



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Università e comunicazione: l'Alma Mater tra i migliori atenei a livello internazionale

Secondo un'indagine realizzata dalla società di comunicazione italo-svedese Lundquist l'Alma Mater è al 13° posto a livello internazionale e al 2° posto in Italia per la sua capacità di raccontarsi attraverso la comunicazione digitale

Bologna, 2 aprile 2026 - L'Università di Bologna è tra i migliori atenei a livello internazionale non solo sul fronte della formazione e della ricerca, ma anche per la sua capacità **di raccontare in modo autentico e riconoscibile la propria identità** in un panorama universitario globale sempre più competitivo. Lo mostrano i risultati di "[.University - Global University Ranking](#)", analisi realizzata dalla società di comunicazione italo-svedese Lundquist.

Secondo l'analisi, l'Alma Mater è **al 13° posto a livello internazionale e al 2° posto in Italia**, con una valutazione particolarmente positiva per la capacità di attenzione al contesto globale, all'inclusione e al benessere degli studenti.

La ricerca ha coinvolto inizialmente **118 università** - di cui 57 italiane e 61 internazionali - per analizzare la capacità degli atenei di attrarre e coinvolgere attraverso identità, storytelling, esperienza digitale, relazioni e credibilità dei contenuti. Dopo una prima analisi, sono stati ammessi alla fase finale 47 atenei, di cui 25 italiani e 22 stranieri.

Le università sono state valutate **secondo 77 criteri, distribuiti in 5 macroaree**: identità, purpose e posizionamento; prospettiva globale, inclusione e benessere degli studenti; ricerca, innovazione e trasferimento della conoscenza; sostenibilità e impatto sociale; relazioni con gli alumni.

L'ottimo risultato ottenuto dall'Università di Bologna **conferma l'efficacia delle scelte strategiche** e premia un modello comunicativo che negli ultimi anni ha scelto consapevolmente di rinnovarsi, sperimentare nuovi formati e costruire narrazioni capaci di restituire la complessità dell'esperienza universitaria.

Un percorso che ha portato l'Ateneo a sviluppare **un sistema di linguaggi e visioni sempre più inclusivo e attento alle persone**, capace di accompagnare studentesse e studenti nella loro scelta universitaria attraverso messaggi chiari, attuali e orientati alla comunità.



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Le **campagne di comunicazione** sono state ideate proprio con questo obiettivo: valorizzare la scelta universitaria come un passo da compiere con fiducia, all'interno di una comunità che crede nei diritti, nell'accoglienza e nel sostegno all'unicità di ogni individuo, accompagnandolo in ogni fase del suo percorso.