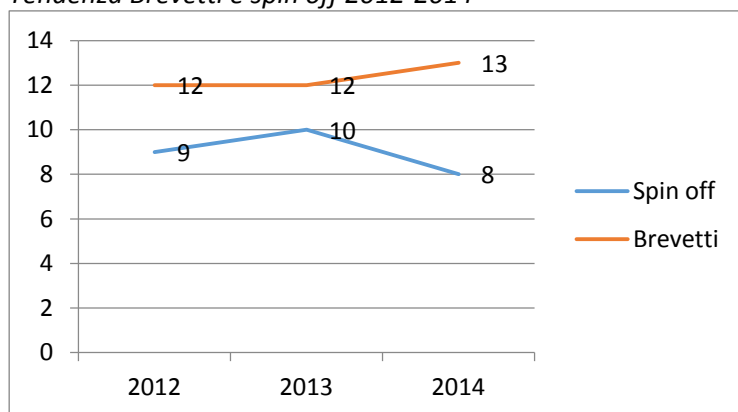


TRASFERIMENTO TECNOLOGICO E TERZA MISSIONE

Analisi dei risultati di terza missione

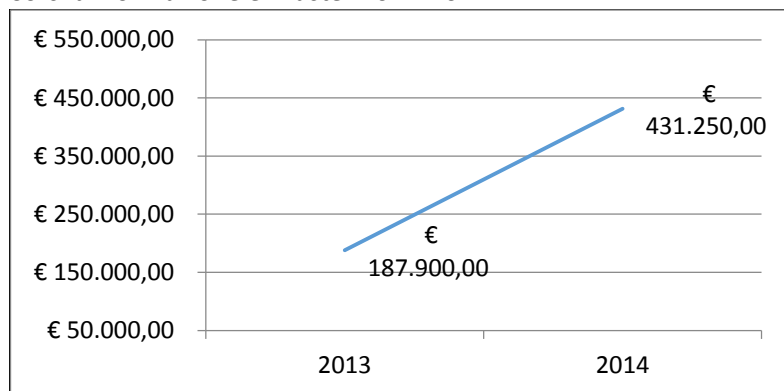
Dall'analisi di alcuni dati fondamentali per ricostruire un quadro chiaro della situazione Unimol per alcuni dei parametri di terza missione emerge una prima tendenza molto generale che registra nel triennio 2011-2014 dati su cui pare opportuno intervenire. Per quanto riguarda il numero dei brevetti per anno, questo è di poco in crescita ma diminuisce drasticamente la creazione di spin off che passa da 10 nel 2011/12 ad 8 del 2013/14.

Tendenza Brevetti e spin off 2012-2014



Riguardo alla formazione conto terzi e master, è utile notare come l'apporto economico sia aumentato nell'ultimo anno. L'apporto economico dei corsi di formazione dovrebbe essere considerato di fondamentale importanza nell'ottica sia di valutazione futura (poiché rientra nei parametri di valutazione della terza missione introdotti dall'ANVUR per il prossimo triennio, sia perché, se di qualità, attiva un circolo virtuoso di finanziamenti di altro tipo - conto terzi, tirocini, ecc. - e ha più ampie ricadute anche sul numero di immatricolazioni).

Corsi di Formazione e Master 2012-2014



Per quanto riguarda la ricerca conto terzi, essa vede una sostanziale riduzione nell'ultimo triennio, sicuramente dovuta alla congiuntura economica negativa nazionale e regionale.

Produzione di beni pubblici sociali e culturali

Oltre che nella attività di valorizzazione della ricerca (trasferimento tecnologico, brevetti, spin-off,) e della ricerca conto terzi, la produzione di beni pubblici sociali e culturali (organizzazione di attività culturali e formative, gestione di musei e siti archeologici, organizzazione di convegni ecc.) ricopre un'importanza rilevante e strategica per l'Ateneo, in quanto l'Università è di gran lunga l'ente culturale più importante nel territorio regionale.

Nell'allegato E del Decreto del Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca del 30 gennaio 2013, n. 47, "decreto autovalutazione, accreditamento iniziale e periodico delle sedi e dei corsi di studio e valutazione periodica" sono indicati diversi parametri per la valutazione della terza missione alcuni dei quali si riferiscono al contributo che l'ateneo può dare alla crescita sociale e culturale e, in particolare, considerano le attività di divulgazione scientifica e culturale, la gestione di siti archeologici e di musei e l'organizzazione di convegni. In tutte queste attività l'Università del Molise è fortemente impegnata segnalando le seguenti iniziative:

- **Il Centro di cultura del Molise:** le attività del Centro hanno l'obiettivo di sviluppare e salvaguardare la cultura molisana, con azioni di integrazione tra le attività di ricerca dell'Università e le attività culturali degli Enti e delle Associazioni culturali operanti sul territorio regionale ed alla valorizzazione dei beni culturali presenti nella regione, alla creazione di nuovi itinerari di sviluppo per la cultura molisana.
- **Il Centro di arte contemporanea "ARATRO":** il Centro costituisce uno spazio dedicato a mostre di arte contemporanea, italiana e internazionale, presentata in tutte le diverse forme delle espressioni attuali: dall'installazione, al video, al digitale, fino alla pittura, alla scultura e al disegno, nei loro intrecci con il design, l'architettura, la moda. Il centro ha un'intensa attività espositiva che è fruibile dal pubblico in modo assolutamente gratuita.

Oltre all'attività espositiva, ARATRO sta creando una collezione d'arte contemporanea e un archivio del video e dell'arte digitale, consultabile dagli studenti e dai ricercatori come una vera e propria mediateca, una collezione utile anche alla didattica, con cui organizzare anche rassegne e mostre.

Il Giardino della flora appenninica: il Giardino è posto a 1525 m s.l.m., nel comune di Capracotta (IS). Il Giardino è un orto botanico naturale, in cui vengono conservate e tutelate le specie vegetali della flora autoctona dell'Appennino centro-meridionale. Grazie alle diverse caratteristiche del terreno, ospita numerosi habitat naturali, dal palustre al rupicolo, dalla faggeta all'arbusteto.

Il Giardino, oltre ad essere impegnato in diversi progetti di ricerca e di conservazione della biodiversità, promuove l'educazione ambientale e il turismo naturalistico attraverso la realizzazione di percorsi didattici, visite guidate, eventi di divulgazione scientifica e il potenziamento della propria ricettività e fruibilità.

- **Il Museo della scuola e dell'educazione popolare:** ripercorre alcuni momenti dello sviluppo delle istituzioni scolastiche a partire dall'unità d'Italia e illustra le origini e gli sviluppi degli itinerari formativi nell'area molisana. Attraverso la memoria registrata nei documenti, nelle voci, nelle scritture, nelle immagini che costituiscono il patrimonio della scuola molisana e delle pratiche di

apprendimento che ne identificano la cultura materiale, trova espressione e rappresentazione uno spaccato di storia sociale inedito e complesso.

- **La concessione di scavo e la gestione dei siti archeologici:** l'università è attiva nello scavo e nella gestione del sito di Monte Vairano (epoca sannitica) e di Sant'Elia a Pianisi (medievale), servizi che, peraltro, vengono erogati attraverso una società di spin-off GAIA partecipata da laureati dell'Unimol.
- **L'organizzazione di seminari e conferenze aperte al pubblico:** nell'anno 2014 sono stati organizzati da parte di docenti e gruppi di ricerca dell'Unimol oltre 40 seminari e conferenze.

Gli argomenti trattati sono stati sia quelli propri delle tematiche dei ricercatori unimol indagine e sia quelli scientifici e culturali di più vasto e attuale interesse. Il sistema di relazioni e collaborazioni dell'Università ha spesso coinvolto personalità scientifiche e culturali di spicco con le quali il pubblico regionale ha avuto un'occasione unica di confronto.

L'Ateneo intende proseguire nelle attività di produzione di beni pubblici e culturali con lo scopo di rafforzare il proprio ruolo di promotore e catalizzatore delle attività culturali della regione coerentemente con l'obiettivo strategico dichiarato in questo documento. Le attività potranno essere ulteriormente finanziate prevedendo nella stesura dei progetti di ricerca da sottoporre a bando competitivo fasi di disseminazione e divulgazione. Non deve essere inoltre dimenticato come il potenziamento di queste attività potrà concorrere al rafforzamento dell'identità culturale territoriale. Si ricorda anche che alcune delle attività proposte dal centro di cultura del Molise con quelle della gestione dei siti archeologici potranno, in concorso con altre nel settore ambientale e agroalimentare, confluire in un progetto organico di valorizzazione del territorio già in fase di definizione.

Alcune considerazioni

La terza missione deve costituire una delle linee strategiche di Unimol ed in quanto tale va promossa e valorizzata anche nell'enunciazione non solo delle linee programmatiche ma nelle comunicazioni operative a tutti i livelli sia di personale docente, sia tecnico-amministrativo.

Da un punto di vista operativo si rileva l'opportunità di un raccordo sinergico tra l'Ufficio Ilo e Placement e il Centro Unimol Management e le strutture dipartimentali.

In particolare, per facilitare e promuovere la nascita di imprese innovative legate ad Unimol e la protezione intellettuale di brevetti, saranno realizzate azioni di sostegno e incentivazione. Innanzitutto saranno rivisti i regolamenti in materia di brevetti, spin off e start up che devono essere riadeguati alle recenti normative.

Al fine di aumentare la competitività futura in ottica di terza missione è necessaria un'opera duplice di informazione di organizzazione.

Una attenzione particolare sarà riservata all'incentivazione della ricerca conto terzi, anche aumentando il numero di convenzioni di ricerca con le piccole e micro imprese che caratterizzano il territorio italiano, ma ancor di più molisano, per le quali Unimol può rappresentare un importante volano. Questo significa maggiore disponibilità ad accogliere richieste dal territorio anche in ottica di "servizio" allo scopo di migliorare la percezione dell'utilità dell'Università per lo sviluppo. Inoltre, per incentivare i ricercatori a stipulare attività conto terzi, andranno riconsiderati i relativi regolamenti al fine di aumentare le possibili attività conto terzi si farà valere l'accreditamento al quale l'ateneo ha diritto, quale ente di formazione riconosciuto.

Infine, l'Ateneo intende proseguire nelle attività di produzione di beni pubblici e culturali con lo scopo di rafforzare il proprio ruolo di promotore e catalizzatore delle attività culturali della regione coerentemente con l'obiettivo strategico dichiarato al punto 3 di questo documento (Ruolo Guida dell'ateneo nel contesto regionale)

Le attività potranno essere ulteriormente finanziate prevedendo nella stesura dei progetti di ricerca da sottoporre a bando competitivo fasi di disseminazione e divulgazione.

Non deve essere inoltre dimenticato come il potenziamento di queste attività potrà concorrere al rafforzamento dell'identità culturale territoriale, cosa di grande importanza in un momento storico in cui si propone una ridefinizione degli ambiti amministrativi regionali a scapito dei più piccoli. Si ricorda anche che alcune delle attività proposte dal centro di cultura del Molise con quelle della gestione dei siti archeologici potranno, in concorso con altre nel settore ambientale e agroalimentare, confluire in un progetto organico di valorizzazione del territorio già in fase di definizione.

MERCATO DEL LAVORO

Attività in materia di mercato del lavoro

L'Università degli Studi del Molise intende assolvere al proprio ruolo di responsabilità nell'attivazione di percorsi volti a migliorare l'occupabilità dei laureati molisani, al fine di creare canali di comunicazione tra il mondo dell'Università e il mercato del lavoro, nonché di contribuire allo sviluppo del tessuto imprenditoriale molisano.

Nell'attuale scenario del mondo globalizzato, dove la transnazionalizzazione dei mercati ha messo a dura prova la competitività dei sistemi industriali dei paesi più avanzati, è sempre più essenziale per le imprese sviluppare aspetti quali innovazione e processi di sviluppo conoscitivo.

In questa prospettiva, l'inserimento di giovani laureati all'interno delle imprese può offrire un importante apporto non solo nella direzione del vero e proprio trasferimento tecnologico, ma anche nella direzione di un incremento all'innovazione complessiva dell'impresa, dal punto di vista dell'organizzazione, della comunicazione e del patrimonio conoscitivo. In altre parole, una maggiore presenza di energie intellettuali nel territorio può costituire un importante volano per la competitività del sistema imprenditoriale molisano.

La promozione dell'inserimento dei giovani laureati nel mercato del lavoro avviata dall'ateneo molisano si articola essenzialmente in tre fasi:

1. creazione di un sistema integrato di servizi al territorio per la promozione di politiche attive del lavoro;
2. implementazione dei meccanismi di organizzazione interna dei servizi a studenti e laureati per l'inserimento nel mercato del lavoro;
3. Messa a punto di un meccanismo di definizione degli obiettivi con gli stakeholder.

1) Creazione di un sistema integrato di servizi al territorio per la promozione di politiche attive del lavoro.

Negli ultimi anni l'Università degli Studi del Molise ha avviato un proficuo rapporto inter-istituzionale con i soggetti incaricati di promuovere le politiche attive del lavoro, in primis la Regione Molise, finalizzato a migliorare le opportunità lavorative dei giovani laureati molisani attraverso una serie di iniziative di attivazione al lavoro.

Al fine di realizzare compiutamente questo obiettivo, l'Università ha chiesto e ottenuto l'accreditamento e l'iscrizione nell'elenco regionale dei soggetti accreditati per i servizi al lavoro (Determinazione dirigenziale n. 29 del 18 marzo 2015), e può a questo punto operare come centro per l'impiego.

La collaborazione tra Università e Regione Molise per l'attivazione del mercato del lavoro dei giovani laureati è attiva già da diversi anni. Essa è iniziata da tempo con il Piano Integrato Giovani Molise (PIGM, avviato il 27 giugno 2011), che ha realizzato una serie di iniziative di promozione di tirocini extracurriculari, progetti di innovazione, incentivi all'autoimprenditorialità, apprendistati in alta formazione.

Successivamente, l'Università ha proposto alla Regione Molise la creazione di un vero e proprio sistema integrato di politiche attive, finalizzato a coinvolgere stabilmente l'ateneo molisano nella gestione delle iniziative di politica attiva a favore dei disoccupati appartenenti al target "laureati".

Questo sistema di collaborazione stabile viene sperimentato attraverso una convenzione per la gestione del Progetto europeo “Garanzia Giovani” (Raccomandazione del Consiglio dell’Unione Europea del 22 aprile 2013).

Tale convenzione, la cui stipulazione è in via di ultimazione, prevede il coinvolgimento dell’Università con riferimento alle seguenti attività: Accoglienza, informazione, presa in carico, orientamento - Accompagnamento al lavoro - Apprendistato per l’alta formazione e la ricerca e Tirocinio extracurricolare. La convenzione ha durata due anni (2015-2016) e si propone di costituire una fase sperimentale di un modello stabile di gestione integrata dei servizi al lavoro rivolti ai giovani laureati molisani, che la Regione Molise e l’Università degli Studi del Molise si impegnano a proseguire, una volta approvata in via definitiva la programmazione, con le risorse della programmazione FSE 2014-2020.

L’esperimento avviato con la convenzione per la gestione di Garanzia giovani intende porre rimedio alla carenza di integrazione tra mondo dell’istruzione formale e mercato del lavoro, innestando nella Regione Molise un sistema di gestione integrata delle politiche attive del lavoro, che coinvolga il sistema educativo (Università del Molise) e i soggetti deputati alle politiche attive (Regione Molise). Il sistema regionale molisano potrebbe allora costituire una best practice sul territorio nazionale, in virtù dell’integrazione che riesce a realizzare tra i diversi partner dedicati alla lotta alla disoccupazione giovanile.

2) Implementazione dei meccanismi di organizzazione interna dei servizi a studenti e laureati per l’inserimento nel mercato del lavoro

L’Università degli Studi del Molise svolge da tempo un ruolo centrale nello sviluppo dell’occupabilità dei laureati molisani, seguendo attraverso il proprio ufficio placement diverse linee di intervento, che possono essere facilmente reperite consultando il sito web di ateneo alle relative pagine (http://www.unimol.it/unimolise/unimol/00050972_Job_Placement.html).

L’Ateneo molisano offre diversi servizi e informazioni con l’obiettivo di agevolare l’incontro tra il mondo produttivo e il potenziale umano in cerca di orientamento ed occupazione. Tale attività viene per lo più definita di Placement che letteralmente indica il “posizionamento” di coloro che beneficiano di azioni volte a favorire l’ingresso nel mondo del lavoro. L’Ufficio Placement dell’Università degli Studi del Molise ha l’intento principale di creare le condizioni che promuovano il contatto tra Università e mercato del lavoro, erogando numerosi servizi a studenti e neolaureati per formarsi, orientarsi e muoversi attivamente nella realtà lavorativa e alle aziende per facilitare l’acquisizione di nuove risorse umane.

L’università ha quindi maturato negli anni una consolidata esperienza che consente di intercettare il mercato del lavoro dei laureati con gli strumenti più congrui, oltre che di progettare iniziative di più ampio respiro in grado di incidere sull’occupabilità dei laureati.

Il segmento dei laureati rappresenta, infatti, uno spicchio del tutto peculiare del mercato del lavoro giovanile. Tale segmento si connota per la ricerca delle opportunità lavorative attraverso canali per lo più informali. Storicamente, il mercato del lavoro dei laureati è rimasto isolato dai canali di avviamento al lavoro creati dalle strutture pubbliche, e ciò è probabilmente imputabile alla scarsa attenzione specifica che le strutture pubbliche per l’impiego hanno dedicato alle specificità del mercato del lavoro dei laureati, aggravate dalla scarsità di risorse destinate complessivamente alle politiche attive.

La “terra di nessuno” del mercato del lavoro dei laureati è stata progressivamente intercettata dagli uffici placement che sono nati all’interno delle Università, inizialmente quasi in via esclusiva in quelle private, e progressivamente in misura sempre crescente all’interno delle Università pubbliche.

La qualità del funzionamento dell'ufficio è del resto certificata dagli eccellenti risultati ottenuti nella procedura di standard setting di Italia Lavoro, nella quale l'Università del Molise è divenuta "osservato speciale" di Italia lavoro in quanto unica Università italiana ad avere scelto 15 standard di qualità da applicare.

Recentemente, i servizi al lavoro dell'Università degli Studi del Molise si sono arricchiti con la creazione di un nuovo ufficio Tirocini e Mercato del lavoro, specificamente dedicato alla promozione e attivazione dei tirocini, curriculari ed extracurriculari.

Nel prossimo triennio, saranno avviate le seguenti attività volte ad implementare le attività dei servizi al lavoro dell'Università degli Studi del Molise:

3) Informazione e banche dati

Verrà implementato il sistema di raccolta dei propri laureati e di laureati di altre università residenti in Molise, ordinandoli in modo tale da capire i tipi di enti, aziende, studi professionali presso i quali tirocini e apprendistati potrebbero essere attivati.

Una prima fase di colloqui, aiuto nella compilazione del curriculum, consultazione siti, informazione su iniziative e programmi pubblici e privati, partecipazione a bandi è già svolta normalmente dall'ufficio placement. Le banche dati dell'ufficio placement e di altre realtà presenti sul territorio che svolgono analoghe funzioni nei confronti di laureati e con i quali Unimol vorrà convenzionarsi verranno integrate.

4) Selezione e attivazione

Dopo attenta valutazione del curriculum ed eventuale formazione preliminare, il settore placement mette in contatto la persona alla ricerca del lavoro con uno degli enti, aziende, professionisti convenzionati. L'implementazione di questa fase prevede il rafforzamento dei rapporti con enti, aziende, professionisti già convenzionati con l'Unimol e l'attivazione di nuove convenzioni che possono essere proposte dai medesimi laureati o da altri soggetti che vogliano segnalare la pertinenza di determinati studi alla propria o altrui attività lavorativa. Grande attenzione verrà prestata al "matching", anche in collaborazione con direttori dei Dipartimenti e Presidenti di corsi di studio.

5) Progetto Formativo e Tutor

L'attività dell'Università degli Studi del Molise verrà implementata quanto alla formulazione dei Progetti Formativi che accompagneranno i giovani nel loro inserimento lavorativo e nel reperimento di un tutor che tenga i contatti con il tirocinante/apprendista e con l'ente, azienda o professionista presso cui il tirocinio o l'apprendistato si svolge in modo tale che le funzioni di orientamento, trasmissione delle competenze, efficacia e prospettiva di assunzione vengano perseguiti.

6) Monitoraggio

L'ufficio Placement e l'ufficio tirocini e mercato del lavoro metteranno a punto un sistema di monitoraggio stabile degli esiti delle attività di tirocinio e apprendistato.

7) Messa a punto di un meccanismo di definizione degli obiettivi con gli stakeholder

Al fine di attivare canali di comunicazione stabili con il mercato del lavoro e il mondo delle imprese, è fondamentale mettere a punto un meccanismo di definizione degli obiettivi condiviso con gli stakeholder.

Questo sistema trova il suo terreno di naturale applicazione nel corso di studi, dove si realizza la progettazione didattica finalizzata alla formazione dei diversi profili professionali.

Sotto il profilo operativo, questo meccanismo prevede diverse fasi:

a) Prima fase: Individuazione degli stakeholder rilevanti

Il meccanismo di definizione degli obiettivi con gli stakeholder ha come perno fondamentale la consultazione delle parti sociali, che ciascun consiglio di corso di studi individua secondo le sue peculiari esigenze. Un tale sistema di consultazione potrà poi integrarsi con ulteriori processi di consultazione promossi dai soggetti e dalle istituzioni del territorio.

b) Seconda fase: Somministrazione di un questionario

E' prevista la somministrazione di un questionario, la cui compilazione viene incoraggiata dagli stessi stakeholder con note di invito rivolte alle imprese, finalizzata a spiegare ai destinatari del questionario le ragioni e le modalità di compilazione del questionario stesso. Il questionario è formulato in modo semplice, con alcune domande essenziali, quali, ad esempio:

1. Quale profilo professionale ritiene più adatto al contesto in cui opera abitualmente?
2. Quali competenze dovrebbe possedere il laureato per soddisfare i bisogni sottesi al profilo professionale indicato nella risposta precedente?

c) Terza fase: elaborazione dei risultati

I primi risultati ottenuti dall'indagine diretta verranno poi incrociati con le informazioni desunte dalle consultazioni "indirette" degli stakeholder, la cui elaborazione ha permesso di giungere ad una sintesi di alcune parole chiave, ritenute espressioni diverse dei bisogni sottesi al (nuovo) ruolo assegnato laureati nei processi di sviluppo. L'individuazione di tali bisogni permette dunque di tracciare il profilo professionale cui dovrebbe tendere la (nuova) offerta formativa del CdS.

Al fine di verificare anche sul piano internazionale la validità del profilo emerso dall'indagine, si suggerisce di confrontare lo stesso con quello proposto da omologhe associazioni professionali internazionali, nonché con corsi di studio analoghi di Università straniere.

d) Quarta fase: monitoraggio

A distanza di un anno è prevista la verifica della sussistenza dei bisogni scaturiti, aggiornando se necessario il profilo professionale richiesto al laureato, alla luce dei dati provenienti dall'inserimento nel mercato del lavoro dei laureati e da un incontro di verifica con gli stessi stakeholder.