Anno 2013

Università degli Studi di BOLOGNA >> Sua-Rd di Ateneo

Parte III: Terza missione

QUADRO I.0	I.0 Descrizione generale delle attività di terza missione

I dati sull'attività di Terza Missione mostrano un impegno dell'Università di Bologna su entrambi gli ambiti di applicazione definiti da ANVUR:

a. LA VALORIZZAZIONE DELLA RICERCA intesa come l'insieme delle attività attraverso le quali la conoscenza originale prodotta dalle università con la ricerca scientifica viene attivamente trasformata in conoscenza produttiva, suscettibile di applicazioni economiche e commerciali.

b. LA PRODUZIONE DI BENI PUBBLICI DI NATURA SOCIALE, EDUCATIVA E CULTURALE che si sostanzia nella [] capacità degli atenei e dei dipartimenti di mettere a disposizione della società, nelle sue varie articolazioni, i risultati della propria ricerca e specifiche attività di servizio. A differenza della valorizzazione economica della ricerca, la quale prevede per sua natura anche forme di appropriazione necessarie all'innesco di processi di innovazione da parte delle imprese, queste attività producono prevalentemente beni pubblici.

Nell'area della Tutela della Salute (I6), non risultano attivi nei Dipartimenti dell'Ateneo Centri di Ricerca Clinica o Bio-Banche conformi alle caratteristiche richieste per la loro menzione in SUA-RD.

Relativamente all'area della formazione continua (I7), le attività sono registrate nelle schede dipartimentali. Si riscontra una ridotta evidenza di curricula co-progettati conformi al requisito ANVUR. Ciò è probabilmente dovuto al fatto che l'impegno prevalente dell'Ateneo è rivolto a tipologie di corsi professionalizzanti, compresi master di primo e secondo livello, corsi PAS, TFA, Sostegno, CLIL che purtroppo non vengono al momento censiti nella SUA-RD.

DESCRIZIONE GENERALE DELLE ATTIVITÀ DI TERZA MISSIONE
L'impegno dell'Ateneo nella Terza Missione è evidente, dal 2011 ad oggi, nei principali documenti politici, strategici e di orientamento, sia di natura cogente (ad es. Statuto, Piano Strategico) sia di natura volontaria (ad es. Bilancio Sociale).

1. STATUTO DI ATENEO (2011)
Già nel comma 4 dell'art. 1 (Principi costitutivi) viene sancito il dovere dell'Alma Mater di interpretare e orientare le trasformazioni del proprio tempo, garantendo l'elaborazione, l'innovazione, il trasferimento e la valorizzazione delle conoscenze a vantaggio dei singoli e della società.
Le modalità di definizione di accordi con soggetti pubblici e privati (art. 3.3), in ragione della sua natura Multicampus, esprimono la volontà di perseguire la collaborazione con le istituzioni pubbliche e private rappresentative del territorio nel quale sono presenti le sue sedi.
L'asse della valorizzazione della ricerca viene trattato negli articoli sulla proprietà intellettuale (art.36 c. 2), sui brevetti, sulla gestione delle privative (art. 35. c.7), e sul sostegno della imprenditorialità degli studenti: l'Ateneo si impegna a garantire un efficace orientamento in entrata, in itinere e in uscita, tramite un costante dialogo sia con gli istituti di formazione secondaria superiore, sia con il mondo del lavoro e delle professioni, al fine di favorire l'inserimento lavorativo dei laureati e la loro capacità imprenditoriale(art. 2, c. 1 lettera b).
L'attenzione per la dimensione sociale, culturale ed educativa è in parte già prevista a livello statutario tramite il sistema bibliotecario di ateneo (art. 28) e il sistema museale (art. 29). Lo statuto prevede che le biblioteche servano non solo la propria utenza primaria ma anche siano di sostegno a iniziative di promozione culturale rivolte all'intera società e alle singole persone.
L'attivazione di corsi professionalizzanti, oltre ai già citati master, è estesa, nell'art. 22, ai corsi di alta formazione, di formazione permanente ed ai corsi intensivi.

2. PIANO STRATEGICO D'ATENEO (2013-2015)
Sin dall'introduzione si coglie la necessità di rispondere alle nuove domande che provengono dalla società attraverso forme innovative di formazione e di trasferimento della conoscenza (pag. 3). Gli studenti e la società sono riconosciuti interlocutori naturali, verso i quali dovere per un'università pubblica è contribuire all'interpretazione e alla trasformazione della realtà circostante. Questa funzione, anziché essere una missione autonoma, è connaturata alle due funzioni fondamentali: la ricerca scientifica e la vocazione formativa (pag. 9).
Nella propria Visione, l'Ateneo si rappresenta come istituzione accademica pubblica che si propone di migliorare la ricerca, la didattica e il trasferimento di conoscenze a vantaggio della società, nelle sue articolazioni locali, nazionali e internazionali (pag. 19).
In maniera più circostanziata, nell'obiettivo strategico A.1, si accentua l'impegno a sostenere la ricerca di base e incentivare la ricerca applicata in grado di contribuire allo sviluppo della persona e della società (pag. 28). Alcuni indicatori riferiti alla ricerca (R.05 numero di brevetti con titolarità/ contitolarità depositati dall'Ateneo nell'anno t; R.06

Entrate per ricerca e trasferimento della conoscenza pro capite nell'anno (No UE, no MIUR) richiamano elementi oggetto di analisi anche in SUA-RD, rispettivamente nei quadri G1 (Progetti acquisiti da bandi competitivi), I1a (Brevetti) e I3 (Attività conto terzi).

3. CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO (2014)

Con l'adozione del codice, l'Ateneo sancisce i propri principi etici declinati nell'integrità accademica e condotta etica nella ricerca e nell'insegnamento (capo 2) che ricomprendono la tutela della proprietà intellettuale (art. 7, c.2), la regolamentazione di responsabilità, indipendenza e conflitto di interesse (capo 3) e l'indicazione delle finalità della comunicazione istituzionale e della diffusione libera della conoscenza (capo 4). Tramite la comunicazione istituzionale l'Università favorisce la diffusione all'interno e verso l'esterno della propria immagine, identità e valori, anche nella prospettiva della rendicontazione sociale nei confronti dei suoi interlocutori(art. 17 c. 1). La diffusione della conoscenza è perseguita per contribuire allo sviluppo e al benessere della collettività (art. 18, c.1).

Nel quadro degli obblighi di comportamento nell'attività di ricerca (sezione II) si ribadisce per l'autore di un'opera dell'ingegno o di un brevetto di cui sia titolare l'Università e/o suscettibile di applicazione e valorizzazione a favore della società, l'obbligo di non servirsene per fini privati, e di adoperarsi in collaborazione con l'Università per una gestione dei risultati nell'interesse pubblico (ibidem c. 1).

4. BILANCIO SOCIALE (2013)

Il Bilancio sociale è per l'Alma Mater uno strumento volontario di rendicontazione degli impatti prodotti sul territorio e per contribuire, in questa logica, a innalzare il senso di responsabilità sociale dell'Ateneo (pag. 164).

Il sistema bibliotecario di ateneo è strumento di public engagement, in quanto supporta il trasferimento di conoscenze a vantaggio della società e lo sviluppo delle competenze informative degli utenti. Gli utenti dello SBA sono, oltre agli studenti e alla comunità accademica, gli studiosi e i cittadini, che possono fruire del grande patrimonio delle biblioteche universitarie grazie ad appositi accordi e convenzioni(p.49).

Diffondere conoscenza, raccontare le scoperte nei diversi ambiti e dialogare con la comunità non solo scientifica ma anche con le scuole, sono gli scopi della divulgazione che l'Ateneo realizza con altre istituzioni; tra queste, l'Accademia delle Scienze, una delle società scientifiche più famose d'Europa, e la Fondazione Marino Golinelli.

Secondo questa logica opera il sistema museale, con una media annuale di 105.000 ingressi gratuiti, con aule e percorsi didattici rivolti a diverse fasce d'età.

Oggetto di analisi del bilancio sociale è anche il patrimonio edilizio, inclusi gli immobili storici soggetti alle disposizioni di tutela del Codice dei Beni Culturali, e i relativi costi di manutenzione (cfr. quadro I5c della SUA-RD).

INIZIATIVE PER LA VALORIZZAZIONE DELLA RICERCA: BREVETTI E SPIN-OFF E INCUBATORI

Nel 2012 sono state definite le clausole standard in materia di diritti di proprietà intellettuale e industriale, da utilizzare nei contratti di consulenza e di ricerca commissionata stipulati dall'Ateneo. L'obiettivo di questo strumento operativo è duplice: tutelare la proprietà intellettuale in maniera equa rispetto alla controparte aziendale, definendo regole che consentano all'azienda di utilizzare in esclusiva per il proprio business i risultati e, nello stesso tempo, all'Università, di proteggere le proprie conoscenze pregresse, pubblicare le conoscenze generate in collaborazione con l'azienda, utilizzare le conoscenze generate per finalità non commerciali e, infine, depositare, ove possibile, brevetti in contitolarità con il committente.

Nel 2013 sono state approvate le linee guida strategiche e policy operativa in tema di promozione della nuova imprenditorialità e Spin-off, che definiscono i requisiti necessari per essere accreditate dall'ateneo, la procedura per le imprese già costituite, il monitoraggio effettuato dall'ateneo sul rispetto di tali requisiti.

Nel 2013 l'Università di Bologna ha istituito con Unindustria Bologna l'incubatore AlmaCube s.r.l. con l'obiettivo di generare Start-Up eccellenti e altamente innovative, accompagnando i giovani talenti in un percorso imprenditoriale di successo. Si tratta della prima esperienza italiana in cui l'Università e l'Associazione degli imprenditori costituiscono una società per accelerare i processi di incubazione di progetti aziendali nati nell'ambito della ricerca accademica.

A questa esperienza si affianca il "Cesenalab", nato dalla collaborazione dell'Ateneo con il Comune di Cesena e con la Fondazione Cassa di Risparmio di Cesena per fornire supporto ai giovani che hanno un progetto imprenditoriale innovativo legato ai mondi digital, web e new media.

Documento allegato (per consultarlo accedere alla versione html)