

LINEE GUIDA PER LE ATTIVITÀ DI TERZA MISSIONE DELL'UNIVERSITÀ TELEMATICA PEGASO

1. Premessa

L'Università Telematica Pegaso stabilisce, dichiara e persegue adeguate politiche per la Terza Missione, monitora in quale misura siano realizzate, attua politiche e azioni finalizzate all'Assicurazione della Qualità nell'ambito della Terza Missione.

2. Definizione, campi d'azione e valutazione della Terza Missione

2.1. Definizione di Terza Missione

Per Terza Missione si intende l'insieme delle attività con le quali l'Università entra in interazione diretta con la società e il territorio e ne favorisce lo sviluppo economico, culturale e sociale, attraverso la trasformazione, la messa a disposizione e la circolazione della conoscenza prodotta principalmente con l'attività di ricerca. La Terza Missione viene ciclicamente valutata dall'Agenzia Nazionale per la Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR) anche nell'ambito della Valutazione della Qualità della Ricerca (VQR).

2.2. I campi d'azione della Terza Missione

I campi d'azione relativamente alla Terza Missione sono i seguenti:

- a) valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale;
- b) imprenditorialità accademica;
- c) strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico;
- d) produzione e gestione di beni artistici e culturali;
- e) sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute;
- f) formazione permanente e didattica aperta;
- g) attività di *public engagement*;
- h) produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione;
- i) strumenti innovativi a sostegno dell'*Open Science*;
- j) attività collegate all'Agenda ONU 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG).
- k) Le attività conto terzi

2.3. La valutazione della Terza Missione e il concetto di impatto

L'oggetto di valutazione, non solo individuato dall'ANVUR, ma da considerare fin dalle operazioni di pianificazione dell'attività di Terza Missione, in particolare di *public engagement*, è l'**impatto**.

Per impatto si intende il cambiamento, la trasformazione e il miglioramento che, eventualmente in relazione con i risultati della ricerca scientifica, si sono generati per l'economia, la società, la cultura, la salute, l'ambiente, il contrasto alle disuguaglianze economiche, sociali e territoriali. È volto a incrementare la qualità della vita in ambito territoriale, locale, regionale, nazionale, europeo o internazionale. L'impatto è primariamente generato all'esterno, ma vanno considerate anche le ricadute all'interno dell'Università.

Nelle valutazioni da parte di enti terzi, l'impatto viene stimato in base a quattro criteri:

- a) dimensione sociale, economica e culturale. S'intende l'apporto dell'iniziativa al cambio di atteggiamenti, all'accrescimento di consapevolezza, allo sviluppo di capacità e di buone pratiche, all'affinamento dei processi di comprensione in campo economico, scientifico---culturale, sociale, istituzionale, ove tutto ciò conduca a un risultato sostanzialmente migliorativo;
- b) rilevanza rispetto al contesto di riferimento. S'intende l'importanza assunta dall'iniziativa in rapporto alla dimensione locale, regionale, nazionale, europea o internazionale, apprezzando gli effetti incrementali quantitativi o qualitativi sul contesto di riferimento, sia quello esterno relativo all'ecosistema, sia quello interno, legato alle specificità istituzionali, di *mission* (strategie, organizzazione, investimenti, ecc.) e delle attività svolte dall'istituzione;
- c) valore aggiunto per i beneficiari. S'intendono le innovazioni e i miglioramenti delle condizioni tecnologiche, economiche, sociali e culturali indotti dall'iniziativa a beneficio della società nelle sue varie componenti, ossia su una platea ampia e diversificata di beneficiari (enti pubblici/privati, istituzioni, enti locali, imprese, associazioni rappresentative di categoria, cittadini, studenti, generazioni future, ambiente e specie viventi, ecc.). Si apprezzano il grado di innovazione non solo tecnologica, ma anche sociale, nonché il rispetto dei principi di equità, eguaglianza, pari opportunità, rimozione di condizioni di disuguaglianza e vulnerabilità, quali presupposti per la realizzazione anche di una effettiva giustizia sociale;
- d) contributo della struttura proponente. S'intende l'apporto qualitativo e quantitativo e l'impegno da parte dell'istituzione, anche in termini di risorse umane, assetti e processi organizzativi, infrastrutture e/o sviluppo di nuove professionalità. Laddove rilevante, è apprezzato il legame, diretto o indiretto, con la ricerca scientifica prodotta dall'istituzione.

3. Soggetti, processo di assicurazione della qualità e organi della Terza Missione

3.1. Soggetti

Tutto il personale strutturato nei ruoli di docenza e di ricerca; professoressse e professori ordinarie/i, professoressse e professori associate/i, ricercatrici e ricercatori, assegniste/i di ricerca, dottorande/i di ricerca, sono tenute a svolgere, in forma collettiva o individuale, attività di Terza Missione, preferibilmente legate alle linee di ricerca contenute nel Piano Strategico di Ateneo.

È da considerarsi attività di Terza Missione anche quella organizzata in compartecipazione con altri enti pubblici o privati. È raccomandato il coinvolgimento, in tali attività, anche del personale tecnico---amministrativo---bibliotecario, delle studentesse e degli studenti e delle/dei borsiste/i.

Il Dipartimento è la struttura di riferimento per la pianificazione e la realizzazione delle attività di Terza Missione. A meno che non si tratti di iniziative organizzate a livello centrale, le attività vanno sempre attribuite a uno o a più Dipartimenti e a uno o più soggetti strutturati.

L'Ateneo può, a livello centrale, organizzare attività di Terza Missione che esprimono la potenzialità sociale dell'Istituzione nel suo complesso, coordinando le attività di più Dipartimenti.

3.2. Il processo di assicurazione della qualità della Terza Missione

Il processo di assicurazione della qualità si concretizza in un'azione ciclica basata su quattro fasi:

- a) **Pianificazione.** Sulla base del Piano strategico dell'Ateneo, ogni anno solare ciascun Dipartimento definisce all'interno del Piano Strategico di Dipartimento gli obiettivi di Terza Missione.
- b) **Attuazione.** Lungo l'anno si realizzano le attività. Ciascuna attività va attentamente monitorata seguendo i parametri individuati in fase di pianificazione.
- c) **Misurazione e valutazione.** Al termine dell'anno si misurano i risultati, si verificano l'impatto e l'eventuale scostamento tra risultati ottenuti e obiettivi prefissati.
- d) **Interventi correttivi e migliorativi.** Sulla base dei risultati, si adottano azioni tese a migliorare e a consolidare le prestazioni dei processi e a eliminare o ridurre gli scostamenti tra obiettivi pianificati e risultati conseguiti.

3.3. Ruoli e responsabilità nel processo di assicurazione della qualità della Terza Missione

I ruoli e le responsabilità dei soggetti coinvolti nel processo di assicurazione della qualità della Terza Missione e il calendario delle attività di pianificazione e di monitoraggio della Terza Missione

Gli **Organi Accademici** definiscono il *Piano strategico di Ateneo (PS)*.

La **Commissione Terza Missione di Ateneo (CTMA)** è nominata dal Rettore ed è composta da:

- Delegato/a del Rettore al Trasferimento Tecnologico
- Delegato/a del Rettore all'Innovazione sociale e valorizzazione dei territori
- n. 3 componenti individuati tra i referenti alla Terza Missione dei Dipartimenti.

La Commissione CTMA:

- a) monitora le attività di Terza Missione dei Dipartimenti, mediante le seguenti azioni:
 1. invia ai Delegati della Terza Missione dei dipartimenti e, per conoscenza, ai Direttori di Dipartimento, la Scheda di Rilevazione e Monitoraggio delle attività relative alla terza missione dipartimentale;
 2. Richiede ai Referenti alla Terza Missione di ciascun Dipartimento di compilare la Scheda di Monitoraggio e Valutazione Terza Missione dipartimentale
 3. Acquisisce dal Dipartimento la Scheda di Monitoraggio e Valutazione Terza Missione dipartimentale ed annessa delibera del CdD.
 4. In collaborazione con l'ufficio Terza Missione di Ateneo, elabora ed analizza i dati trasmessi dai Dipartimenti insieme con i dati in merito alle attività di Terza Missione di Ateneo, redige un Report Valutativo annuale sulle Attività di Terza Missione dell'Ateneo e lo trasmette al Rettore, al Direttore Generale, al Senato Accademico, al Presidio Qualità, al Nucleo di Valutazione.
 - b) programma e organizza attività ed iniziative di Terza Missione a livello di Ateneo, in linea e coerentemente con il Piano Strategico dell'Università Pegaso, inserendole in un Programma Terza Missione di Ateneo;
 - c) monitora e valuta le attività di Terza Missione a livello di Ateneo inserendole nel Report Valutativo annuale (di cui al punto a) comma 4);
 - d) definisce i criteri di ammissibilità e la griglia valutativa per le proposte ricevute in valutazione dai Dipartimenti.
 - e) valuta le proposte di attività di Terza Missione ricevute dai dipartimenti, in 2 finestre temporali annuali: 30 marzo - 30 settembre. Redige una graduatoria delle proposte e trasmette l'esito del lavoro al Senato Accademico per deliberare in merito alle richieste di finanziamento.
- Nello svolgimento dei suoi compiti la Commissione CTMA si avvale del supporto dell'Ufficio amministrativo competente.
- Per il miglior perseguimento delle finalità di Terza Missione dell'Università, la Commissione può organizzare delle riunioni allargate con i/le Direttori/trici dei Dipartimenti per raccordare le azioni.

In ogni **Dipartimento** viene nominato un/a **Referente alla Terza Missione** che:

- durante l'anno monitora costantemente le esigenze del territorio, attraverso iniziative autonome, ma anche il confronto con le parti sociali;
- entro il 15 novembre di ogni anno raccoglie da tutti i soggetti strutturati nel Dipartimento le proposte di iniziative per l'anno solare successivo;
- compila la Scheda di Monitoraggio e Valutazione Terza Missione entro il 30 marzo 2025
- Entro il 30 novembre, prepara una relazione sulle *Attività di Terza Missione di Dipartimento* che trasmette alla Direttrice/al Direttore di Dipartimento;
- Entro il 15 marzo raccoglie le rendicontazioni delle attività relative all'anno precedente e prepara una *Relazione conclusiva*, che trasmette alla Direttrice/al Direttore del Dipartimento;
- durante l'intero anno monitora le attività in corso e vigila sul loro buon andamento.

Per queste operazioni, il Referente alla Terza Missione dipartimentale si avvale del supporto di **strutture amministrative** del Dipartimento.

La/Il **Direttrice/Direttore di Dipartimento** ha la responsabilità della qualità delle attività di Terza Missione del Dipartimento; accoglie e discute le proposte della Commissione e propone al Consiglio le Attività di Terza Missione; individua e mette in opera azioni che permettano la realizzazione degli obiettivi; verifica i risultati; accoglie e discute la Relazione conclusiva sulle attività di Terza Missione del Dipartimento e la propone per la delibera al Consiglio di Dipartimento, indica quali strutture amministrative devono fornire supporto al Referente di Dipartimento. Infine invia alla Commissione Terza Missione di Ateneo (CTMA), sia il Piano annuale della attività di terza missione di Dipartimento (entro il 15 dicembre), sia la Scheda di Monitoraggio e Valutazione del CTMA e la delibera di approvazione (entro il 30 aprile)

Il **Consiglio di Dipartimento** delibera sulle Attività *Annuali della Terza Missione di Dipartimento* (entro il 30 novembre) e sulla la *Relazione conclusiva* sulle attività di terza missione del Dipartimento (entro il 30 aprile); delibera la nomina del Referente alla Terza Missione di Dipartimento .

Il **Presidio di Qualità** sovrintende al regolare svolgimento della procedura di AQ per le attività di Terza Missione in conformità a quanto programmato e dichiarato.

Il Nucleo di Valutazione:

- valuta l'organizzazione (processi e struttura organizzativa) dell'Ateneo e delle Strutture per la Terza Missione e la relativa Assicurazione Qualità;
- valuta l'efficacia della messa in atto e del controllo dell'Assicurazione Qualità della Terza Missione a livello di Struttura;
- valuta la gestione della qualità della Terza Missione, anche con riferimento agli interventi di miglioramento;
- formula indirizzi e raccomandazioni volti a migliorare la qualità delle attività di Terza Missione dell'Ateneo.

4. Il Documento Condiviso della Terza Missione

Il Documento Condiviso della Terza Missione di Ateneo ha lo scopo di raccogliere annualmente, in modo sistematico, le informazioni selezionate e rilevanti relative alle attività di Terza Missione effettuate in Ateneo dai singoli soggetti nell'anno solare precedente, con riguardo a tutti gli ambiti che costituiscono la Terza Missione.

Le informazioni vengono raccolte dai referenti dipartimentali e inviate alla CTMA. Possono essere utilizzate per le seguenti finalità:

- a) rilevazione a scopo statistico delle *performance* di Terza Missione dei singoli soggetti e valutazione interna a fini di upgrade (“Base/Registro”);
- b) alimentazione di una base di dati con informazioni quantitative e consuntive a supporto dei processi decisionali (per esempio: la redazione del *Piano strategico*), della comunicazione verso i portatori d’interesse (per esempio: il sito web, la *newsletter* di Ateneo, la redazione del *Bilancio sociale*) e della valutazione di enti terzi (VQR, ecc.) (“Attività per la Valutazione”).

La compilazione è obbligatoria da parte dei Referenti alla Terza Missione di Dipartimento e può essere svolta in periodi diversi, con salvataggio dei dati e possibilità di implementarli e di modificarli.

5. Catalogo delle attività di Terza Missione

5.1. Valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale (campo “a”)

Si considerano rilevanti:

- i diritti di proprietà industriale oggetto di brevettazione (invenzioni, comprese quelle biotecnologiche, nuove varietà vegetali, ogni altro prodotto segnalato dal d.lgs. 30/2005 art. 2 c. 1);
- i diritti di proprietà industriale oggetto di registrazione (marchi e altri segni distintivi, disegni e modelli, topografie dei prodotti a semiconduttori);
- i diritti *sui generis* e ogni altra forma di proprietà intellettuale, in particolare il diritto di autore;
- le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine, quando per esse si intenda privilegiare il profilo della proprietà intellettuale o industriale.

Non rientrano nella categoria i brevetti conferiti come prodotti di ricerca e i modelli di utilità.

5.2. Imprenditorialità accademica (campo “b”)

Si intendono gli impieghi in chiave imprenditoriale dei risultati della ricerca al fine di sviluppare prodotti e/o servizi innovativi, in particolare *spin-off* e *start-up*⁴. Il loro stato deve essere riconosciuto formalmente attraverso una delibera degli Organi collegiali.

5.3. Strutture d’intermediazione e di trasferimento tecnologico (campo “c”)

Sono rilevanti le azioni di intermediazione con il territorio dedicate allo svolgimento di attività di valorizzazione della ricerca (per esempio: trasferimento tecnologico, *liaison* industriale e rapporti con imprese), di promozione di progetti congiunti, supporto alla nascita e sviluppo di nuove imprese, attività di formazione di enti/Imprese sull’uso delle ricerche svolte in Ateneo dai vari gruppi scientifici.

Sono rilevanti, anche, le azioni che afferiscono a tre ambiti principali:

- *valorizzazione della ricerca*: gestione della proprietà intellettuale e industriale, imprenditorialità accademica e strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico;
- Laboratori e servizi ad alto contenuto tecnico/scientifico – l’Ateneo persegue l’obiettivo di rafforzare l’offerta di servizi conto terzi ad alto contenuto tecnico scientifico in modo da costituire un riferimento per il territorio in settori sensibili e strategici per lo sviluppo locale quali: sicurezza strutturale e territoriale, prevenzione dei rischi naturali, qualità ambientale ed energetica, conservazione dei beni culturali ed architettonici, ICT, sistemi di trasporto, tecnologie industriali, informatiche e sociali.

- *produzione di beni pubblici*: gestione di beni culturali, tutela della salute, formazione continua e public engagement, con particolare attenzione per attività culturali di pubblica utilità, divulgazione scientifica, coinvolgimento dei cittadini nella ricerca, interazione con il mondo della scuola.

Le strutture possono essere:

- *interne*: uffici di trasferimento tecnologico per la valorizzazione dei risultati della ricerca e progetti speciali all'istituzione;
- *esterne*: incubatori; consorzi e associazioni per la Terza Missione; parchi scientifici e tecnologici; *cluster* tecnologici nazionali/regionali; distretti/poli tecnologici; consorzi e associazioni per la Terza Missione; laboratori congiunti; *academy*; *competence center*; *digital innovation hub*.

Rientrano in questo campo anche:

- le iniziative di promozione e diffusione della conoscenza, che coinvolgano soggetti in *team* eterogenei, quali *hackathon*, programmi di *open innovation*, *sfiida/challenge*, con l'obiettivo di trovare soluzioni a problemi e/o proposte da imprese/*stakeholder* del territorio;
- eventi di presentazione/esposizione di idee imprenditoriali (*pitch day*, *start---up competition*);
- *joint lab* (anche con imprese), *maker space*, *coworking*, *contamination lab*, *fablab*, spazi di innovazione e imprenditorialità;
- fondazioni e/o laboratori equiparabili alle strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico, associazioni e consorzi di Terza Missione, purché abbiano come finalità principale quella della Terza Missione.

5.4. Produzione e gestione di beni artistici e culturali (campo "d")

Si intendono:

- la tutela, la gestione, la fruizione e la valorizzazione di scavi archeologici, poli museali, immobili storici, biblioteche, emeroteche e archivi storici, teatri e impianti sportivi, attività musicali e performative;
- la conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale, in quanto forma di impegno sociale dell'istituzione, nella misura in cui, utilizzando edifici di alto valore storico, artistico e culturale, si sostengono costi di manutenzione e di gestione e ci si prende cura di un patrimonio storico e artistico, mobile e immobile, di rilevante valore.

Queste attività sono svolte in aggiunta rispetto alle ordinarie attività di ricerca e di formazione (per esempio: pubblicazioni scientifiche da scavi archeologici, uso delle collezioni a scopo didattico) e dimostrano la capacità da parte dell'Istituzione di fornire un contributo diretto alla comunità.

Per le attività di questo campo d'azione deve essere dimostrata l'efficacia della tutela e della valorizzazione del patrimonio culturale nel futuro nonché la sua fruibilità rispetto al pubblico e la continuità dell'attività nell'ambito del progetto culturale dell'Istituzione.

5.5. Sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute (campo "e")

Si intendono:

- le attività di valorizzazione della ricerca pre---clinica e clinica;
- le attività volte a realizzare l'*empowerment* dei pazienti, anche a vantaggio di soggetti "fragili" (anziani, minori, immigrati, donne);

- campagne di *screening*, giornate informative e/o di prevenzione, campagne di sensibilizzazione sui *social media* o creazione di siti web su tematiche sensibili inerenti alla salute;
- *trial* clinici anche *not---for---profit*;
- studi su dispositivi medici; studi non interventistici, studi mirati allo sviluppo di nuovi farmaci o al *repurposing* di farmaci, anche generici, e la creazione di strutture di supporto a tali attività quali *clinical trial center* e le biobanche;
- attività volte a meglio indirizzare le politiche sanitarie regionali e/o nazionali e allo sviluppo della farmacoconomia;
- attività di *One Health*.

5.6. Formazione permanente e didattica aperta (campo “f”)

Si intendono:

- corsi di formazione continua, realizzati dall’Università da sola o in rete, e/o in collaborazione e convenzione con enti/organizzazioni esterne rivolte ad utenti non tradizionali (*early school leaver*, NEET - -- *Not in Education Employment or Training*, anziani, disoccupati, migranti, lavoratori, professionisti), che abbiano prodotto un cambiamento anche in relazione alla qualificazione o alla riqualificazione professionale (acquisizione di conoscenze e di competenze con particolare attenzione alle competenze chiave per l’apprendimento permanente indicate dalla Commissione Europea nell’*European Qualification Framework*);
- educazione continua in Medicina;
- attività di individuazione, riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze che l’Università ha svolto nei confronti di singoli individui, di specifici target e gruppi (per esempio: i migranti) e di organizzazioni, anche sulla base di accordi con le Regioni o altri enti locali;
- corsi MOOC (*Massive Open Online Course*), cioè i percorsi di apprendimento a distanza rivolti a diverse tipologie di utenza con materiali didattici accessibili e in modalità *open access*;
- gli impatti formativi prodotti da azioni di apprendimento permanente anche realizzate per l’Università della Libera Età, Università della Terza Età, Università Popolare.

Non rientrano i Percorsi per le competenze trasversali e l’orientamento (PCTO) realizzati in collaborazione con le scuole.

5.7. Attività di public engagement (campo “g”)

Si intendono le attività rivolte a non esperti con valore educativo, culturale e di sviluppo sociale, riconducibili a queste categorie:

- i. organizzazione di attività culturali di pubblica utilità (per esempio: concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi aperti alla comunità);
- ii. divulgazione scientifica (per esempio: pubblicazioni dedicate al pubblico non accademico, produzione di programmi radiofonici e televisivi, pubblicazione e gestione di siti web e altri canali *social* di comunicazione e divulgazione scientifica, escluso il sito istituzionale dell’ateneo);
- iii. iniziative di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca (per esempio: dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni *online*; *citizen science*; *contamination lab*);
- iv. attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (per esempio: simulazioni ed esperimenti *hand---on* e altre attività laboratoriali). Da questo campo sono escluse le attività di

orientamento e i Percorsi per le competenze trasversali (PCTO). Si prendono invece in considerazione le iniziative per avvicinare le studentesse e gli studenti delle scuole primarie e secondarie a temi culturali/scientifici propri dell'Istituzione.

5.8. Produzione di beni di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione (campo "h")

Le iniziative si caratterizzano per l'utilizzo di metodi organizzativi e approcci all'investimento di tipo collaborativo, l'apertura di spazi (fisici e virtuali) di incontro tra le persone e l'emersione e rappresentazione di istanze di nuove politiche pubbliche e/o servizi promossi dal mondo privato e dal terzo settore, per superare condizioni di disuguaglianza. Tali attività costituiscono soluzioni innovative a bisogni già noti di natura sociale, culturale e/o di inclusione e/o risposte a nuovi bisogni e istanze espressi da parte di cittadini e di segmenti della società di un territorio. Mirano a colmare, temporaneamente o in via sperimentale, un divario rispetto alla mancata presa in carico di questi bisogni, da parte delle Istituzioni pubbliche e/o private preposte, rafforzando strategie di sviluppo responsabile e contribuendo alla resilienza delle comunità e alla prosperità condivisa.

Rientrano in questa categoria le formulazioni di programmi di pubblico interesse, la partecipazione a progetti di sviluppo urbano o di valorizzazione del territorio, iniziative di democrazia partecipativa, *consensus conference* e *citizen panel*.

5.9. Strumenti innovativi a sostegno dell'Open Science (campo "h")

Si intendono azioni fondate su principi di trasparenza, rigore, riproducibilità, condivisione della ricerca e dei suoi metodi in tutte le fasi, dall'ideazione ai risultati e alle loro eventuali applicazioni.

La diffusione del modello *Open Science* e lo sviluppo di strumenti innovativi a sostegno di questo intervengono direttamente su fasi fondamentali del processo di produzione e condivisione di nuova conoscenza: dalle pubblicazioni, alle tecnologie e dati aperti, dai metodi innovativi per la misura dell'impatto e per la valutazione della ricerca e dei suoi prodotti, alle nuove forme di co---produzione e di condivisione con i diversi attori sociali.

In questo contesto acquisiscono particolare rilevanza le azioni che, anticipandone e amplificandone l'impatto, hanno incrementato nel periodo di riferimento il riconoscimento e il contributo di soggetti esterni al mondo accademico e alla produzione di conoscenza scientifica.

5.10. Attività collegata all'Agenda ONU 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) (campo "i")

Si intendono:

- azioni di carattere organizzativo, infrastrutturale o di *governance* (istituzione di *green office* dedicati e/o la messa a punto di sistemi e/o protocolli per la gestione dei rifiuti pericolosi o per la riduzione dell'utilizzo di combustibili fossili, e/o la realizzazione di nuove strutture per assicurare la salute, il benessere, la qualità della vita, e la dignità per tutte le persone);
- azioni di sensibilizzazione e partecipazione della comunità locale e/o della comunità interna all'Istituzione relativamente ai temi dell'Agenda 2030;
- azioni di *external leadership*, cooperazione nazionale e internazionale, guida e *advocacy* pubblica (partecipazione a tavoli istituzionali per lo sviluppo di percorsi a tutti i livelli per l'implementazione degli obiettivi di Agenda 2030), anche in *partnership* con altre Istituzioni e altri *stakeholder*.

6. Le fasi di realizzazione delle iniziative di Terza Missione

Ogni attività di Terza Missione prevede sei fasi: progettazione; proposta; approvazione; realizzazione; rendicontazione; verifica.

6.1. Progettazione

I soggetti indicati al punto 3.1 sono tenuti a proporre al Referente di Dipartimento o alla Commissione Terza Missione di Ateneo, secondo la portata, in forma individuale o aggregata, attività di Terza Missione riconducibili alle categorie descritte nel Catalogo (punto 5). Nell'ideare il progetto si devono tenere presenti questi indirizzi:

- a) prefigurare l'impatto sociale, economico e culturale dell'iniziativa;
- b) preferire iniziative collettive e non individuali;
- c) considerare la rilevanza rispetto al contesto di riferimento;
- d) valorizzare l'aspetto scientifico della struttura proponente / del gruppo di ricerca;
- e) ricercare partner istituzionali e sponsor;
- f) considerare l'eventualità di una pubblicazione a scopo divulgativo;
- g) valutare l'opportunità di istituzionalizzare e di consolidare l'iniziativa nel tempo;
- h) valutare la sostenibilità dell'iniziativa;
- i) scegliere la/il coordinatrice/coordinatore/responsabile dell'iniziativa cui fare riferimento.

6.2. Proposta

Il progetto va consegnato al referente Dipartimentale alla Terza Missione di Dipartimento, che ne valuterà l'attinenza con le esigenze e le strategie della Struttura. Nel progetto vanno specificati: la struttura di appartenenza, i nomi della coordinatrice/coordinatore/responsabile, degli altri soggetti organizzatori, il titolo (o l'argomento) dell'iniziativa e una sua breve descrizione, le date e i luoghi di svolgimento, la categoria di Terza Missione, gli obiettivi, l'impatto previsto, le aree scientifiche coinvolte, gli eventuali SDG da raggiungere, i partner, gli sponsor, il target, la dimensione geografica, le fonti di finanziamento, le modalità di copertura e quant'altro ritenuto opportuno.

Se il progetto investe l'Ateneo, il proponente invia la Proposta alla Commissione CTMA, e per conoscenza al/ai Dipartimenti di afferenza, che ne valuterà l'inserimento nella programmazione Terza Missione di Ateneo (Programma Terza Missione di Ateneo).

L'Allegato 1, alle presenti linee guida, può essere utilizzato per la presentazione della proposta.

6.3. Approvazione e finanziamento

Se completo di tutte le informazioni previste, il Referente alla Terza Missione di Dipartimento inserisce il progetto tra le attività di Terza Missione di Dipartimento e trasmette il documento, attraverso l'la/il Direttrice/Direttore, al Consiglio di Dipartimento. Una volta approvato il *Progetto in Consiglio di Dipartimento*:

- Se il progetto richiede un finanziamento il Referente alla Terza Missione di Dipartimento trasmette alla Commissione per le Attività di Terza Missione di Ateneo l'Allegato 1. L'invio avviene in due finestre temporali: 30 marzo - 30 settembre. La Commissione raccoglie tutti i progetti che richiedono un finanziamento trasmessi dai Referenti Dipartimentali e trasmette al Senato Accademico per deliberare in merito, allegando eventuale parere.

Il Senato Accademico, sulla base delle risorse messe a disposizione per la Terza Missione dal Consiglio di Amministrazione o indicando la fonte di finanziamento, delibera, entro il 30 marzo di ogni anno, i progetti ammessi a finanziamento.

- Se il progetto non richiede un finanziamento il Referente per le Attività di Terza Missione del Dipartimento può inserirlo nel Documento Condiviso della Terza Missione.

La stessa procedura vale se il progetto è stato presentato alla Commissione Terza Missione di Ateneo e da questa approvato.

6.4. Realizzazione

Ogni fase di realizzazione dell'iniziativa (implementazione, esecuzione, verifica) va supportata da un'attenta azione di monitoraggio. Si terrà conto di questi fattori:

- a) monitoraggio dei soggetti coinvolti;
- b) monitoraggio del budget;
- c) corrispondenza delle azioni con gli obiettivi;
- d) correttezza della comunicazione e della declinazione della *corporate identity*;
- e) raccolta dei dati della copertura dei *media*;
- f) erogazione della *customer satisfaction*.

Quando dispone di dati definitivi, la/il coordinatrice/coordinatore/responsabile può inserirli e salvarli nel Documento Condiviso della Terza Missione. Il monitoraggio può essere condotto utilizzando l'Allegato 2.

6.5. Rendicontazione

Una volta concluso e realizzato il progetto, la/il coordinatrice/coordinatore/responsabile lo rendiconta, compilando ogni campo il Documento Condiviso della Terza Missione. Il progetto va validato e chiuso entro fine febbraio di ogni anno. Se ha carattere pluriennale, si aprirà una nuova scheda riportando i dati salienti e segnalando il successivo anno di realizzazione.

6.6. Verifica

Una volta chiuse le operazioni di rendicontazione, il Referente alla Terza Missione di Dipartimento scarica i dati finali; esegue, se richiesta, un'attività di valutazione; redige la Scheda di Monitoraggio e Valutazione compiuta dal Dipartimento nell'anno precedente e la invia alla/al Direttrice/Direttore di Dipartimento, che, dopo averla portata in approvazione nel Consiglio di Dipartimento, la trasmette alla Commissione Terza Missione di Ateneo (vedi punto a) comma 2 e 3).

Il Senato Accademico approva e delibera il Report Valutativo Annuale trasmesso dalla CTMA. Il Presidio di Qualità verificherà la conformità delle procedure di Assicurazione Qualità in conformità a quanto dichiarato. Il Nucleo di Valutazione valuterà la gestione della Terza Missione nel suo complesso, formulando eventuali indirizzi e raccomandazioni volti a migliorarne la qualità.

ALLEGATO 1

PROPOSTA DI INIZIATIVA

(da presentarsi al Consiglio di Dipartimento)

Struttura di appartenenza	
Soggetto coordinatore/responsabile	
Altri soggetti organizzatori	
Titolo (o argomento) dell'iniziativa	
Periodo di svolgimento (da... a...)	
Luogo di svolgimento	
Categoria/e di attività di Terza Missione	
Aree scientifiche coinvolte	
Breve descrizione dell'iniziativa	
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none">···
Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030	
Impatto previsto	
Target	
Partner	
Sponsor	
Dimensione geografica	
Budget	
Modalità di copertura	
Altro	

ALLEGATO 2
CHECKLIST DI MONITORAGGIO

(per uso interno)

1. Impatto e cambiamento

Condizioni in cui si svolge l'iniziativa			
Contesto di riferimento	Importanza del caso rispetto al contesto		
Situazione partenza/finale			
Monitoraggio del miglioramento del contesto interno	Effetti incrementali quali- --quantitativi sul contesto	Miglioramento del coinvolgimento, del senso di appartenenza, delle capacità di organizzare/gestire eventi e attività; buone prassi; valorizzazione risorse umane, miglioramento efficienza gestione finanziaria.	
Monitoraggio del miglioramento del contesto esterno	Effetti incrementali quali- --quantitativi sul contesto	Crescita consapevolezza; miglioramento dell'immagine, della reputazione, del sentiment; incremento delle sponsorizzazioni; istituzionalizzazione e consolidamento iniziative; creazione di processi di scambio con gli attori sociali; costruzione di reti; partecipazione civica del territorio.	
Bisogni sociali intercettati e interpretati			
Outcome principale	Innovazioni e miglioramenti delle condizioni socio--- economiche---culturali		
Outcome aggiuntivi	Innovazioni e miglioramenti delle condizioni socio--- economiche---culturali		
Innovazione tecnologica			
Rispetto equità, uguaglianza, pari opportunità	Rimozione delle disuguaglianze		

2. Indicatori d'impatto

Numero fruitori coinvolti	Numerico		
Tipologia fruitori coinvolti	Numerico	anagrafico (classi di età), sociografico (professioni o altro)	
Categorie particolari di fruitori	Enunciativo	bambini, giovani, senior, portatori di disabilità, gender, ecc.	
Innovatività	Descrittivo	in quale campo si innova	
Inter---/Pluri---/Multidisciplinarietà e collegamento attività di ricerca	Enunciativo	elenco aree disciplinari	
Saperi scientifici e sociali	Descrittivo	Temi di attualità? Quali?	
Continuità/ricorrenza azione	Enunciativo	One shot? Ricorrente?	
Raggio d'azione coperto dall'iniziativa	Enunciativo	Territoriale, regionale, nazionale, internazionale	
Risorse finanziarie complessive	Numerico		
Risorse finanziarie proprie	Numerico, percentuale		
Risorse finanziarie esterne	Numerico		
Capacità attrattiva di finanziamenti	Percentuale		
Numero sponsor e partner	Numerico		
Tipologia sponsor e partner	Enunciativo	Istituzionale, aziende, privati, banche, ecc.	
Customer satisfaction	Numerico, descrittivo	Risultati provenienti dall'erogazione di un questionario a fine iniziativa	
Rassegna stampa	Numerico:	numero articoli su media cartacei, numero di servizi su radio e TV, numero articoli su media online	
	Enunciativo	tipologia dei media (mainstream, nazionali, locali)	
<i>Website Analytics</i>	Numerico	Numero visualizzazioni	
<i>Social media analytics</i>	Numerico:	numero post, visualizzazioni, commenti, <i>Like</i> , <i>Share</i> per ogni canale utilizzato	
<i>Sentiment</i>	Percentuale	sia della rassegna stampa, sia dei <i>social media</i>	
Numero docenti coinvolti nell'organizzazione	Numerico		
Numero PTA	Numerico		
Numero studenti	Numerico		
Numero settori/uffici universitari	Numerico		
<i>Outcome</i> previsto	Descrittivo		
<i>Outcome</i> aggiuntivo	descrittivo		
Pubblicazioni	Numerico, enunciativo	Elenco delle pubblicazioni (citazione bibliografica)	
Allegati		Raccogliere tutte le evidenze possibili	