SERVIZIO INFORMAGIOVANI, ORIENTAMENTO SCUOLA, UNIVERSITA', SVILUPPO LAVORO UNITA' DIREZIONALE SEGRETARIO GENERALE

ALLEGATO ALLA RELAZIONE PER IL RIESAME DELLA DIREZIONE

INDAGINI DI CUSTOMER SATISFACTION 2026

Le indagini di customer satisfaction sono state realizzate rispetto alle seguenti attività:

1. **Attività di orientamento – Supporto all'attività di stesura del curriculum vitae**
2. **Attività di orientamento - Colloqui di orientamento e consulenze al lavoro e alla formazione**
3. **Attività di orientamento realizzate nelle Scuole Secondarie di Primo grado**
4. **Attività di orientamento realizzate nelle Scuole Secondarie di Secondo grado**
5. **EVENTI - Salone dello Studente Junior**
6. **EVENTI - Salone dello Studente Young**

Si precisa che:

- gli incontri/colloqui in cui è prevista la somministrazione di questionari di customer satisfaction sono organizzati sia in presenza che da remoto;
- per tutte le rilevazioni (ad eccezione di quella del sito) è stata utilizzata la scala numerica a 10 punti equispaziati (1-10);
- i questionari da compilare vengono proposti al termine del colloquio/intervento di gruppo segnalando il link via mail o consegnando i moduli cartacei
- nei questionari viene inserita almeno una domanda aperta per raccogliere dati di tipo qualitativo, utili nella fase di analisi dei risultati;
- l'analisi dei dati viene fatta, dopo l'elaborazione dei dati da parte della referente Qualità, con gli orientatori leggendo suggerimenti e osservazioni segnalate dagli utenti: in questo modo vengono condivise le eventuali criticità e si individuano le azioni correttive;
- i dati sono aggiornati al 29/10/2026.

1. ATTIVITA' DI ORIENTAMENTO

- **Supporto all'attività di stesura del curriculum vitae**

Tempistica di rilevazione: Gennaio – 20 Ottobre 2026
N. questionari compilati: 61

Le informazioni ricevute sono state chiare (termini utilizzati, spiegazioni, …) ?	**100,0%**
Le informazioni e indicazioni ricevute nel colloquio sono state utili?	**100,0%**
E' soddisfatto/a di come è stato accolto dall'operatore?	**100,0%**
E' soddisfatto/a dell'assistenza/aiuto prestata dall'operatore?	**100,0%**
Ritiene soddisfacente l'organizzazione del servizio (orari, tempi di attesa, sede, strumenti utilizzati, ecc.)?	**93,4%**

n° totale moduli di customer satisfaction con votazione non inferiore a 8/10
n° totale moduli di customer satisfaction raccolte X 100

Media valori 2020:	**97,4%**	**Media valori 2023:**	**96,3%**	**Media valori 2026: 98,7%**
Media valori 2021:	**95,1%**	**Media valori 2024:**	**98,8%**	
Media valori 2022:	**99,6%**	**Media valori 2025:**	**99,0%**	

In particolare, quali parti, argomenti del colloquio ritiene interessanti/utili?

- Il confronto e l'aiuto nel cercare di capire quali fossero i miei obiettivi
- Aver elencato aspetti positivi e negativi delle diverse scelte che avevo in mente, aver dato chiarezza a pensieri e dubbi
- La spiegazione chiara
- Scelta universitaria

ANALISI, VALUTAZIONE ED EVENTUALI AZIONI CORRETTIVE

Le valutazioni si confermano molto elevate: chiarezza, utilità, accoglienza e assistenza raggiungono il 100% di valutazioni ≥8, mentre l'organizzazione del servizio si attesta al 93,4%. La media complessiva è pari al 98,7% (99,0% nel 2025).

Modalità di conoscenza del servizio

Il canale prevalente è il passaparola, seguito dall'avviso allo sportello e dal sito Informagiovani.

Utilità delle informazioni e temi più rilevanti

- Confronto e supporto nel chiarire i propri obiettivi.
- Analisi di aspetti positivi e negativi delle diverse scelte.
- Chiarezza delle spiegazioni fornite.
- Supporto alla scelta universitaria.

Suggerimenti e criticità

- Ampliare gli orari di apertura, rendendoli più accessibili agli studenti.
- Aggiornare con regolarità i contenuti.
- Valutazione inferiore a 8 sono riferite all'organizzazione del servizio (orari, tempi di attesa).

Sintesi

Il servizio di supporto alla stesura del CV conferma livelli di soddisfazione eccellenti.
Il numero di questionari raccolti (61, a fronte di 98 nel 2025) risulta tuttavia contenuto rispetto ai colloqui CV realizzati: si ritiene opportuno rafforzare la somministrazione sistematica del questionario al termine di ogni colloquio.

2. ATTIVITA' DI ORIENTAMENTO

- **Colloqui di orientamento e consulenze al lavoro e alla formazione**

Tempistica di rilevazione: Gennaio – 20 Ottobre 2026
N. questionari compilati: 88

Le informazioni ricevute sono state chiare (termini utilizzati, spiegazioni, …)?	**96,6 %**
Le informazioni e indicazioni ricevute possano esserle utili nella ricerca del lavoro o nella definizione del percorso formativo?	**95,5 %**
E' soddisfatto delle modalità con cui l'operatore ha gestito il colloquio?	**97,7 %**
E' soddisfatto delle modalità con cui l'operatore ha approfondito le sue competenze e le sue potenzialità?	**93,2 %**
E' soddisfatto/a dell'assistenza prestata dall'operatore?	**97,7 %**
Ritiene soddisfacente l'organizzazione del servizio (orari, tempi di attesa, sede, strumenti utilizzati, ecc.)?	**95,5 %**

n° totale moduli di customer satisfaction con votazione non inferiore a 8/10
n° totale moduli di customer satisfaction raccolte X 100

Media valori 2020:	**98,1%**	**Media valori 2023:**	**98,1%**	**Media valori 2026: 96,0%**
Media valori 2021:	**96,7%**	**Media valori 2024:**	**98,1%**	
Media valori 2022:	**98,6%**	**Media valori 2025:**	**99,4%**	

Quali argomenti sono stati più interessanti/utili per l'elaborazione del suo progetto personale di scelta?

Modalità di supporto e relazione

- Il confronto, l'aiuto per cercare di capire i propri obiettivi, i consigli e la disponibilità
- L'ascolto e il modo di guardare alla passione della persona
- Il supporto e l'ascolto durante l'incertezza

Strumenti di orientamento

- La lista dei pro e dei contro in caso di indecisione
- La possibilità di raggiungere lo stesso obiettivo con percorsi diversi
- Imparare a valutare cosa sia davvero importante per me

Fonti informative e risorse digitali

- Venire a conoscenza del sito Universitaly
- I siti consigliati per la ricerca di università e per il percorso lavorativo dopo gli studi
- La ricerca dei piani di studio delle università

Lavoro e formazione

- Informazioni e consigli per i primi passi nel mondo del lavoro e spiegazioni sui corsi abilitanti all'insegnamento
- Come cercare il proprio corso di studio e aspetto studente-lavoratore
- Sto riuscendo a trovare lavoro grazie alla professionalità del vostro operatore

Ha suggerimenti da darci riguardo all'organizzazione del colloquio?

- A volte servirebbe più tempo, ma nel complesso molto soddisfatta
- Più orari accessibili per studenti
- Cercare di avere un ritorno/feedback anche una volta che i ragazzi terminano l'esperienza (es. ITS)

ANALISI, VALUTAZIONE ED EVENTUALI AZIONI CORRETTIVE

Nel 2026 sono stati raccolti 88 questionari (87 in presenza, 1 online). Tutte le voci superano ampiamente la soglia di riferimento dell'80%, con una media complessiva del 96,0% (99,4% nel 2025). Le valutazioni più alte riguardano la gestione del colloquio e l'assistenza dell'operatore (97,7%); l'approfondimento di competenze e potenzialità registra il valore più basso (93,2%).

Origine della conoscenza del servizio

Tra chi ha fatto un colloquio di orientamento, più della metà ha conosciuto il Servizio tramite passaparola

Utilità delle indicazioni ricevute
Gli utenti apprezzano in particolare:

- il confronto e l'ascolto per chiarire obiettivi e vocazioni personali;
- gli strumenti di supporto alla scelta (analisi di pro e contro, percorsi alternativi per uno stesso obiettivo);
- le risorse informative (Universitaly, piani di studio, modalità di iscrizione, ITS, ricerca di corsi);
- le informazioni sul mondo del lavoro, sui corsi abilitanti all'insegnamento e sulla condizione di studente-lavoratore.

Suggerimenti e criticità

- In alcuni casi viene segnalata l'esigenza di più tempo per il colloquio.
- Richiesta di orari più accessibili per gli studenti.
- Proposta di un ritorno/feedback al termine dei percorsi intrapresi (es. ITS).
- Si rilevano alcune valutazioni isolate comprese tra 6 e 7.

Sintesi
Il servizio di orientamento si conferma efficace e apprezzato per la qualità della relazione e la concretezza delle indicazioni. La lieve flessione rispetto al 2025 e i suggerimenti raccolti indicano l'opportunità di presidiare i tempi del colloquio e l'accessibilità degli orari, valutando un contatto di follow-up al termine dei percorsi.

Rilevazione e monitoraggio sperimentale del gradimento
Nel corso dell'anno sono stati realizzati contatti telefonici con alcuni utenti che hanno partecipato ai percorsi di orientamento e agli incontri individuali di supporto alla stesura del CV per avere un ritorno rispetto all'intervento erogato.
Gli intervistati sono individuati fra i fruitori del servizio, tenendo in considerazione un necessario bilanciamento di rappresentatività (sesso, tipologia di colloqui, nazionalità, residenza).
La modalità di intervista prevede il contatto telefonico in cui vengono poste domande partendo dal questionario predefinito.

- i contatti sono stati circa 60. L'eccessivo utilizzo del tele-marketing genera spesso una diffidenza verso questo tipo di intervista, ma la risposta è di circa l'80%.
- un terzo degli intervistati ha dichiarato di aver compilato il questionario di customer satisfaction cartacei o online dopo il colloquio, la restante parte non l'ha fatto per mancanza di tempo o dimenticanza
- tutti hanno dichiarato di aver avuto indicazioni molto utili per la ricerca del lavoro e/o per la scelta di percorsi formativi, di essere stati accolti, seguiti e accompagnati (in particolare chi ha usufruito dei percorsi) in maniera molto puntuale
- ritorno positivo circa le modalità di accoglienza e gestione dei colloqui, disponibilità, multicanalità, centratura sulla relazione, competenza e attenzione al bisogno/richiesta
- fra i suggerimenti: ridurre i tempi di attesa degli appuntamenti, avere la possibilità di più incontri (anche tra chi ha usufruito di più colloqui, estendere il servizio in più fasce pomeridiane).

I risultati indicano il bisogno di una costante attenzione alle esigenze espresse e inespresse dell'utente, di approfondimenti e di accompagnamento.

3 - ATTIVITA' DI ORIENTAMENTO – SCUOLE SECONDARIE DI PRIMO GRADO

- **Moduli di orientamento dedicati ai ragazzi delle classi III**

Tempistica di rilevazione: novembre 2025 – Febbraio 2026
Questionario somministrato ai docenti delle classi in cui sono stati organizzati gli incontri nel corso del Salone dello Studente Junior a.s. 2025/2026
N. questionari compilati: 22

Quanto è complessivamente soddisfatto dell'incontro?	**81,8 %**
Come valuta: la chiarezza delle indicazioni date dall'orientatore?	**86,4 %**
Come valuta: la competenza dell'orientatore?	**95,5 %**
Quanto ritiene che le informazioni e le indicazioni ricevute possano essere utili?	**77,3 %**
In che misura ritiene soddisfacente il livello di coinvolgimento dei partecipanti durante lo svolgimento delle attività didattiche?	**68,2 %**
Ritiene che l'incontro abbia conseguito gli obiettivi prefissati?	**SI 100,0 %**

n° totale moduli di customer satisfaction con votazione non inferiore a 8/10
n° totale moduli di customer satisfaction raccolte X 100

Media valori 2021:	**89,7%**	**Media valori 2023:**	**95,3%**	**Media valori 2026: 84,8%**
Media valori 2020:	**91,1%**	**Media valori 2024:**	**84,7%**	
Media valori 2022:	**89,5%**	**Media valori 2025:**	**98,2%**	

ANALISI, VALUTAZIONE ED EVENTUALI AZIONI CORRETTIVE

La rilevazione 2026, condotta sui docenti referenti delle classi coinvolte negli interventi orientativi del Salone Junior (22 questionari), conferma una valutazione positiva, con un punto di eccellenza nella competenza degli orientatori (95,5% di valutazioni ≥8) e il pieno raggiungimento degli obiettivi (100% di risposte positive). La soddisfazione complessiva (81,8%) e la chiarezza delle indicazioni (86,4%) risultano in flessione rispetto al 2025.

Punti di forza

- Formula "In Tour" capillare e personalizzata, che consente un contatto diretto con gli studenti in un clima di ascolto sereno e concentrato.
- Elevata competenza tecnica e relazionale degli orientatori, in grado di stimolare interesse e partecipazione attiva.
- Efficacia informativa su indirizzi di studio, quadri orari e sbocchi formativi.

Richieste più frequenti

- Conoscenza dell'offerta formativa locale e degli indirizzi delle scuole superiori del territorio.
- Autoconoscenza e scelta consapevole (moduli "Do It Now" e laboratori sul metodo di studio).
- Figure professionali in uscita dai diversi percorsi scolastici e formativi.

Criticità e azioni di miglioramento

- Anticipare la calendarizzazione degli incontri a inizio anno scolastico (ottobre – prima metà di novembre), evitando sovrapposizioni con le attività di orientamento già avviate dai consigli di classe.
- Rafforzare il raccordo preventivo con i docenti, condividendo in anticipo i contenuti degli interventi per personalizzarli ed evitare ripetizioni.
- Incrementare laboratori pratici, simulazioni e attività interattive, calate sulla realtà delle scuole del territorio.

Sintesi

Gli interventi si confermano efficaci e apprezzati, in particolare per la competenza degli operatori. Le azioni di miglioramento riguardano la pianificazione anticipata degli incontri e la condivisione preventiva dei contenuti con i referenti scolastici.

4. ATTIVITA' DI ORIENTAMENTO – SCUOLE SECONDARIE DI SECONDO GRADO

- Moduli di orientamento: Tra studi e professioni: orientarsi verso una scelta consapevole; Direzione futuro: costruiamo il nostro itinerario; Rilevazione e autovalutazione delle competenze; Facilitazione Digitale; Assertiva-mente; Lavorare nella PA; #Contrattiamo

Tempistica di rilevazione: Gennaio – Maggio 2026
Questionario somministrato agli studenti delle classi in cui sono organizzati gli incontri (classi 3, 4)
N. questionari compilati: 822

Quanto sei complessivamente soddisfatto dell'incontro?	**78,8 %**
Come valuti: la chiarezza delle indicazioni date dall'orientatore?	**90,5 %**
Come valuti: la competenza dell'orientatore?	**92,7 %**
Quanto ritieni che le informazioni e le indicazioni ricevute possano essere utili?	**79,4 %**
In che misura ritieni soddisfacente il livello di coinvolgimento come partecipante durante lo svolgimento delle attività didattiche?	**75,5 %**
Ritieni che l'incontro abbia conseguito gli obiettivi?	**SI 94,0 %**

n° totale moduli di customer satisfaction con votazione non inferiore a 8/10
n° totale moduli di customer satisfaction raccolte X 100

Media valori 2020:	**65,2%**	**Media valori 2023:**	**84,5%**	**Media valori 2026: 83,4%**
Media valori 2021:	**83,4%**	**Media valori 2024:**	**83,4%**	
Media valori 2022:	**81,2%**	**Media valori 2025:**	**69,4%**	

ANALISI, VALUTAZIONE ED EVENTUALI AZIONI CORRETTIVE

Sono stati raccolti 822 questionari compilati dagli studenti di 6 Istituti Superiori. Il gradimento risulta in netto miglioramento rispetto al 2025: la media dei valori sale dal 69,4% all'83,4%, con un incremento su tutte le voci rilevate; il 94,0% degli studenti ritiene che l'incontro abbia conseguito gli obiettivi.

Partecipazione per istituto

- Liceo Aselli: 259 studenti (31,5%)
- I.I.S. Stradivari: 216 studenti (26,3%)
- I.I.S. Einaudi: 145 studenti (17,6%)
- I.I.S. Torriani: 104 studenti (12,7%)
- Liceo Anguissola: 60 studenti (7,3%)
- I.I.S. Ghisleri: 38 studenti (4,6%)

Esiti per modulo

Il dettaglio per modulo, elaborato sui singoli questionari, evidenzia andamenti differenziati.

Modulo	N.	Soddisf. compl.	Chiarezza	Compe-tenza	Utilità	Coinvol-gimento	Media	Obiettivi (SI)
Tra studi e professioni	264	86,0%	97,0%	97,3%	91,3%	73,9%	**89,1%**	93,9%
Direzione futuro	234	64,2%	85,0%	87,9%	60,9%	71,2%	**73,9%**	88,5%
Facilitazione digitale	167	88,0%	90,4%	92,8%	91,0%	83,2%	**89,1%**	100,0%
Rilevazione e autovalutazione delle competenze	118	75,2%	85,5%	93,2%	70,1%	74,4%	**79,7%**	94,8%
Assertiva-mente	14	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	**100,0%**	100,0%
Lavorare nella PA	13	84,6%	100,0%	92,3%	84,6%	84,6%	**89,2%**	100,0%
#Contrattiamo	12	75,0%	83,3%	66,7%	75,0%	58,3%	**71,7%**	100,0%
Totale	**822**	**78,8%**	**90,5%**	**92,7%**	**79,4%**	**75,5%**	**83,4%**	**94,0%**

Percentuale di valutazioni ≥ 8/10 per ciascuna voce; "Media" = media delle cinque voci; "Obiettivi" = percentuale di SI sulle risposte espresse.

«Tra studi e professioni» (264 questionari) e «Facilitazione digitale» (167) raggiungono una media dell'89,1%, con chiarezza e competenza dell'orientatore oltre il 97% nel primo modulo. «Direzione futuro» (234 questionari), centrato sull'autoconoscenza, registra invece la media più bassa (73,9%): soddisfazione complessiva (64,2%) e utilità percepita (60,9%) sono sotto la soglia dell'80% e il modulo raccoglie 23 dei 32 giudizi negativi sul raggiungimento degli obiettivi. Nei commenti alcuni studenti

segnalano l'attesa di contenuti più direttamente collegati alla scelta universitaria e professionale. I moduli con un numero ridotto di questionari (Assertiva-mente, Lavorare nella PA, #Contrattiamo: 12-14 ciascuno) vanno letti con cautela.

Punti di forza

- Competenza (92,7%) e chiarezza (90,5%) degli orientatori, descritti come preparati, empatici e capaci di affrontare temi del mondo universitario e lavorativo non trattati nelle lezioni.
- Utilità degli incontri per l'autoconsapevolezza, in particolare il modulo di rilevazione e autovalutazione delle competenze.
- Approccio pratico e tematiche attuali: apprezzati i moduli di Facilitazione Digitale e quelli su contratti e professioni.

Criticità e suggerimenti

- Ridurre l'uso di slide e della componente frontale a favore di simulazioni, lavori di gruppo, giochi di ruolo e confronto diretto.
- Nella Facilitazione Digitale, dedicare meno spazio ai temi generali di bullismo e cyberbullismo, già trattati a scuola, e più spazio ad aspetti pratici e legali (identità digitale, privacy, modalità di segnalazione).
- Prevedere percorsi distribuiti nel tempo anziché concentrati in singole sessioni.
- Nel modulo «Direzione futuro», esplicitare gli obiettivi in apertura e rafforzare il collegamento tra il lavoro di autoconoscenza e la scelta di studi e professioni (es. percorsi e professioni coerenti con le competenze emerse).

Nota metodologica: Interpretazione delle Scale di Valutazione nella popolazione scolastica (*School-Grading Bias*) - Inquadramento metodologico sulla metrica di valutazione

Nella lettura degli indici percentuali (calcolati sulla quota di votazioni pari o superiori a 8/10), occorre tenere conto di un fattore distorsivo noto in letteratura psicometrica e docimologica come "School-Grading Bias" o *trasposizione dell'abitudine valutativa scolastica*. Quando a studenti della scuola secondaria viene somministrato un questionario con scala Likert 1-10, la risposta tende a non seguire una distribuzione gaussiana standard, bensì ad assimilarsi alla scala dei voti scolastici:

1. La riluttanza verso le fasce d'eccellenza (9-10): Nello specifico del contesto scolastico italiano, i voti 9 e 10 sono concettualmente riservati a prestazioni eccezionali o storicamente attribuiti con estrema parsimonia dai docenti. Gli studenti proiettano questa consuetudine anche sui moduli di *customer satisfaction*, riservando il 9 o il 10 a casi eccezionali e posizionando le valutazioni di ottimo pieno o piena soddisfazione sulla fascia del 7 o dell'8.
2. Il valore soglia dell'8: Di conseguenza, un voto pari a 7/10 nel sistema percepito dagli studenti rappresenta già un giudizio ampiamente positivo ("più che sufficiente / buono"), mentre l'8 definisce l'eccellenza standard.

L'adozione del criterio stringente che considera "soddisfatti" solo i punteggi > 8/10 costituisce una soglia analitica particolarmente sfidante. Il dato del 94,0% di risposte positive sulla percezione del raggiungimento degli obiettivi conferma che la reale efficacia percepita degli interventi è superiore a quanto espresso dalle sole frequenze di voto 8-10 nelle singole sottovoci.

Azioni correttive e linee di sviluppo

- Focalizzazione degli interventi su: identità digitale (SPID/CIE), reputazione online, privacy, strumenti per la ricerca di lavoro e normativa sulle segnalazioni e contrazione dello spazio dedicato ad argomenti già presidiati.
- Rafforzare nel modulo «Direzione futuro» il collegamento tra autoconoscenza e scelta di studi e professioni.
- Potenziamento dell'utilizzo di modalità esperienziali e laboratoriali dei moduli

5. SALONE DELLO STUDENTE JUNIOR - ESPOSITORI

Tempistica di rilevazione: ottobre 2025 – febbraio 2026

Questionario somministrato ai docenti delle scuole che hanno partecipato al Salone Junior in qualità di Espositori.

La somministrazione è stata fatta direttamente al docente referente per l'orientamento (che poteva scegliere di compilarla al momento o di inviarla successivamente alla Segreteria Organizzativa).

N. questionari compilati: 60

Valuta adeguata la formula del Salone Junior in tour?	**100,0 %**
Valuta adeguata l'organizzazione dei diversi momenti della mattinata? (presentazioni, informazioni one to one)	**100,0 %**
Valuta adeguati gli spazi messi a disposizione?	**100,0 %**
Valuta adeguati i tempi a disposizione per lo svolgimento della vostra presentazione? (se realizzata)	**100,0 %**
Valuta adeguato il supporto offerto dalla Segreteria Organizzativa?	**100,0 %**
È soddisfatto dei risultati ottenuti?	**100,0 %**
Quanto valuta positivamente nel complesso l'esperienza?	**100,0 %**
Ritiene che l'esperienza possa essere ripetuta?	**100,0 %**

n° totale moduli di customer satisfaction con votazione non inferiore a 8/10

n° totale moduli di customer satisfaction raccolte X 100

Media valori 2020:	**83,5%**	**Media valori 2023:**	**71,1%**	**Media valori 2026: 100,0%**
Media valori 2021:	**82,7%**	**Media valori 2024:**	**100,0%**	
Media valori 2022:	**80,0%**	**Media valori 2025:**		

ANALISI, VALUTAZIONE ED EVENTUALI AZIONI CORRETTIVE

I 60 questionari compilati dai docenti delle scuole superiori e della formazione professionale presenti come espositori confermano il pieno gradimento del format: tutte le valutazioni sono ≥8, con un'elevata concentrazione di 9 e 10. Tutti i referenti si dichiarano soddisfatti dei risultati ottenuti e ritengono che l'esperienza debba essere ripetuta.

Punti di forza

- La modalità itinerante consente un contatto diretto e personalizzato con gli studenti delle scuole medie.
- La realizzazione negli ambienti scolastici evita il sovraffollamento dei grandi saloni e favorisce un clima di ascolto.
- La Segreteria Organizzativa ottiene la valutazione massima, a conferma dell'efficienza della gestione preventiva e del coordinamento in loco.

Sintesi

Il Salone Junior in Tour si conferma un format consolidato, da mantenere integralmente.

5. SALONE DELLO STUDENTE JUNIOR – DOCENTI DELLE SCUOLE OSPITANTI Questionario
Questionario somministrato ai docenti referenti delle scuole che hanno ospitato i Salone Junior.
Tempistica di rilevazione: dicembre 2025 – febbraio 2026
N. questionari compilati: 5

Quanto valuta adeguata la formula del Salone Junior in tour proposta al suo Istituto?	**100,0 %**
Valuta adeguata l'organizzazione dell'appuntamento?	**100,0 %**
Valuta adeguata l'organizzazione dei diversi momenti della mattinata? (presentazioni, informazioni one to one)	**100,0 %**
Ritiene che sia stata utile la partecipazione degli studenti all'iniziativa?	**100,0 %**
Valuta adeguato il supporto offerto dalla Segreteria Organizzativa?	**100,0 %**
Quanto valuta positivamente nel complesso l'esperienza?	**100,0 %**
Quanto valuta positivamente nel complesso l'esperienza? È soddisfatto dei risultati ottenuti?	**100,0 %**
Ritiene che l'esperienza possa essere ripetuta?	**100,0 %**

n° totale moduli di customer satisfaction con votazione non inferiore a 8/10
n° totale moduli di customer satisfaction raccolte X 100

Media valori 2022:	**100,0 %**	**Media valori 2024:**	**100,0 %**	**Media valori 2026: 100,0%**
Media valori 2023:	**100,0 %**	**Media valori 2025:**	**100,0 %**	

ANALISI, VALUTAZIONE ED EVENTUALI AZIONI CORRETTIVE

Le 5 scuole ospitanti esprimono valutazioni ≥8 su tutte le dimensioni rilevate, con punteggio medio massimo (10/10): formula, organizzazione della mattinata, utilità per gli studenti, supporto della Segreteria Organizzativa e ripetibilità dell'esperienza.

Sintesi

Non emergono criticità né suggerimenti di miglioramento: la formula "In Tour" è pienamente accolta dagli istituti ospitanti.

6. SALONE DELLO STUDENTE YOUNG

Tempistica di rilevazione: febbraio – maggio 2026

Questionario somministrato ai referenti delle Università, ITS e realtà del mondo del lavoro che hanno partecipato al Salone Young in qualità di espositori

N. questionari compilati: 96

Come valuta la formula del Salone dello Studente in Tour?	**69,8 %**
Come valuta l'organizzazione dell'appuntamento: organizzazione dei diversi momenti della mattinata?	**75,8 %**
Come valuta l'organizzazione dell'appuntamento: tempi a disposizione per lo svolgimento della vostra presentazione?	**79,7 %**
Come valuta l'organizzazione dell'appuntamento: supporto della segreteria organizzativa?	**83,9 %**
Come valuta complessivamente l'esperienza?	**76,8 %**
E' soddisfatto dei risultati ottenuti?	**88,0 %**
Ritiene che l'esperienza possa essere ripetuta?	**97,8 %**

n° totale moduli di customer satisfaction con votazione non inferiore a 8/10

n° totale moduli di customer satisfaction raccolte X 100

Media valori 2020:	**83,5%**	**Media valori 2023:**	**99,5%**	**Media valori 2026: 80,1%**
Media valori 2021:	**74,9%**	**Media valori 2024:**	**100,0%**	
Media valori 2022:	**99,4%**	**Media valori 2025:**	**100,0%**	

ANALISI, VALUTAZIONE ED EVENTUALI AZIONI CORRETTIVE

I 96 questionari compilati da università, accademie e Fondazioni ITS restituiscono un giudizio complessivamente positivo ma in flessione rispetto agli anni precedenti: la soddisfazione complessiva si attesta al 76,8% e la media dei valori all'81,5% (calcolata sulle 6 voci rilevate), a fronte del 100% del 2025. Resta molto alta la disponibilità a ripetere l'esperienza (97,8%).

Punti di forza

- La formula "In Tour" consente ad atenei e ITS di accedere direttamente agli istituti e di intercettare studenti che non raggiungerebbero autonomamente.
- La presenza in loco dà visibilità anche a percorsi specifici o di nicchia (Conservatorio, Musicologia, ITS Academy).
- La Segreteria Organizzativa si conferma la voce con le valutazioni più elevate (83,9%).
- La libertà di movimento tra gli stand favorisce domande mirate da parte degli studenti più motivati.

Criticità

- Passività e scarsa preparazione di parte degli studenti, che non sempre arrivano al Salone con uno stimolo preventivo in classe.
- Affluenza disomogenea e tempi morti in alcune fasce orarie, in particolare nelle edizioni primaverili.
- Presenza di classi terze o di indirizzi poco pertinenti rispetto all'offerta presente.
- L'organizzazione dei momenti della mattinata è la voce con la valutazione più bassa (62,6%).

Azioni di miglioramento

- Anticipare il Salone al primo periodo dell'anno scolastico (ottobre – novembre), in coerenza con le scadenze dei test di ammissione e delle preimmatricolazioni (febbraio – marzo).
- Introdurre un momento di preparazione in classe con un "compito orientativo" (es. raccogliere informazioni presso almeno 3-4 stand).
- Estendere la partecipazione alle classi quarte e calibrare la presenza di atenei e ITS sugli indirizzi della scuola ospitante.
- Prevedere una breve presentazione introduttiva sull'offerta delle Fondazioni ITS Academy.

6. SALONE DELLO STUDENTE YOUNG - Questionario somministrato ai docenti referenti delle scuole che hanno ospitato i Salone Young in tour
Tempistica di rilevazione: febbraio – maggio 2026
N. questionari compilati: 5

Come valuta la formula del Salone dello Studente in Tour proposta al suo Istituto?	**60,0 %**
Come valuta l'organizzazione dell'appuntamento: organizzazione degli spazi messi a disposizione?	**80,0 %**
Come valuta l'organizzazione dell'appuntamento: organizzazione dei diversi momenti della mattinata?	**75,0 %**
Come valuta l'organizzazione dell'appuntamento: tempo a disposizione per lo svolgimento dei diversi appuntamenti?	**n.d.**
Come valuta complessivamente l'esperienza?	**75,0 %**
Ritiene che sia stata utile la partecipazione dei suoi	**100,0 %**
Ritiene che l'esperienza possa essere ripetuta il prossimo anno?	**100,0 %**

n° totale moduli di customer satisfaction con votazione non inferiore a 8/10
n° totale moduli di customer satisfaction raccolte X 100

Media valori 2022: 100,0 % **Media valori 2023: 100,0 %** **Media valori 2024: 100,0 %** **Media valori 2025: 100,0 %**	**Media valori 2026: 81,7%**

ANALISI, VALUTAZIONE ED EVENTUALI AZIONI CORRETTIVE
I 5 questionari dei docenti referenti delle scuole ospitanti segnalano un gradimento più contenuto rispetto agli anni precedenti (media 81,7% sulle 6 voci rilevate, a fronte del 100% del 2025): la formula “In Tour” raccoglie il 60% di valutazioni ≥8, l’organizzazione degli spazi l’80% e quella della mattinata il 75%.
Tutti i docenti ritengono comunque utile la partecipazione delle classi e chiedono di ripetere l’iniziativa.
Sintesi
Le indicazioni dei docenti convergono con quelle degli espositori e confermano le azioni di miglioramento individuate: anticipo della calendarizzazione e preparazione preventiva degli studenti in classe.