

◉ Numeri & proposte

Ma gli stranieri sono soltanto uno su 26

Le università italiane attraggono ancora troppo poco gli studenti stranieri. Durante lo scorso anno accademico, gli atenei italiani hanno accolto appena 110 mila studenti stranieri (1 su 26), soprattutto non comunitari. In 10 mila si sono iscritti ad atenei pontifici. Provengono per lo più da Albania, Cina, Camerun, Iran.

Il record di iscritti lo detiene l'ateneo di Bologna, a seguire Roma, Pisa, Firenze. Le facoltà più gettonate sono economia (il 19% degli extra europei), ingegneria (circa il 18%) e medicina 11%. E se in Italia gli universitari provenienti dall'estero sono il 3,8%, secondo il rapporto Emn Italia (European Migration Network), quelli che studiano nei college in Gran Bretagna salgono al 21%, al 10% in Germania, con una media Ue dell'8,6%. A frenare l'accesso degli stranieri alle nostre università, osserva Antonio Ricci di Emn Italia, ci sono «la burocrazia, il mancato riconoscimento del titolo di studio ottenuto nel paese d'origine e l'insufficienza di alloggi». Il messaggio della rete europea migrazioni è che bisogna rafforzare le politiche di sostegno per permettere che all'università abbiano accesso anche gli stranieri e i figli degli immigrati, sempre più presenti nella nostra società. Metà degli universitari stranieri vive infatti al Nord e, per pagarsi gli studi, lavora part time nella ri-

storazione. Per studiare nel nostro paese spendono 711 milioni di euro, mentre all'Italia ne costano circa 45. La metà di loro, una volta terminati gli studi, decide di rimanere e lavorare nel nostro paese.

BA. MILL

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Un corso per manager in bottiglia

Creare un sistema economico attorno al vino significa estrapolare, valorizzare e comunicare l'identità di un territorio, raccontarne il carattere. Fattori competitivi che determinano il successo di un brand, soprattutto all'estero. La prima edizione del corso di alta formazione in Wine Design del POLI.design, Consorzio del Politecnico di Milano, punta a questo ed è pensato per gli operatori, produttori ed esperti enologi. Il percorso formativo, in partenza a settembre, si articola in contributi teorici e pratici e workshop progettuali. Tre le macro sezioni: Lifestyle (la relazione tra vino, cultura e consumo in chiave sociologica), Branding (corporate image, packaging, disegno della bottiglia, etichette), Experience (come è cambiato il consumo del vino ed i luoghi della produzione).

Il corso è sponsorizzato da Luigi Bormioli Italy, azienda italiana leader nella produzione in vetro. Info: formazione@polidesign.net

BA. MILL

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Osservatorio Formazione

Università Costo e qualità: chi offre il rapporto migliore

Il rapporto tra costo e qualità delle università italiane è ancora da migliorare. Secondo un'indagine dell'Osservatorio Formazione, il 30% degli studenti non è soddisfatto del rapporto costo/qualità.

L' UNIVERSITÀ.
www.lum.it

3%

LUM