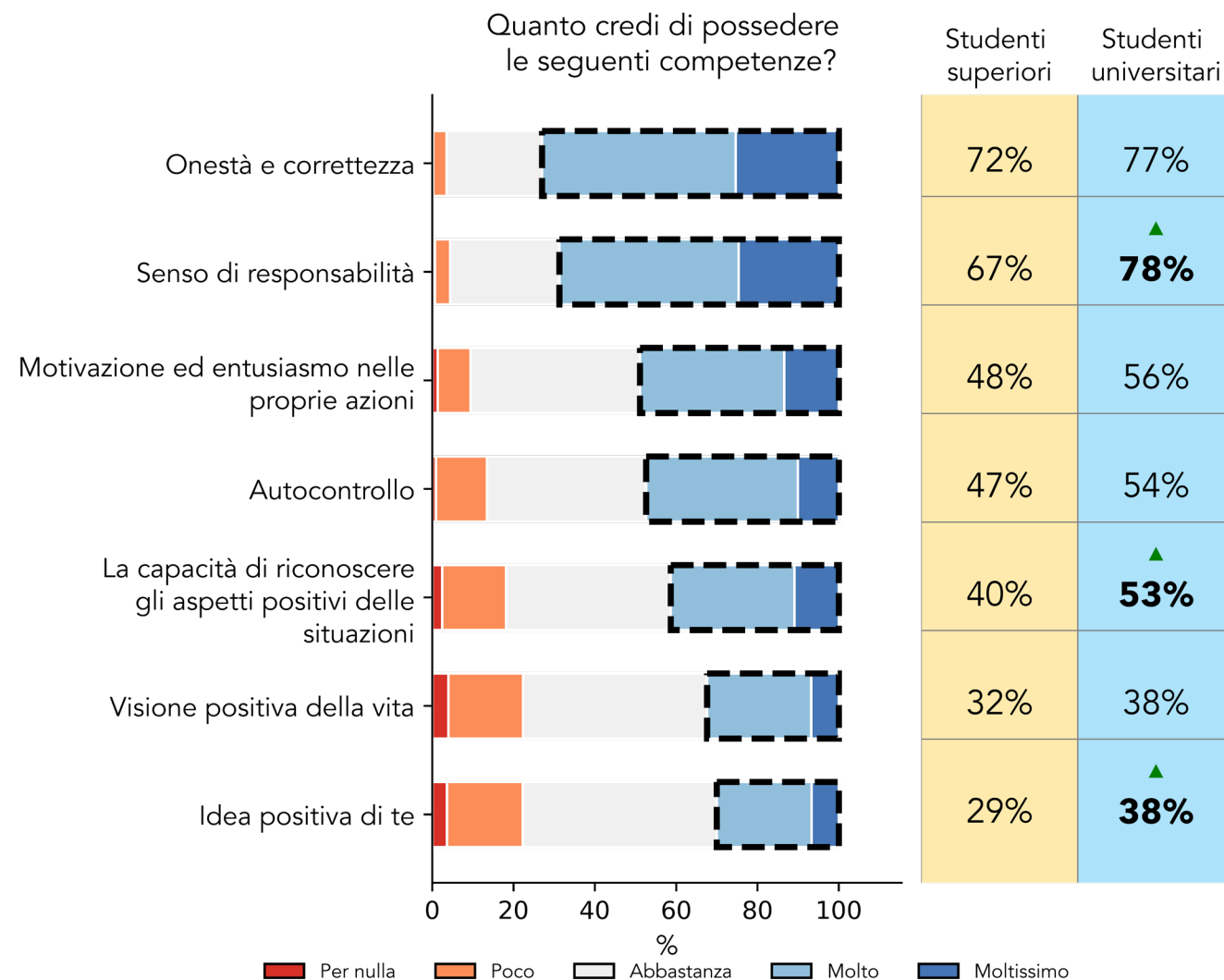
Descrizione del campione

Il territorio e l'industria cremonese

Il futuro

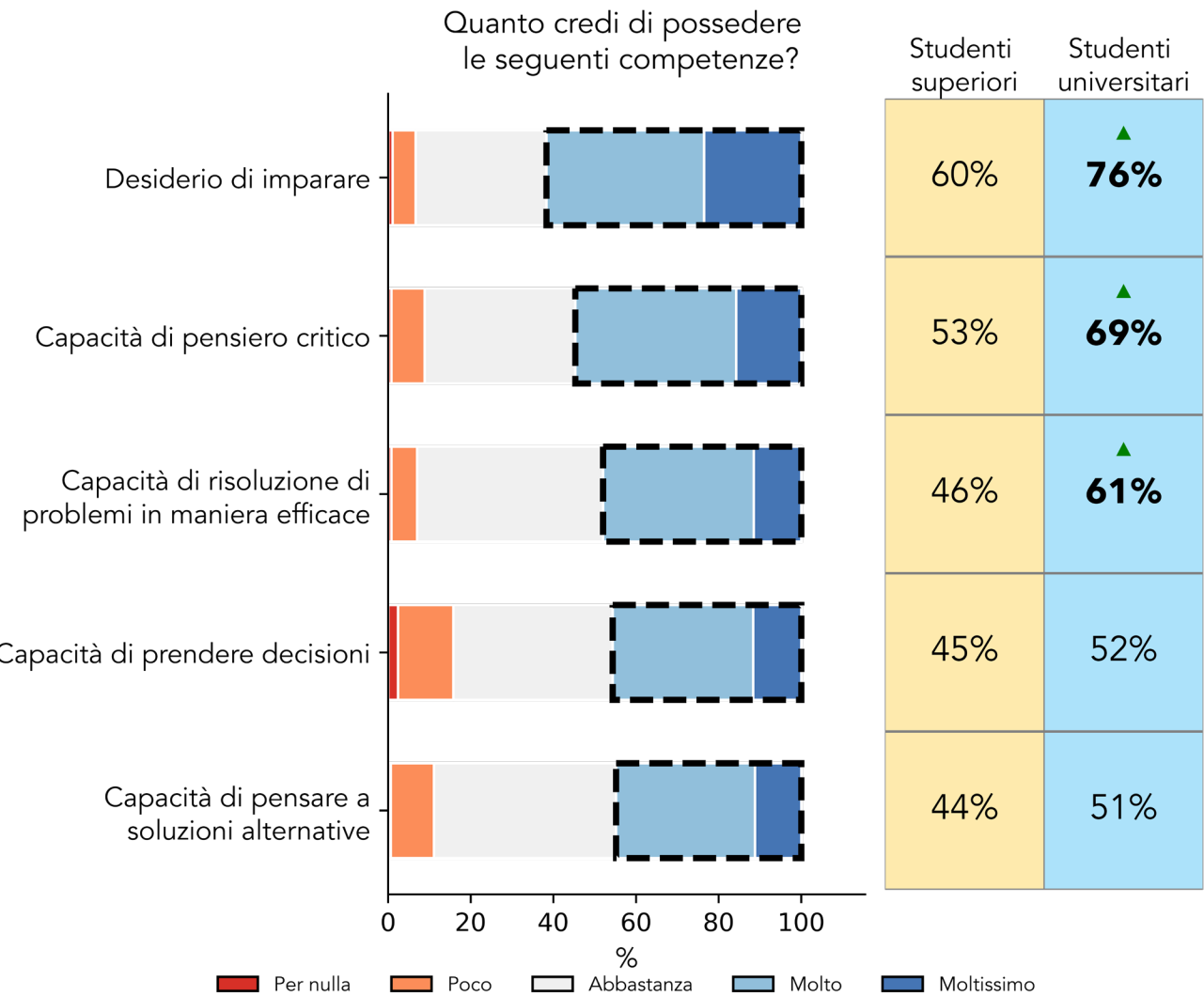
Le competenze e le passioni

Competenze relative al benessere degli studenti universitari



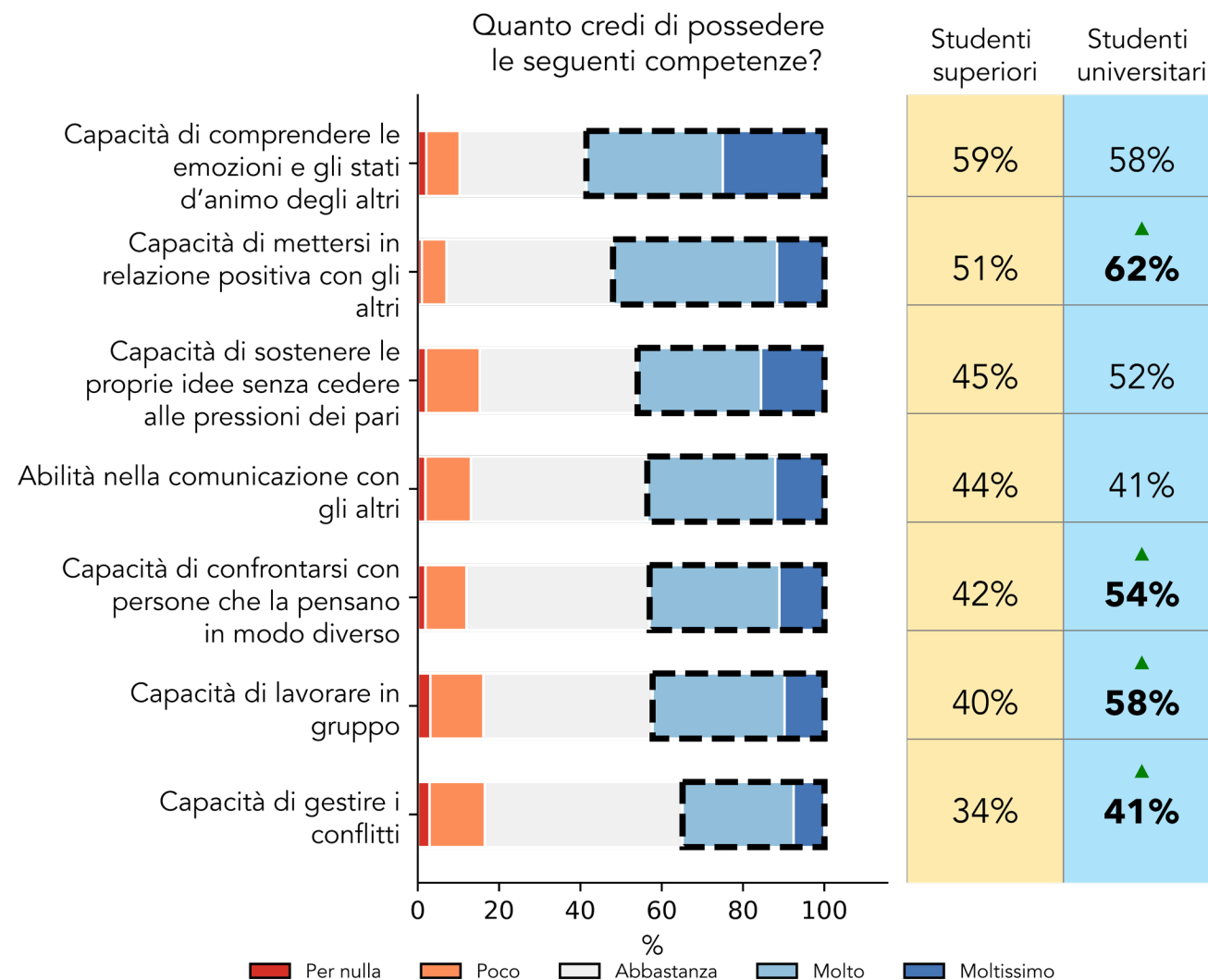
Le competenze legate al benessere personale migliorano con il percorso universitario. Gli studenti universitari si riconoscono più delle superiori nel senso di responsabilità (78% vs 67%), nell'onestà (77% vs 72%) e nella motivazione (56% vs 48%). Aumentano anche l'autocontrollo (54% vs 47%) e la capacità 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



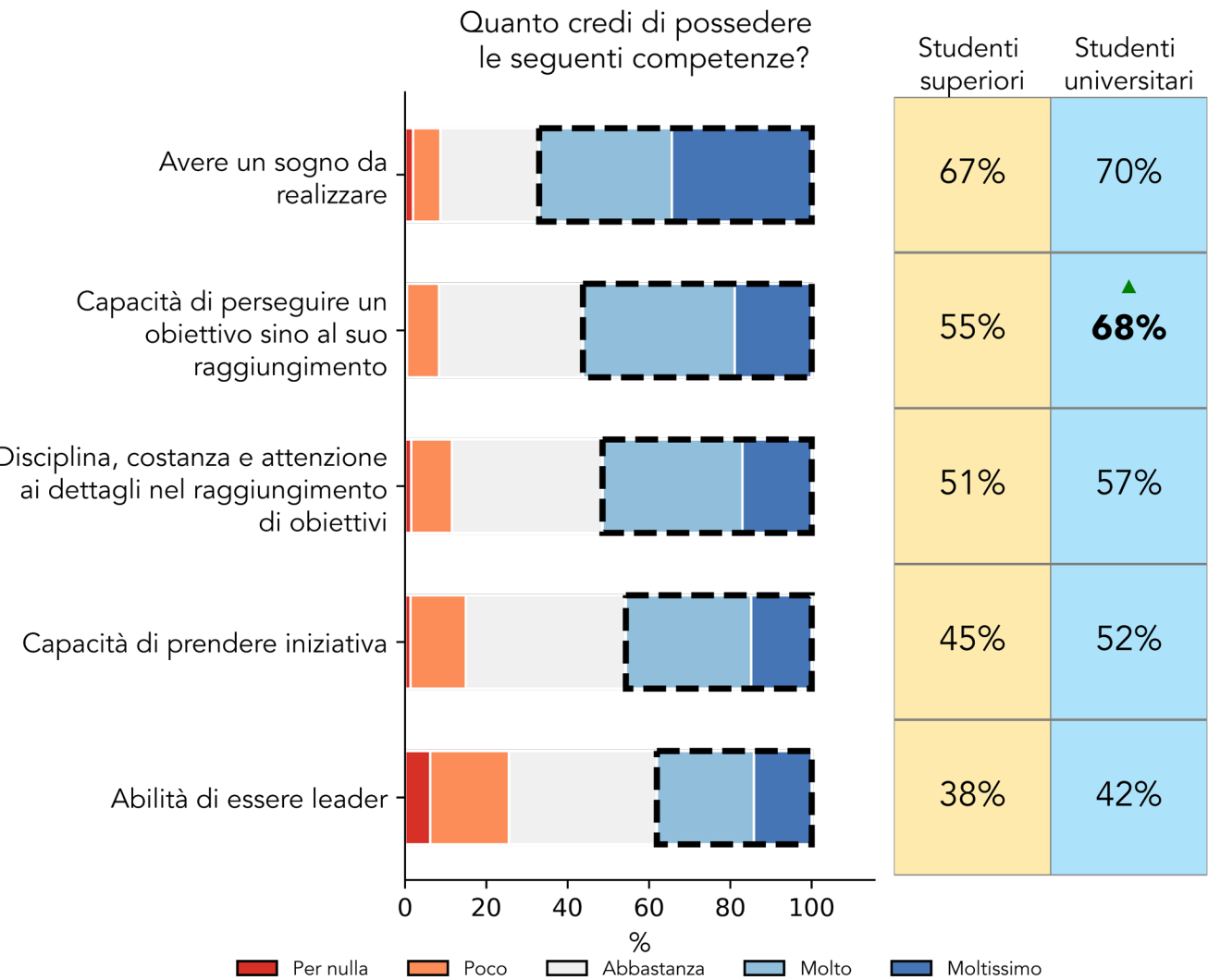
Le competenze cognitive mostrano un chiaro miglioramento nel passaggio all'università. Il desiderio di imparare passa dal 60% al 76%, la capacità di pensiero critico dal 53% al 69%, e la risoluzione efficace dei problemi dal 46% al 61%. Meno marcati, ma comunque presenti, i miglioramenti sulla capacità 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



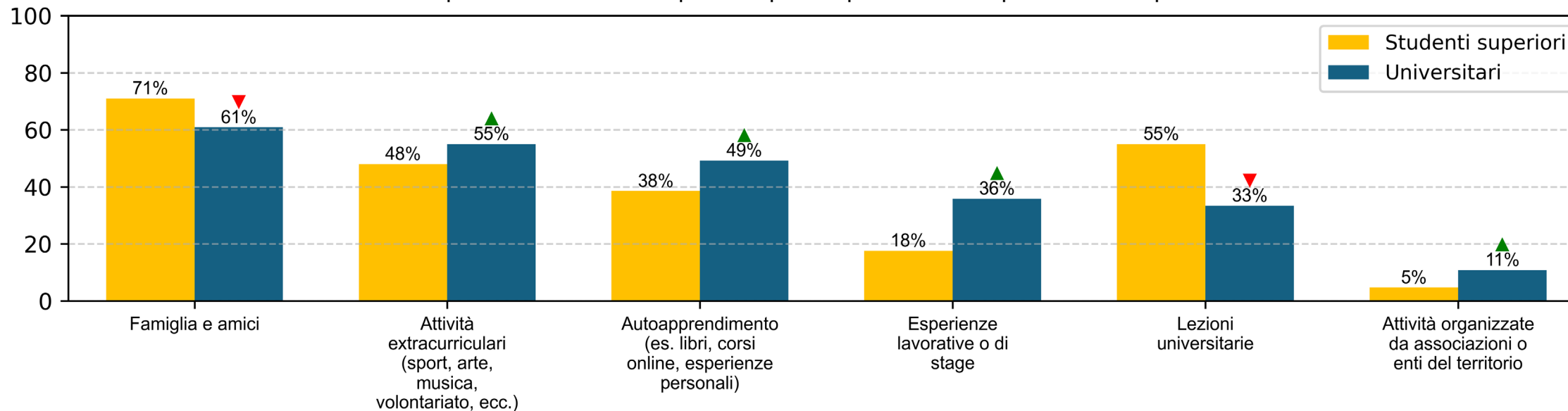
Le competenze relazionali crescono in alcuni ambiti con l'esperienza universitaria. Migliora soprattutto la capacità di lavorare in gruppo (58% vs 40%) e di confrontarsi con opinioni diverse (54% vs 42%), oltre alla gestione dei conflitti (41% vs 34%). Meno marcate o assenti le differenze su comunicazione (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.

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.



GEN
LOMBARDIA

UNBOXING THE *Future*

In collaborazione con



Ente capofila



Cremona
COMUNE DI CREMONA



Partner



Gruppo Giovani
Associazione Industriali
Cremona

Con il contributo di



Regione
Lombardia

La transizione scuola-lavoro nell'epoca dell'incertezza: la sfida della Generazione Z cremonese

Adriano Mauro Ellena & Elena Marta

Transizione Scuola-Lavoro e Orientamento: Una Sfida Cruciale

ISTITUTO GIUSEPPE TONIOLO
di STUDI SUPERIORI
ENTE FONDATORE DELL'UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Importanza della Transizione

Un momento decisivo in cui le scelte formative influenzano profondamente il futuro personale e professionale.

Ruolo Fondamentale dell'Orientamento

Non solo informazione, ma un vero strumento formativo che aiuta a riconoscere aspirazioni, competenze e opportunità, facilitando l'inserimento nel mondo del lavoro.

Evoluzione e Sfide

Un mercato sempre più complesso richiede competenze trasversali come adattamento, comunicazione e problem solving, fondamentali per affrontare le nuove dinamiche lavorative.

Il Caso di Cremona

Un territorio ricco di piccole e medie imprese con opportunità spesso poco note, che necessitano di un dialogo tra studenti, imprenditori e istituzioni per essere valorizzate.

Indagare le percezioni in merito all'Orientamento: ovvero indagare come gli studenti percepiscono il processo di orientamento scolastico e professionale;

Indagare le esperienze, i significati, il valore e i vissuti in merito al percorso formativo e al lavoro: ossia raccogliere le testimonianze dirette degli studenti/delle studentesse in merito su questi temi;

Indagare le risorse e gli strumenti disponibili per orientarsi e compiere le transizioni in esame: ovvero rilevare le risorse attualmente a disposizione degli studenti/delle studentesse e come queste vengono utilizzate per le transizioni in oggetto;

Indagare le sfide e le opportunità: ossia identificare le principali sfide affrontate dagli studenti/dalle studentesse nel loro percorso di orientamento, nonché le opportunità disponibili.

Indagare le prospettive e gli sviluppi futuri: ossia rilevare le aspettative degli studenti/delle studentesse e le possibili direzioni per lo sviluppo futuro del progetto, nonché la conoscenza del territorio cremonese e la pensabilità di una permanenza ed un investimento futuro in esso.

Partecipanti

Focus group	N° partecipanti	Genere	Tipologia di Istituto
FG1	12	7 maschi (M) 5 femmine (F)	Scuola superiore: Licei
FG2	10	4 maschi (M) 6 femmine (F)	Scuola superiore: Istituti tecnici e professionali
FG3	7	6 maschi (M) 1 femmina (F)	Politecnico di Milano – sede di Cremona
FG4	4	1 maschio (M) 3 femmine (F)	Università Cattolica del Sacro Cuore – Campus Cremona
FG5	6	3 maschi (M) 3 femmine (F)	Confindustria: Giovani Industriali Cremonesi
FG6	7	5 maschi (M) 2 femmine (F)	Confindustria: Giovani Industriali Cremonesi

**Ripensare il ruolo della
scuola e dell'università**

**Percorsi di orientamento
innovativi per decisioni
consapevoli e realistiche**

**Le sfide dei giovani nel
mondo del lavoro tra
competenze e
aspettative**

**Le dinamiche del
territorio cremonese (tra
opportunità, sfide e
prospettive di sviluppo)**

**Il ruolo dei giovani
industriali cremonesi e il
loro legame con il
territorio**

Tema 1: Ripensare il ruolo della scuola e dell'università

Sottotema 1: La scuola e l'università come luoghi di crescita personale e civica

- Oltre alla trasmissione di conoscenze, la scuola è uno spazio di crescita personale e di sviluppo di competenze trasversali.
- Gli studenti richiedono un'educazione più realistica e utile alla vita pratica.
- Il mondo del lavoro evidenzia la necessità di maggiore responsabilità e consapevolezza sociale.
La scuola deve formare non solo tecnicamente, ma anche favorire un senso di responsabilità e cittadinanza attiva.

Sottotema 2: Il divario tra teoria e pratica nei percorsi formativi

- Forte disconnessione tra preparazione scolastica e realtà lavorativa.
- Necessità di un maggiore orientamento pratico e di esperienze formative concrete.
- Le aziende faticano a trovare giovani già pronti per il mondo del lavoro.
Serve un equilibrio tra teoria e pratica per rendere il percorso educativo più efficace e professionalizzante.

Sottotema 3: Innovare i metodi di insegnamento per coinvolgere gli/le studenti/esse

- Gli approcci didattici devono evolversi per rispondere alle esigenze degli studenti.
- Maggiore coinvolgimento e interazione tra insegnanti e studenti.
Superare i metodi tradizionali per favorire l'apprendimento attivo e partecipativo.

Tema 2: Percorsi di orientamento innovativi per decisioni consapevoli e realistiche

Sottotema 1: L'inadeguatezza dei percorsi di orientamento attuali e la necessità di un approccio più efficace

- L'orientamento scolastico è percepito come generico e poco utile.
- Mancano informazioni pratiche sul mondo del lavoro e sulle opportunità professionali.
- Scarsa comunicazione tra scuole, università e aziende limita le connessioni concrete.

Per rendere l'orientamento efficace, occorre un maggiore collegamento con la realtà lavorativa e un approccio più mirato.

Sottotema 2: L'importanza delle testimonianze dirette e del contatto con il mondo del lavoro

- Gli studenti desiderano ascoltare esperienze dirette da professionisti del settore.
- Il confronto con lavoratori ed ex studenti aiuta a comprendere meglio le sfide del mercato.
- Le aziende possono svolgere un ruolo strategico nel favorire l'incontro tra giovani e imprese.

Rafforzare il contatto diretto tra studenti e mondo del lavoro aiuta a colmare il divario tra formazione e realtà professionale.

Sottotema 3: Il bisogno di personalizzazione e supporto individuale nelle attività di orientamento

- L'orientamento deve adattarsi alle esigenze specifiche di ogni studente.
- Supporto personalizzato per aiutare nella scoperta di interessi e talenti.
- Necessità di figure specializzate che offrano una guida mirata e accessibile.

Un orientamento più individualizzato aiuta gli studenti a compiere scelte più consapevoli e mirate per il proprio futuro.

Sottotema 4: Il ruolo attivo delle associazioni di categoria nel collegare studenti/esse e aziende

- Le associazioni possono facilitare il dialogo tra mondo educativo e lavorativo.
- Necessità di esperienze concrete che avvicinino gli studenti alle realtà aziendali.

Le piccole imprese trarrebbero beneficio da un maggiore coinvolgimento dei giovani.

Tema 3: Le sfide dei giovani nel mondo del lavoro tra competenze e aspettative

Sottotema 1: La centralità delle soft skills

- Le competenze trasversali come comunicazione, problem solving e lavoro di squadra sono essenziali.
- Il sistema educativo privilegia le conoscenze teoriche, trascurando lo sviluppo delle soft skills.
- Le aziende lamentano la scarsa preparazione relazionale e gestionale dei/delle giovani assunti/e.

È necessario integrare attività formative che sviluppino queste abilità per rispondere meglio alle esigenze del mercato del lavoro.

Sottotema 2: La rappresentazione dei giovani nel mondo del lavoro

- I/le giovani sono spesso percepiti/e come poco responsabili e impazienti.
- Esiste un divario tra aspettative dei datori di lavoro e il reale impegno dei/delle giovani.
- I/le giovani industriali riconoscono il valore tecnico dei/delle giovani ma evidenziano difficoltà di adattamento.

Superare gli stereotipi e valorizzare le competenze reali dei/delle giovani è essenziale per un'integrazione efficace nel mondo del lavoro.

Tema 4: Le dinamiche del territorio cremonese (tra opportunità, sfide e prospettive di sviluppo)

ISTITUTO GIUSEPPE TONIOLO
di STUDI SUPERIORI
ENTE FONDATORE DELL'UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Sottotema 1: Le opportunità lavorative del territorio cremonese e la necessità di valorizzarle

Sottotema 2: La mancanza di informazioni come ostacolo alla conoscenza delle opportunità locali

Sottotema 3: Cremona come tappa di transizione per i/le giovani alla ricerca di futuro altrove

Sottotema 4: La competizione con altre città e il rischio di perdere talenti

Sottotema 5: Le infrastrutture limitate e il loro impatto negativo sull'attrattività del territorio

Sottotema 6: La qualità della vita a Cremona come valore da promuovere

Sottotema 7: Eccellenze settoriali di Cremona come leve per il suo rilancio

Sottotema 8: L'alto tasso di inquinamento e le sue conseguenze sulla percezione e lo sviluppo del territorio

Tema 5: Il ruolo dei giovani industriali cremonesi e il loro legame con il territorio

Sottotema 1: La mancata conoscenza dei/delle giovani industriali cremonesi e delle loro attività nel contesto locale

- I/le giovani industriali non sono adeguatamente conosciuti, nonostante il loro contributo economico.
- La percezione diffusa è che manchi un'adeguata comunicazione del loro lavoro.
- Questa distanza rende difficile attrarre nuove collaborazioni e stimolare interesse tra i/le giovani.

Migliorare la comunicazione può valorizzare il loro ruolo e favorire collaborazioni con la comunità locale.

Sottotema 2: Il desiderio di maggior collaborazione tra giovani industriali e comunità educativa

- Studenti e giovani industriali vogliono un dialogo più stretto.
- Le scuole e le università potrebbero coinvolgere maggiormente le realtà industriali locali.
- Incontri, progetti formativi e scambi diretti possono rafforzare il legame tra educazione e industria.

Favorire questa collaborazione può arricchire il percorso formativo degli studenti e rispondere meglio alle esigenze del mercato del lavoro.

Una distanza pervasiva

- Distacco tra teoria e pratica, studenti e opportunità, educazione e industria; un divario culturale e sistemico che richiede nuove prospettive.

Rigidità educativa

- Apparato formativo ancorato a logiche tradizionali, poco adattato al mondo del lavoro in continuo cambiamento e incapace di sviluppare competenze trasversali.

Orientamento frammentato

- Manca una strategia condivisa: scuole, università e imprese non dialogano, lasciando i giovani soli ad affrontare il futuro.

Cremona come città di transizione

- Nonostante eccellenze e qualità della vita, la vicinanza con centri maggiori ne alimenta l'immagine di luogo temporaneo, limitando la capacità di trattenere i giovani.

Soft skills trascurate

- La carenza di competenze relazionali e collaborative riflette un sistema che non investe abbastanza in relazioni, comunicazione e lavoro di squadra.

Il ruolo dei giovani industriali

- Potenziali innovatori e ponte tra tradizione e futuro, ma ostacolati da barriere che ne limitano l'incisività.

Uno sguardo al futuro

- Serve un cambio di paradigma che veda i giovani come co-protagonisti e un approccio integrato per rispondere alle sfide odierne e future.

