



Anno 2014

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

### Parte III: Terza missione



#### QUADRO I.0

#### I.0 Obiettivi e linee strategiche relative alle attività di Terza Missione

##### 1. Premessa

La connessione tra locale e globale rappresenta forse il contributo più importante che l'università può fornire al territorio di riferimento. In tale prospettiva UNICAM si impegna per comunicare e divulgare la conoscenza attraverso una relazione diretta con il territorio e con tutti i suoi attori.

Negli ultimi anni UNICAM ha promosso un profondo cambiamento nel modo di proporsi verso l'esterno, nella convinzione che entrare in relazione con gli altri attori del territorio, conoscerne il valore e poterne utilizzare le risorse, diventa una grande opportunità. Le attività di Terza Missione sono considerate strategiche per UNICAM e, in quanto tali, trovano spazio nel Documento di Programmazione Triennale negli obiettivi 1 (Innalzare il livello medio - qualitativo e quantitativo - dei prodotti della ricerca), 9 (Valorizzare il rapporto con gli stakeholders esterni sulle attività di ricerca, formazione e placement) e 10 (Migliorare l'efficacia delle attività di comunicazione).

Oltre a quanto riportato nei quadri specifici, sono da rimarcare alcuni strumenti posti in essere da UNICAM, quali:

##### 1.1 Comitato dei Sostenitori

##### 1.2 Consulta Permanente per lo Sviluppo

##### 1.3 Piattaforme Tematiche di Ateneo

##### 2. Le attività di Terza Missione di UNICAM

##### 2.1 Proprietà intellettuale (brevetti, privative vegetali)

##### 2.2 Spin-off

##### 2.3 Attività conto terzi

##### 2.4 Public engagement

##### 2.5 Patrimonio culturale (Scavi archeologici, poli museali, immobili storici)

##### 2.6 Tutela della salute (Trial clinici, centri di ricerca clinica e bio-banche, attività di educazione continua in medicina);

##### 2.7 Formazione continua (Attività di formazione continua, curricula co-progettati)

##### 2.8 Strutture di intermediazione (Trasferimento tecnologico, uffici di placement, incubatori, consorzi e associazioni par la Terza Missione, parchi scientifici)

#### OBIETTIVI SPECIFICI INSERITI NELLA PROGRAMMAZIONE TRIENNALE 2013-15 RIGUARDANTI LA TERZA MISSIONE

oB. 9 - Valorizzare il rapporto con gli stakeholders esterni sulle attività di ricerca, formazione e placement

##### Obiettivi

1. Incrementare la capacità di attrarre fondi strutturali 2014-2020, che avranno come macro obiettivo l'innovazione nei processi produttivi per il vantaggio competitivo delle imprese (in particolare PMI). Nei documenti programmatici il ruolo delle università e degli enti pubblici di ricerca è considerato fondamentale in quanto produttori e detentori dell'innovazione.

2. Costituzione di un laboratorio permanente regionale sulle nuove politiche di sviluppo comunitario per fare sistema ed attivare reti di interconnessione con i facilitatori del processo (istituzioni, associazioni di categoria, enti locali territoriali). In questa prospettiva le istituzioni e gli enti locali hanno ruolo determinante in quanto destinatari dei fondi comunitari a gestione indiretta (fondi strutturali).

3. Focus sugli strumenti a gestione diretta dell'Unione Europea destinati all'innovazione (es CIP) che prevedono cofinanziamenti al 50% per collaborazioni industria - accademia.

4. Rendere maggiormente efficace la comunicazione verso le aziende partner relativamente all'innovazione e ai risultati della ricerca trasferibili, cioè marketing operativo del sapere e del saper fare che scaturisce dai laboratori UNICAM.

5. Potenziare le attività di scouting dell'innovazione che nasce da UNICAM e migliorare la capacità di supportare lo start up di imprese innovative.

##### Azioni proposte

A.9.1 - Potenziamento delle attività di collaborazione, fino a renderle a carattere permanente, con aziende del territorio regionale. Il driver di tali relazioni deve essere il vantaggio che le aziende derivano dalla collaborazione con gli atenei, quindi con UNICAM. Per vantaggio si intende il vantaggio competitivo che deriva dal trasferimento di

competenze conoscenze e risultati dai luoghi della ricerca alle aziende, quindi maggiori profitti per le aziende e conseguente incremento per UNICAM delle risorse per la ricerca e per il miglioramento della didattica (ciò stante adeguato sinallagma).

A.9.2 - Costituzione di un laboratorio permanente regionale con focus sulle nuove politiche di sviluppo comunitario. Il coinvolgimento in azioni di sistema a carattere permanente di istituzioni ed enti del territorio che hanno tra i vari compiti il ruolo di facilitatori per il processo di knowledge transfer e innovazione è fondamentale, considerando che obiettivo ultimo di tali politiche è la competitività del territorio in termini economici, con realizzazione della coesione sociale quale obiettivo conseguente.

A.9.3 - Incremento della capacità dell'Ateneo di attivare spin-off. Occorre sottolineare, in questa prospettiva, che le spin off accademiche sono anch'esse stakeholders. Scaturiscono direttamente dalla capacità di ingresso nel mercato di prodotti e/o servizi altamente innovativi in quanto risultato della ricerca. Sono portatori di interesse nei confronti degli atenei in quanto nascono grazie ai risultati della ricerca appealing per il mercato anche globale (nicchie di mercato). Possono essere volano del rilancio dell'economia di un territorio.

A.9.4 - Informazione continua ed efficace dei risultati della ricerca e dell'innovazione: è evidente come la maggiore competitività del territorio dipende anche dalle risorse umane altamente qualificate che il sistema università riesce a fornire al territorio medesimo. E' opportuno pertanto far conoscere maggiormente la specializzazione dei laureandi e dottorandi UNICAM e i risultati della ricerca interessanti per le aziende del territorio.

Indicatori per il monitoraggio delle attività

I.9.1 - conto terzi (ITMS1VQR), somma degli importi dei contratti di ricerca/consulenza con committenza esterna acquisiti nel settennio 2004-2010

I.9.2 - brevetti (ITMS2 VQR), misurato dal numero di brevetti depositati nel settennio 2004-2010, sia di proprietà della struttura che riportanti tra gli autori almeno un soggetto valutato della struttura

I.9.3 - spin-off (ITMS4, VQR), misurato dal numero di spin-off attivati dai soggetti valutati nel settennio 2004-2010

I.9.4 - incubatori (ITMS4, VQR), misurato dalla presenza o meno di incubatori di imprese partecipati dalla struttura

I.9.5 - consorzi (ITMS5, VQR), misurato dal numero di consorzi partecipati dalla struttura che abbiano tra le loro finalità il trasferimento tecnologico.

Ob. 10. Migliorare l'efficacia delle attività di comunicazione

AZIONI PREVISTE

A.10.1 - LA COMUNICAZIONE INTERNA UNICAM: estendere le buone pratiche della comunicazione esterna a quella interna

A.10.2 -CREARE UN'ARCHITETTURA RAGIONATA DI COMUNICAZIONE INTERNA: sinergie tra qualità del messaggio e tecnologia

A.10.3 -TRASFORMARE L'APPARTENENZA AD UNICAM DA BRAND A LOVEMARK