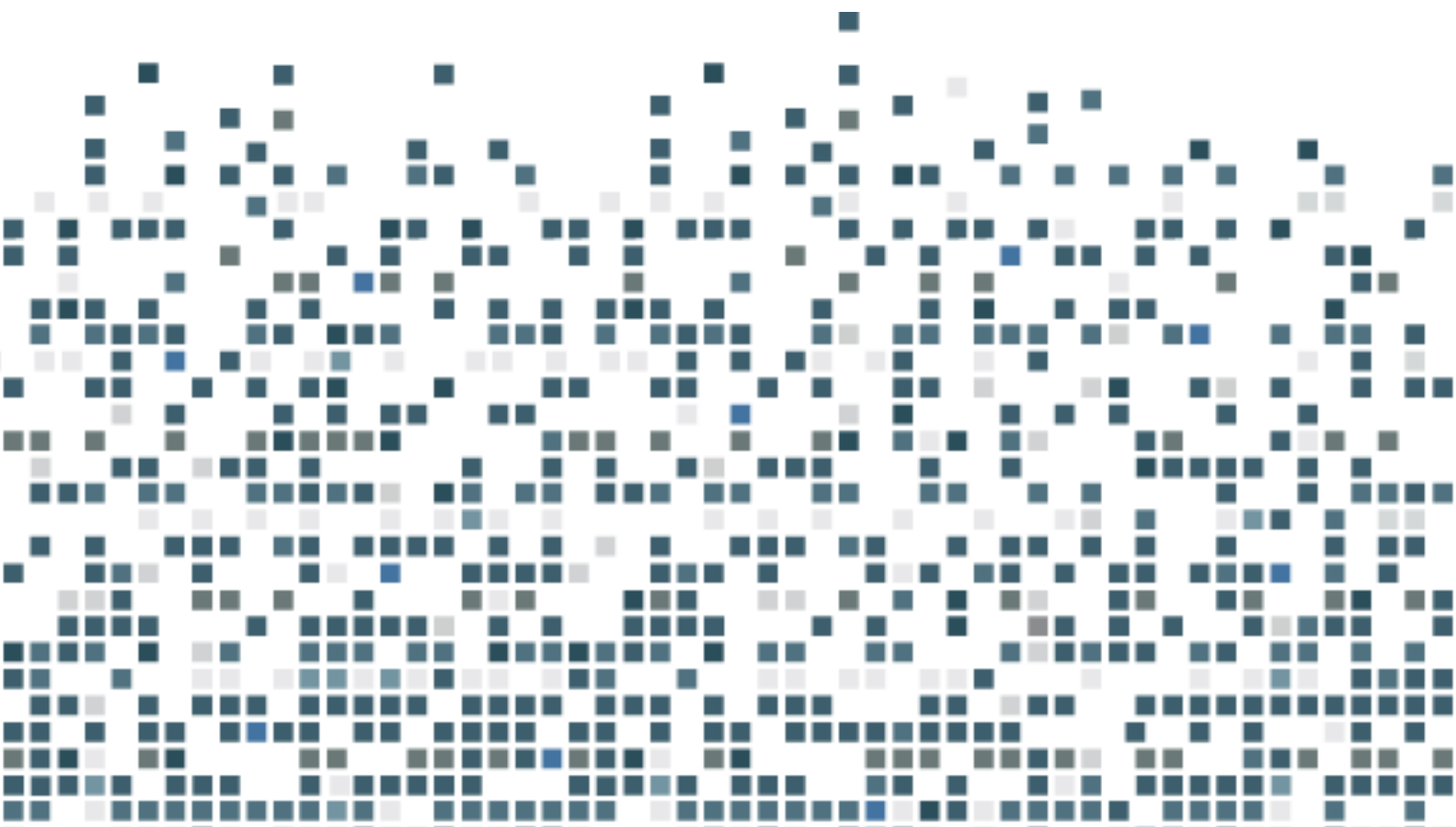


DIGITAL 360 | Group

Comunicato stampa

**GLI STUDENTI UNIVERSITARI ITALIANI
HANNO UN DEFICIT DI COMPETENZE
DIGITALI MA UNA FETTA TRASVERSALE È
PREPARATA SU INNOVAZIONE E
IMPRENDITORIALITÀ**



COMUNICATO STAMPA

GLI STUDENTI UNIVERSITARI ITALIANI HANNO UN DEFICIT DI COMPETENZE DIGITALI MA UNA FETTA TRASVERSALE È PREPARATA SU INNOVAZIONE E IMPRENDITORIALITÀ

Solo uno studente su cinque ha esperienza concreta nella gestione di progetti digitali (ad esempio blog, pagina Facebook, canale YouTube o eCommerce). Solo uno su quattro dimostra conoscenze teoriche avanzate sull'innovazione digitale applicata al business. Ma quasi uno su tre ha capito l'importanza dello sviluppo software e sta imparando anche fuori dall'università. Si diffonde il desiderio di fare impresa: il 30% ha frequentato un corso su come creare nuove attività, il 40% ha avuto un'idea di business.

Nella ricerca "Il futuro è oggi: sei pronto?" di University2Business emerge la scarsa conoscenza degli studenti universitari sulla trasformazione digitale in atto. Ma anche una sorprendente piccola fetta trasversale tra le facoltà che ha capito l'importanza delle nuove tecnologie e mostra uno spirito imprenditoriale.

Milano, 15 febbraio 2016 - Tutti gli studenti universitari usano internet e i social media, ma solo uno su cinque ha già fatto esperienza di progetti digitali come la gestione di un blog, un sito, una pagina Facebook oltre al profilo personale, un canale YouTube o la vendita online. E solo uno su quattro dimostra conoscenze teoriche avanzate, riuscendo a dare la definizione giusta di concetti chiave delle tecnologie digitali applicate al business di oggi come "mobile advertising", "cloud", "fatturazione elettronica" o "big data".

Vanno meglio le competenze nello sviluppo software: il 10% degli studenti sa già sviluppare e oltre il 20% sta imparando a farlo, la metà di questi autonomamente e non all'università; non pochi e con un'incidenza trasversale rispetto alle facoltà di appartenenza. Si inizia a diffondere, inoltre, il desiderio di avviare un'impresa: il 30% degli universitari ha frequentato un corso su come creare una nuova azienda (nel 18% dei casi all'università, nel 12% di propria iniziativa). Mentre quasi il 40% degli studenti dichiara di aver avuto almeno un'idea di business: di questi, uno su due ha anche avviato un'attività imprenditoriale o sta cercando di farlo.

Sono alcuni dei risultati della ricerca "Il futuro è oggi: sei pronto?" sulle capacità digitali e la sensibilità imprenditoriale degli studenti universitari italiani, condotta da **University2Business**, società del Gruppo **Digital360** nata dall'esperienza di un gruppo di docenti universitari e professionisti del mondo digitale ed HR, che facilita l'incontro tra gli studenti universitari e il mondo delle imprese, puntando sui canali digitali e sui servizi innovativi. La ricerca, supportata da BIP, Bravo Solution, CheBanca!, Cisco, Engineering, HPE, IBM, Italtel, KPMG, Nestlé, QiBit e UniversityBox, presentata questa mattina a Milano, si è basata un campione statisticamente significativo dell'intera popolazione degli studenti universitari italiani (1.630.300 secondo i dati MIUR), stratificata per facoltà, genere e macro-regione geografica, approfondendo la preparazione sull'innovazione digitale e sull'imprenditorialità sia dal punto di vista sia teorico che pratico.

"In un'economia matura come quella italiana i due principali motori della crescita economica, sia a livello di PIL che di occupazione, sono rappresentati dall'innovazione digitale e dalla nuova imprenditorialità. Dalla ricerca di University2Business emerge però come la maggioranza degli studenti universitari italiani oggi si affacci al mondo del lavoro con una scarsa conoscenza della trasformazione digitale in atto nell'economia, con un approccio passivo al mondo digitale e con una scarsa sensibilità imprenditoriale -. afferma **Andrea Rangone**, CEO di Digital360 -. *Anche se si*

evidenzia, sorprendentemente, un gruppo di studenti trasversale rispetto alle facoltà e alle aree geografiche del Paese che ha capito l'importanza delle tecnologie digitali e sa utilizzarle in modo proattivo e progettuale, assumendo nel contempo uno spirito imprenditoriale”.

LA RICERCA

La ricerca *“Il futuro è oggi: sei pronto?”* ha analizzato la preparazione degli studenti universitari italiani sull'innovazione digitale e sull'imprenditorialità dal punto di vista sia teorico (conoscenze) che pratico (azioni concrete) approfondendo cinque ambiti principali: l'utilizzo di Internet e dei principali strumenti social; l'esperienza progettuale concreta nel mondo digitale, ovvero se e quanto hanno sviluppato progetti digitali; le conoscenze teoriche sull'innovazione digitale applicata al business; le competenze di sviluppo software; l'approccio imprenditoriale, teorico (solo conoscenze) e pragmatico (concrete esperienze imprenditoriali).

L'uso di internet e social media - L'utilizzo di Internet e dei social media è per gli studenti soprattutto un mezzo per essere costantemente informati su cosa succede attorno (41%), per esplorare il mondo (36%) e per aumentare la propria produttività (33%). Oltre il 60% utilizza più di un social network e più di una chat, con il primato di Facebook per quanto riguarda i social network e di Whatsapp per quanto riguarda le chat.

L'esperienza nei progetti digitali - Solo uno studente universitario su cinque ha esperienza in progetti internet, ma nel 70% dei casi con risultati modesti in termini di audience e traffico. Nel dettaglio, il 13% degli studenti ha un proprio blog o un sito, ma solo uno su due aggiorna i contenuti almeno una volta alla settimana; il 23% degli studenti gestisce una pagina Facebook oltre al profilo personale, ma oltre la metà lo fa solo per divertimento o per parlare con gli amici; il 17% ha un canale YouTube, ma solo il 20% lo aggiorna almeno una volta alla settimana; il 36% ha usato almeno una volta internet per vendere qualcosa di proprio, ma solo uno su dieci lo ha fatto attraverso il proprio sito.

Non ci sono particolari differenze tra indirizzo universitario e genere, ad eccezione di YouTube: la gestione di un canale personale è un fenomeno soprattutto maschile e particolarmente diffuso tra gli studenti di informatica (ha un canale YouTube il 25% dei ragazzi rispetto al 10% delle ragazze, il 39% degli informatici rispetto una media del 17% delle altre facoltà).

Le conoscenze teoriche - Alla domanda su cosa significhino concetti chiave delle attuali tecnologie digitali come “mobile advertising”, “cloud”, “fatturazione elettronica” o “big data” in media solo uno studente su quattro è in grado di dare la definizione giusta. Le percentuali però sono abbastanza diverse, dal 12% della definizione di “cloud” al 38% della definizione di “mobile advertising”. Se si considerano corrette anche le risposte con solo parziale o approssimativa del concetto, la percentuale con discreta conoscenza della teoria sale a quasi il 50%.

Non si rilevano grandi differenze tra le facoltà, fatta eccezione per gli informatici che risultano più preparati sulle definizioni di “cloud” e “big data”. Dal punto di vista del genere, le ragazze sembrano meno preparate dei ragazzi (in media due punti percentuali in meno di risposte esatte e circa 10 punti percentuali in più nella risposta “non ne ho idea”).

Le competenze di sviluppo software - Quasi uno studente su tre ha capito l'importanza dello sviluppo software per il suo futuro, tanto da voler imparare al di là dell'offerta formativa universitaria: il 10% degli studenti sa già sviluppare e oltre il 20% sta imparando a farlo. Di questi ultimi, quasi la metà lo fa autonomamente e non all'università. Questa consapevolezza - pur con l'ovvia eccezione degli informatici che mostrano percentuali ben superiori - è trasversale rispetto al tipo di università frequentata.

Il 20% degli studenti che sa sviluppare non ha ancora realizzato nessun prodotto software finito. Tra chi l'ha già realizzato, invece, il 28% dichiara di avere sviluppato siti web, il 16% videogame e il 13% applicazioni mobile. Il linguaggio di programmazione più conosciuto è Java (58%), seguito da HTML (42%) e da SQL (21%). Quasi il 60% di chi sviluppa conosce un solo linguaggio di programmazione e solo il 18% ne conosce almeno tre. Per quanto le applicazioni mobile, le piattaforme più utilizzate sono Android (45%) e iOS (34%), ma sono diffuse anche HTML5 e Windows mobile (entrambe oltre il 20%). Sebbene quasi la metà di chi sviluppa (il 43%) lo faccia solo per divertimento, l'altra metà sviluppa per realizzare la propria idea di business o per aiutare un amico a farlo.

L'approccio imprenditoriale - Si sta diffondendo in Italia il desiderio di conoscere come fare impresa, tanto da spingere gli studenti a frequentare corsi di imprenditorialità anche al di fuori del contesto universitario. Un fenomeno trasversale alle facoltà frequentate, a dimostrazione del fatto che la differenza la fa la "testa" dei ragazzi e la loro presa di consapevolezza. Oltre il 60% degli studenti è in grado di dare la definizione corretta di startup e quasi il 90% tenta almeno di fornire una classifica dei principali fattori che stanno alla base del successo di una nuova impresa: i tre elementi considerati più importanti sono "il team della startup", "l'idea iniziale" e "il gradimento del mercato", seguiti dalla possibilità di "trovare un finanziatore".

Quasi il 40% degli studenti dichiara di aver avuto almeno un'idea di business e, di questi, il 10% ha già avviato un'attività imprenditoriale e un ulteriore 10% sta cercando di farlo. Anche in questo caso, dopo economisti e informatici (che hanno avuto un'idea di business nel 50% e 48% dei casi) si tratta di un fenomeno trasversale con percentuali che oscillano tra il 34% e il 39%. Emerge però una sensibile differenza di genere: solo il 28% delle ragazze dichiara di aver avuto un'idea di business, contro il 51% dei colleghi maschi.

DIGITAL360 (www.digital360.it) si pone l'obiettivo di «accompagnare imprese e pubbliche amministrazioni nella comprensione e nell'attuazione della Trasformazione Digitale e dell'Innovazione Imprenditoriale, e favorirne l'incontro con i migliori fornitori tecnologici», attraverso una piattaforma multicanale unica in Italia composta da **Contenuti Editoriali, Comunicazione, Lead Generation, Eventi, Advisory e Advocacy.**

Per informazioni: Piero Orlando po@dicomunicazione.it mobile +39 3351753472