

Lauree magistrali: la competizione crescente minaccia alcuni atenei

La continua crescita dei corsi di laurea magistrale non è seguita da un aumento uniforme degli iscritti. Conseguenza? Un aumento della competizione tra atenei che minaccia il futuro di alcuni di loro

16/06/2023 - Facendo seguito alla pubblicazione dei dati sugli immatricolati da parte dell'Ufficio Statistico del MUR avvenuta il 9 giugno, Talents Venture ha deciso di analizzare i dati relativi alle iscrizioni nelle lauree magistrali, tema di crescente rilevanza nel sistema universitario nazionale. L'offerta di corsi di laurea magistrale dall'a.a. 2018/19 a oggi è aumentata in quasi tutti gli atenei italiani, ma il 30% di loro oggi ha avuto nel 2021/22 meno iscritti al 1° anno delle magistrali rispetto a quanti ne aveva allora. Si sta generando una competizione tra atenei che minaccia la sostenibilità futura di alcuni di questi. È questo il tema al centro del **quarto report di Discovery, la banca dati di Talents Venture** pensata per formare la governance degli atenei italiani, dal titolo "**Lauree magistrali. Il sentiero stretto degli atenei italiani (e come attraversarlo)**".

"La situazione che si sta delineando è critica, considerando che almeno il 22% dei corsi di laurea magistrali in Italia registra meno di 20 iscritti al primo anno. Per alcuni atenei, come quelli della Basilicata, di Sassari e di Messina, i numeri sono notevoli: più della metà dei corsi di laurea magistrali accoglie meno di 20 studenti al primo anno. Dati del genere rappresentano un campanello d'allarme da non sottovalutare, perché è a rischio la sostenibilità futura di diversi atenei, anche in considerazione dell'inverno demografico in cui stiamo entrando", dichiara Pier Giorgio Bianchi, CEO e Co-Founder di Talents Venture.

I risultati principali

Di seguito sono presentati i risultati principali presenti nel report "**Lauree magistrali. Il sentiero stretto degli atenei italiani (e come attraversarlo)**", che costituiscono solo una parte dell'ampia mole di informazioni presenti nel documento¹:

- a. **L'offerta di corsi cresce continuamente.** I corsi di laurea magistrale in Italia sono in continua crescita (+15% dall'2018/2019 all'a.a. 2022/2023). A registrare la crescita maggiore sono alcuni corsi molto richiesti nel mercato del lavoro, come quelli in "*Tecniche e metodi per la società dell'informazione*", aumentati del +175% dal 18/19 a oggi².
- b. **L'incapacità di chiudere corsi.** Il sistema è relativamente rapido nell'introdurre corsi che rispondono alle esigenze del mercato del lavoro, ma si mostra molto più resistente alla riduzione di corsi nelle classi di laurea meno richieste da studenti e mercato del lavoro: la

¹ Nella lettura dei risultati occorre notare che: (i) se non specificato, per anno di conseguimento della laurea triennale è considerato l'anno solare 2021; (ii) nei dati MUR i corsi inter-classe sono suscettibili di *double-counting*; (iii) alcune delle classifiche esposte non tengono conto della numerosità in termini assoluti di corsi offerti; (iv) i corsi a numerosità particolarmente contenuta non sono rappresentati nei dati di fonte MUR.

² Nell'analisi sono considerate solo le classi di laurea con almeno 10 corsi attivi nell'a.a. 22/23. L'offerta dei corsi in "*Tecniche e metodi per la società dell'informazione*" è aumentata dagli 8 corsi dell'a.a. 18/19 ai 22 dell'a.a. 22/23.

Contatti

info@talentsventure.com
www.talentsventure.com



Ricevi la nostra newsletter **The Higher Education**

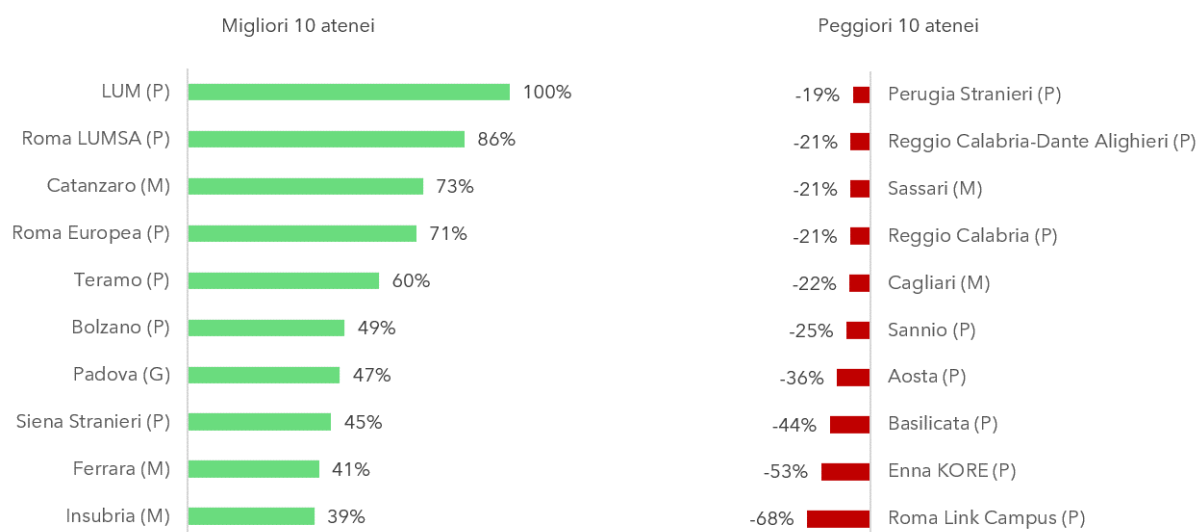
per conoscere le analisi del nostro Osservatorio sull'Istruzione italiana

[Iscriviti qui](#)

classe di laurea in cui l'offerta si è contratta maggiormente, cioè "Traduzione specialistica e interpretariato", ha visto una riduzione del numero di corsi soltanto del 7%.³

- c. **Le iscrizioni sono più concentrate in specifici corsi e atenei.** Gli iscritti al primo anno delle lauree magistrali hanno registrato un aumento complessivo del 17% dal 2018/19 all'ultimo a.a. per cui sono disponibili i dati (il 2021/22), ma le iscrizioni alle magistrali si concentrano nei grandi atenei, che si mostrano particolarmente attrattivi verso i laureati e le laureate che scelgono, dopo la triennale, di proseguire gli studi in una magistrale. Tra questi spiccano La Sapienza di Roma, in cui si laureano il 4,9% dei laureati triennali del Paese e che riesce ad attrarre ben il 6,3% degli iscritti nazionali a corsi magistrali. Seguono Bologna (che "produce" il 5,0% dei laureati triennali e attrae il 6,2% dei nuovi iscritti alle magistrali) e Padova (3,6% dei laureati triennali e 4,9% dei nuovi iscritti alle magistrali).
- d. **Chi resta indietro?** Per tre atenei italiani il numero delle iscrizioni alle magistrali nell'a.a. 21/22 è stato di oltre il 40% inferiore rispetto all'a.a. 18/19: si tratta degli atenei di Roma Link Campus (-68%), Enna KORE (-53%) e ateneo della Basilicata (-44%). Per questi ultimi due la situazione è particolarmente critica, poiché si tratta di università con sedi in territori minacciati da previsioni demografiche severissime: nel 2040 la popolazione di 18-21enni in Basilicata sarà del 33% inferiore ai valori attuali, in Sicilia del 25%.
- e. **Le perle nere del Mezzogiorno e del Centro Italia.** Occorre notare che in un quadro in cui molti piccoli atenei soffrono, sveltano alcune piccole realtà del Centro e del Mezzogiorno che registrano numeri in forte crescita. L'ateneo che cresce di più in Italia è la LUM di Casamassima, in Puglia, che ha visto raddoppiare (+100%) i propri iscritti al 1° anno nei corsi di laurea magistrale tra 2018/19 e 2021/22. Considerevole è anche la crescita di Roma LUMSA (+86%) e dell'Università degli Studi di Catanzaro (+73%) nello stesso periodo (**la Top10 è riportata nel Grafico 1**)

Grafico 1. Atenei per variazione percentuale negli iscritti al 1° anno dei corsi di laurea magistrali (a.a. 21/22 vs a.a. 18/19)



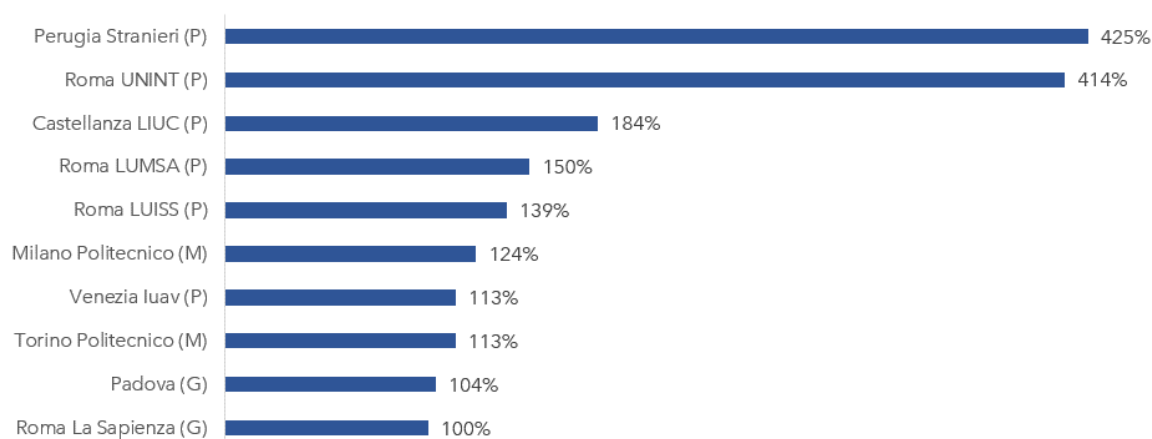
Fonte: elaborazione Osservatorio Talents Venture su dati MUR - Ufficio Statistico.

³ Nell'analisi sono considerate solo le classi di laurea con almeno 10 corsi attivi nell'a.a. 22/23.

Nota: sono esclusi gli atenei telematici. Le lettere tra parentesi indicano la dimensione dell'ateneo: Piccola (inferiore a 10.000 iscritti), Media (tra 10.000 e 60.000), Grande (60.000 e oltre). La numerosità di iscritti impiegata è definizione diretta del MUR.

- f. La forte espansione dell'offerta formativa e l'aumento non uniforme degli iscritti alle magistrali sta generando una **forte competizione tra gli atenei** che, per evitare diminuzioni nelle iscrizioni, aumentano gli sforzi per attrarre studenti da altri territori. Si delinea un quadro, quindi, composto da "atenei esportatori" e "atenei importatori"
- g. Gli **atenei importatori** sono quelli che nelle magistrali riescono ad accogliere più studenti del numero di laureati triennali che conseguono la laurea nell'ateneo⁴. In altre parole, **sono quelli che con le loro magistrali riescono ad attrarre studenti da altri territori**: tra questi compaiono alcuni atenei di piccola dimensione come Perugia Stranieri, dove gli iscritti alle magistrali sono oltre il quadruplo dei laureati triennali (425%), Roma UNINT (414%), Castellanza LIUC (184%) e LUISS (139%). Tra gli atenei di media dimensione, i due politecnici di Milano e di Torino rappresentano i principali importatori (124% e 113%, rispettivamente), mentre tra i grandi atenei è **Padova la maggiore "importatrice" di studenti magistrali** (104%), seguita da Roma La Sapienza (100%; **si veda la Top 10 nel Grafico 2**).
- h. Gli **atenei esportatori** sono invece quelli in cui il numero di iscritti nelle magistrali è di gran lunga inferiore rispetto al numero di laureati triennali che l'ateneo "produce". In altre parole, i laureati e le laureate triennali di questi atenei scelgono o di non proseguire gli studi, o di cambiare ateneo per i successivi anni di studio. Tra questi, compaiono principalmente atenei di piccola dimensione come Aosta (gli iscritti al primo anno delle magistrali sono il 21% dei laureati triennali), Roma Link Campus (26%) e Teramo (33%)⁵.

Grafico 2. Atenei "importatori": Top10 atenei per rapporto tra iscritti al primo anno di magistrale e laureati triennali (a.a. 21/22)



Fonte: elaborazione Osservatorio Talents Venture su dati MUR Ufficio Statistico.

⁴ I dati successivi fanno riferimento all'a.a. 2021/2022.

⁵ Vista la peculiarità della sua offerta formativa, Bra Scienze Gastronomiche non è inclusa nell'analisi ma è ricompresa tra gli "atenei esportatori", in quanto gli iscritti alle magistrali corrispondono a solo il 30% dei laureati triennali.

Nota: sono esclusi gli atenei telematici. Le lettere tra parentesi indicano la dimensione dell'ateneo: Piccola (inferiore a 10.000 iscritti), Media (tra 10.000 e 60.000), Grande (60.000 e oltre). La numerosità di iscritti impiegata è definizione diretta del MUR.

Conclusioni

*“Abbiamo intervistato 500 studenti e studentesse delle triennali per capire cosa li guidi nella decisione di cambiare ateneo per la magistrale. Emerge chiaramente che, quando cambiano università, gli studenti sono alla ricerca di **migliori opportunità lavorative**: le principali leve di attrazione degli atenei che “importano” studenti sono, infatti, i tirocini, le partnership tra corso di laurea e aziende e la presenza di servizi e strumenti per la ricerca di lavoro dopo la laurea.*

*Inoltre, **gli atenei più efficaci non vincono la partita solo su ciò che offrono, ma su come lo comunicano**: il sito web dell'ateneo, punto di arrivo dopo il primo contatto con lo studente (spesso avvenuto via social), è il primario canale informativo in fase di scelta; gli incontri di orientamento (tra Open day e testimonianze di ex studenti) sono il secondo. Trascurare dettagli su questi due canali informativi significa letteralmente lasciare andare via i propri studenti”,* dichiara Carlo Valdes, Economista e Business Data Manager di Talents Venture che ha coordinato l'analisi.

Contatti

info@talentsventure.com
www.talentsventure.com



Ricevi la nostra newsletter **The Higher Education**

per conoscere le analisi del nostro Osservatorio sull'Istruzione italiana

[Iscriviti qui](#)

Chi siamo?



Siamo una società che colleziona e analizza grandi quantità di dati per aiutare le persone a migliorare la propria vita grazie al potere dell'istruzione.

Come lo facciamo?

Siamo una data company che offre due tipologie di servizi:

1. una Piattaforma online che unisce in un unico luogo studenti e studentesse, aziende, enti formativi e investitori;
2. una banca dati grazie alla quale realizziamo studi e ricerche di mercato per aiutare le Università a migliorare il loro posizionamento strategico.

Perché facciamo tutto questo?

Perché vogliamo aumentare l'accesso a percorsi di istruzione di alta qualità affinché i talenti possano essere protagonisti nell'affrontare le sfide globali di aziende ed istituzioni.

Per qualunque approfondimento, siamo reperibili per [mail](mailto:info@talentsventure.com) o sul nostro profilo [LinkedIn](#).

Contatti

info@talentsventure.com
www.talentsventure.com



Ricevi la nostra newsletter **The Higher Education**

per conoscere le analisi del nostro Osservatorio sull'Istruzione italiana

[Iscriviti qui](#)