

Internazionalizzazione

**Dal confronto locale
al posizionamento globale**

REPORT - 17 LUGLIO 2026

POLIFONIA

tante voci per una nuova stagione

PERCORSO PARTECIPATIVO PER LA COSTRUZIONE
DEL PIANO STRATEGICO DEL POLITECNICO DI BARI 2027-2029



Politecnico
di Bari

Introduzione

L'ultimo focus group del percorso *Polifonia* è stato dedicato all'internazionalizzazione, affrontata non come una funzione specifica dell'Ateneo, ma come una dimensione trasversale capace di incidere sulla qualità della ricerca, della didattica, dell'innovazione e del rapporto con il territorio.

Sin dai primi interventi è emersa una significativa convergenza: l'obiettivo non è semplicemente aumentare il numero di studenti stranieri o moltiplicare gli accordi internazionali, ma definire il ruolo che il Politecnico di Bari intende assumere nello spazio euro-mediterraneo e costruire un'identità riconoscibile nel panorama universitario internazionale.

Il confronto ha assunto rapidamente una struttura molto chiara, sviluppandosi su *due livelli complementari*.

Da una parte una dimensione strategica, orientata a rispondere alla domanda: *quale internazionalizzazione vuole costruire il Politecnico?* Dall'altra una dimensione tattica, dedicata agli strumenti organizzativi, amministrativi e operativi necessari per rendere quella visione concreta.

Questa duplice lettura ha attraversato quasi tutti gli interventi. Più partecipanti hanno sottolineato come una strategia priva di strumenti rischi di rimanere una dichiarazione d'intenti, mentre strumenti e iniziative, se non guidati da una chiara direzione, producono inevitabilmente risultati frammentari.

Come ha sintetizzato uno dei partecipanti:

“L'internazionalizzazione è un mezzo, non un fine.”

Una riflessione sviluppata su due piani

1. La dimensione strategica: decidere chi vogliamo essere

La parte più ampia della discussione è stata dedicata alla visione di lungo periodo.

È emersa con forza l'idea che il Politecnico debba evitare una strategia generalista. Nel panorama internazionale esistono migliaia di università e centinaia di sistemi di valutazione: competere indistintamente su tutti i fronti appare irrealistico.

Come è stato osservato:

“Se vogliamo fare qualcosa bene dobbiamo individuare delle priorità e investirci. Se perseguiamo dieci obiettivi strategici probabilmente non ne raggiungeremo nessuno.”

La questione centrale diventa quindi il posizionamento.

Più interventi hanno invitato il Politecnico a chiarire quale sia il proprio elemento distintivo, individuando alcuni possibili ambiti nei quali diventare riconoscibile:

- **sostenibilità;**
- **acqua;**
- **città e infrastrutture;**
- **resilienza climatica;**
- **bioeconomia;**
- **innovazione tecnologica.**

L'internazionalizzazione viene quindi interpretata come costruzione di una proposta scientifica e formativa distintiva, più che come semplice apertura verso l'estero.

Come osservato durante il confronto:

“Non possiamo essere riconosciuti per tutto. Dobbiamo scegliere dove vogliamo essere un punto di riferimento.”

IL MEDITERRANEO COME SCELTA STRATEGICA

La seconda grande direttrice riguarda la geografia dell'internazionalizzazione.

Il Mediterraneo è stato richiamato da quasi tutti gli interventi non soltanto come collocazione geografica del Politecnico, ma come spazio nel quale costruire un'identità scientifica e culturale.

Non un semplice mercato di studenti, ma un'area accomunata da grandi sfide condivise:

- acqua;
- energia;
- cambiamenti climatici;
- urbanizzazione;
- mobilità;
- innovazione.

In questa prospettiva sono stati indicati come interlocutori prioritari:

- Balcani;
- Nord Africa;
- Africa subsahariana;
- comunità italiane all'estero.

Una delle immagini più efficaci emerse durante il confronto sintetizza bene questa prospettiva:

“Il Mediterraneo non è un confine. È una piazza.”

LO STUDENTE COME CENTRO DELLA STRATEGIA

Un altro elemento ricorrente riguarda il ruolo degli studenti.

Diversi partecipanti hanno osservato che la ricerca possiede già una naturale dimensione internazionale, mentre la vera sfida riguarda la qualità dell'esperienza degli studenti.

Sono stati richiamati:

- **personalizzazione dei percorsi;**
- **servizi di accoglienza;**
- **tutoraggio;**
- **sostegno economico;**
- **accompagnamento nella ricerca della casa;**
- **integrazione nella città.**

L'internazionalizzazione viene così letta come capacità di costruire una comunità universitaria realmente aperta.

Come è stato ricordato:

“Senza studenti non c'è università.”

COMPETITIVITÀ E FUNZIONE SOCIALE

Uno degli aspetti più originali del confronto riguarda il tentativo di tenere insieme due obiettivi apparentemente diversi.

Da una parte la competitività internazionale.

Dall'altra la funzione pubblica e sociale del Politecnico.

È stato più volte sottolineato come attrarre studenti e ricercatori non rappresenti un obiettivo sufficiente se non produce anche sviluppo per il territorio, cooperazione internazionale e crescita delle comunità partner.

Particolarmente significativo il riferimento ai giovani provenienti da aree di crisi, ai corridoi universitari e alla costruzione di una vera “cittadinanza universitaria mediterranea”.

Come osservato da un partecipante:

***“Ci internazionalizziamo per dare un contributo al nostro territorio.
L'internazionalizzazione è un mezzo.”***

2. La dimensione tattica: costruire gli strumenti

Accanto alla riflessione strategica, il focus group ha dedicato molto spazio agli strumenti necessari per rendere questa visione concretamente realizzabile.

Il primo tema riguarda l'organizzazione interna.

È stato osservato come l'internazionalizzazione non possa essere affidata esclusivamente alla buona volontà dei singoli docenti.

Occorre invece costruire un presidio stabile capace di:

- sviluppare relazioni internazionali;
- accompagnare i partenariati;
- seguire ranking e reputazione;
- intercettare opportunità europee;
- supportare studenti e ricercatori.

Come è stato sintetizzato:

“Bisogna organizzarsi. Serve un presidio tecnico-amministrativo che conosca quei Paesi, costruisca relazioni e accompagni questa politica.”

MIGLIORARE IL POSIZIONAMENTO INTERNAZIONALE

Numerosi interventi hanno richiamato il tema dei ranking. Pur riconoscendone i limiti, è stato osservato che rappresentano uno dei principali strumenti attraverso cui gli studenti scelgono l'università.

Per questo motivo è stato proposto di lavorare in maniera più sistematica sulla reputazione internazionale, sulla qualità dei dati e sulla presenza nei principali sistemi di valutazione.

Come è stato osservato:

***“I ranking non sono la sostanza, ma sono marketing.
E gli studenti li utilizzano.”***

INNOVARE LA DIDATTICA INTERNAZIONALE

Grande attenzione è stata dedicata ai nuovi modelli formativi.

Le tecnologie digitali e l'intelligenza artificiale vengono considerate un'opportunità per superare alcune barriere tradizionali.

Sono stati proposti:

- corsi ibridi;
- didattica online;
- laboratori condivisi;
- summer school;
- mobilità breve;
- esperienze formative distribuite tra Paesi partner.

È stato però ricordato che la dimensione laboratoriale ed esperienziale rimane insostituibile.

Come affermato durante il confronto:

“Quando la lingua non sarà più una barriera per l'utilizzo delle tecnologie, la differenza la faranno i contenuti.”

FARE RETE

Tra gli strumenti operativi è emersa con forza la costruzione di reti strutturate.

Le principali direttrici indicate riguardano:

- **Alleanze Europee;**
- **doppi titoli;**
- **corsi congiunti;**
- **partenariati scientifici;**
- **collaborazione con imprese;**
- **cooperazione internazionale.**

L'esperienza dell'Alleanza MEDICORE è stata richiamata come possibile piattaforma sulla quale costruire una presenza internazionale più stabile del Politecnico.

LE PRINCIPALI PRIORITÀ EMERSE

Dalla discussione emergono alcune priorità condivise:

- **definire un posizionamento internazionale chiaro e distintivo;**
- **assumere il Mediterraneo come principale spazio strategico di cooperazione;**
- **investire sull'esperienza degli studenti internazionali;**
- **sviluppare modelli didattici flessibili e internazionali;**
- **rafforzare reti e partenariati scientifici;**
- **costruire un presidio organizzativo dedicato all'internazionalizzazione;**
- **coniugare competitività internazionale e funzione sociale dell'università.**

CONCLUSIONI

Il sesto focus group ha restituito una visione matura dell'internazionalizzazione, interpretata non come un insieme di attività aggiuntive, ma come una strategia di posizionamento dell'intero Ateneo.

La riflessione ha mostrato come il successo internazionale del Politecnico dipenda dalla capacità di tenere insieme due dimensioni: una visione strategica, capace di definire identità, priorità e ruolo nel Mediterraneo, e una capacità operativa, fondata su organizzazione, servizi, reti e strumenti adeguati. In questa prospettiva, l'internazionalizzazione diventa il filo conduttore attraverso cui ricerca, didattica, innovazione e sviluppo territoriale possono rafforzare qualità, attrattività e impatto del Politecnico di Bari.



Grazie.