



Anno 2014

Università degli Studi della BASILICATA >> Sua-Rd di Ateneo

Parte III: Terza missione

▶ QUADRO I.0	I.0 Obiettivi e linee strategiche relative alle attività di Terza Missione
	Le attività di terza missione costituiscono, da più di un decennio, un elemento fondamentale delle politiche di Ateneo. L'elaborazione di tali politiche è fondata sull'analisi dei punti di forza e debolezza che caratterizzano l'Ateneo. In particolare, come dimostrato anche dai risultati della VQR 2004-2010 (indicatore ITMS1), l'Ateneo può contare su iniziative molto efficaci dei singoli ricercatori, che sono in grado di convogliare numerose attività conto terzi, caratterizzate da una elevata qualità della committenza, sebbene, in alcune aree di ricerca ci siano ancora notevoli margini di crescita. Per rafforzare l'efficacia e l'efficienza della gestione di tali attività, il quadro regolamentare è stato di recente rinnovato. Altre forme di trasferimento della conoscenza e di gestione della proprietà intellettuale (spin off, brevetti) sono state tradizionalmente meno praticate, sebbene, anche grazie alle azioni messe in campo dall'Ateneo, si colgano chiari segnali di crescita. L'efficacia delle attività di trasferimento della conoscenza può essere garantita solo dalla partecipazione attiva dei ricercatori che, da meri produttori di conoscenza, devono trasformarsi in promotori di iniziative specifiche, mirate a diffondere e a rendere applicabile la conoscenza elaborata. Sebbene l'orizzonte di intervento di un'istituzione universitaria non possa limitarsi ad uno specifico territorio, le attività di trasferimento e di diffusione della conoscenza debbono, almeno in prima istanza, rivolgersi al territorio di riferimento dell'Ateneo, dove esse hanno maggior possibilità di essere recepite in modo efficace, anche considerando le risorse umane e finanziarie disponibili allo scopo, e, soprattutto, possono contribuire al più generale sviluppo sociale, economico e culturale del territorio (che, per regioni piccole ed economicamente svantaggiate, rappresenta una sorta di quarta missione degli Atenei). Il tessuto produttivo meridionale è costituito da una prevalenza di produzioni a basso valore aggiunto e da un diffuso nanismo delle imprese. Inoltre, il contesto territoriale lucano è caratterizzato da una elevata attenzione alle tematiche ambientali e da un forte attaccamento alle proprie radici culturali. Pertanto, l'Ateneo dovrà contribuire allo sviluppo di nuova imprenditoria, soprattutto in settori ad elevata tecnologia e a basso impatto ambientale, e all'introduzione di elementi innovativi in settori produttivi più tradizionali; inoltre, esso è chiamato a stimolare la diffusione e la fruizione della cultura, intesa nel senso più ampio del termine. Come dirette conseguenze di tali principi ispiratori, l'Ateneo indirizza le azioni concrete secondo tre obiettivi strategici: 1. i soggetti intermediari, pur necessari per connettersi in modo efficace al territorio, rilevare le esigenze dello stesso e introdurre competenze specifiche complementari a quelle accademiche (ad es., in materia di project financing e legislazione industriale), devono vedere l'Ateneo come soggetto attivo e capace di coinvolgere il maggior numero possibile di ricercatori. A tale scopo, come determinato dal Documento di programmazione annuale e triennale 2013/2015, si persegue la costruzione di strutture di Ateneo aperte e compartecipate dagli stakeholder di maggior rilievo (associazioni di categoria, soggetti pubblici e aziende), non limitandosi a partecipare a consorzi o associazioni. 2. lo sviluppo delle capacità di introspezione e comunicazione esterna dell'Ateneo, propedeutico a qualunque azione di trasferimento delle conoscenze, deve essere in grado di costruire un quadro continuamente aggiornato delle conoscenze elaborate al suo interno e di veicolarlo verso l'esterno in forme comprensibili ed efficaci. 3. come previsto dal Documento di programmazione annuale e triennale 2013/2015, l'Ateneo, considerando le migliori pratiche osservabili sul territorio nazionale, intende perseguire la miglior integrazione possibile delle attività di liaison industriale con quelle orientate al placement e quelle mirate al miglioramento della competitività nell'accesso e nell'utilizzo dei fondi europei, sfruttando tutte le possibili sinergie e connessioni. Di seguito si descrivono le azioni sviluppate dall'Ateneo lucano nell'ambito dei tre obiettivi strategici sopra delineati. In accordo con l'obiettivo strategico 1, l'Università degli Studi della Basilicata, la Camera di Commercio di Potenza, Confindustria Basilicata e altri soggetti pubblici e privati hanno promosso l'Accordo per la promozione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico, finalizzato a promuovere la cultura dell'innovazione presso le PMI, e a creare nuove connessioni fra i potenziali protagonisti delle dinamiche di trasferimento tecnologico. Il momento centrale di tale attività è stato il supporto ad attività tipiche di Liaison Office, atte a potenziare e strutturare il rapporto fra l'Ateneo e il mondo imprenditoriale. In particolare, in accordo con l'obiettivo strategico 2, la fase iniziale delle attività di Liaison Office è stata focalizzata sulla raccolta, sull'elaborazione e sulla diffusione delle informazioni necessarie a favorire l'incontro tra la richiesta di innovazione espressa dal mondo produttivo e le potenziali soluzioni offerte dal mondo della ricerca. Il risultato più visibile di queste attività è stato la creazione del database della ricerca scientifica dell'Ateneo, aperto a contributi provenienti sia da gruppi impegnati nella ricerca di base sia da aree tradizionalmente più inclini a trasferire i risultati della ricerca al mondo produttivo. Nel futuro il database subirà un continuo aggiornamento con l'evolversi delle attività di ricerca e l'ampliarsi delle esperienze di trasferimento tecnologico. In coerenza con l'obiettivo strategico 3, nell'ambito dell'accordo sono stati attuati diversi interventi formativi, diretti soprattutto ai giovani ricercatori, centrati sulla gestione della proprietà intellettuale, la creazione di impresa e le fonti di finanziamento. Un ulteriore risultato tangibile è stato la prima stesura del Regolamento per la costituzione di Spin-Off dell'Università degli Studi della Basilicata, elaborato in stretta collaborazione con diversi soggetti, pubblici e privati, esterni all'Ateneo. A seguito dell'adozione di tale regolamento, l'Ateneo si è dotato di una Commissione di Ateneo per la valutazione dei progetti Spin-off, con compiti di valutazione delle proposte di costituzione di spin-off e monitoraggio delle loro attività. A tale commissione, si affianca la Commissione Brevetti e Trasferimento Tecnologico, che ha compiti consultivi in materia di proprietà intellettuale e licensing. Le attività svolte nell'ambito dell'accordo hanno rappresentato un momento importante di diffusione della cultura legata alla terza missione, ed hanno aiutato l'Ateneo a

meglio strutturarsi per affrontare la complessità delle relative problematiche. Sulla scorta di tale esperienza, l'Ateneo intende costituire una struttura stabile, "aperta" e co-gestita con i più importanti stakeholder regionali, avvalendosi anche del supporto di esperti esterni e di soggetti privati.

Al fine di rafforzare le azioni finalizzate al perseguimento dell'obiettivo strategico 1, l'Ateneo ha recentemente aderito alla piattaforma BUS-Basilicata Up & Start, finalizzata al sostegno delle start-up. Il progetto è sviluppato dall'Ateneo con la Regione Basilicata, Unioncamere Basilicata, Basilicata Innovazione e Sviluppo Basilicata, e si realizza attraverso la stretta collaborazione con altri operatori del mondo produttivo e formativo (Fondazione CEARM, Italiacamp, Fondazione Eni Enrico Mattei, Intesa San Paolo Formazione, Confapi Basilicata, Confindustria Basilicata). BUS lavora alla creazione di un ecosistema regionale favorevole alla valorizzazione delle idee e alla nascita di nuove start-up. BUS è in grado, dunque, di offrire un sistema integrato e coordinato di servizi che spaziano dallo scouting di idee, alla valutazione tecnico-economica, alla formazione imprenditoriale, all'incubazione, alla ricerca di partner finanziari e industriali, fino alla scelta del percorso di sviluppo più adeguato alle idee proposte. Attraverso BUS, l'Ateneo ha partecipato, negli anni dal 2013 al 2015, alla Start Cup Basilicata, una business plan competition che ha consentito di assistere oltre 50 aspiranti start-up, selezionate tra oltre 200 proposte, attraverso un percorso di formazione con opportunità di contatto con professionisti del settore e venture capitalist. Dal 2014 l'Ateneo aderisce, sempre tramite BUS, al PNI-Premio Nazionale per l'Innovazione.

Un esempio di integrazione delle azioni di trasferimento della conoscenza con quelle volte al placement (obiettivo strategico 3) è l'iniziativa Shell Inventa giovani, di cui l'Ateneo è partner dal 2010, attraverso il Centro di Ateneo Orientamento Studenti. L'iniziativa è finalizzata a diffondere la cultura d'impresa e supportare iniziative di start-up sia nei settori innovativi sia convenzionali. Nell'ambito di tale iniziativa, presso l'Ateneo sono state svolte diverse attività, fra cui una serie di 30 Workshop (Idee Brillanti) e 15 corsi (Diventare un imprenditore di successo).

Altre attività di terza missione mirate allo sviluppo sociale, economico e culturale del territorio si sono estrinsecate attraverso pubbliche conferenze e presentazioni di libri, partecipazioni a manifestazioni presso le scuole del territorio (ad es., il Certamen Horatianum, il Convivium Galileianum), collaborazione con enti locali e associazioni culturali per attività di valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale, delle tradizioni, della storia locale, anche attraverso ruoli di consulenza per l'organizzazione di iniziative, seminari, incontri.