



**Università
di Brescia**

COMUNICATO STAMPA

SUL SOLE 24 ORE I RISULTATI DELLA RICERCA .UNIVERSITY GLOBAL UNIVERSITY RANKING SULL'ATTRATTIVITA' NEI CANALI DIGITALI: L'UNIVERSITA' DI BRESCIA AL 7° POSTO NELLA CLASSIFICA NAZIONALE

.university non replica i ranking tradizionali, ma analizza la capacità di attrarre e coinvolgere attraverso comunicazione e storytelling. L'Università di Brescia premiata per racconto istituzionale, presenza digitale, tono di voce e capacità di tradurre contenuti complessi in una narrazione chiara e contemporanea. "Best in class" nell'area Sostenibilità e impatto sociale.

Brescia, 2 marzo 2026 - Quali università hanno davvero compreso l'importanza di posizionarsi con la stessa logica strategica di un'azienda? Quali sono consapevoli che la reputazione accademica da sola non è più sufficiente ma deve essere resa visibile, credibile e attrattiva? La ricerca .university - Global University Ranking, a cura della società di comunicazione Lundquist e pubblicata sul Sole 24 Ore, ha risposto a questa domanda analizzando 118 università a livello globale per misurarne la capacità di attrazione. Le università italiane risultano nel complesso meno competitive sul piano comunicativo, pur con una solida proposta accademica. Ma non mancano le eccellenze. Dal campione iniziale delle 118 università italiane e internazionali, sono state selezionate 47 finaliste (22 italiane e 25 estere). L'Università di Brescia si posiziona al 7° posto nella classifica nazionale (dopo Politecnico di Milano, Università di Bologna, Cà Foscari, Università di Pisa, Bocconi, Politecnico di Torino e Università di Trento (ex aequo)) e al 28° posto nella classifica internazionale. Le università valutate nel ranking sono state selezionate sulla base del QS World University Ranking 2025 e del database Censis.

L'analisi si basa su cinque aree di ricerca per valutare quanto convincente è il modo di presentarsi delle università in un contesto globale: identità, purpose e posizionamento; prospettiva globale, inclusione e benessere degli studenti; ricerca, innovazione e trasferimento di conoscenza; sostenibilità e impatto sociale; relazione con gli alumni. Queste le domande al centro dell'analisi: Cosa distingue davvero un'università e quanto efficacemente vengono comunicati missione, visione e valori? Le università raccontano l'esperienza studentesca oltre l'aula? In che modo le università comunicano il loro impegno nella ricerca e nell'innovazione? L'impegno per la sostenibilità è comunicato in modo credibile e concreto? In che modo le università rafforzano il legame con gli ex studenti?

Un elemento distintivo del posizionamento di UniBs è rappresentato dal riconoscimento tra le Università "Best in class" nell'area Sostenibilità e impatto sociale. Un risultato che evidenzia la capacità dell'Università di Brescia di valorizzare e comunicare in modo efficace anche i valori della sostenibilità e l'impegno sociale nel territorio.