



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

Scuola di
Studi Umanistici
e della Formazione

Corso di Laurea in
Scienze umanistiche per la
comunicazione

STUDY ABROAD

Formare gli ambasciatori del Made in Italy

Relatore

Gianluca Simonetta

Candidato

Alessandro Pezzano

Anno Accademico 2016/2017

INDICE

INTRODUZIONE	2
CAPITOLO I	
IL PROJECT ATLAS E LO STUDY ABROAD NEL MONDO.....	5
I.1. Premettendo che.....	5
I.2. Project Atlas: raccolta dati sull'internazionalizzazione dell'istruzione superiore	6
I.3. Esempi di progetti volti ad internazionalizzare l'istruzione superiore.....	12
CAPITOLO II	
STUDY ABROAD IN ITALIA	15
II.1. Uni-Italia e la promozione del sistema dell'alta formazione italiano	19
CAPITOLO III	
STUDY ABROAD IN ITALIA: LA REALTÀ NORDAMERICANA E IL SUO IMPATTO SOCIO ECONOMICO	22
III.1. Il Programma Fulbright in Italia.....	26
III.2. AACUPI (Association of American College and University Programs in Italy) e gli studi IRPET (Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana)	29
III.3. Il Made in Italy e la scelta dell'Italia	32
III.4. Lo Shock Culturale.....	34
III.5. Study Abroad Italiano: caratteristiche principali degli studenti nordamericani	37
CAPITOLO IV	
LA REALTÀ EDUITALIA	41
IV.1. La NAFSA e le fiere internazionali	42
IV.2.1. Promozione della lingua italiana nel mondo: reintroduzione e promozione negli Stati Uniti dell'esame di lingua AP (Advanced Placement... Program in Italian Language & Culture)	44
IV.2.2. Promozione della lingua italiana nel mondo: programma P.R.I.A. in Russia	46
CONCLUSIONI	49
RISORSE.....	53

INTRODUZIONE

“Study Abroad” significa letteralmente “studiare all’estero”, un’esperienza molto comune e ormai quasi necessaria per prepararsi al mondo globalizzato nel quale viviamo oggi, ma che può rappresentare anche altro se viene considerato come “fenomeno” e soprattutto come “fenomeno nazionale”.

Lo Study Abroad è un fenomeno mondiale che vede protagonisti milioni di ragazzi che ogni anno attraversano i confini nazionali per intraprendere un percorso di “vita & studio” in un paese differente da quello natale, preparandosi così alle sfide che incontreranno nella nuova società globale.

La maggiore facilità ed efficienza con cui si muovono le merci/oggetti, le informazioni, le persone e le enormi rivoluzioni tecnologiche (come internet e i voli low cost) hanno portato allo sviluppo di un nuovo mondo nel quale le distanze tra stato e stato si sono ridotte in maniera significativa portandoci a vivere in stretto contatto con popoli e culture “diverse” dalla nostra.

Nel contesto di vita attuale, definito come globalizzato, nel quale le diversità culturali che dovrebbero rappresentare un arricchimento e un momento di crescita sembrano invece spingere all’odio e al ripudio dell’altro, un flusso studentesco in continua crescita rappresenta un’opportunità unica per formare ragazzi e ragazze di tutto il mondo al rispetto, alla tolleranza e alla diversità.

We have entered the third millennium through a gate of fire. If today, after the horror of September 11, we see better, and we see further, we will realize that humanity is indivisible. New threats make no distinction between races, nations, or regions. A new insecurity has entered every mind, regardless of wealth or status. A deeper awareness of the bonds that bind us all—in pain as in prosperity—has gripped young and old....

In the early beginnings of the twenty-first century...this new reality can no longer be ignored. It must be confronted

Today, ...even amidst continuing ethnic conflict around the world, there is a growing understanding that human diversity is both the reality that makes dialogue necessary, and the very basis for that dialogue.... We recognize that we are the products of many cultures, traditions, and memories; that mutual respect allows us

to study and learn from other countries; and that we gain strength by combining the foreign with the familiar.¹
(Annan, 2001)

In questo studio cercherò di porre l'attenzione sul fenomeno dello Study Abroad, molto variegato e forse non abbastanza indagato né sviluppato in Italia, che presenta effetti positivi sia per il percorso formativo dei ragazzi sia per lo sviluppo socio economico della nazione.

Investire in modo strategico nello Study Abroad permette di: creare un ambiente accademico multiculturale e maggiormente stimolante nel quale formare i futuri cittadini, stringere relazioni bilaterali con altre nazioni, far crescere la nuova classe dirigente in contatto con le nuove dinamiche globali, avere un guadagno economico considerevole dagli "studenti/turisti" (pagamento delle tasse, alloggio, spese personali ecc.) e soprattutto garantirsi un ritorno di immagine praticamente a costo zero (studenti internazionali che diventano i migliori ambasciatori del Made in Italy e i principali sponsor della nostra penisola).

Nella stesura di questa tesi ho deciso di studiare e quindi descrivere lo Study Abroad partendo da una rapida panoramica del fenomeno nel mondo, fino ad arrivare al caso particolare che volevo approfondire: la realtà degli studenti nordamericani in Italia.

¹ Siamo entrati nel terzo millennio attraverso una porta di fuoco. Se oggi, dopo l'orrore del 11 Settembre, vediamo meglio, e vediamo più lontano, realizzeremo che l'umanità è indivisibile. Le nuove minacce non fanno distinzioni tra razze, nazioni o regioni. Una nuova insicurezza è entrata in ogni mente, indipendentemente dalla ricchezza o dallo status. Una più profonda consapevolezza dei legami che ci legano - nel dolore come nella prosperità - ha influenzato giovani e anziani...

Agli inizi del ventunesimo secolo ... questa nuova realtà non può più essere ignorata. Deve essere affrontata ...

Oggi, ...anche fra i continui conflitti etnici in tutto il mondo, c'è una crescente comprensione che la diversità umana è sia la realtà che rende necessario il dialogo, sia il fondamento stesso del dialogo ... Noi riconosciamo che siamo il prodotto di molte culture, tradizioni e ricordi; che il rispetto reciproco ci permette di studiare e imparare dagli altri paesi; e che noi acquisiamo forza combinando l'estraneo con il familiare. (Traduzione a cura di Alessandro Pezzano)

Nella parte di tesi incentrata sull'Italia (dal capitolo II in poi) mi sono concentrato sulla descrizione di tre agenzie (Uni-Italia, AACUPI² e Eduitalia), diverse per struttura e modalità di lavoro, ma con l'obiettivo comune di promuovere l'Italia come destinazione di studio.

Nel primo capitolo cercherò di offrire una panoramica dello Study Abroad nel mondo, riportando alcuni esempi di investimenti di altre nazioni e parlando di alcuni dei principali protagonisti di questo settore.

Nel secondo capitolo procederò ad illustrare la situazione italiana facendo un elenco di quelli che sono alcuni dei più importanti operatori italiani del settore.

Rivolgerò particolare attenzione all'agenzia Uni-Italia, che è preposta alla promozione del sistema dell'alta formazione italiano (università pubblica, privata e istituti AFAM³).

Nel terzo capitolo continuerò a "restringere" l'obiettivo e parlerò della realtà nordamericana in studio in Italia illustrandone: le motivazioni storiche, i principali operatori, le caratteristiche generali degli studenti americani e le tipologie di corsi di studio disponibili (particolare attenzione verrà rivolta ad AACUPI che è l'associazione dei college e delle università americane con sede in Italia).

Nel quarto e ultimo capitolo parlerò invece in modo più dettagliato dell'associazione Eduitalia illustrandone le caratteristiche principali e le attività svolte per promuovere lo studio in Italia.

² Association of American College and University Programs in Italy

³ Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica (vedi paragrafo II.1.)

CAPITOLO I

IL PROJECT ATLAS

E LO STUDY ABROAD NEL MONDO

I.1. Premettendo che...

Lo Study Abroad è un fenomeno difficilmente descrivibile nella sua totalità poiché composto da diverse categorie di studenti internazionali che scelgono percorsi differenti per i propri periodi di formazione in qualsiasi paese estero⁴.

Generalmente quando parliamo di Study Abroad ci riferiamo alla mobilità internazionale di studentesse e studenti da tutto il mondo che viaggiano per motivi di studio principalmente durante i loro periodi di istruzione secondaria (in particolare di secondo grado) e soprattutto di istruzione superiore.⁵

Ma anche facendo questa prima suddivisione la molteplicità di corsi di studio differenti resta ampia, considerando anche la vastità di proposte dei “summer school” e dei corsi di breve durata: corsi di lingua, accademie d’arte, scuole di cucina, scuole di musica, università, corsi di formazione, istituti privati, distaccamenti di università o college stranieri ecc.

Tradizionalmente uno studente, impegnato a studiare all’estero, passava un anno intero presso l’istituzione ospitante, immergendosi completamente nella cultura del nuovo paese (spesso dormendo presso famiglie autotone).

⁴ Mentre allorché l’ambito di scelta risulti limitato al movimento all’interno della comunità europea si ha il fenomeno più ristretto e noto dell’Erasmus, quantunque anche questo progetto si stia allargando come raggio di azione.

⁵ Il riferimento al sistema educativo di istruzione italiano è utilizzato per far capire in quale momento del percorso di formazione, e quindi a quale età, viaggiano gli studenti in questione. Naturalmente in molti paesi la composizione dei cicli di istruzione differisce da quello Italiano.

Oggi gli studenti possono scegliere tra una varietà infinita di corsi di studio che comportano gradi di immersione nella cultura ospitante molto differenti tra loro: da corsi della durata di tre settimane fino a corsi annuali, oppure possono scegliere di vivere l'esperienza in famiglia o decidere di viaggiare con altri studenti della stessa nazionalità ecc.

I dati che verranno utilizzati in questa tesi non possono quindi descrivere la totalità del fenomeno, anche perché spesso ci si confronta con statistiche che differiscono sia per l'anno di realizzazione sia per le modalità di ricerca, ma possono comunque permettere di fruire di un punto di vista di insieme del fenomeno Study Abroad.

I.2. Project Atlas: raccolta dati sull'internazionalizzazione dell'istruzione superiore

All'inizio del nuovo millennio il numero degli studenti internazionali nel mondo si aggirava intorno ai 2 milioni, anche se le cifre non erano del tutto esaustive per le difficoltà nel classificare un fenomeno di così ampio raggio.

I dati, seppur incompleti, mostravano una forte crescita dello Study Abroad e un aumento di interesse da parte di molti governi nazionali nell'investire grosse somme di denaro per permettere ai propri studenti una formazione estera e contemporaneamente internazionalizzare i propri atenei.

Questo "import/export" di studenti, oltre a dar vita ad un interessante e remunerativa tipologia di turismo, permette la formazione della nuova classe dirigente, secondo le dinamiche di un mondo sempre più globalizzato, e anche l'instaurarsi di nuovi accordi bilaterali tra le nazioni coinvolte.

Il "Project Atlas" nasce in America nel 2001 dalla volontà di effettuare una raccolta dati a livello globale sulla migrazione accademica e l'internazionalizzazione dell'istruzione superiore, per avere un punto di vista sempre più preciso del fenomeno Study Abroad nel mondo.

Il progetto è sostenuto dal *Bureau of Educational and Cultural Affairs*, dal *Dipartimento di Stato degli Stati Uniti*, dall'*Institute of International Education* (IIE) e da diversi partner nazionali (che sono alcune tra le più importanti agenzie governative e non governative coinvolte in questioni legate alla mobilità studentesca come ad esempio: *Canadian Bureau for International Education*, *China Scholarship Council*, *The German Academic Exchange Service*⁶ (DAAD), *British Council* ecc).

L'*Institute of International Education* (IIE) è stato istituito dagli Stati Uniti nel 1919 alla fine della prima guerra mondiale con l'idea che lo scambio educativo avrebbe favorito una maggiore comprensione tra le nazioni.

L'IIE, oltre a promuovere il sopra citato "Project Atlas", si occupa annualmente di redigere le statistiche "Open Doors"⁷ sulla mobilità internazionale degli studenti americani (quantità di studenti, età, sesso, etnia, corsi di studio scelti, destinazioni di studio, stati di provenienza, università o college di provenienza ecc).

Da questi primi esempi si può notare il grosso interesse che una nazione come gli Stati Uniti nutre nei confronti dello Study Abroad, e non solo per l'importanza che un periodo di studio all'estero rappresenta durante la formazione di un ragazzo, ma anche per motivi politici come ad esempio la sicurezza nazionale:

Americans remember the desperate search for speakers of Arabic, Farsi, and Pashto that followed the national calamity of September 11, 2001. A more dramatic demonstration of the importance of study abroad would be difficult to find. Study abroad is one of the major means of producing foreign language speakers and enhancing foreign language learning.⁸

(Commission on Abraham Lincoln Study Abroad Fellowship Program, 2005)

⁶ In Tedesco *Deutscher Akademischer Austauschdienst* (DAAD).

⁷ Nel 1954, in seguito all'aumento di studenti americani in studio all'estero, l'IIE ha inaugurato uno studio annuale sulla popolazione americana in studio all'estero chiamandolo "Open Doors". (iie.org, 1)

⁸ Gli Americani ricordano la disperata ricerca di oratori Arabi, Farsi e Pashto che seguì la calamità nazionale del 11 Settembre 2001. Una dimostrazione più drammatica dell'importanza dello Study Abroad sarebbe difficile da trovare. Lo Study Abroad è uno dei principali mezzi per produrre oratori di lingue straniere e accrescere l'apprendimento di lingue straniere. (Traduzione a cura di Alessandro Pezzano)

I paesi che hanno aderito e partecipano allo sviluppo del Project Atlas sono: Australia, Brasile, Canada, Cile, Cina, Danimarca, Emirati Arabi Uniti, Filippine, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, India, Irlanda, Malesia, Messico, Norvegia, Nuova Zelanda, Olanda, Regno Unito, Repubblica Dominicana, Russia, Spagna, Stati Uniti, Sudafrica e Svezia.⁹

Ad oggi, secondo le statistiche “Project Atlas 2017”, il numero di studenti internazionali ha superato quota 4.600.000 più che raddoppiando i numeri di inizio secolo (iie.org, 4).

Lo Study Abroad rappresenta la nuova “corsa all’oro” a livello globale, in primis per la formazione di quel preziosissimo “materiale” rappresentato dalle nuove generazioni più preparate a vivere in ambienti multiculturali; forze politiche ed economiche “dirigono” questa grande massa in movimento, i nuovi leader si stanno formando all’estero stringendo rapporti con le nazioni ospitanti e mettendo le basi per i nuovi equilibri mondiali.

I governi nazionali riconoscono che gli studenti internazionali contribuiscono finanziariamente sia alle istituzioni ospitanti (attraverso il pagamento delle tasse) sia alle comunità locali in cui questi ragazzi si trasferiscono temporaneamente (attraverso le spese personali), e nel frattempo gli studenti

⁹ Le agenzie partner del Project Atlas sono: Australian Government Department of Education and Training (AUSTRALIA), Brazilian Federal Agency for Support and Evaluation of Graduate Education, and the Brazilian Association for International Education (BRASILE), Canadian Bureau for International Education (CANADA), ministry of Education, Higher Education Division (CILE), China Scholarship Council (CINA), Danish Agency for Universities and Internationalisation (DANIMARCA), Center for Higher Education Data and Statistics, Ministry of Higher Education and Scientific Research (EMIRATI ARABI UNITI), Commission on Higher Education (FILIPPINE), Centre for International Mobility (FINLANDIA), Campus France (FRANCIA), The German Academic Exchange Service (GERMANIA), apan Student Services Organization (GIAPPONE), Association of Indian Universities (INDIA), Education in Ireland (IRLANDA), Ministry of Higher Education Malaysia (MALESIA), National Association of Universities and Higher Education Institutions (MESSICO), Norwegian Centre for International Cooperation in Education (NORVEGIA), New Zealand Ministry of Education (NUOVA ZELANDA), Netherlands Organization for International Cooperation in Higher Education (OLANDA), British Council (REGNO UNITO), Commission on Higher Education (REPUBBLICA DOMINICANA), Center for Sociological Research, Ministry of Education and Science (RUSSIA), Spanish Service for the Internationalization of Education (SPAGNA), Institute of International Education (STATI UNITI), International Education Association of South Africa (SUD AFRICA) e Swedish Institute (SVEZIA). Fonte: (iie.org, 4)

che studiano all'estero acquisiscono nuove competenze e conoscenze che possono essere applicate come forza lavoro specifica una volta rientrati in patria (naturalmente se incentivati a rientrarvi).

Molte nazioni stanno oggi investendo, seguendo il modello americano di cui parleremo nel paragrafo III.2, per avere “filiali” delle proprie università all'estero nelle quali fare studiare i propri studenti: ad esempio la Cina ha aperto un campus della *Xiamen University* in Malesia e ne sta costruendo un altro ad Oxford per la *Peking HSBC Business School* (PHBS) di Pechino. (Benson, 2017)

Per questo motivo è sempre più indispensabile, per investire in crescita al meglio, avere dati aggiornati e precisi sulla mobilità internazionale delle varie nazioni e di conseguenza sulla situazione mondiale.

Tabella 1 (Top 10 paesi “esportatori” di studenti internazionali)

Posizione	Provenienza	Anno	Numero studenti
1	Cina	2017	847.259
2	India	2017	278.383
3	Germania	2017	117.921
4	Corea del Sud	2017	108.608
5	Nigeria	2017	95.619
6	Francia	2017	90.708
7	Kazakistan	2017	89.660
8	Arabia Saudita	2017	85.277
9	Ucraina	2017	76.181
10	Vietnam	2017	70.328

Fonte: (data.uis.unesco.org)

I dati raccolti da UNESCO¹⁰ fanno riferimento a studenti che hanno attraversato una frontiera nazionale o territoriale ai fini educativi e sono ora iscritti al di fuori del loro paese di origine (per questo non sono presenti gli studenti americani, secondo le ultime statistiche “Open doors” sono 325.339, che per la maggior parte studiano in campus statunitensi all’estero).

Tabella 2 (Top 10 paesi ospitanti per numero di studenti internazionali)

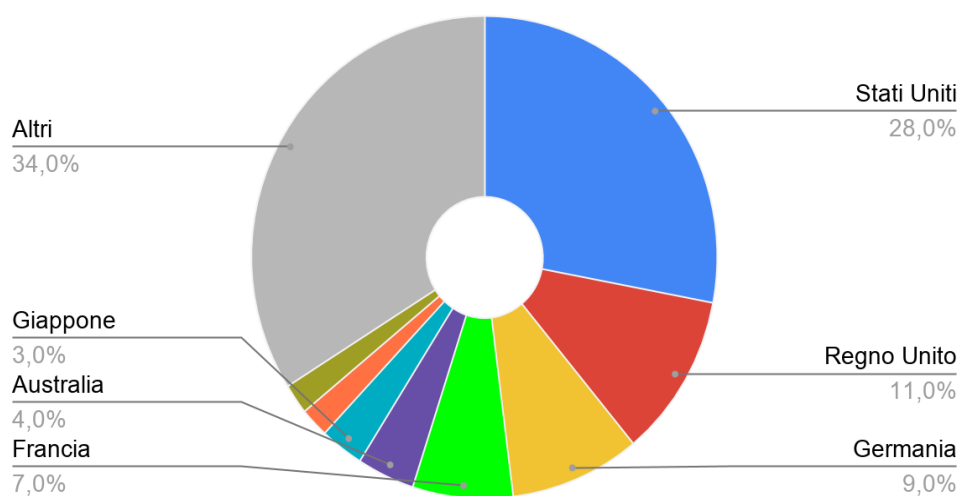
Posizione	Destinazione	Anno	Numero studenti
1	Stati Uniti	2017	1.078.822
2	Regno Unito	2017	501.045
3	Cina	2017	442.773
4	Australia	2017	327.606
5	Francia	2017	323.933
6	Canada	2017	312.100
7	Russia	2017	296.178
8	Germania	2017	251.542
9	Giappone	2017	171.122
10	Spagna	2017	94.962

Fonte: (iie.org, 4)

¹⁰ Anche UNESCO si occupa da anni di raccogliere dati sulla mobilità internazionale degli studenti. Tuttavia i dati raccolti fanno riferimento agli studenti che vanno a studiare in un paese estero iscrivendosi presso un’istituzione di quel paese (non vengono considerati invece gli studenti che sono iscritti nella propria università e poi vanno a studiare nei campus esteri della stessa. Quest’ultima casistica è affrontata in questa tesi nel paragrafo III.2.).

"Top Host Destinations" (2001)

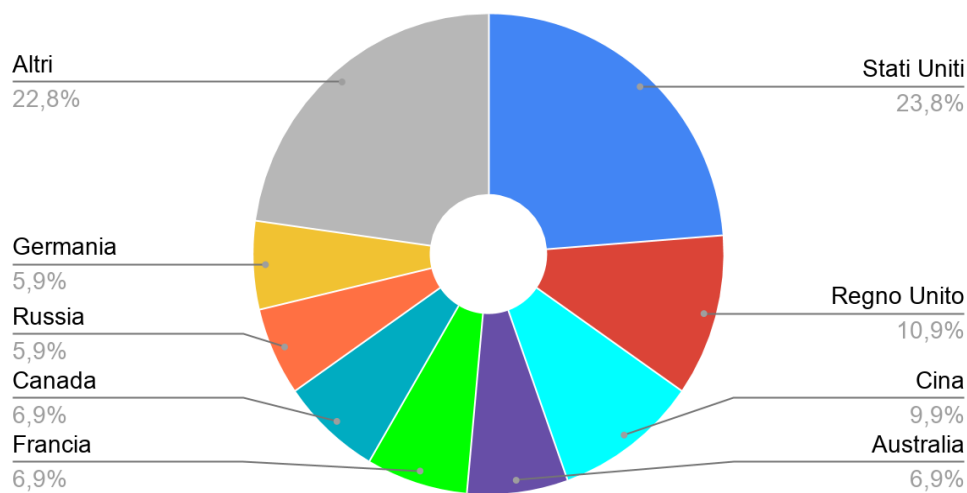
Fonte: Project Atlas 2017 - 2.1 milioni di studenti



Fonte: (iie.org, 4)

"Top Host Destinations" (2017)

Fonte: Project Atlas 2017 - 4.6 milioni di studenti



Fonte: (iie.org, 4)

I dati raccolti da IIE e dai partner del “Project Atlas” fanno riferimento a studenti che perseguono un intero titolo di istruzione superiore all'estero e a quelli sottoposti a programmi a breve termine (meno di un intero anno accademico).

I.3. Esempi di progetti volti ad internazionalizzare l'istruzione superiore

Il capitolo che segue vuole offrire qualche piccolo esempio di come la mobilità studentesca internazionale e l'internazionalizzazione del sistema accademico/formativo nazionale siano di grande interesse per molti stati nel mondo.

Russia - Nel 2012 all'interno di un'ampia politica nazionale volta a sviluppare la competitività globale della ricerca e dell'istruzione superiore russa è stato avviato il "Project 5-100".

Il progetto prevede il raggiungimento, entro il 2020, di una quota del 10% di insegnanti internazionali e del 15% di studenti internazionali nelle università russe, per aumentare la competitività accademica e classificare almeno 5 università tra le prime 100 a livello mondiale (i rankings sono stilati dal *Times Higher Education* attraverso gli annuali *World University Rankings*¹¹).

Gli studenti stranieri che invece vorranno andare a studiare in Russia dovranno sostenere un primo anno di formazione per avvicinarsi alla lingua e alla cultura russa.

Inoltre nel 2014, per contrastare la pericolosa "fuga di cervelli" dalla Russia, il *Ministero della Pubblica Istruzione e della Scienza* ha attivato un programma di borse di studio per il valore di 133,3 milioni di dollari per far studiare all'estero 3.000 laureati russi.

L'accordo prevede che gli studenti, dopo la fine degli studi, rientrino a lavorare in Russia per organizzazioni o imprese statali nei successivi tre anni. (5top100.com) & (University of Oxford International Strategy Office, 2015) & (monitor.icef.com)

¹¹ Per maggiori informazioni consultare il sito web: www.timeshighereducation.com/world-university-rankings

Germania - La Germania prevede di portare entro il 2020 la metà dei suoi studenti ad effettuare almeno un periodo di studio all'estero durante il proprio percorso accademico (nel 2014 circa un terzo degli studenti tedeschi trascorreva un periodo di studio all'estero).

Sono già disponibili fondi per 118.000 studenti tedeschi che studiano all'estero ogni anno e ulteriori finanziamenti per sostenere gli studi internazionali di 36.000 studenti a basso reddito. (University of Oxford International Strategy Office, 2015).

“Germany is putting a lot of money into this. This massive movement of German students abroad is funded,” he said, acknowledging that the 50 per cent target was “ambitious and we are not sure we are going to make it”¹². (Fohrbeck, 2014)

Inoltre la Germania vuole aumentare la percentuale di studenti internazionali che studiano in università tedesche del 17% nei prossimi anni.

Colombia - La Colombia nel 2013 con il programma "Programa de Movilidad Académica" promosso dall'*Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior* ha portato 141 studenti cinesi ad insegnare il mandarino presso alcune università colombiane (non a caso è stata scelta la lingua più parlata al mondo).

Questo è un esempio di come la scelta di diffondere una lingua sia una delle strategie adottate per aumentare l'internazionalizzazione dell'istruzione superiore e stringere rapporti diplomatici tra due paesi. (University of Oxford International Strategy Office, 2015)

Arabia Saudita - L'Arabia Saudita è al lavoro da anni per passare da un'economia basata sul petrolio ad un'economia basata sulla conoscenza e il turismo.

Per incrementare gli sforzi in questa direzione nel 2005 è stato lanciato, dal defunto re Abdullah Bin Abdulaziz Al Saud, il programma di borse di studio “King Abdullah Scholarship Program” (KASP).

¹² “La Germania sta investendo molto denaro in questo. Questo massiccio movimento di studenti tedeschi all'estero è finanziato”, ha detto, riconoscendo che l'obiettivo del 50% era “ambizioso e non siamo sicuri che lo faremo”. (Traduzione a cura di Alessandro Pezzano)

Il programma ha come obiettivo quello di sponsorizzare lo studio, presso le migliori università al mondo, degli accademici sauditi per andare a formare laureati che rispondano alle esigenze del mercato saudita.

Fino ad oggi sono stati oltre 200.000 i cittadini sauditi che si sono laureati in oltre 30 paesi diversi e dal 2015, visto l'enorme successo del programma, il governo dell'Arabia Saudita ha stanziato oltre 2 miliardi di rial saudita per incrementare lo sviluppo del KASP.

Il programma provvede al sostegno degli studenti nei seguenti modi:

- Pagamento delle tasse per la formazione linguistica nella destinazione di studio.
- Pagamento delle tasse per il programma accademico scelto.
- Stipendio mensile per le spese di soggiorno.
- Pagamento dell'assicurazione sanitaria.
- Copertura dei materiali di consumo necessari alla ricerca.
- ecc.

(saudibureau.org)

CAPITOLO II

STUDY ABROAD IN ITALIA

La situazione Italiana è estremamente difficile da descrivere per diversi motivi.

Innanzitutto il nostro sistema, ad oggi, non si è dotato di un unico strumento in grado di mappare l'esatto numero di studenti internazionali presenti sul territorio italiano, rendendo difficile la comprensione della totalità del fenomeno.

Secondo il rapporto EMN Italia “Gli studenti internazionali nelle università italiane: indagine empirica e approfondimenti”, promosso dalla *Rete Europea Migrazioni EMN Italia* e a cura del *Ministero dell'Interno*, gli studenti internazionali in Italia nell'anno accademico 2011/2012 sono stati circa 110.000 suddivisi tra: formazione di primo e secondo ciclo universitario, corsi post-laurea, corsi di alta formazione artistica, musicale e coreutica, studenti comunitari (prevalentemente grazie al programma Erasmus), atenei pontifici, college e università americane. (Rete Europea Migrazioni EMN Italia, 2013)

L'assenza di una mappatura ufficiale e completa del numero di studenti internazionali in Italia, la necessità di potenziare una struttura unica e leggera, partendo dal modello e dall'esperienza di *Uni-Italia*, per la promozione all'estero dell'offerta formativa italiana (ad esempio come avviene in Germania col *DAAD* e nel Regno Unito col *British Council*) e la molteplicità di offerte formative e operatori privati presenti sul nostro territorio, rendono difficile una panoramica esaustiva dello Study Abroad in Italia.

Secondo il documento “Strategia per la promozione all'estero della formazione superiore italiana 2017/2020” promosso dal *Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale* (MAECI) e dal *Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca* (MIUR) le principali azioni

governative volte ad aumentare l'attrattività di studenti internazionali, soprattutto per quel che riguarda l'università pubblica italiana, sono:

- Aumento dei corsi in lingua inglese¹³.
- Semplificazione degli esami di accesso e contestualmente maggior riconoscimento dei titoli di studio rilasciati da paesi terzi.
- Snellire le procedure di richiesta e ottenimento del permesso di ingresso e di soggiorno per motivi di studio.
- Valorizzazione della lingua e della cultura italiana all'estero.
- Potenziamento della struttura "leggera" di promozione all'estero del sistema di formazione superiore.

(Amodio, 2017)

Tuttavia esistono in Italia alcune realtà che da anni lavorano per incrementare, non solo nell'ambito della formazione universitaria, la visibilità internazionale e strutturare un sistema nazionale "Study Abroad Italiano" capace di intercettare e portare nel nostro paese il maggior numero di studenti possibile: AACUPI, Asils, Eduitalia, Società Dante Alighieri, Uni-Italia, Università per Stranieri di Perugia e Università per Stranieri di Siena sono alcuni degli esempi più interessanti.

AACUPI - (Association of American College and University Programs in Italy) è l'associazione delle università e dei college americani che hanno sede in Italia. Ad AACUPI sono associati più di 150 programmi di studio per un totale di circa 20.000 studenti l'anno (vedi paragrafo III.2.).

(aacupi.org)

Asils - è l'associazione delle scuole di Italiano come lingua seconda e raggruppa la maggior parte di scuole d'italiano per studenti stranieri presenti in Italia (28.200 studenti nell'anno accademico 2016/17 secondo le statistiche Asils). (asils.it)

¹³ Si calcola che in Europa nel 2014 sono stati aperti circa 8.100 corsi in lingua inglese per favorire, in paesi non anglofoni, l'arrivo di studenti stranieri. (Benson, 2017)

Eduitalia - è un'associazione no profit di 87 tra scuole/accademie e università qualificate che offrono corsi a studenti stranieri in Italia (vedi capitolo IV). (eduitalia.org)

Società Dante Alighieri - La Società Dante Alighieri (SDA) venne fondata nel 1889 da un gruppo di intellettuali guidati da Giosuè Carducci con lo scopo di “tutelare e diffondere la lingua e la cultura italiana nel mondo, ravvivando i legami spirituali dei connazionali all'estero con la madre patria e alimentando tra gli stranieri l'amore e il culto per la civiltà italiana”. (ladante.it)

All'estero per mezzo dei suoi Comitati (che sono 401 sparsi nel mondo e curano l'attività di 8.700 corsi di lingua e cultura italiana) la SDA istituisce e supporta scuole, biblioteche, corsi di lingua e cultura italiana, promuove conferenze, manifestazioni artistiche e culturali, diffonde libri, pubblicazioni e assegna premi e borse di studio.

In Italia la SDA per mezzo dei suoi 81 Comitati, dislocati in molte delle province italiane, organizza corsi di lingua e cultura italiana per più di 6.000 studenti stranieri l'anno.

La SDA svolge un ruolo fondamentale nel diffondere all'estero la lingua e la cultura italiana. (ladante.it)

Uni-Italia - è l'associazione di Università pubbliche Italiane costituita il 30 luglio 2010 dai seguenti Ministeri: *Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e dal Ministero dell'Interno*.

L'attività di Uni-Italia è quella di promuovere il sistema dell'alta formazione italiano, composto dalle università pubbliche, private e dagli Istituti AFAM (Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica), vedi paragrafo II.1.. (uni-italia.it, 1)

Università per Stranieri di Perugia - L'Università per Stranieri di Perugia si distingue nel panorama internazionale per essere una delle più antiche

Istituzioni italiane impegnata nella diffusione della lingua, della cultura e della civiltà d'Italia.

L'università è stata fondata nel 1921 dall'avvocato perugino Astorre Lupattelli, all'epoca con la finalità di diffondere in Italia e all'estero la conoscenza dell'Umbria. (unistrapg.it)

Di particolare importanza è stato lo sviluppo da parte dell'Università per Stranieri di Perugia dei programmi Marco Polo e Turandot¹⁴, considerando che la stipula dei relativi accordi governativi contribuisce in modo decisivo al rafforzamento delle relazioni internazionali tra Italia e Cina. (Rete Europea Migrazioni EMN Italia, 2013)

Università per Stranieri di Siena - Siena, città d'arte conosciuta per le sue bellezze a livello mondiale, detiene due particolari primati che sono diventati la base della missione dell'Università per Stranieri di Siena: nel 1588 fu istituita a Siena la prima cattedra di lingua Italiana destinata a studenti stranieri (si trattava di studenti tedeschi), e sempre a Siena nel 1917 furono realizzati i primi corsi di lingua e cultura italiana dopo l'Unità d'Italia.

La qualità dei corsi e della ricerca dell'Università per Stranieri di Siena è testimoniata dall'aver ricevuto per ben cinque volte il Label del *Consiglio d'Europa* per i migliori progetti per la diffusione delle lingue. (unistrasi.it)

¹⁴ Il Programma Marco Polo nasce nel 2006 su diretta sollecitazione del governo cinese e di quello italiano. Nasce per dare la possibilità agli studenti cinesi di compiere un percorso accademico in Italia a condizione che frequentino prima un corso di lingua italiana con certificazione finale (durata 10 mesi).

Successivamente è stato inserito anche il programma Turandot per gli studenti cinesi interessati alle scuole di Alta Formazione Artistica e Musicale (AFAM).

In seguito all'accordo tra Italia e Cina il numero di studenti cinesi nelle università italiane è cresciuto dai 50 del 2006 ai quasi 8.000 nell'anno accademico 2011/12.

(Rete Europea Migrazioni EMN Italia, 2013)

II.1. Uni-Italia e la promozione del sistema dell'alta formazione italiano

Uni-Italia è l'associazione di Università pubbliche Italiane costituita il 30 luglio 2010 dai seguenti Ministeri: *Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e dal Ministero dell'Interno.*

E' l'agenzia italiana preposta alla promozione del sistema di istruzione superiore, ed è per l'Italia ciò che il *British Council* è per l'Inghilterra, ciò che il *DAAD* è per la Germania, ciò che *Campus France* è per la Francia ecc.

Anche se in ritardo (il *British Council* ad esempio è stato fondato nel 1934) la fondazione di Uni-Italia è di fondamentale importanza per il processo di internazionalizzazione del sistema universitario italiano.

L'attività di Uni-Italia è quella di promuovere il sistema formativo italiano, composto dalle università pubbliche, dalle università private e dagli Istituti AFAM (Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica), attraverso l'organizzazione di eventi e convegni, la partecipazione alle più grandi fiere internazionali¹⁵ e la collaborazione con gli Istituti Italiani di Cultura all'estero.

In Italia, ad oggi, ci sono 97 università (tra pubbliche e private), 12 centri di ricerca nazionali e gli istituti AFAM che sono 137 suddivisi in: 20 Accademie di Belle Arti statali, 20 Accademie di Belle Arti legalmente riconosciute, l'Accademia Nazionale di Arte Drammatica, l'Accademia Nazionale di Danza, 55 Conservatori di Musica, 18 Istituti Musicali pareggiati, 5 Istituti superiori per le industrie artistiche (ISIA), 17 Istituzioni autorizzate a rilasciare titoli di Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica.

L'obiettivo primario è quello di favorire l'attrazione di studenti e ricercatori stranieri verso le università italiane e favorire la cooperazione a livello universitario tra l'Italia e gli altri paesi.

¹⁵ Proprio quest'anno, precisamente a Maggio 2018, Uni-Italia parteciperà per la prima volta all'annuale conferenza della NAFSA che si terrà a Philadelphia (vedi paragrafo IV.1.)

Uni-Italia ha uffici in Brasile, Cina, India, Indonesia, Iran e Vietnam (che sono i paesi considerati strategici dallo stato italiano). (uni-italia.it, 1)

Dal 2011 Uni-Italia si è dotata di un Consiglio Scientifico per diventare un interlocutore capace di farsi portavoce delle problematiche delle università e degli istituti AFAM, e conseguentemente rivolgersi ai ministeri competenti.

Ad oggi il Consiglio Scientifico, presieduto dal Prof. Carlo Naldi, è composto da 40 Atenei italiani e si riunisce periodicamente per discutere degli sviluppi del processo di internazionalizzazione del sistema formativo italiano, evidenziandone problematiche e punti di forza.

I risultati di queste discussioni hanno contribuito concretamente a definire:

- la scelta dei paesi “strategici” verso i quali incrementare gli sforzi.
- la formazione linguistica (come nel caso del programma Marco Polo/Turandot).
- il problema del rilascio dei visti.
- strade possibili per raggiungere un maggior numero di borsisti stranieri sostenuti da altri paesi.
- creazione di un Data Base sull’offerta in Inglese degli atenei italiani.
- ecc.

(uni-italia.it, 2).

Uni-Italia a livello internazionale ha collaborato, e tutt’ora collabora, con le principali agenzie europee: con *Campus France* ha creato il primo Data Base sulle doppie lauree Italia-Francia, collabora al progetto “Study in Europe”¹⁶ che è coordinato dal *British Council* e nel 2015 è stata invitata per la

¹⁶ Per maggiori informazioni: https://ec.europa.eu/education/study-in-europe_it

prima volta a rappresentare l'Italia al “G7 International higher Education Summit 2015”¹⁷. (uni-italia.it, 2)

Uni-Italia attraverso la creazione degli “Italian Days on Higher Education” (in Vietnam, Cina, Indonesia ecc) e del “Tutor linguistico per la diffusione della lingua e della cultura italiana in Cina”, ha dato voce a decine di istituti Italiani all'interno di alcune tra le maggiori fiere per l'Istruzione: Conferenza EAIE¹⁸, CEE¹⁹ (Cina), CIEET²⁰ (Cina), EHEF²¹ (Indonesia), EHEF (Vietnam), EHEF (Filippine), EHEF (India), IEF²² (Kazakhstan), IEF (Azerbaijan), IEF (Turchia), FPP EduMedia (Brasile), ecc.

¹⁷ Questi summit internazionali delle agenzie di istruzione superiore si tengono nel paese che detiene la presidenza del G7.

¹⁸ European Association for International Education (EAIE).

¹⁹ China Education Expo (CEE).

²⁰ China International Education Exhibition Tour (CIEET).

²¹ European Higher Education Fair (EHDF).

²² International Education Fair (IEF).

CAPITOLO III

STUDY ABROAD IN ITALIA:

LA REALTÀ NORDAMERICANA

E IL SUO IMPATTO SOCIO ECONOMICO

Come descritto nel capitolo precedente cercare di offrire una panoramica complessiva ed esaustiva del fenomeno Study Abroad in Italia è impresa difficile, e lo è particolarmente in un lavoro di tesi triennale.

Tuttavia una delle intenzioni di questo studio è porre l'attenzione su una particolare "nicchia" di studenti internazionali, che scelgono l'Italia come destinazione di studio e la rendono protagonista nel mondo come paese ospitante: gli studenti statunitensi.

Si cercherà di individuare le motivazioni che spingono gli studenti americani a scegliere l'Italia, le caratteristiche principali degli stessi e i principali operatori che lavorano da anni per incrementare anno dopo anno questo flusso studentesco.

L'Italia secondo le ultime statistiche "Open Doors", che sono redatte annualmente dall'*Institute of international Education* (IIE), è seconda soltanto al Regno Unito come destinazione di studio scelta dagli studenti nordamericani: nell'anno accademico 2015/16 sono stati 34.894 gli studenti statunitensi che hanno studiato in Italia (sono principalmente studenti americani, tuttavia vi è anche la presenza di ragazzi di altre nazionalità precedentemente immatricolati presso college o università statunitense).

Considerando le ovvie affinità linguistiche e culturali che legano gli Stati Uniti al Regno Unito, e anche i diversi territori (insulari e non) che lo compongono, il risultato è ancora più importante e interessante da analizzare quanto da implementare essendovene i presupposti.

Questo considerevole numero di studenti rappresenta per l'Italia un patrimonio di grande interesse sia sotto il profilo economico che sociale:

da un lato l'impatto economico ed occupazionale per l'anno 2012 è stato quantificato, rispettivamente, in 544,4 milioni di euro come Valore Aggiunto e 10.454 Unità di lavoro, ... dall'altro la presenza di programmi di studio stabili favorisce l'internazionalizzazione dei territori che li ospitano, favorendo scambi e partnership e creando un substrato culturale più multiculturale e integrato.
(IRPET, 2013)

Le cifre appena lette si riferiscono ai “soli” 19.000 studenti che nell'anno accademico 2011/12 hanno studiato presso università o college legati al mondo AACUPI (parleremo dello studio svolto per AACUPI nel paragrafo III.2.).

Considerando che tra i 19.000 studenti presi in esame nello studio svolto da IRPET (*Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana*) nel 2011/12 e i 34.894 studenti segnalati da “Open Doors” in Italia nel 2015/16 c'è uno scarto di più di 15.000 unità, è intuitivo pensare che l'impatto economico di questi ragazzi sia ben superiore a quello indicato.

Per calcolare questa stima economica sono state utilizzate le tre principali fonti di attivazione della domanda: la spesa dei programmi (ovvero le tasse accademiche pagate alle istituzioni nordamericane presenti in Italia), il consumo degli studenti (spese per i viaggi, visite ai musei, alloggio, ristorazione, shopping ecc) e la spesa turistica di amici o parenti che vengono a trovare gli studenti durante il loro soggiorno (si stima che di media ogni ragazzo riceva 2,6 persone durante il proprio soggiorno).

Tabella 3 (Prime 10 destinazione scelte dagli studenti nord americani)

Posizione	Destinazione	2014/15	2015/16	% Tot.	Variazione %
1	Regno Unito	38.189	39.140	12,0	2,5
2	Italia	33.768	34.894	10,7	3,3
3	Spagna	28.325	29.975	9,2	5,8
4	Francia	18.198	17.214	5,3	- 5,4
5	Germania	11.010	11.900	3,7	8,1

6	Cina	12.790	11.688	3,6	- 8,6
7	Irlanda	10.230	11.070	3,4	8,2
8	Australia	8.810	9.536	2,9	8,2
9	Costa Rica	9.305	9.233	2,8	-0,8
10	Giappone	6.053	7.145	2,2	18,0

Fonte: (iie.org, 2)

Il fenomeno che si prova a fotografare fa riferimento, esclusa qualche eccezione, a studenti prevalentemente "undergraduate" che partecipano a corsi studio di breve/media durata (il c.d. *Summer Term* - media 8 settimane) presso università o college americani, istituti privati, accademie, università italiane, scuole di lingua ecc.

In generale la divisione principale di corsi studio avviene tra: università e college americani/canadesi che hanno investito creando delle vere e proprie "filiali" in Italia e istituti di insegnamento italiani che offrono i loro servizi su base contrattuale a favore di atenei esteri i quali hanno scelto di non dotarsi di sedi in Italia.

Per rispondere ad esigenze e bisogni differenti²³ da parte degli studenti nella scelta di intraprendere un viaggio per motivo di studio esistono differenti modelli di programmi.

I modelli di programmi di studio più diffusi sono quattro.

Programma Isola - Sono programmi di breve durata (dalle quattro alle otto settimane) per studenti che hanno interesse o necessità di vivere un'esperienza breve (spesso attivi durante l'estate o durante la pausa tra i semestri in America).

Sono diretti dallo staff del campus americano e cercano il più possibile di imitare l'esperienza dello stesso però all'estero. (Gore, 2017)

²³ Nello studio IRPET 2013, sono state individuate diverse motivazioni nella scelta di studiare all'estero: voglia di riscoprire le proprie origini, studiare la lingua e la cultura di un paese specifico, vivere un'esperienza all'estero, rompere con la propria routine quotidiana ecc.

Iscrizione diretta - Sono programmi che cercano di far “immergere” il più possibile lo studente nel tessuto sociale del paese ospitante.

Gli studenti vengono iscritti all’università locale dove frequentano corsi nella lingua del paese ospitante gestiti da staff e professori locali.

Anche nella scelta dell’alloggio viene ricercata l’integrazione: gli studenti dormono in alloggi condivisi con studenti locali. (Gore, 2017)

Programma Ibrido - Sono programmi intermedi tra i due descritti sopra.

Gli studenti seguono i corsi offerti dal programma americano e parallelamente seguono alcuni corsi presso un’istituzione del paese ospitante avendo così la possibilità di interagire maggiormente con le persone autotone. (Gore, 2017)

Programmi di Scambio - Lo studente paga tasse e contributi alla propria università e può andare a studiare presso un istituto associato.

Questi programmi sono più leggeri economicamente ma possono accogliere un numero minore di studenti in quanto ci deve essere un bilanciamento nel numero di studenti scambiati tra le due istituzioni per il pagamento delle tasse. (Gore, 2017)

III.1. Il Programma Fulbright in Italia

Ma perché l'Italia suscita così tanto interesse da parte degli studenti nordamericani?

Per trovare una delle possibili motivazioni all'importante presenza di ragazzi nordamericani in Italia dobbiamo tornare a metà degli anni 40' e descrivere uno dei primissimi accordi bilaterali tra Italia e Stati Uniti riguardanti lo scambio studentesco.

Al concludersi della seconda guerra mondiale gli Stati Uniti avevano accumulato numerosi crediti di guerra verso paesi europei e varato il noto Piano Marshall per la ricostruzione economica del nostro continente (European Recovery Program).

Tra le varie iniziative congiunte al Piano Marshall venne promosso il programma di borse di studio "Fulbright Scholarship Program" per favorire gli scambi accademici tra gli Stati Uniti e altri stati nel mondo, tra i quali, anche quelli che oggi formano l'Europa.

Il programma venne ideato dal senatore democratico J. William Fulbright, che nel 1946 fu promotore della legge che porta il suo nome: il programma Fulbright germinò per la ricostruzione culturale del continente ciò che il Piano Marshall realizzò per la ricostruzione economica (il senatore J. William Fulbright fu uno dei primi a immaginarsi l'unificazione europea).

Lo scopo di tale programma era quello di promuovere lo scambio di giovani studenti preparati culturalmente e di mentalità aperta che potessero contribuire a creare partnership tra i popoli, e come disse il senatore Fulbright: "creare il senso di una comune umanità, la consapevolezza che gli altri paesi sono popolati non da dottrine, ma da individui". (Scelba, 2008)

Il Senatore, che era tra i più giovani membri del Senato, si era accorto dell'importanza dello studio all'estero come momento di formazione poiché poco più che ventenne aveva potuto usufruire del prestigioso *Rhodes Scholarship*²⁴ in Inghilterra.

²⁴ Fondato in Inghilterra nel 1902 fu il primo programma su larga scala di borse di studio internazionali. (rhodeshouse.ox.ac.uk)

L'idea era quella di creare una vera e propria “osmosi” tra le due culture che entravano in contatto: da un parte Fulbright voleva “sprovvincializzare” i ragazzi americani, dall'altra offrire al paese ospitante modelli diversi di mentalità, di studio, di soluzione dei problemi ecc.

Ad oggi il programma Fulbright è il più importante programma di scambi culturali americano ed è sponsorizzato dal *Bureau of Educational and Cultural Affairs* del *Dipartimento di Stato degli Stati Uniti* e dai governi dei paesi partecipanti.

Il programma è attivo in più di 155 paesi ed è stato promotore nel mondo di circa 294.000 borse di studio in sessant'anni di attività.

In Italia il programma Fulbright è stato attivato nel 1948 con un primo accordo tra il Governo italiano e quello statunitense e con la formazione della Commissione per gli Scambi Culturali fra l'Italia e gli Stati Uniti (*The US – Italy Fulbright Commission*). (fulbright.it)

Grazie al lavoro della Dott.ssa Cipriana Scelba primo direttore italiano della Commissione, e in carica sino al 1988, possono essere raccontati i primi passi, alcuni aneddoti e i nomi di alcuni borsisti italiani che hanno beneficiato della possibilità offerta da questo programma.

Le prime borse di studio per i “Fulbrighters” italiani e americani furono assegnate per l'anno accademico 1949/50.

Le borse per gli studenti italiani erano finanziate dal “fondo lire” del Governo Americano e coprivano solo il viaggio e altre piccole spese (ma in America vi erano già diversi campus che offrivano vitto e alloggio nelle università di accoglienza), mentre il corrispettivo per gli studenti americani era di 128.720 lire che permetteva ai borsisti più economi di trattenersi in Italia più del tempo previsto mentre a quelli “meno attenti” di vivere il periodo di studio in modo molto agiato.

Dal momento che in Italia non esistevano ancora corsi post-laurea vennero organizzati incontri privati tra i graduate students americani e i professori italiani, o con artisti italiani nel caso di materie artistiche.

Ad esempio molti giovani cantanti americani venivano in Italia per entrare in contatto con l'atmosfera della nostra opera lirica; essendo già diplomati da ottimi conservatori americani vennero organizzati seminari privati con maestri concertatori italiani.

Dal 1950 si cominciarono ad istituire alcuni corsi di orientamento che fossero propedeutici all'inserimento degli studenti americani in Italia.

I corsi, intensivi e concentrati in quattro settimane, furono organizzati dall'Università per Stranieri di Perugia (non molto distante da ciò che succede oggi nei programmi "Marco Polo e Turandot" rivolti agli studenti cinesi).

Ai tempi, e in grossa parte anche oggi, vi era una visione stereotipata che voleva gli americani interessati all'Italia esclusivamente per la sua illustre storia e viceversa gli italiani interessati al "nuovo continente" per il progresso e la modernità.

Nel corso degli anni successivi nel tentativo di trovare nuovi "interessi" comuni vennero istituiti o ridefiniti, da ex borsisti, numerosi corsi universitari ancora oggi presenti.

Una delle prime scuole di business in Italia fu l'ISIDA²⁵, fondata a Palermo dall'idea di un ex-borsista.

Franco Ferrarotti, graduate student classe 1952/53, fu il primo cattedratico di Sociologia (esisteva già soprattutto in ambito medico ma era stata trascurata a livello accademico, per motivi ideologici, durante il periodo fascista).

Giovanni De Maria, grazie al programma Fulbright vinse un triennio di ricerche presso il dipartimento dell'università di fisica di Chicago, e divenne il primo studioso italiano ad essere incaricato dalla NASA nel corso delle notorie Missioni Apollo 12, 14, 15, 16 e 17. (Martino, 2017)

Tra i più noti ex borsisti Italiani si trova anche il nome dello scrittore alessandrino Umberto Eco²⁶.

²⁵ Istituto Superiore per Imprenditori e Dirigenti di Azienda.

²⁶ Non cito tra le risorse di questa tesi il libro di Umberto Eco "*Come si fa una tesi di laurea*" poiché non è inerente alla ricerca, ma è stato comunque molto importante nella stesura della stessa.

III.2. AACUPI (Association of American College and University Programs in Italy) e gli studi IRPET (Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana)

In Italia, e in particolare a Roma e Firenze, vi è ormai da quasi un secolo la presenza di vere e proprie “filiali” di prestigiose università e college statunitensi che inseriscono nelle proprie offerte formative periodi di studio all'estero.

Uno dei più antichi programmi di studio in Italia, e sicuramente il più antico associato ad AACUPI, è lo *Smith College* fondato a Firenze nel 1931²⁷. (Lorini, 2005)

AACUPI fu fondata a Roma nel 1978 per organizzare, sotto forma di associazione volontaria, i programmi di studio americani che si trovavano tra Roma e Firenze (fu formata da ventitre membri).

L'associazione funziona su base nazionale, ha sede a Roma e deve essere abbastanza flessibile per poter rispondere a livello locale alle esigenze dei singoli programmi e a livello nazionale ai bisogni generali di tutti.

Il primo obiettivo di AACUPI fu quello, attraverso un lavoro di ricerca e l'esperienza acquisita sul campo, di diventare un centro di distribuzione di idee e informazioni legati ai programmi di studio nordamericani in Italia.

Desiderosa di stimolare e facilitare attraverso la cooperazione gli interessi dei programmi accademici internazionali americani a Roma e in Italia; allo scopo di espandere, proteggere e in generale di arricchire i rispettivi programmi educativi e le proprie attività di ricerca accademiche attraverso l'assistenza reciproca; allo scopo di sviluppare anche la cooperazione tra i programmi americani e le adeguate controparti istituzionali italiane attraverso scambi educativi e culturali in genere; ed essendo rappresentata da persone autorizzate, i sottoscritti istituti si uniscono insieme in una associazione volontaria.

(IRPET, 2008. *Preambolo dello statuto AACUPI*)

All'epoca l'idea che un'università decidesse di aprire una sede all'estero per far studiare i propri studenti non era così diffusa.

Prima che gli americani sviluppassero questo modello di studio all'estero i precedenti erano davvero pochi e quasi tutti di natura coloniale o

²⁷ Il primo gruppo era composto da sole 8 studentesse nel 1933. (sophia.smith.edu)

imperialistica (ad esempio l'Università Ceylon istituita dagli inglesi nello Sri Lanka).

L'obiettivo di questi programmi non è quello di esportare il proprio sistema educativo in un altro paese, ma quello di arricchire il percorso di studio dei propri studenti con un'esperienza all'estero (mantenendo comunque gli stessi standard qualitativi, cosa di cui AACUPI è responsabile).

Gli Stati Uniti, come già detto, sono da molto tempo attenti alle politiche legate allo Study Abroad che viene ritenuto un momento di crescita fondamentale sia per il ragazzo che per la nazione: sono tra le nazioni più attive sia per numero di studenti internazionali accolti nel proprio sistema accademico (dove sono leader con 1.043.839 di studenti secondo Project Atlas), sia per numero di studenti americani esportati all'estero (325.339 secondo Open Doors, e con il progetto “*Generation Study Abroad*” promosso dall’IIE l'obiettivo è il raggiungimento di 600.000 studenti all'estero entro il 2020).

AACUPI che è riconosciuta ufficialmente sia dal Governo Italiano che da quello statunitense e canadese, ha come obiettivo primario quello di individuare e risolvere i problemi di natura legale e fiscale legati alla presenza di istituzioni non governative in Italia, diventando un punto di riferimento per le realtà americane che vogliono aprire delle sedi in Italia e per quelle che già vi operano. (aaicu.org)

Ad esempio nel 1999 AACUPI è riuscita, collaborando con il Governo Italiano, a far sì che fossero colte alcune esigenze dei propri associati dando quindi vita alla c.d Legge Barile (art. 2 della legge n. 4 del 14 gennaio 1999), attraverso la quale i college e le università americane in Italia possono, in sintesi detto, essere considerate no-profit e quindi godere di alcuni benefici fiscali.

I corsi legati al mondo AACUPI sono quasi tutti in lingua Inglese con la presenza di alcuni corsi in Italiano prevalentemente nello studio della lingua e della cultura Italiana.

Una realtà così presente sul territorio Italiano concorre a creare una sinergia economico/sociale tra i due paesi interessati e non solo attraverso gli studenti (che sono circa 20.000 l'anno), infatti il 50% percento del personale

AACUPI è americano e circa un quarto si trasferisce a vivere in Italia con le proprie famiglie.

Nel 1990 per poter coordinare il pagamento delle tasse nazionali da parte dei membri di AACUPI, la stessa è dovuta diventare un'associazione legalmente costituita.

La dirigenza di AACUPI è formata da un presidente e da un tesoriere/segretario eletti ogni due anni dai soci membri, generalmente durante l'ultima assemblea a chiusura dell'anno accademico. (IRPET, 2008)

Dal 2016 AACUPI ha supportato attivamente la formazione dell'*European Association of Study Abroad*, un gruppo di associazioni nazionali che rappresentano i programmi nordamericani in Europa. (eu-asa.org)

Ad oggi sono associati ad AACUPI più di 150 programmi nordamericani in Italia con un numero di studenti superiore alle ventimila unità (18.791 sono stati gli studenti americani legati al mondo AACUPI nell'anno 2012, e si stima che dal 1978 siano stati circa 300.000 gli studenti americani venuti a studiare in Italia presso le realtà dell'associazione). (IRPET, 2008)

Dal 1992 AACUPI ha commissionato a più riprese IRPET (Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana) per studiare le caratteristiche e l'impatto socio/economico del fenomeno Study Abroad degli studenti nordamericani in Italia.

“L'IRPET è un Ente pubblico regionale che ha un ruolo istituzionale nella ricerca socio-economica e come supporto tecnico-scientifico alla Regione Toscana.” (IRPET, 2013)

Il primo studio del 1992 prendeva in esame ventitre programmi di studio in Toscana, il secondo del 2000 (*Proceedings of Educating in Paradise*) è stato effettuato su scala nazionale per un totale di settantasei programmi di studio.

Nel 2008, per festeggiare il trentesimo anniversario di AACUPI, è stato redatto un terzo studio (*Trent'anni di Storia, Attività ed Impatto dei Programmi delle Università Nord Americane in Italia*) su centotrentaquattro programmi di studio in Italia.

L'ultima versione della ricerca è datata 2013 (*Educating in Paradise: Il Valore dei Programmi Universitari Nord Americani in Italia – Caratteristiche, Impatto e Prospettive*) ed è stata effettuata su centocinquanta programmi di studio. (IRPET, 2013)

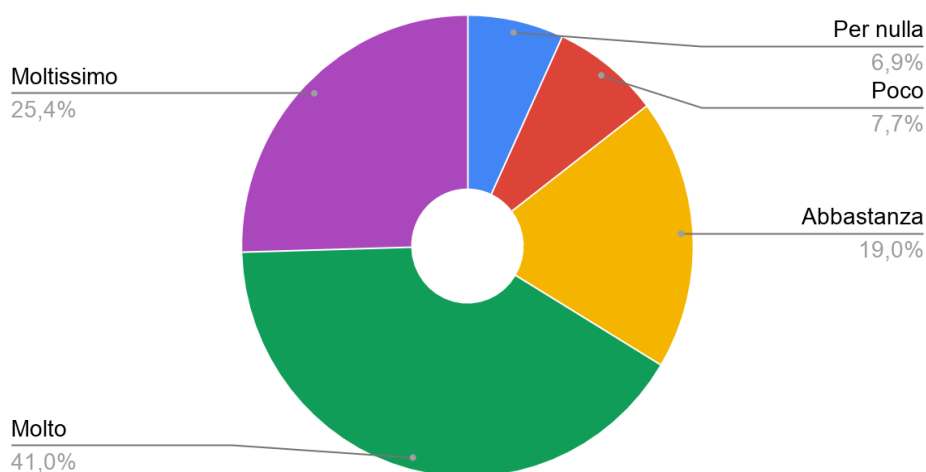
III.3. Il Made in Italy e la scelta dell'Italia

L'Italia, e il suo patrimonio artistico, rappresentano un fattore importante tra le motivazioni che spingono i ragazzi a venire a studiare nella nostra penisola, e non solo perché molti di loro sono di origine italiana (il 23,0% su 1.279, secondo l'indagine IRPET, ha dichiarato di avere origini italiane). (IRPET, 2013)

Nel sondaggio effettuato da IRPET (vedi paragrafo III.2.) è stato chiesto agli studenti *“Quanto è stata influenzata la tua scelta del programma di studio dalla possibilità di studiare in Italia?”* con 1.279 ragazzi che hanno risposto nel seguente modo:

Scelta destinazione (2012/13)

Fonte: elaborazione IRPET su dati dell'indagine condotta sugli studenti.



Fonte: (IRPET, 2013)

Tradizionalmente l'Italia viene vista dagli americani come un posto unico, un "paradiso", nel quale poter spaziare dall'arte romana a quella contemporanea, entrare in contatto con una cultura e una storia antichissima (l'Italia con 53 siti protetti è la regina dei patrimoni Unesco²⁸) e conoscere fonti del piacere che in America sono sconosciute (basta pensare alla nostra cultura culinaria e al nostro ideale di famiglia).

Uno dei motivi che spinge i ragazzi a scegliere l'Italia come meta di studio è "la creatività delle nostre forme culturali" (Vedovelli, 2016): la letteratura, l'arte, la musica, il cibo, la moda, il design ecc.

Tutti questi settori, nei quali eccelliamo a livello mondiale, formano nell'immaginario collettivo l'ideale di "Made in Italy".

Il Made in Italy rappresenta oggi un vero e proprio "brand" e infatti secondo i dati forniti da Google tra il 2006 e il 2010 le ricerche online con keyword "Made in Italy" sono cresciute del 153% rendendolo di fatto il terzo marchio più noto al mondo dopo Coca-Cola e Visa.

Inoltre secondo un altro sondaggio realizzato da KPMG Advisory i valori associati dagli stranieri al Made in Italy sono: estetica, bellezza, lusso, benessere e passione. (mglobale.it)

Per Made in Italy intendiamo tradizionalmente che un prodotto è interamente realizzato in Italia: progettazione, sviluppo e prodotto finito pronto per la vendita.

Gli studenti rimangono affascinati dalla cultura italiana e dal Made in Italy, inteso anche come stile di vita caratterizzato dai valori di bellezza e gusto: la bellezza delle nostre città d'arte (Firenze, Roma e Venezia sono solo le più famose), il nostro gusto nel vestire, nel saper apprezzare un buon vino e del buon cibo, il lavoro artigiano di bottega, la molteplicità delle nostre tradizioni, la varietà dei territori e un ritmo di vita spesso meno frenetico rispetto alle odierne metropoli mondiali.

Succede, quindi, spesso che i ragazzi di ritorno dalle loro esperienze italiane diventino veri e propri Ambasciatori del Made in Italy e quindi consiglino ai loro famigliari o colleghi l'esperienza che hanno appena vissuto,

²⁸ Fonte: (unesco.it)

spesso progettando di tornare in futuro come visitatori o magari come cittadini a vivere nel nostro paese (l'Italia diventa per questi ragazzi una seconda casa).

Così facendo si formano dei "ponti" di natura economica e sociale tra la nazione natale e quella ospitante che vanno a formare il vero valore di un'esperienza Study Abroad.

A sostegno di quanto detto sopra riporto il risultato del questionario effettuato da IRPET (Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana), con 1.262 studenti che hanno risposto alla domanda "*Pensi che in futuro, dopo aver terminato il programma, tornerai in Italia?*" con le seguenti percentuali: 86,0% hanno risposto "sì", 13,5% "hanno" risposto forse e solo lo 0,6% ha risposto "no".

Spending a semester abroad was an absolutely amazing experience. I had no idea that such a life changing opportunity was available that was low cost. I've never lived outside of the county I grew up in, and was shocked at the very different lifestyle and attitudes of the Italians²⁹.

(Commission on Abraham Lincoln Study Abroad Fellowship Program, 2005)

III.4. Lo Shock Culturale

E' importante sottolineare il valore che questo flusso studentesco ricopre nel veicolare nel mondo un'immagine fortemente positiva del nostro paese.

Questo è dovuta in gran parte al fascino e alla bellezza della nostra penisola, ma anche alle modalità con le quali i ragazzi vivono l'esperienza di vita & studio in Italia.

Le scuole che ospitano gli studenti permettono loro di vivere tutto il bello che l'Italia può offrire, aiutandoli nella programmazione di città e siti

²⁹ Trascorrere un semestre all'estero è stata un'esperienza assolutamente incredibile. Non avevo idea che fosse disponibile un'opportunità che cambia la vita e fosse disponibile a basso costo. Non ho mai vissuto al di fuori della contea in cui sono cresciuto, e sono rimasto scioccato dallo stile di vita e dagli atteggiamenti molto diversi degli italiani. (Traduzione a cura di Alessandro Pezzano)

da visitare e tenendoli il più possibile lontano dalle problematiche del nostro paese.

Come conseguenza gli studenti, in buona percentuale, tornano a casa con un'immagine "idealizzata" dell'Italia.

Tuttavia ogni persona che migra dal proprio paese natale, per un qualsiasi motivo, e dovendosi confrontare per un lungo/medio periodo con una cultura differente dalla propria è soggetto ad un "cultural shock" (Kalervo, 1960):

Gli individui rilevano che le modalità apprese non funzionano con la stessa efficacia nel nuovo ambiente, trovandosi in condizione di dover impiegare notevoli energie cognitive e affettive nell'affrontare con attenzione processi connotati in passato da un codice appreso e internalizzato...
(Capovilla, 2012)

I ragazzi in questione si trovano in una situazione facilitata rispetto alla figura del tradizionale migrante; sono in compagnia di ragazzi della stessa età, spesso della stessa nazionalità, condividono le stesse motivazioni e sono supportati, protetti e orientati dalle scuole ospitanti.

Nonostante ciò non è raro che un ragazzo si trova esposto a situazioni di "stress"; nuova lingua da imparare (o quanto meno capire, visto che in Italia l'inglese non è poi così diffuso), differenze culturali, alimentari, climatiche ecc.

Naturalmente anche la curiosità e la sorpresa di trovarsi in un nuovo contesto giocano un fattore determinante nel superare lo stato di smarrimento e integrarsi in modo positivo nel nuovo ambiente.

Il contributo di H. Douglas Brown del 1986 ci aiuta a schematizzare le "quattro fasi di adattamento ad una nuova cultura".

Tabella 4 (La Teoria di H. Douglas Brown: le quattro fasi dell'adattamento ad una nuova cultura)

Luna di Miele	Durante questo periodo le differenze tra la vecchia e la nuova cultura sono viste in una luce romantica, meravigliosa e nuova. Caratterizza le prime settimane, durante le quali l'individuo subisce il fascino della novità e della scoperta.
Alienazione o Ritiro	Dopo qualche tempo, l'individuo entra in crisi:

	emergono difficoltà con la lingua, il cibo, l'alloggio, le modalità di comunicazione e interazione con gli altri. Situazioni quotidiane diventano causa di <i>stress</i> , frustrazione e rabbia. L'individuo si espone al rischio delle GAFFE CULTURALI, prova nostalgia di casa e senso di disorientamento e paura.
Regolazione	Dopo qualche tempo ci si comincia ad abituare alla nuova cultura: i bioritmi e la <i>routine</i> sono oramai assimilati e l'individuo inizia a sviluppare un atteggiamento positivo, mostrandosi consapevole dei codici comunicativi e sviluppando capacità di <i>problem solving</i> nel nuovo contesto.
Padronanza	Definita anche fase della biculturalità, è la fase in cui l'individuo è in grado di partecipare tranquillamente alla cultura ospitante pur conservando molti tratti della cultura recedente. Non si tratta di un completo processo di assimilazione, ma piuttosto di un'interazione dialettica tra due codici culturali.

Fonte: (Brown, H. Douglas, 1986 in IRPET, 2013)

Persone che imparano a conoscere e rispettare le diversità, che incrementano lo scambio accademico (non solo studentesco, basta pensare ai docenti e a tutte le altre figure che lavorano per rendere possibile queste esperienze) e che dovendosi confrontare con "paradigmi" culturali differenti migliorano le proprie capacità di adattamento e soluzione dei problemi.

Uno degli obiettivi primari nel processo di formazione di un'esperienza all'estero è quella di sviluppare una capacità "transculturale": l'individuo non dimentica i codici del proprio sistema culturale, ma li "utilizza" per apprendere di nuovi dalla cultura ospitante. Così facendo il ragazzo sviluppa la capacità di passare da un "codice all'altro" arricchendo il proprio bagaglio culturale e superando il classico "etnocentrismo": infatti l'arricchimento più grande nel vivere una cultura diversa dalla nostra è quello di imparare una diversa chiave di lettura per "leggere il mondo".

III.5. Study Abroad Italiano: caratteristiche principali degli studenti nordamericani

I dati utilizzati per descrivere le caratteristiche principali dello studente Study Abroad sono ripresi dagli studi statistici “Open Doors” effettuati annualmente dall’*Institute of International Education* sulla popolazione nordamericana in studio all’estero.

L’IRPET, come già detto, ha condotto nel corso degli anni diversi studi sul fenomeno Study Abroad degli studenti americani in Italia legato alla realtà AACUPI (vedi paragrafo III.2.).

L’ultima ricerca, uscita nel 2013, è stata condotta su centocinquanta programmi di studio americani in Italia.

Una parte della ricerca utilizza i dati “Open Doors” per descrivere le caratteristiche principali degli studenti americani; grazie alle statistiche “Open Doors” 2017 le caratteristiche possono essere aggiornate fino all’anno accademico 2015/2016.

Tabella 5 (Genere)

	2000/01	2005/06	2010/11	2015/16
Femmine%	65%	65,5%	64,5%	66,5%
Maschi%	35%	34,5%	35,5%	33,5%

Fonte: (iie.org, 2)

Il numero delle ragazza è superiore a quello dei ragazzi; quasi due terzi degli studenti sono donne.

Nel corso di questi 16 anni presi in esame la proporzione ragazzi/ragazze resta sostanzialmente immutata, con un piccolo aumento delle donne nell’ultimo anno accademico analizzato.

Il motivo del maggior numero di ragazze sembra essere legato alla maggiore presenza di donne nelle università americane e in particolar modo in quelle facoltà che si dimostrano più interessate allo studio in Italia: sociologia, psicologia e in generale le materie umanistiche, linguistiche e artistiche (moda, design, pittura ecc.).

Tabella 6 (Razza/Etnia)

	2000/01	2005/06	2010/11	2015/16
Bianca	84,3%	83%	77,8%	71,6%
Asiatica o nativa Hawaii	5,4%	6,3%	7,9%	8,4%
Ispanica o Latina	5,4%	5,4%	6,9%	9,7%
Nera o Afro-americana	3,5%	3,5%	4,8%	5,9%
Multirazziale	0,9%	1,2%	2,1%	3,9%
Nativa Americana o Alaska	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%

Fonte: (iie.org, 2)

La prevalenza dell'etnia bianca è evidente dai dati, anche se si può notare una sua significativa e costante diminuzione nel corso degli anni in favore degli altri gruppi etnici.

Un primo motivo può essere legato strettamente alla sfera socio/economica: un corso di studio, per quanto magari sostenuto da una borsa di studio statale o da fondi privati, presenta costi elevati per le famiglie diventando di fatto una “barriera all'ingresso” per le etnie più svantaggiate.

Un'analisi interessante sulla diminuzione percentuale di studenti bianchi e l'aumento progressivo delle altre etnie è rintracciabile nel “Commission on Abraham Lincoln Study Abroad Fellowship Program” del 2005 dove viene posto l'accento sulla necessità di mandare a studiare all'estero un “campione di popolazione” che rifletta nel modo più fedele possibile la varietà etnica della popolazione statunitense.

American colleges and universities must make new efforts not only to raise the number of students abroad but also to increase the diversity of these students. It is important that people living in other lands have a reasonably accurate picture of the great diversity that makes up the United States³⁰.

(Commission on Abraham Lincoln Study Abroad Fellowship Program, 2005)

³⁰ I college e le università americane devono compiere nuovi sforzi non solo per aumentare il numero di studenti all'estero ma anche per accrescere la diversità di questi studenti. E' importante che le persone che vivono in altre terre abbiano un quadro ragionevolmente preciso della grande diversità che costituisce gli Stati Uniti. (Traduzione a cura di Alessandro Pezzano)

Tabella 7 (Livello accademico)

	2000/01	2005/06	2010/11	2015/16
Undergraduate	90,4%	88,1%	85,6%	87,7%
Graduate	8,3%	10%	13,5%	12,1%
Other Academic level	1,3%	1,9%	0,7%	0,2%

Fonte: (iie.org, 2)

Come già accennato all'inizio di questo capitolo gli studenti internazionali che studiano in Italia sono principalmente "Undergraduate", dato che viene confermato dalle statistiche.

Essendo ragazzi principalmente "undergraduate" le condizioni per un viaggio di studio sono più favorevoli: i corsi scelti sono meno faticosi a livello scolastico rispetto a un corso post-laurea (e questo permette di dedicare maggior tempo per avvicinarsi alla lingua e la cultura del paese ospitante) e sono più facilmente tollerati eventuali ritardi nel conseguimento del titolo accademico.

Inoltre sostenere un corso di studio all'estero per la durata di un intero anno accademico risulta essere troppo oneroso per la maggior parte degli studenti.

Tabella 8 (Ambito di studio)

	2000/01	2005/06	2010/11	2015/16
Scienze sociali	20,3%	21,7%	22,9%	17,1%
Business & Management	18,1%	17,7%	20,5%	20,9%
Studi umanistici	14,5%	14,2%	11,3%	3,7%
Arte e artigianato	8,5%	7,5%	8,2%	6,9%
Scienze fisiche o biologiche	7,1%	6,9%	7,9%	8,1%
Lingue straniere³¹	8,2%	7,8%	5,6%	7,4%
Medicina e salute	3,2%	3,8%	5,3%	7,1%
Educazione	4,4%	4,1%	4,2%	3,4%

³¹ dal 2013/14 "lingue straniere" è stato accorpato agli "studi internazionali" diventando: "lingue straniere e studi internazionali".

Ingegneria	2,7%	2,9%	3,5%	5,1%
Matematica e informatica	2,0%	1,5%	1,8%	2,4%
Agricoltura	1,6%	1,3%	1,3%	2,5%
Non dichiarato	4,5%	3,4%	2,7%	1,9%
Altro	4,9%	7,2%	4,8%	6,5%

Fonte: (iie.org, 2)

Gli studi sociali ed economici hanno mantenuto nel tempo una certa prevalenza rispetto alle altre discipline, attestandosi reciprocamente al 17.1% e 20.9%.

Nel corso degli anni c'è stata una radicale diminuzione delle iscrizioni in materie umanistiche (siamo passati da 14.5% a 3.7%) e un interessante aumento in materie come medicina e ingegneria.

CAPITOLO IV

LA REALTÀ EDUITALIA

Un'altra realtà che lavora da anni nel settore Study Abroad, per rappresentare nel mondo il nostro paese come destinazione di studio, è Eduitalia.

Eduitalia non lavora esclusivamente nella promozione dell'alta formazione come avviene per Uni-Italia e nemmeno esclusivamente con realtà statunitensi come avviene per AACUPI (anche se gli studenti americani rappresentano una grossa fetta del totale).

Eduitalia è un'associazione, no profit fondata a Firenze nel 2006, di 87 Istituti/Accademie/Università pubbliche e private, dislocate su tutto il territorio italiano, i cui corsi sono rivolti principalmente agli studenti stranieri.

L'Obiettivo primario di Eduitalia è promuovere l'Italia nel mondo quale meta di destinazione di studio al fine di incrementarvi il flusso studentesco internazionale.

La "mission" di Eduitalia può essere esemplificata nei seguenti punti:

- Promuovere un'immagine, forte ed organizzata del sistema "Study Abroad italiano".
- Rafforzare, migliorare e garantire la promozione all'estero dell'offerta formativa italiana per favorire l'incoming studentesco degli istituti associati.
- Sensibilizzare le istituzioni riguardo il sistema dello Study Abroad allo scopo di favorire gli ingressi per motivi di studio.
- Fornire informazioni aggiornate e di qualità agli associati riguardo il mercato dello Study Abroad.
- Diffondere il modello culturale, sociale ed economico italiano.

(eduitalia.org)

Secondo le statistiche Unesco sono 5.000.000 gli studenti che ogni anno decidono di vivere un'esperienza di studio all'estero ed è un flusso in continuo aumento.

L'Italia, soprattutto nelle materie per le quali il "Made in Italy" è famoso nel mondo (moda, design, arte nelle sue varie forme, apprendimento della lingua italiana ecc), è meta ambita a livello mondiale.

La promozione dell'Italia quale meta di studio avviene, sia tramite la partecipazione a eventi di settore (in primis la partecipazione alla Nafsa, manifestazione di prioritaria importanza nel determinare gli equilibri di quei 5.000.000 di studenti che ogni anno studiano all'estero), che tramite eventi in collaborazione con le Istituzioni Italiane (a oggi si sono concretizzate decine di iniziative di Eduitalia in collaborazione con la rete Diplomatico-Consolare Italiana e nello specifico in: Argentina, Austria, Brasile, Canada, Giappone, Russia, Spagna, Stati Uniti e Turchia).

IV.1. La NAFSA e le fiere internazionali

La NAFSA (*National Association for Foreign Student Affairs*) è un'organizzazione leader a livello mondiale nel settore dello Study Abroad ed è stata fondata nel 1948 in America.

Agli albori il nome originario era *National Association of Foreign Student Advisers* ed era nata per promuovere lo sviluppo professionale dei funzionari delle università americane, incaricati di assistere e consigliare i 25.000 studenti stranieri che dopo la seconda guerra mondiale erano andati a studiare negli Stati Uniti.

Ogni anno la NAFSA organizza negli Stati Uniti una conferenza dove operatori da tutto il mondo presentano le proprie offerte formative e stringono accordi di interscambio con altre realtà.

Perché si possa apprezzare a pieno l'importanza della Nafsa, alla quale Eduitalia interviene per promuovere i corsi di studio in Italia dal 2007, segnalo che la stessa, inaugurata ogni anno da personalità importanti quali

Kofi Annan, Colin Powell ecc, risulta frequentata da operatori di oltre 100 nazioni:

With more than 10,000 members worldwide, NAFSA: Association of International Educators is the leading organization committed to international education and exchange, working to advance policies and practices that build global citizens with the knowledge and skills they need to succeed in today's interconnected world³².
(nafsa.org)

La NAFSA sostiene la creazione di un mondo globalizzato formato attraverso l'educazione internazionale e ritenendo le opportunità di apprendimento interculturali come fondamentali per lo sviluppo delle competenze globali.

Importante dunque risulta essere la presenza di realtà come Eduitalia (e Uni-Italia) alla NAFSA, alla quale ha partecipato costantemente dal 2007 ad oggi per promuovere lo studio in Italia attraverso i corsi degli istituti associati.

Dall'altra parte la promozione internazionale degli istituti associati ad Eduitalia non si limita esclusivamente all'annuale presenza alla NAFSA, ma comprende numerose partecipazioni ad importanti fiere di settore a giro per il mondo: ACTFL³³ (Orlando), ACTFL (San Antonio), AIEA³⁴ (Washington D.C.), Education and Career (Almaty - Kazakhstan), Education and Career (Mosca), Expo universidad (Buenos Aires), Fiera dello Studio (Istituto Italiano di Cultura di Tokyo), Giornata della Scuola Italiana (Istanbul), ICEF³⁵ (Berlino), ICEF (Dubai), ICEF (Miami), ICEF (Tokyo), ICIEP³⁶ (Mosca), ICIEP (San Pietroburgo), IEFT³⁷ (Istanbul), NECTFL³⁸ (New York), Salao Do Estudante (San Paolo), WEBA (Firenze), WEBA (Losone).

³² Con oltre 10.000 membri in tutto il mondo, NAFSA: Associazione degli Educatori Internazionali è l'organizzazione leader impegnata nell'educazione e nello scambio internazionale, che lavora per promuovere politiche e pratiche che costruiscono cittadini globali con le conoscenze e le competenze necessarie per avere successo nel mondo interconnesso di oggi. (Traduzione a cura di Alessandro Pezzano)

³³ American Council on the Teaching of Foreign Languages (ACTFL).

³⁴ Association of International Education Administrators (AIEA).

³⁵ International Consultants for Education and Fairs (ICEF).

³⁶ Interuniversity Centre for International Educational Programmes (ICIEP).

³⁷ International Education Fairs of Turkey (IEFT).

³⁸ Northeast Conference on the Teaching of Foreign Languages (NECTFL).

IV.2.1. Promozione della lingua italiana nel mondo: reintroduzione e promozione negli Stati Uniti dell'esame di lingua AP (Advanced Placement... Program in Italian Language & Culture)

Un'altra attività che vede coinvolta Eduitalia per promuovere l'ingresso di studenti stranieri nel nostro paese è l'azione sinergica con la rete Diplomatico-Consolare Italiana negli Stati Uniti.

Di particolare rilevanza è il sostegno dato da Eduitalia all'*Ambasciata Italiana di Washington D.C.*, grazie anche alle borse di studio offerte dagli istituti associati, nella diffusione dell'esame di lingua "AP Italian Language & Culture".

L'esame AP era stato sospeso negli Stati Uniti nel 2008 e successivamente reintrodotta dall'anno accademico 2011/2012 (l'obiettivo minimo per la sua permanenza era stato fissato nel raggiungimento di 2.500 iscritti entro l'anno accademico 2015/2016). (Davoli 2013)

Che cos'è l'esame AP? L'esame "AP Italian Language & Culture" è un esame sulle competenze raggiunte nell'apprendimento della lingua e della cultura italiana che può essere sostenuto nell'ultimo anno di High School ed è considerato esame universitario.

Gli studenti che hanno sostenuto l'esame possono, in base ai voti ottenuti, cominciare ad accumulare crediti riconosciuti in quasi tutte le università americane ed in molte straniere (Università Bocconi, Cambridge University, Oxford University ecc) (international.collegeboard.org). Il reinserimento dell'esame AP, tra gli esami di lingua riconosciuti come universitari negli Stati Uniti, è di fondamentale importanza nel tenere alto l'interesse per l'italiano e la sua cultura.

Lingua e cultura sono da considerarsi un "organismo unico" ed è per questo motivo che è necessario che una fetta della popolazione studentesca statunitense continui ad entrare in contatto con la cultura italiana (si ricorda che sono 34.894 gli studenti statunitensi che scelgono l'Italia).

Eduitalia nel corso di questi 5 anni di collaborazione con l'Ambasciata Italiana ha messo a disposizione, grazie agli istituti associati, 123 borse di studio gratuite ai migliori studenti che hanno sostenuto l'esame AP (iscrizione, corsi, alloggio, materiale didattico e attività extrascolastiche incluse).

Il "Sogno Italiano" messo in palio permette alla rete Diplomatico-Consolare Italiana di promuovere al meglio l'Italia, in quanto le borse di studio rappresentano per gli studenti un incentivo nel scegliere l'italiano come lingua da studiare.

It is truly most encouraging that Eduitalia's activities to bring US student to Italy continue, and so productively, thus contributing to making Italy their second destination in the world³⁹.
(Bisogniero, 2014)

Questi sono i dati riferiti al numero di studenti che hanno sostenuto l'esame AP negli anni accademici compresi tra il 2012 e il 2015:

- Nell'anno accademico 2012/2013 sono stati 1.980
- Nell'anno accademico 2013/2014⁴⁰ sono stati 2.331
- Nell'anno accademico 2014/2015 sono stati 2.573
- Nell'anno accademico 2015/2016 sono stati 2.774

Da questi dati si può notare la bontà del lavoro svolta da: la rete Diplomatico-Consolare Italiana, Eduitalia (con 123 borse di studio gratuite distribuite in questi anni) e L'Università per stranieri di Perugia (che ha partecipato, per l'anno 2012/2013, con 25 borse di studio gratuite per gli studenti e 25 borse per i docenti) che hanno collaborato alla promozione dell'esame AP, portando il numero di iscritti da 1.980 a 2.774 con un incremento percentuale del 40,1% in cinque anni⁴¹.

³⁹ È davvero incoraggiante che le attività di Eduitalia per portare in Italia studenti statunitensi continuino, e in modo così produttivo, contribuendo così a rendere l'Italia la loro seconda destinazione nel mondo. (Traduzione a cura di Alessandro Pezzano)

⁴⁰ Il 2013 è stato l'Anno della Cultura Italiana negli Stati Uniti. L'obiettivo era quello di presentare l'Italia come un paese all'avanguardia nella modernità innovativa, nella scienza e nelle produzioni di qualità, che trae la sua attuale eccellenza dalle radici profonde di una cultura millenaria. (esteri.it)

⁴¹ I dati relativi alle iscrizioni degli studenti agli esami AP e le relative borse di studio sono stati presi dalle Newsletters inviate periodicamente da Eduitalia agli istituti associati. (Maio, 2007-2018)

Qui sotto è riportato un estratto di una mail scritta da una studentessa americana dopo aver vissuto un periodo studio in Italia grazie ad una borsa di studio AP:

Sono infinitamente grata al Consolato Italiano di Miami, alla scuola di Torino ed alla mia professoressa di Italiano... Quest'estate, sono rimasta a Torino per tre settimane e queste sono tre parole perfette per descrivere la mia esperienza: unica, arricchente e indimenticabile! ... Dopo di questo viaggio, mi sono promessa che questa non sarebbe stata l'ultima volta per me in Italia.

(email per il Consolato, 2015)⁴²

IV.2.2. Promozione della lingua italiana nel mondo: programma P.R.I.A. in Russia

Anche in Russia è in crescita l'interesse verso l'Italia e la sua cultura:

Il made in Italy riscontra infatti tra i russi un altissimo indice di gradimento, dall'abbigliamento, all'arredo, dalla ristorazione alle automobili, ecc, ecc.

Anche in campo turistico va registrata la crescita esponenziale di cittadini russi che sempre più numerosi scelgono mete italiane per trascorrere le vacanze.
(Davoli, 2011)

Parallelamente all'esame AP negli Stati Uniti la promozione della lingua Italiana da parte di Eduitalia viene svolta anche in Russia con il supporto alla diffusione del programma P.R.I.A. (Programma per la diffusione della lingua Italiana in Russia).

Che cos'è il programma P.R.I.A. ? Fino agli anni 80' lo studio della lingua e della cultura Italiana in Russia avveniva esclusivamente a livello universitario (in particolare a Mosca e San Pietroburgo).

In seguito alla caduta del muro di Berlino, nel 1989, si sono progressivamente poste le basi per un salto di qualità nelle relazioni tra Russia e resto del mondo.

⁴² Email inviata al Consolato italiano di Miami da una studentessa vincitrice di una borsa di studio AP. Per motivi di privacy non viene riportato il nome.

Nel 2005 l'*Università Pedagogica Statale di Mosca* ha promosso il progetto per l'introduzione nella scuola pubblica russa di cinque lingue straniere considerate "rare": il cinese, il giapponese, il finlandese, l'arabo e l'italiano.

L'iniziativa è stata approvata dal *Ministero dell'Istruzione e della Ricerca Scientifica russo* e ha portato alla nascita del programma P.R.I.A. (Programma per la diffusione della lingua Italiana in Russia). (programma-pria.net)

L'Italiano è attualmente la quarta lingua più studiata in Russia.

Nel corso del 2011, in occasione "dell'Anno della Lingua e Cultura Italiana in Russia", Eduitalia ha cominciato una collaborazione con il Consolato D'Italia a Mosca con la finalità di promuovere l'Italia quale meta di studio attraverso le borse di studio messe in palio all'interno del programma P.R.I.A.

Durante questo particolare anno incrociato per i due paesi, sono state organizzate diverse iniziative ufficiali volte alla promozione della lingua e della cultura Italiana:

- "Festival delle Regioni Italiane", con obiettivo la scoperta delle diversità regionali in Italia.
- il concorso "Interpretiamo Dante", con la partecipazione di oltre mille ragazzi che hanno provato ad interpretare Dante con poesie, musica e pittura.
- "Olimpiadi della Lingua Italiana in Russia", competizione grazie alla quale anche l'Italiano ha conquistato dignità al pari di altre lingue (Inglese, Francese ecc) diventando oggetto dell'esame di Stato che permette di accedere all'università. La competizione è stata organizzata dal Ministero russo dell'Educazione e della Scienza in collaborazione con il Consolato Generale D'Italia a Mosca.
- Concorso "Che sia...poesia", concorso di poesia in italiano indetto dall'Ufficio Istruzione dell'Ambasciata Italiana a Mosca.

Negli anni il numero di istituzioni scolastiche, universitarie, accademiche e centri di formazione professionale russi che hanno aderito al programma P.R.I.A è passato dai 50 del 2011 agli oltre 140 del 2017⁴³ con circa 9.000 iscritti al corso di italiano.

⁴³ I dati relativi alle iscrizioni degli studenti al programma P.R.I.A. e le relative borse di studio sono stati presi dalle Newsletters inviate periodicamente da Eduitalia agli istituti associati. (Maio, 2007-2018)

CONCLUSIONI

Attraverso questo studio si è cercato di studiare un fenomeno, dalle sfaccettature caleidoscopiche (didattiche, turistiche, economiche, di integrazione tra culture diverse ecc) e alquanto misconosciuto nel panorama italiano, pur essendo in costante sviluppo nel mondo.

Study Abroad: formare gli ambasciatori del Made in Italy è un titolo indicativo di quello che rappresentano, e potrebbero maggiormente rappresentare, gli studenti Study Abroad per il nostro paese: ragazzi e ragazze che scelgono l'Italia, che si innamorano dell'Italia e che rientrando nelle loro rispettive nazioni veicolano un'immagine estremamente positiva del nostro paese (nella maggior parte dei casi), diventando dei veri e propri ambasciatori dell'*italianità* nel mondo.

Si è deciso di concentrare le ricerche sugli studenti nordamericani in Italia poiché, almeno attualmente, sono il fenomeno più diffuso nel nostro paese.

Ma l'auspicio è che vi siano presto da approfondire fenomeni, di rilevante consistenza, anche verso realtà studentesche di altri paesi, penso ad esempio agli studenti russi (vedi paragrafo IV.2.2.) o a quelli cinesi che fortunatamente stanno ogni anno crescendo di numero grazie ai progetti "Marco Polo/Turandot"⁴⁴.

La prima parte della tesi, dedicata allo Study Abroad nel mondo (capitolo I.), offre subito qualche spunto di riflessione: l'*Institute of International Education* (IIE) e il Project Atlas.

⁴⁴ A tal riguardo è comunque emblematica la maggiore lungimiranza che verso tali studenti ha guidato la vicina Germania sin dal 2006.

La scoperta del Project Atlas è stata importantissima per la stesura della tesi, in particolar modo per avere dati affidabili e aggiornati sulla mobilità internazionale degli studenti nel mondo.

Il sito dell'IIE, compresa la sezione sul Project Atlas, è davvero ben fatto e regolarmente aggiornato, inoltre i dati vengono forniti dalle principali agenzie nazionali nel settore Study Abroad (molte sono agenzie governative, o comunque supportate dagli organi istituzionali di competenza).

Pertanto sarebbe davvero auspicabile che l'Italia entri a far parte del gruppo di paesi (i nostri diretti competitors sono tutti presenti⁴⁵) che partecipano al Project Atlas, o che comunque si doti di una mappatura ufficiale, aggiornata e dettagliata degli studenti internazionali in Italia.

Questo primo passaggio è fondamentale per far crescere il settore Study Abroad in Italia, e fortunatamente questo è anche il pensiero del MIUR (Amodio, 2017).

La raccolta dati andrebbe effettuata sugli studenti di tutte le diverse tipologie di corsi di studio (vedi capitolo II), e non esclusivamente su quelli relativi al sistema dell'alta formazione italiano, essenzialmente universitario.

Un passo molto importante per l'Italia è stata, comunque, la fondazione dell'associazione *Uni-Italia*, che dal 2010 rappresenta il sistema dell'alta formazione italiano nel mondo.

Prima di *Uni-Italia* il sistema universitario italiano non era rappresentato, ed è importante continuare ad investire in questa direzione per avvicinarsi sempre di più alle altre agenzie europee (*DAAD, British Council, Campus France* ecc.).

Gli studenti nordamericani in studio in Italia costituiscono un'importantissima e consolidata realtà per il nostro paese.

Sono una grossa parte del totale degli studenti internazionali che ogni anno studiano in Italia (ricordo che nell'anno accademico 2015/16 sono stati circa 35.000), e i numeri sono in costante crescita grazie, anche, al lavoro di associazioni come AACUPI e Eduitalia.

⁴⁵ Francia, Germania, Inghilterra e Spagna.

Fondamentali per la stesura di questa parte di tesi sono state le ricerche svolte da IRPET, su commissione di AACUPI, sulla realtà nordamericana in Italia.

Queste ricerche potranno essere importanti per chiunque voglia approfondire la realtà americana in studio in Italia (si consideri che gli studenti AACUPI sono quasi $\frac{2}{3}$ del totale degli studenti americani).

Nell'ultimo capitolo ho deciso di analizzare, dettagliatamente, il lavoro dell'associazione Eduitalia.

Un primo motivo è che conoscevo la realtà di Eduitalia, ed è stato più semplice raccogliere dati dettagliati sul suo operato, inoltre rappresenta un esempio perfetto di quanto siano variegati gli operatori Study Abroad italiani.

Uni-Italia rappresenta il sistema dell'alta formazione italiano, AACUPI rappresenta i college e le università americane in Italia ed Eduitalia rappresenta un'offerta variegata di corsi di studio qualificati per stranieri in Italia, che spazia dalle università per stranieri fino alle varie accademie d'arte.

Tenendo ben distinte le diverse aree di competenza, sarebbe auspicabile riuscire a coadiuvare maggiormente il lavoro di queste associazioni per avere una promozione dello studio in Italia sempre più compatto ed efficiente e che pertanto tra le altre cose possa permettere che si spazi sempre più nelle proposte formative (universitarie e non)⁴⁶ relative ai molteplici settori che l'Italia nei secoli e tutt'oggi, fortunatamente, offre nell'immaginario di tanti studenti nel mondo⁴⁷.

Ed ogni studente che sceglie l'Italia, che sia per un master in economia o per un corso di pittura rinascimentale, rappresenta un potenziale ambasciatore del nostro paese nel quale un giorno ritornare, anche con propri amici o familiari, e perché no? anche investire!

⁴⁶ Di fatti va ricordato che non tutti gli studenti hanno necessità/possibilità di frequentare un corso di lunga durata e pertanto anche le offerte formative qualificate, pur se alternative a quelle universitarie, rappresentano un'indubbia ricchezza da implementare parimenti.

⁴⁷ Si ricorda che tra il 2006 e il 2010 le ricerche con keywords "Made in Italy" sono cresciute del 153% rendendolo di fatto il terzo "brand" più famoso al mondo.

Gli esempi del primo capitolo confermano, inoltre, come lo Study Abroad sia un fenomeno di rilevante interesse mondiale, come dall'altra parte anche la “finestra” aperta da UNESCO acclara.

Si può quindi in sintesi concludere che investire nello Study Abroad permette di:

- Internazionalizzare gli atenei, e le istituzioni scolastiche in generale, creando così ambienti formativi stimolanti e aumentando le possibilità di contatto e integrazione tra culture differenti.
- Stringere accordi bilaterali con altre nazioni per lo scambio studentesco.
- Incrementare la visibilità all'estero dell'immagine nazionale grazie ai nuovi ambasciatori del “Made and Style in Italy”.
- Formare una nuova classe dirigente secondo le dinamiche di un mondo globalizzato.
- Implementare il PIL nazionale considerati tutti i ricavi, diretti e indiretti, derivanti da una forma di turismo dalla durata e dai ritorni assolutamente superiori alla media.

Dunque il finale auspicio è che il nostro paese comprenda sempre di più l'importanza del fenomeno Study Abroad, facendo Sistema in ambito istituzionale/statale nel confronto comunque con le realtà associative specialistiche del settore di cui si è detto.

Ma per far ciò è inevitabile la formazione e l'approfondimento sempre continuo verso chi, più e prima di noi, ha compreso l'importanza dello Study Abroad.

Ed è per questo che umilmente, ma con grande interesse e passione, nel prossimo mese di maggio chi scrive si recherà negli Stati Uniti alla NAFSA per proseguire il cammino appena intrapreso con il presente lavoro.

RISORSE

accupi.org

Welcome to AACUPI,

URL: <https://aacupi.org/>

aaicu.org

*Association of American College and University Programs in Italy
(AACUPI),*

URL: www.aaicu.org/association-of-american-college-and-university-programs-in-italy-aacupi/

AMODIO, NICOLETTA ET ALII (2017)

*Strategia per la promozione all'estero della formazione superiore
italiana 2017/2020*, redatto da MIUR et al., Roma, Fondazione
CRUI, 28/03/2017, pp. 1-28.

ANNAN, KOFI (2001)

Nobel Peace Prize acceptance speech,

nobelprize.org, 10/12/2001

URL: www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2001/annan-lecture.html

asils.it

L'Associazione,

URL: www.asils.it/associazione-scuole-italiano/

BENSON, KATHERINE ET ALII (2017)

International Trends in Higher Education 2016-17,
University of Oxford, Oxford, 2017, pp. 1-24.

BROWN, H. DOUGLAS (1986)

“Learning a Second Culture”, in Valdez, Joyce Merrill. (1986) *Culture Bound*, Cambridge, Cambridge University Press. [ora in Borgioli, Alessandro et alii, *Rapporto 2013 Educating in Paradise: Il Valore dei Programmi Universitari Nord Americani in Italia-Caratteristiche, Impatto e Prospettive*, Firenze, a cura di Prebys, Portia, 2013, pp. 1-80]

BISOGNIERO, CLAUDIO (2014)

Introduzione alla Guida Eduitalia - Study in Italy 2014,
eduitalia.org,
URL: www.eduitalia.org/wp-content/uploads/2014/01/Presentazione-Eduitalia2014.pdf

CAPOVILLA, MARCO ET ALII (2012)

Culture shock? Studenti statunitensi in Italia: una sfida transculturale
Milano, Franco Angeli, 2012, pp. 1-22.

COMMISSION ON ABRAHAM LINCOLN STUDY ABROAD FELLOWSHIP PROGRAM (2005)

Global Competence & National Needs: One Million Americans Studying Abroad, Washington, 2005, pp. 1-58.

data.uis.unesco.org

Education: Outbound internationally mobile students by host region,
URL: <http://data.uis.unesco.org/>

DAVOLI, CARLO (2011)

Ambasciata Italiana di Mosca: la testimonianza del Dirigente dell'Ufficio Istruzione Professore Carlo Davoli,

eduitalia.org, 09/12/2011

URL: www.eduitalia.org/images/eduitalia/Davoli_EduItalia_09dic2011.pdf

DAVOLI, CARLO (2013)

L'italiano negli USA: ma l'esame AP vale ancora certi sforzi e investimenti?,

lavocedinyork.com, intervista di Filomena Fuduli Sorrentino,
12/10/2013

URL: www.lavocedinyork.com/arts/lingua-italiana/2013/10/12/li-taliano-negli-usa-ma-lesame-ap-vale-ancora-certi-sforzi-e-investimenti/

eduitalia.org

La nostra missione,

URL: www.eduitalia.org/chi-siamo/missione/?lang=it

esteri.it

L'Anno della Cultura Italiana negli Stati Uniti 2013,

URL: www.esteri.it/mae/it/sala_stampa/archivionotizie/approfondimenti/2012/08/20120808_annocultura.html

eu-asa.org

History,

URL: www.eu-asa.org/history/

FOHRBECK, SEBASTIAN (2014)

Germany aims to send 50 per cent of students abroad by 2020,
timeshighereducation.com, articolo di Grove Jack, 13/11/2014

URL: www.timeshighereducation.com/news/germany-aims-to-send-50-per-cent-of-students-abroad-by-2020/2016853.article#survey-answer

fulbright.it

Il Programma Fulbright,

URL: www.fulbright.it/il-programma-fulbright/

GORE, BRITTANY TOSCANO (2017)

I Programmi Universitari Americani in Italia: analisi a campionatura di un modello,

Washington, D.C. , 22/06/2017, pp. 1-138.

iie.org (1)

History,

URL: www.iie.org/Why-IIE/History

iie.org (2)

Open Doors 2017 - Fast Facts,

URL: www.iie.org/Research-and-Insights/Open-Doors/Open-Doors-2017-Media-Information

iie.org (3)

Top 25 Destinations of U.S. Study Abroad Students, '14/'15 – '15/'16,

Open Doors Report on International Educational Exchange.

URL: www.iie.org/Research-and-Insights/Open-Doors/Data/US-Study-Abroad/Destinations

iie.org (4)

Project Atlas 2017,

URL: www.iie.org/Research-and-Insights/Project-Atlas/About-and-FAQs

international.collegeboard.org

Search AP Policies by International University,

URL: <https://international.collegeboard.org/programs/ap-recognition/search-ap-policies-by-international-university>

IRPET (2008)

Trent'anni di Storia, Attività ed Impatto dei Programmi delle Università Nord Americane in Italia, a cura di Portia Prebys,
Firenze, pp. 1-199

IRPET (2013)

Rapporto 2013 Educating in Paradise: Il Valore dei Programmi Universitari Nord Americani in Italia-Caratteristiche, Impatto e Prospettive, (Ricerca di Alessandro Borgioli e Andrea Manuelli, a cura di Portia Prebys, traduzione di James Zarr), Firenze, 2013, pp.1-80.

ladante.it

Chi siamo,

URL: <https://ladante.it/chi-siamo.html>

LORINI, ALESSANDRA (2005)

Appunti di "viaggio" tra i programmi americani a Firenze / Travel Notes on American Study Programs in Florence, a cura di Ennio di Nolfo, Firenze, Edifir Edizioni Firenze, 2005, pp. 46-63.

MAIO, EMMANUEL (2007 - 2018)

Eduitalia Member Area,

eduitalia.org,

URL: www.eduitalia.org/member-area/news

MARTINO, ANTONIO (2017)

Rocco SCOTELLARO nel racconto del libro del prof. Marselli (2a e ultima parte), 05/02/2017

URL: www.prodel.it/rabatana/?p=5763020

mglobale.it

Il valore del brand “Made in Italy”,

URL: www.mglobale.it/temi/dogana/contraffazione/il_valore_del_brand_made_in_italy.kl

monitor.icef.com

Russia making moves for both inbound and outbound students,

URL: <http://monitor.icef.com/2014/04/russia-making-moves-for-both-inbound-and-outbound-students/>

nafsa.org

About Us,

URL: www.nafsa.org/About_Us/

KALERVO, OBERG (1960)

Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments, Practical Anthropology, 1960 (in Capovilla, Marco et al. (2012) *Culture shock? Studenti statunitensi in Italia: una sfida transculturale*, Milano, Franco Angeli, 2012, pp. 1-22).

programma-pria.net

La storia del P.R.I.A.

URL: www.programma-pria.net/it/benvenuti/la-storia-del-p-r-i-a.html

RETE EUROPEA MIGRAZIONI EMN ITALIA (2013)

Gli studenti internazionali nelle università italiane: indagine empirica e approfondimenti, a cura di Ministero dell'Interno et al., Roma, Edizioni IDOS, 2013, pp. 1-202.

rhodeshouse.ox.ac.uk

History of the Rhodes Trust,

URL: www.rhodeshouse.ox.ac.uk/about/history-of-the-rhodes-trust/

saudibureau.org

KASP Scholarship Program,

URL: www.saudibureau.org/en/inside.php?ID=16

SCELBA, CIPRIANA (2008)

I primi 20 anni del Programma Fulbright in Italia 1948 - 1968,

fulbright.it, 23/04/2008, pp. 2-13.

URL: www.fulbright.it/wp-content/uploads/2014/06/Fulbright_Story-Series_part1.pdf

sophia.smith.edu

JYA Italy "Smithipedia",

URL: <https://sophia.smith.edu/blog/smithipedia/academic-life/junior-year-abroad-programs/jya-italy/>

unesco.it

Patrimonio Mondiale,

URL: www.unesco.it/it/PatrimonioMondiale/Index

uni-italia.it (1)

Chi siamo,

URL: www.uni-italia.it/it/chi-siamo

uni-italia.it (2)

Uni-Italia e le Istituzioni Italiane del Sistema dell'Alta Formazione,

URL: http://uni-italia.it/archivio/Rapporto_Presidente_Consiglio_Scientifico.pdf

unistrapg.it

Self Portrait,

URL: www.unistrapg.it/it/self-portrait

unistrasi.it

Storia,

URL: www.unistrasi.it/1/578/3447/Storia.htm

UNIVERSITY OF OXFORD INTERNATIONAL STRATEGY OFFICE (2015)

International Trends in Higher Education 2015, Oxford,
pp. 1-27

VEDOVELLI, MASSIMO ET ALII (2016)

“Lingua, valore e creatività - la lingua e il mondo delle imprese creative e delle industrie culturali” in AAVV *“Stati generali della lingua italiana nel mondo - italiano lingua viva”*, vol. 5, Firenze, 17-18/10/2016, pp. 85-90

5top100.com

About,

URL: <http://5top100.com/about/more-about/>

RINGRAZIAMENTI

Vorrei ringraziare Emanuel Maio per la sua disponibilità nel rispondere alle mie domande e per avermi fornito il materiale dal quale iniziare, è stato molto prezioso nella stesura di questa tesi.