Anno 2014

**Università degli Studi di ROMA "La Sapienza" >> Sua-Rd di Struttura: "Ingegneria meccanica e aero-spaziale"**

**Parte III: Terza missione**

| QUADRO I.0 | I.0 Obiettivi e linee strategiche relative alle attività di Terza Missione |
|---|---|

Il tema della terza missione dell'università (trasferimento di tecnologia,
consulenza e assistenza, rapporti economici con il sistema delle imprese, fund
raising ecc.) ha una storia relativamente recente e un livello di maturazione ancora allo stadio iniziale. Per essere efficaci in questo campo, specie in una università generalista come Sapienza, occorrono professionalità e competenze specifiche, che difficilmente si trovano all'interno, ma che sono indispensabili per l'avvio efficace di azioni di sistema che portino l'università a contatto con il sistema dei portatori di
interessi tra i quali, principalmente, gli attori dello sviluppo economico del paese.
Sapienza si è mossa per tempo con una forte iniziativa nel campo specifico del
trasferimento di tecnologia e della valorizzazione dei brevetti, non solo con azioni individuali, ma anche con l'iniziativa Sapienza Innovazione che ha saputo acquisire risorse e promuovere iniziative imprenditoriali a carattere misto per valorizzare risultati e competenze maturati nei diversi dipartimenti dell'Ateneo. Tale azione va proseguita e potenziata accompagnandola con un supporto specifico di marketing e comunicazione al fine di migliorare e rendere economicamente produttivi i rapporti con le imprese e con le istituzioni.
In particolare, è necessario disporre di sensori appropriati in grado di intercettare e promuovere nuove domande di ricerca e
di conoscenza utili ad un tessuto industriale indebolito dalla crisi nella sua
componente hi-tech e alla ricerca di nuove idee di prodotto-mercato.
Infine, occorre avviare a soluzione definitiva la questione degli extra-costi
impropriamente a carico dell'Ateneo per l'assistenza ospedaliera.
Nel seguito sono elencate le azioni strategiche derivate dalle matrici SWOT.
Azioni strategiche ST Fare leva sui punti di forza per contrastare le minacce:
- Valorizzare il patrimonio di brevetti e promuovere spin-off universitari
utilizzando la leva delle collaborazioni con l'esterno per favorire lo sviluppo
dell'alta tecnologia nel territorio.

Azioni strategiche WO
Trarre vantaggio dalle opportunità per superare le debolezze:
- Sviluppare capacità di marketing territoriale per favorire le relazioni con le istituzioni e le imprese.

Azioni strategiche WT
Rendere minime le debolezze contrastando le minacce:
- Intercettare nuove domande di ricerca e formazione per rispondere
all'indebolimento del tessuto industriale hi-tech e alla scarsa propensione
agli investimenti in ricerca e formazione delle imprese di servizi.
- Sperimentare modalità innovative di rapporto con il SSN per migliorare la
qualità dei servizi e ridurre gli extra costi a carico dell'Ateneo.