



Terza Missione e C/Terzi

Leonardo Falduto



UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE

I PARTE – INQUADRAMENTO CONCETTUALE E DIMENSIONALE



Valutazione Terza Missione/Impatto sociale - Università

Linee guida per la compilazione
della Scheda Unica Annuale
Terza Missione e Impatto Sociale
SUA-TM/IS
per le Università



I.0 - Obiettivi strategici di Terza Missione/Impatto sociale	
Valorizzazione della ricerca	Produzione di beni pubblici
I.1 Gestione della proprietà industriale (brevetti e private vegetali)	I.5 Gestione del patrimonio e attività culturali (scavi archeologici, poli museali, attività musicali, immobili e archivi storici, biblioteche ed emeroteche storiche, teatri e impianti sportivi)
I.2 Imprese spin-off	I.6 Attività per la salute pubblica (sperimentazione clinica, studi non interventistici ed <i>empowerment</i> , strutture a supporto)
I.3 Attività conto terzi	I.7 Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta (formazione continua, Educazione Continua in Medicina, certificazione delle competenze, Alternanza Scuola-Lavoro, MOOC)
I.4 Strutture di intermediazione (uffici di trasferimento tecnologico, uffici di <i>placement</i> , incubatori, parchi scientifici, consorzi e associazioni per la Terza Missione)	I.8 Public Engagement

Conto terzi: attività di ricerca e consulenza svolta sulla base di contratti con committenza esterna. I dati relativi alle attività conto terzi provengono dai bilanci degli atenei e dei dipartimenti. La base di estrazione delle informazioni sono le entrate di cassa registrate con specifici codici gestionali del sistema informativo SIOPE. In particolare, viene considerata la somma degli importi derivanti dalle attività e inseriti nei codici indicati, al netto dell'IIVA e di eventuali entrate di cassa di progetti competitivi (da inserire nella parte II, quadro G1).

Le attività conto terzi includono le seguenti categorie di bilancio:

- Attività commerciale
- Entrate finalizzate da attività convenzionate
- Trasferimenti correnti da altri soggetti
- Trasferimenti per investimenti da altri soggetti

La voce "Attività commerciale" è ulteriormente disaggregata nelle seguenti sotto-voci:

- Entrate ex art. 66 DPR 382/80 (ricerca commissionata)
- Entrate ex art. 49 del RD 1592/1933 (prestazioni a tariffario)
- Entrate per attività didattica in conto terzi, seminari e convegni
- Altre entrate derivanti da attività commerciale.

La normalizzazione avviene in riferimento a tutto il personale affiliato all'ateneo (non solo nelle aree 1-9) in quanto le attività conto terzi possono essere svolte, in linea di principio, in tutte le aree scientifiche.

Tuttavia, tenendo conto della concentrazione di fatto della attività conto terzi, si provvederà anche in alcuni casi ad una normalizzazione riferita alle sole aree 1-9.

Aree scientifiche coinvolte (è possibile inserire più risposte):

- 1 - Scienze Matematiche e Informatiche
- 2 - Scienze Fisiche
- 3 - Scienze Chimiche
- 4 - Scienze della Terra
- 5 - Scienze Biologiche
- 6 - Scienze Mediche
- 7 - Scienze Agrarie e Veterinarie
- 8 - Ingegneria Civile ed Architettura
- 9 - Ingegneria Industriale e dell'Informazione
- 10 - Scienze dell'Antichità, Filologico-letterarie e Storico-artistiche
- 11 - Scienze Storiche, Filosofiche, Pedagogiche e Psicologiche
- 12 - Scienze Giuridiche
- 13 - Scienze Economiche e Statistiche
- 14 - Scienze Politiche e Sociali

Base informativa

I dati saranno resi disponibili in forma disaggregata utilizzando i codici di bilancio SIOPE, obbligatori per tutti gli atenei. La disaggregazione della voce "Attività commerciale", non presente nei codici SIOPE, è effettuata dagli atenei sulla base della descrittiva delle diverse sottovoci, imponendo la coerenza del valore somma finale.

Definizioni

Le attività conto terzi includono le seguenti categorie di bilancio:

Attività commerciale:

proventi derivanti dall'attività commerciale svolta dalle istituzioni, disciplinata da Statuti e Regolamenti, comprensiva sia dell'attività in conto terzi che ogni altra attività assoggettata alla contabilità. Non include la cessione di brevetti. Per gli atenei sono considerate quattro voci:

- Entrate ex art. 66 DPR 382/80 (ricerca commissionata)
- Entrate ex art. 49 del RD 1592/1933 (prestazioni a tariffario)
- Entrate per attività didattica in conto terzi, seminari e convegni
- Altre entrate derivanti da attività commerciale.

Entrate finalizzate da attività convenzionate:

entrate derivanti da Contratti/Convenzioni e Accordi di programma stipulati tra l'istituzione e i soggetti eroganti (Amministrazioni Pubbliche, Comuni, Enti di ricerca, Provincie, Regioni e Provincie Autonome, altri soggetti). Il termine "convenzionate" è da intendersi in senso molto generico, volendosi riferire a qualunque forma di reciproco consenso, sulla destinazione degli importi, definito tra soggetto erogante e Struttura destinataria.

Trasferimenti correnti da altri soggetti:

entrate, non destinate al finanziamento di spese correnti, erogate dai soggetti (Amministrazioni Pubbliche, Comuni, Enti di ricerca, Provincie, Regioni e Provincie Autonome, altri soggetti), in assenza di controprestazione da parte dell'istituzione.

Trasferimenti per investimenti da altri soggetti:

entrate destinate al finanziamento di spese di investimento, erogate dai soggetti (Amministrazioni Pubbliche, Comuni, Enti di ricerca, Provincie, Regioni e Provincie Autonome, altri soggetti), in assenza di controprestazione da parte dell'istituzione.

6.1.3 Attività conto terzi

La CETM ha valutato ogni ateneo con riferimento ai seguenti cinque criteri:

- *Intensità di ricerca conto terzi (CT_1)*
- *Intensità di servizi e prestazioni conto terzi (CT_2)*
- *Intensità di didattica conto terzi (CT_3)*
- *Intensità di relazioni istituzionali (CT_4)*
- *Finanziamento da parte di soggetti privati (CT_5).*

e assegnato una valutazione finale per l'ambito (per la presentazione estesa della procedura di valutazione, si veda il Rapporto CETM, § 3.1.3). La Tabella 9 riporta le classi di merito per criterio e finale, elencando gli atenei in ordine decrescente per indicatore sintetico.

Tabella 9 – CT: classe di merito per criterio e finale, ordinamento decrescente per indicatore sintetico

Va sottolineato che al conto terzi partecipano tutte le discipline, anche quelle umanistiche, a differenza di quanto avviene nella proprietà intellettuale e nell'imprenditorialità accademica a vocazione tipicamente tecnico-scientifica. Le entrate conto terzi per la didattica risultano essere la voce meno rilevante tra le entrate considerate. Si noti inoltre, che generalmente, se le entrate legate al conto terzi per ricerca risultano elevate, anche il finanziamento da soggetti privati è consistente. Le entrate da relazioni istituzionali, essendo senza controprestazione, identificando solo una potenzialità di risultato, hanno ricevuto il peso minore.

Criteria per la valutazione

Intensità di ricerca conto terzi

Indica la propensione dell'ateneo a svolgere attività di ricerca su commessa, secondo gli schemi contrattuali di cui all'art. 66 DPR 382/80.

Indicatori disponibili

- Ammontare totale ricerca c/terzi ex art. 66 (ricerca commissionata)/ Numero di soggetti affiliati all'ateneo
- Ammontare totale ricerca c/terzi ex art. 66 (ricerca commissionata)/ Numero di soggetti affiliati all'ateneo nelle aree 1-9

Intensità di servizi e prestazioni conto terzi

Indica la propensione dell'ateneo a svolgere attività di servizi, prestazioni e attività commerciali diverse dalla ricerca e dalla didattica

Indicatori disponibili

- Ammontare totale (entrate art. 49 + altre entrate)/ Numero di soggetti affiliati all'ateneo
- Ammontare totale (entrate art. 49 + altre entrate)/ Numero di soggetti affiliati all'ateneo nelle aree 1-9

Intensità di didattica conto terzi

Indica la propensione dell'ateneo a svolgere attività di formazione per pubblici esterni paganti

Indicatori disponibili

- Ammontare totale per didattica conto terzi, seminari e convegni / Numero di soggetti affiliati all'ateneo

Intensità di relazioni istituzionali

Indica la capacità dell'ateneo di ricevere finanziamenti e trasferimenti a vario titolo da soggetti istituzionali ulteriori rispetto a quelli interessati al conto terzi, con modalità di natura convenzionale (esente IVA)

Indicatori disponibili

- Totale (Entrate finalizzate da attività convenzionate + Trasferimenti correnti da altri soggetti + Trasferimenti per investimenti da altri soggetti)/ Numero di soggetti affiliati all'ateneo

Finanziamento da parte di soggetti privati

Indica la capacità dell'ateneo di mobilitare un supporto finanziario, in varie forme, da parte di soggetti diversi dalla pubblica amministrazione

Indicatori disponibili

- Totale (Contratti/Convenzioni/Accordi programma con altri Soggetti (1299) + + Trasferimenti correnti da imprese private (3236) + Trasferimenti correnti da imprese pubbliche (3235) + Contributi e trasferimenti per investimenti da imprese private (3432) + Contributi e trasferimenti per investimenti da imprese pubbliche (3431) / Numero di soggetti affiliati all'ateneo

Nota

I numeri tra parentesi si riferiscono ai codici SIOPE

Come suggerito dal Manuale, le entrate relative ad ogni indicatore sono state normalizzate a tutto il personale SUA-TM, in quanto il CT in linea di principio è attività trasversale rispetto alle aree CUN.

Di seguito sono riportate alcune decisioni relative alla metodologia.

La rilevazione sul conto terzi distingueva tra entrate centrali di ateneo e entrate dei singoli dipartimenti, ma l'attribuzione all'uno o all'altro livello potrebbe essere dipesa dalle regole (non omogenee tra atenei) di registrazione dei bilanci. Per evitare che queste disomogeneità influissero anche sulla valutazione, è stato definito un indicatore per ciascun criterio che considera al numeratore la somma delle entrate dei dipartimenti e quelle di ateneo, invece che considerare separatamente questi valori.

È stata realizzata un'analisi sulle entrate dei dipartimenti per gli anni 2013 e 2014 (sono gli unici che dispongono di questo dettaglio) per verificare l'effetto delle specificità disciplinari sul conto terzi. I risultati di questa analisi sono riportati in Appendice A (Focus 3) ma non sono stati utilizzati a fini valutativi perché l'attribuzione delle aree disciplinari ai dipartimenti rappresenta un'approssimazione (i valori sono stati imputati). Nei prossimi esercizi si suggerisce di integrare la rilevazione con le informazioni sulla disciplina.

Inoltre, gli indicatori sono stati normalizzati con la stessa procedura riportata nella (I). Ad ogni indicatore normalizzato è stato attribuito un peso. Infine si è calcolato il valore dell'indicatore sintetico di criterio mediante la somma ponderata dei valori degli indicatori normalizzati.

I pesi sono stati assegnati agli indicatori secondo le seguenti considerazioni:

- *CT_1* è l'indicatore di valore prevalente, poiché si tratta di attività di ricerca, cioè attività primaria per gli atenei;
- *CT_2* e *CT_3* sono indicatori ritenuti di pari valenza tra loro, poiché identificano azioni simili di messa a disposizione diretta delle competenze dei docenti. Sono ritenuti, tuttavia, meno rilevanti del precedente in quanto al di fuori dell'attività di ricerca;
- *CT_4* è stato ritenuto l'indicatore di più bassa rilevanza, poiché raccoglie trasferimenti istituzionali, per i quali il legame tra entità e qualità non è riconosciuto in modo chiaro; esso identifica solo una potenzialità di risultato economico, che è l'elemento riconosciuto nel Manuale quale dimensione importante nella valutazione della valorizzazione della ricerca;
- *CT_5* è un indicatore di peso prossimo ai *CT_2* e *CT_3* poiché, trattandosi di finanziamenti da privati, è ritenuto di maggior valore rispetto al *CT_4*, anche se non al livello dei *CT_2* e *CT_3* in quanto, come il precedente *CT_4*, esprime una potenzialità piuttosto che un'acquisizione di risultato a favore del sistema socio-economico.




3. Focus sull'attività di conto terzi a livello di dipartimento

1.1.1 Introduzione

In diverse parti della Relazione CETM si è richiamata l'importanza di tener conto della eterogeneità disciplinare tra strutture valutate, perché questa ha un impatto importante sulla partecipazione e sul livello di impegno nei vari ambiti valutati. Si è inoltre rilevato come nell'attuale valutazione della terza missione gli unici ambiti in cui erano presenti dati per area disciplinare erano quello dei brevetti accademici attraverso la loro attribuzione agli inventori, e quello delle entrate da conto terzi, attraverso la loro attribuzione ai dipartimenti.

La CETM ha quindi voluto fare un esercizio aggiuntivo utilizzando i dati disponibili a livello di dipartimento per il biennio 2013 -2014, con l'obiettivo principale di mostrare che i dati aggregati a livello di ateneo, considerati nei *ranking*, vanno comunque letti *con prudenza*, in quanto non viene preso in considerazione il “*subject mix*” disciplinare delle università. In altri termini, vi è una differenza nei tassi di produzione di attività conto terzi dovuta alle aree disciplinari, che un'analisi a livello aggregato non riesce a cogliere. Si è voluto in questo modo anche rendere evidente il contributo che tutte le discipline, incluse le scienze umane e sociali, danno alla valorizzazione della ricerca.



L'analisi presentata è di tipo sperimentale, sia perché sarebbe comunque necessario considerare il contesto dei singoli atenei e delle attività accademiche svolte, sia per alcuni aspetti tecnici. Nella parte metodologica si dirà come ovviare in parte a questi ultimi. Oltre a fornire ai singoli atenei e ai relativi dipartimenti un'informazione più precisa, i risultati dell'analisi presentata potrebbero essere utilizzati in futuro per calibrare le informazioni a fini valutativi. A tale scopo, sarebbe utile rilevare i dati per singolo contratto, in modo tale da conservare l'informazione sul SSD.

1.1.2 Metodologia

L'analisi presenta alcuni problemi di tipo tecnico che vanno innanzitutto presi in considerazione.

I dati disponibili a livello di dipartimento si riferiscono soltanto al periodo 2013-2014 e due anni non sono un periodo sufficiente per fare un'analisi robusta, occorrerebbero periodi molto più lunghi. Risulta chiaro che ci potrebbero essere strutture che hanno realizzato volumi importanti di CT negli anni immediatamente precedenti e/o successivi al periodo considerato che non emergono dall'analisi riportata di seguito.



Attività	Istituzioni	2011	2012	2013	2014
Numero di brevetti pubblicati da inventori dell'istituzione nell'anno	Atenei	746	892	599	776
	Enti e consorzi	178	198	203	197
Numero di brevetti di titolarità dell'istituzione nell'anno	Atenei	258	304	246	286
	Enti e consorzi	67	79	81	102
Numero di nuove privative vegetali nell'anno	Atenei	39	47	51	58
	Enti e consorzi	197	215	226	226
Numero di <i>spin-off</i> accreditate nell'anno	Atenei	637	730	792	896
	Enti e consorzi	61	72	79	81
Entrate da attività commerciali* (in €) registrate nell'anno	Atenei	497.430.573,1	516.905.305,8	492.174.612,9	464.621.807,6
	Enti e consorzi	113.327.897,1	118.730.326,7	116.034.668,5	118.547.848,1
Numero di trial clinici in svolgimento nell'anno	Atenei	-	-	3.269	3.705
	Enti e consorzi	3	3	4	22
Numero di CRC e bio-banche presenti nell'anno	Atenei	-	-	275	222
	Enti e consorzi	9	11	7	9
Numero di corsi ECM svolti nell'anno	Atenei	-	-	1.539	1.165
	Enti e consorzi	7	6	25	10
Numero di corsi di formazione continua svolti nell'anno	Atenei	-	-	630	540
	Enti e consorzi	89	94	8	597
Numero di iniziative di <i>public engagement</i> svolte nell'anno	Atenei	2.406			2.693
	Enti e consorzi	388	389	428	542
Numero di scavi archeologici presenti nell'anno	Atenei	-	-	453	414
	Enti e consorzi	5	4	4	6
Numero di poli museali presenti nell'anno	Atenei	-	-	122	115
	Enti e consorzi	6	6	6	11
Immobili storici (estensione in m2) presenti nell'anno	Atenei	-	-	4.715.885	3.059.663
	Enti e consorzi	47.415	47.465	47.415	57.551
Istituzioni con uffici di trasferimento tecnologico	Atenei	58	58	62	67
	Enti e consorzi	8	8	10	12
Istituzioni con uffici di <i>placement</i>	Atenei	71	74	78	84
	Enti e consorzi	1	1	1	1
Istituzioni che partecipano ad associazioni/consorzi TM	Atenei	53	52	59	64
	Enti e consorzi	15	15	15	15
Istituzioni che partecipano a incubatori	Atenei	24	26	30	31
	Enti e consorzi	1	1	2	2
Istituzioni che partecipano a parchi scientifici	Atenei	30	30	34	33
	Enti e consorzi	3	3	3	3

* Per gli enti di ricerca e le altre istituzioni sono state considerate le entrate da ricerca e servizi

Ambiti	Anno					Livello	
	2011	2012	2013	2014		Istituzione	Sottostrutture
A - Valorizzazione della ricerca							
1) Gestione della proprietà intellettuale							
1.1) brevetti di invenzione	X	X	X	X		X	
1.2) diritti di privativa su varietà vegetali	X	X	X	X		X	
2) <i>Imprese spin-off</i>	X	X	X	X		X	
3) Attività Conto terzi	X	X	X	X		X	X*
4) Strutture di intermediazione	X	X	X	X		X	
B - Produzione di beni pubblici							
1) Produzione e gestione dei beni culturali							
1.1) scavi archeologici			X	X			X
1.2) poli museali			X	X		X	
1.3) immobili storici			X	X		X	
2) Sperimentazione clinica, infrastrutture di ricerca e formazione medica							
2.1) <i>trial</i> clinici			X	X			X
2.2) centri di ricerca clinici e bio-banche			X	X			X
2.3) corsi di educazione continua			X	X			X
3) Formazione continua							
3.1) corsi di formazione continua			X	X		X	X
3.2) sviluppo di curricula congiunti			X	X		X	X
4) <i>Public engagement</i> **	X	X	X	X		X	X

*I dati sul conto terzi sono stati rilevati anche a livello di dipartimenti esclusivamente per il 2013 e il 2014, mentre per gli anni 2011 e 2012 la rilevazione è stata effettuata a livello di ateneo (ovvero considerando il totale delle entrate dell'ateneo e dei suoi dipartimenti).

Tabella 5 – Numero di atenei, enti e consorzi valutati per gli ambiti di valorizzazione della ricerca

Ambito	Atenei	Enti	Consorzio
Gestione della proprietà intellettuale	67	15	6
Imprese <i>spin-off</i>	59	6	3
Attività conto terzi	90	20	6
Strutture di intermediazione	95	22	6

Tabella 6 – Definizione delle classi di merito utilizzate per PI, SPO, CT

	Classe di merito
L'Ateneo mostra di aver strutturato l'attività sulla base di una strategia funzionale e meritevole di attenzione quale best practice	A
L'Ateneo mostra di aver strutturato l'attività in modo esplicito e coerente	B
L'Ateneo mostra livelli e tipologie di attività degni di attenzione per le potenzialità, ma non adeguatamente strutturate	C
L'Ateneo mostra livelli limitati di attività	D

Tabella 9 – CT: classe di merito per criterio e finale, ordinamento decrescente per indicatore sintetico

Istituzione	CT 1	CT 2	CT 3	CT 4	CT 5	CT	
	Classe di merito	Classe di merito	Classe di merito	Classe di merito	Classe di merito	Indicatore CT	Classe di merito
Milano Politecnico	A	A	A	A	A	0.583	A
Milano Cattolica	A	A	A	NV	NV	0.423	A
Milano Bocconi	A	A	A	NV	NV	0.409	A
Roma La Sapienza	A	B	B	A	A	0.407	A
Padova	A	B	A	A	A	0.398	A
Torino Politecnico	A	B	B	A	A	0.391	A
Bologna	A	A	B	A	A	0.348	A
Pisa	A	B	C	B	B	0.278	B
Torino	A	B	B	A	A	0.260	B
Firenze	A	C	B	A	B	0.259	B
Genova	A	B	D	B	B	0.216	B
Modena e Reggio Emilia	A	C	C	B	B	0.208	B
Milano	B	B	A	B	B	0.183	B
Parma	A	C	D	B	C	0.178	B
Napoli Federico II	C	A	NV	B	B	0.166	B
Perugia	NV	A	NV	A	A	0.145	B
Roma Tor Vergata	B	B	B	B	B	0.143	B
Roma LUISS	NV	A	NV	B	B	0.131	B
Marche	B	B	C	C	B	0.110	B
Milano Bicocca	C	C	NV	B	B	0.105	B
Trento	B	C	C	C	C	0.098	B
Pavia	B	B	NV	C	C	0.098	B
Ferrara	C	B	C	B	B	0.095	B
Verona	C	C	B	B	B	0.094	B
Siena	B	C	B	B	C	0.091	B
Venezia Cà Foscari	D	B	C	B	B	0.087	B
Camerino	B	C	D	C	C	0.083	B
Bergamo	C	D	A	C	C	0.082	C
Brescia	C	B	B	C	C	0.080	C
Pisa S. Anna	B	D	C	C	C	0.078	C
Bra - Scienze Gastronomiche	C	C	C	B	B	0.076	C
Napoli II	C	C	D	C	C	0.070	C
Piemonte Orientale	C	C	B	B	C	0.069	C
Bari	C	C	C	B	C	0.068	C

Criterio	Indicatore	Pos. Grad.	Classe di merito
1 - Ricerca conto terzi	0,0532	41	C
2 - Servizi conto terzi	0,0068	49	C
3 - Didattica conto terzi	0,0070	19	B
4 - Relazioni istituzionali	0,3455	16	B
5 - Finanziamenti da privati	0,1874	22	C
<i>Finale</i>	<i>0,0694</i>	<i>33</i>	<i>C</i>

Tabella 56.12 – CT: indicatori sintetici, posizione (su 90 atenei valutati) e classe di merito per criterio di valutazione



Figura 56.3- CT: classi di merito per criterio (A=4; B=3; C=2; D=1)

Sintesi dei risultati del macro-ambito A

Tenuto conto degli obiettivi strategici, L'Università del Piemonte Orientale "Amedeo Avogadro" soddisfa i criteri valutativi con un discreto posizionamento complessivo, soprattutto con riferimento alla gestione della proprietà intellettuale e attività conto terzi. L'impegno rilevato si riflette sul posizionamento dell'Ateneo non solo nel ranking generale (vedi tabelle precedenti) ma anche all'interno dei raggruppamenti cui appartiene.

Raggruppamento		Gestione della proprietà intellettuale		Imprese spin off		Attività conto terzi	
		Pos. grad.	Atenei valutati	Pos. grad.	Atenei valutati	Pos. grad.	Atenei valutati
Classe dimensionale	Piccolo	4	24	13	18	6	35
Presenza di cdL Medicina	Si	26	40	32	37	23	40
Ripartizione geografica	Nord-Ovest	10	14	10	12	13	19
Statale/Libera	Statale	31	60	48	58	29	66
Tipologia	Tradizionale	30	59	43	53	30	74



Trasferimento tecnologico, territorio, lavoro

obiettivi strategici

- Promuovere la formazione al lavoro, lo sviluppo dell'occupabilità, la generazione di intraprendenza
- Potenziare la collaborazione con le istituzioni, le imprese, il territorio per valorizzare l'innovazione

responsabile

Prorettore al trasferimento tecnologico e ai rapporti col territorio e col mondo delle imprese

➔ Potenziare la collaborazione con le istituzioni, le imprese, il territorio per valorizzare l'innovazione

OBIETTIVO DI BASE	INDICATORE	METRICA	VALORE OBIETTIVO
Valorizzazione del trasferimento tecnologico a livello locale, nazionale e internazionale anche attraverso la condivisione di Proprietà Intelletuali	Domande di brevetto pubblicate (famiglie)	[Numero di famiglie di invenzioni dei quali risulti inventore almeno un soggetto affiliato all'Ateneo, pubblicate nel periodo] / [Numero di docenti e ricercatori in servizio appartenenti alle aree CUN 1-9, esclusi i ricercatori di tipo A su fondi esterni]	Incremento del valore medio del triennio precedente
Valorizzazione della collaborazione fra il mondo delle imprese e la comunità accademica	Incassi per attività commerciale	[Ammontare totale ricerca conto terzi ex art. 66 (ricerca commissionata)] / [Numero di soggetti affiliati all'Ateneo nelle aree CUN 1-9, esclusi i ricercatori di tipo A su fondi esterni]	Mantenimento del valore medio del triennio precedente

La Terza Missione è quell'insieme di attività attraverso cui le Università entrano in interazione diretta con la società, con un ruolo proattivo e imprenditoriale. In concreto, significa porsi quale motore culturale per il territorio e per la propria comunità di riferimento promuovendo il dialogo e l'interazione con i cittadini e le istituzioni pubbliche e private al servizio di un percorso di innovazione della società aperto e sostenibile. A differenza delle attività di ricerca e didattica che sono dovere istituzionale di ogni singolo docente e ricercatore, la Terza Missione è una responsabilità istituzionale a cui ogni Ateneo risponde in modo differenziato, in funzione delle proprie specificità e delle proprie aree disciplinari. L'Ateneo declina le proprie attività di Terza Missione sia come valorizzazione della ricerca (gestione della proprietà industriale, spin off, attività di conto terzi, strutture di intermediazione), sia come produzione di beni pubblici (gestione del patrimonio e attività culturali, attività per la salute pubblica, formazione continua, public engagement).

La gestione, il monitoraggio centralizzato e l'implementazione delle attività di Terza Missione, così diversificate in un Ateneo a forte connotazione multidisciplinare come Unimi, presenta elementi di elevata complessità e difficoltà. Pertanto, anche in ragione della crescente importanza assunta dalle attività di Terza Missione sia a livello nazionale che di Unione Europea, e della necessità sempre più forte non solo di trasferimento delle conoscenze, ma anche di accountability presso il grande pubblico, l'Ateneo ha individuato 4 obiettivi strategici prevalenti su cui concentrare le proprie forze a breve e medio termine.

A tal fine l'Ateneo ha deliberato di attivare e implementare un **ufficio Terza Missione** responsabile per tutte le attività di tipo culturale e sociale e una Direzione per la valorizzazione economica della conoscenza (TTO). In aggiunta a nuove forme di organizzazione interna, attenzione speciale verrà posta all'utilizzo di strumenti dotati di agilità ed efficacia indispensabili per la valorizzazione e il trasferimento di conoscenze alla società civile, più snelle di quelle universitarie (Sistema Fondazione UNIMI).

Dialogare con il contesto economico e sociale (obiettivo condiviso con i Dipartimenti)

Un obiettivo irrinunciabile per un grande Ateneo sito in una delle regioni più dinamiche d'Europa è quello di favorire la formazione continua e promuovere reti di scambio con istituzioni private e pubbliche. Per poter sviluppare e dare seguito a questo obiettivo strategico occorre, anche tramite la promozione e il rafforzamento dell'associazione degli ex alunni, avviare dei rapporti stabili con le associazioni e il mondo economico-finanziario e costituire un network di aziende e persone che mettano a disposizione le proprie competenze per la realizzazione di modelli imprenditoriali sostenibili. La Terza Missione, rappresentando il ponte tra Università e mondo imprenditoriale, dovrà essere motore trainante nell'affermare la rispettiva responsabilità di mondo formativo e mondo produttivo nell'evoluzione e integrazione dei saperi e nello sviluppo del capitale umano. Il potenziamento delle iniziative di perfezionamento e di formazione permanente e continua è una delle direttrici primarie che l'Ateneo intende percorrere, anche creando le condizioni che possano agevolare l'instaurarsi e il consolidarsi delle opportunità in questo ambito. Infine, l'ufficio Terza Missione, con il supporto di Fondazione Unimi, potrebbe rappresentare il veicolo ideale per la promozione e la gestione delle attività di formazione continua presso il territorio, le aziende e la cittadinanza tutta.

INDICATORI	TARGET DEL TRIENNIO
Numero di iscritti ai Corsi di perfezionamento e di formazione permanente e continua	+15% di iscritti

QUALCHE CHIARIMENTO: CONTO TERZI E CONSORZI



CONTO TERZI

Attività di ricerca e consulenza, aventi natura commerciale, svolta dall'Università per conto di **committenti pubblici e privati**: i dati provengono dai bilanci dell'Ateneo e dei Dipartimenti

FORMAZIONE
CONTINUA

Corsi di formazione svolti dalle università e disciplinati da una **convenzione** fra **l'ateneo o il dipartimento** interessato e **un'organizzazione esterna**. Non rilasciano titoli universitari. In tali attività sono contemplate anche la Certificazione delle competenze, l'alternanza Scuola-Lavoro, i corsi a distanza (Massive Open Online Courses: MOOC)

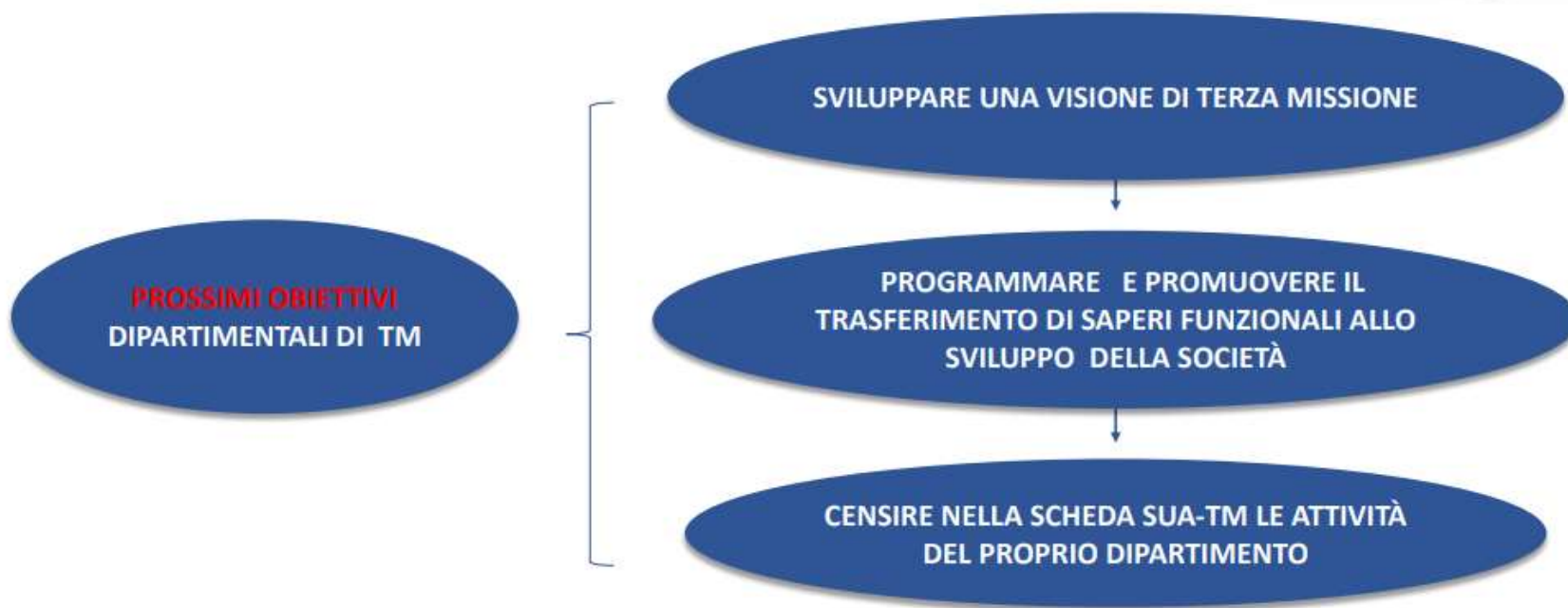
SISTEMA DI AQ E TERZA MISSIONE: L'ATENEO



SISTEMA DI AQ E TERZA MISSIONE: IL DIPARTIMENTO



CONSIDERAZIONI FINALI



Contratti di ricerca/consulenza

[Home](#) » [Terza missione](#) » [Innovazione e trasferimento tecnologico](#) » Contratti di ricerca/consulenza

Tra gli strumenti essenziali di trasferimento della conoscenza e di interazione diretta dell'Ateneo con la società si colloca ovviamente l'attività in conto terzi, ossia l'insieme di attività di servizi, prestazioni e attività commerciali prodotte con committenza esterna.

Grazie al conto terzi si realizza la valorizzazione economica delle conoscenze prodotte dall'Ateneo (ex art. 66 DPR 382/80 –ricerca/consulenza commissionata – ex. art. 49 del RD 1592/1933 prestazioni a tariffario – Entrate per attività didattica in conto terzi, seminari e convegni – ecc.). L'Ateneo sosterrà lo sviluppo delle attività in conto terzi in tutti gli ambiti disciplinari, con l'idea che la valorizzazione commerciale delle conoscenze può concretizzarsi anche nel trasferimento di beni pubblici e sociali ad elevata valenza innovativa.

In tale contesto un significativo esempio è fornito dall'importante esperienza dell'attività di certificazione dei contratti di lavoro e di conciliazione delle controversie di lavoro svolta dalla [Commissione universitaria di Certificazione dei contratti](#), costituita presso l'Ateneo con Decreto del Ministero del lavoro n. 21/2011 e operante presso il Dipartimento di Economia e che nell'arco di pochi anni ha assunto un ruolo primario a livello nazionale.

Attività svolte

[Home](#) » [Terza missione](#) » Attività svolte

Anno 2019

- stipulazione di protocollo d'intesa con il Municipio VIII
- stipulazione di protocollo d'intesa con l'Ordine nazionale dei Dottori Agronomi e Dottori Forestali
- stipulazione di protocollo d'intesa con Oxfam
- stipulazione di protocollo d'intesa con Save The Children
- partecipazione al bando della Regione Lazio per la concessione di contributi (ai sensi del regolamento regionale n. 19/2018) con il progetto Le politiche dell'odio in Europa e nelle Americhe
- presentazione di n. 7 progetti di [Alternanza Scuola Lavoro](#)
- partecipazione alla [Giornata di Vita Universitaria](#) [13 marzo 2019]
- realizzazione del Workshop [Non Profit: dalla teoria alla pratica](#) [19 marzo – 21 maggio 2019]
- partecipazione al [Career Day International Careers](#) [16 maggio 2019]
- realizzazione di due seminari dal titolo [Le politiche dell'odio in Europa e nelle Americhe](#) con un'ampia partecipazione anche di studenti delle scuole superiori [25 e 28 ottobre 2019]

Obiettivi strategici Terza Missione 2019-2020

[Home](#) » [Terza missione](#) » Obiettivi strategici Terza Missione 2019-2020

In coerenza con le [Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione e Impatto Sociale per le università adottate dall'ANVUR](#) nel 2018, il Dipartimento di Scienze politiche dell'Università degli Studi Roma Tre ha individuato, per il periodo 2019-2021, i seguenti obiettivi prioritari di *Terza Missione*:

- Attività conto terzi
- Strutture di intermediazione
- Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta
- Public engagement

Ognuno degli obiettivi indicati è perseguito attraverso specifiche azioni:

Attività conto terzi

- stipulazione di protocolli e accordi con soggetti terzi operanti sul territorio
- partecipazione a bandi pubblici di livello statale, regionale e territoriale
- rafforzamento del rapporto con gli ordini professionali

Strutture di intermediazione

- sostegno alle attività del [Centro di documentazione europeo](#)
- sostegno alle attività dell'[Ufficio stage](#) di Dipartimento

Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

- potenziamento dei progetti e delle attività connesse con l'[Alternanza Scuola Lavoro \(ASL\)](#)
- organizzazione di incontri seminari mirati nelle scuole
- sostegno al potenziamento di modalità didattiche innovative

Public engagement

- organizzazione di eventi annuali aperti alla comunità territoriale

Piano strategico

Piano strategico d'Ateneo

Il piano strategico dell'UPO intende essere un documento che mira a definire in modo concreto linee di orientamento e le iniziative da adottare in relazione a tutte le principali sfide che l'Ateneo deve affrontare, in una prospettiva che va ben al di là del triennio a cui il dettato ministeriale impone di pensare.

Qui potete leggere il [Piano strategico d'Ateneo](#) per il periodo **2019-2024**.

E' anche disponibile il precedente [Piano strategico d'Ateneo](#) per il triennio 2016-2018.

Piano strategico del Dipartimento

Il Piano Strategico del Dipartimento è il documento di programmazione che delinea la missione, gli indirizzi strategici e gli obiettivi del Dipartimento. Esso si articola in obiettivi che vanno dal potenziamento dell'offerta formativa, alle politiche di sviluppo della ricerca, alla crescita della Terza Missione e di iniziative di Public Engagement.

Dal link che segue potete scaricare il [Piano strategico del Dipartimento](#) completo e dettagliato, deliberato dal consiglio di Dipartimento.

PIANO STRATEGICO DIGSPES

1. Profilo del Dipartimento

- a) Il progetto scientifico e culturale**
- b) L'offerta didattica**
- c) Il corpo docente**
- d) La ricerca**
- e) Fondi apportati**
- f) Terza Missione**

2. La Matrice SWOT

Commenti di sintesi

3. La strategia

4. I Programmi strategici

5. Risorse

DIGSPES 5 Definizione di una politica di rafforzamento delle relazioni con il territorio e attività di terza missione

Responsabile: Prof. Elena Allegri

Obiettivi: (i) rafforzare ulteriormente i risultati positivi conseguiti dal Dipartimento in qualità di principale attore culturale del territorio; (ii) incrementare la già apprezzabile attività di terza missione.

Azioni: (i) rendere stabili i rapporti di collaborazione con il Conservatorio e altri enti culturali per la realizzazione di attività congiunte; (ii) dare maggiore visibilità mediatica alle attività convegnistiche, seminariali e divulgative, utilizzando anche spazi esterni al Dipartimento; (iii) monitorare con maggiore cura le possibili collaborazioni anche con Enti che operano al di fuori della città di Alessandria; (iv) continuare a sostenere le attività di impegno civile realizzate congiuntamente con Prefettura, Comune, Provincia, Camera del lavoro, Camera di commercio, Fondazione Cral, Confindustria, Casa circondariale di Alessandria e tutte le altre associazioni che operano proficuamente nel territorio.

Punti di debolezza

1. *Frangere di mobilità studentesca passiva.* L'Ateneo ha raggiunto una quota dominante di studenti del territorio del Piemonte Orientale iscritti a corsi universitari. Tuttavia, esistono ancora frange di studenti che si iscrivono presso altre università a corsi di laurea presenti nell'offerta dell'UPO, a causa dell'attrazione che continuano a esercitare istituzioni di maggiore dimensione e di più antica tradizione.
2. *Disarmonie nell'articolazione dell'offerta formativa.* L'offerta formativa presenta visibili differenze di concentrazione degli iscritti nei corsi di studio. Alcuni corsi di laurea, in particolare quelli magistrali, presentano un esiguo numero di iscritti. Il rapporto tra studenti e docenti risulta piuttosto disomogeneo tra i dipartimenti.
3. *Modesto grado di internazionalizzazione.* La dimensione internazionale dell'Ateneo è ancora modesta sotto ogni profilo (mobilità internazionale in entrata e in uscita, *visiting professor*, corsi in lingua inglese, ecc.).
4. *Limitata offerta di Alta Formazione.* Le attività di Alta formazione (dottorati, master e corsi di perfezionamento) sono ancora concentrate su poche iniziative settoriali.

7

-
5. *Marginali entrate in conto terzi.* Nell'ambito della Terza Missione, mentre sono molto intense le iniziative di *public engagement*, quelle in conto terzi hanno una dimensione complessiva modesta sul piano economico e si concentrano su pochi ambiti disciplinari. Anche l'autofinanziamento derivante da queste attività assomma a valori marginali.
 6. *Carenze funzionali di alcune sedi.* Quasi tutte le sedi didattiche e di ricerca sono frutto di insediamenti o di ristrutturazioni più o meno recenti. In alcune permangono inadeguatezze funzionali: carenze negli spazi per gli studenti, aule studio, mense, residenze, spazi per lo svago e così via.

4.3. Linee e obiettivi strategici

Il manifesto della visione si concretizza in cinque grandi linee strategiche, ciascuna delle quali viene declinata in una serie di obiettivi strategici. In Figura 3 se ne enunciano i dettagli.

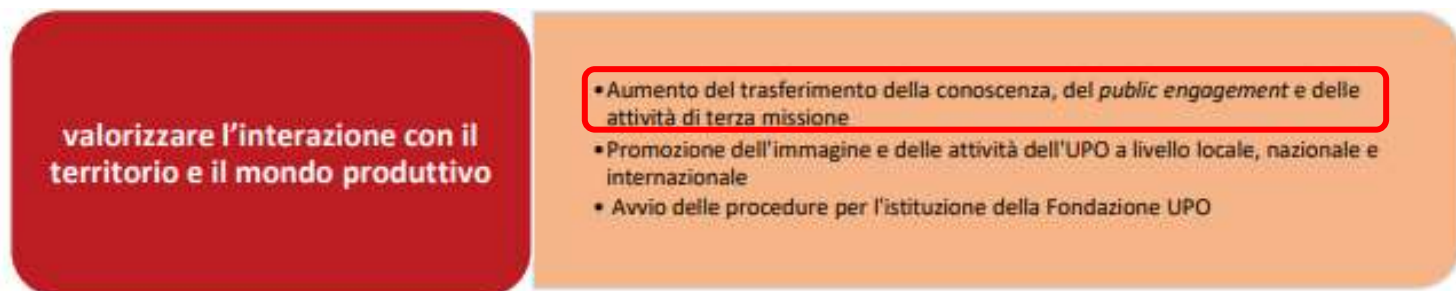


Figura 3. Schema sinottico delle linee e degli obiettivi strategici.

4.3.5. Valorizzare l'interazione con il territorio e il mondo produttivo

L'UPO intende svolgere un ruolo chiave nel contribuire all'innovazione sociale, economica, tecnologica e culturale del territorio. È dunque prioritario sviluppare la Terza Missione, con un documento dedicato di pianificazione integrata, che tenga conto dei seguenti obiettivi:

a) *Aumento del trasferimento della conoscenza, del public engagement e delle attività di terza missione*

L'eterogeneità delle attività che contraddistinguono l'intera Terza Missione stimola l'Ateneo a raccogliere la sfida di rafforzarle ulteriormente. Saranno supportati i ricercatori nel deposito brevettuale e favorite le collaborazioni con il mondo imprenditoriale, istituzionale e filantropico, esercitate anche attraverso percorsi formativi multidisciplinari, organizzati in forma autonoma dall'UPO o co-progettati con enti esterni pubblici o privati. Lo stesso impegno sarà dedicato a incrementare le iniziative di *public engagement*, di responsabilità sociale, di comunicazione dei risultati della ricerca alla collettività e a dialogare con tutti gli interlocutori possibili.

b) *Promozione dell'immagine e delle attività dell'UPO a livello locale, nazionale e internazionale*

Forte dei risultati ottenuti nel precedente sessennio, l'Ateneo continuerà a predisporre un Piano integrato della Comunicazione che tenga conto di questi obiettivi:

- *Rafforzamento del legame con il territorio.* Si incentiveranno e si svilupperanno nuove politiche di promozione dell'immagine di Ateneo per comunicare in maniera efficace e tempestiva le opere realizzate o in fase di realizzazione (centri congresso, scuole estive, la Città della Salute e della Scienza di Novara).

Linea Strategica	Obiettivi Strategici	Indicatori
4. Introdurre procedure di best practice finalizzate a elevare gli standard qualitativi	4.1 Riorganizzazione e razionalizzazione della struttura amministrativa e tecnica dell'Ateneo	<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione progetto "Analisi e miglioramento dei Processi" implementazione di un sistema di monitoraggio e di controllo del ciclo delle <i>performance</i>.
	4.2 Realizzazione di interventi organizzativi urgenti: implementazione del supporto tecnico-amministrativo alla didattica, alla ricerca, agli acquisti e alle biblioteche	<ul style="list-style-type: none"> Costituzione di una struttura di "<i>Data Mining and Managing</i>" di Ateneo definizione compiti manager didattico; creazione di due <i>facility</i> di supporto all'attività di ricerca creazione 2 strutture centralizzate per gli acquisti; programma di revisione, razionalizzazione e potenziamento del SBA.
	4.3 Incentivazioni e premialità delle professionalità e miglioramento dell'efficacia del sistema tecnico-amministrativo e della docenza	<ul style="list-style-type: none"> Progetto "Valutazione PTA"; ridefinizione sistema incentivi PTA; progetto premialità docenza; incred % incentivi PTA e docenza legati alla premialità.
	4.4 Aggiornamento delle politiche di reclutamento delle risorse umane	Revisione criteri attribuzione e utilizzo punti organico
	4.5 Politica orientata a favorire l'incremento e l'efficacia delle Scuole	<ul style="list-style-type: none"> Definizione di almeno due progetti di Scuola; revisione regolamento delle scuole.
5. Valorizzare l'interazione con il territorio e il mondo produttivo	5.1 Aumento del trasferimento della conoscenza, del public engagement e delle attività di terza missione	<ul style="list-style-type: none"> Rredazione del Piano di Terza Missione; % Incred. brevetti depositati; % increm. <i>partnership</i> con enti/fondazioni.
	5.2 Promozione dell'immagine e delle attività dell'UPO a livello locale, nazionale e internazionale	<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione del Piano Integrato della Comunicazione % increm. articoli/<i>report</i>/menzioni inerenti all'UPO su <i>mass media</i> locali/nazionali/internazionali.
	5.3 Avvio delle procedure per l'istituzione della Fondazione UPO	<ul style="list-style-type: none"> Definizione del progetto della Fondazione nel primo semestre; definizione Statuto/Regolamento; insediamento degli Organi di Governo; definizione Piano Strategico.

Tabella 7. Indicatori di linea strategica.

Linee strategiche



Pianificazione integrata	Anni	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Linee strategiche di mandato	2019-2024	[Yellow bar]						
Piano degli obiettivi strategici	2019-2021	[Light Green bar]						
	2022-2024					[Light Green bar]		
Piano integrato della Comunicazione	2019-2021	[Red bar]						
	2022-2024					[Red bar]		
Analisi e miglioramento dei processi	2019-2021	[Yellow bar]						
	2022-2024					[Yellow bar]		
Piano della didattica	2019-2021	[Brown bar]						
	2022-2024					[Brown bar]		
Piano della ricerca scientifica	2019-2021	[Purple bar]						
	2022-2024					[Purple bar]		
Piano di sviluppo e crescita dello studente	2019-2021	[Light Orange bar]						
	2022-2024					[Light Orange bar]		
Piano per l'internazionalizzazione	2019-2021	[Dark Blue bar]						
	2022-2024					[Dark Blue bar]		
Programma per l'edilizia univ.	2019-2021	[Pink bar]						
	2022-2024					[Pink bar]		
Piano della Qualità	2019-2020	[Light Blue bar]						
	2020-2021	[Light Blue bar]	[Light Blue bar]					
	2021-2022	[Light Blue bar]		[Light Blue bar]				
	2022-2023	[Light Blue bar]			[Light Blue bar]			
	2023-2024	[Light Blue bar]				[Light Blue bar]		
	2024-2025	[Light Blue bar]					[Light Blue bar]	
Piano per la Trasparenza e la Prevenzione della Corruzione	2019-2021	[Dark Blue bar]						
	2020-2022	[Dark Blue bar]		[Dark Blue bar]				
	2021-2023	[Dark Blue bar]			[Dark Blue bar]			
	2022-2024	[Dark Blue bar]				[Dark Blue bar]		
	2022-2025	[Dark Blue bar]					[Dark Blue bar]	
	2023-2026	[Dark Blue bar]						[Dark Blue bar]
Piano Integrato Performance	2019-2021	[Light Green bar]						
	2020-2022	[Light Green bar]		[Light Green bar]				
	2021-2023	[Light Green bar]			[Light Green bar]			
	2022-2024	[Light Green bar]				[Light Green bar]		
	2022-2025	[Light Green bar]					[Light Green bar]	
	2023-2026	[Light Green bar]						[Light Green bar]
Programmazione economico-finanziaria	2019-2021	[Light Orange bar]						
	2020-2022	[Light Orange bar]		[Light Orange bar]				
	2021-2023	[Light Orange bar]			[Light Orange bar]			
	2022-2024	[Light Orange bar]				[Light Orange bar]		
	2022-2025	[Light Orange bar]					[Light Orange bar]	
	2023-2026	[Light Orange bar]						[Light Orange bar]
Programmazione dei Fabbisogni di personale	2019-2021	[Light Orange bar]						
	2020-2022	[Light Orange bar]		[Light Orange bar]				
	2021-2023	[Light Orange bar]			[Light Orange bar]			
	2022-2024	[Light Orange bar]				[Light Orange bar]		
	2022-2025	[Light Orange bar]					[Light Orange bar]	
	2023-2026	[Light Orange bar]						[Light Orange bar]

Tabella 8. Cronoprogramma della pianificazione integrata.

7. AGGIORNAMENTO DEL PIANO E RENDICONTAZIONE

Al termine del primo triennio viene valutato nuovamente il posizionamento dell'Ateneo nel contesto universitario e viene aggiornata la matrice SWOT. A seguito di tale revisione può essere aggiornata e modificata la declinazione *mission-vision-strategia* per rispondere al mutamento delle condizioni esterne. Vengono quindi aggiornati per il secondo triennio di mandato i seguenti piani:

- Piano degli obiettivi strategici
- Piano integrato della comunicazione
- Analisi e miglioramento dei processi
- Piano della didattica
- Piano della ricerca scientifica
- Piano di sviluppo e crescita dello studente
- Piano per l'internazionalizzazione
- Piano della Terza Missione
- Programma per l'edilizia universitaria

?????????

Al termine del proprio mandato il Rettore redige una Relazione di fine mandato, in cui illustra la strategia adottata nell'arco del sessennio, gli obiettivi prefissati e i risultati raggiunti, le criticità emerse e le prospettive future.

II PARTE – TO DO