Anno 2014

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

Parte III: Terza missione

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

SUA-RD 2014

PARTE III

I.0 Obiettivi e linee strategiche relative alle attività di Terza Missione / Anno 2014

Per la realizzazione del PIANO STRATEGICO 2014-2015: RICERCA E TRASFERIMENTO TECNOLOGICO, l'Università degli Studi di Perugia prevede di potenziare i servizi gestionali dedicati al supporto alla ricerca, al trasferimento tecnologico e alla valutazione degli esiti di tali attività di missione.
Per quanto riguarda, in particolare, le attività di Terza Missione (TM) gestite centralmente dall'Ateneo, sono individuati un Obiettivo base e le relative Linee strategiche di intervento:

Obiettivo base: Potenziamento delle attività di TM
Alla luce delle nuove sfide economiche, si è progressivamente affermato un modello aperto di trasferimento tecnologico, che interpreta l'innovazione e la R&S come un'attività capace di creare valore per l'impresa e che, pertanto, assume un ruolo strategico sia per i centri pubblici di ricerca e le Università, sia per le attività produttive.
Per la piena realizzazione degli obiettivi di TM dell'Ateneo è quindi necessario rendere più incisivo il contributo che le applicazioni dei risultati della ricerca possono dare al miglioramento delle caratteristiche e delle funzionalità dei prodotti finali realizzati dalle imprese presenti nel territorio regionale, consentendo loro di assumere una posizione competitiva di vantaggio a livello nazionale ed internazionale, o di lanciare nuovi prodotti o soluzioni. Il fine ultimo è quello di incrementare rapidamente il livello medio di innovazione presente nelle imprese, con lo scopo di favorirne la penetrazione in nuovi segmenti e scenari di mercato ed agevolarne il grado di internazionalizzazione.
Le leve su cui è necessario agire sono le seguenti:
conoscenza reciproca tra imprese e mondo della ricerca pubblica;
riduzione delle asimmetrie informative che penalizzano le imprese minori e che impediscono a queste ultime di usufruire dei risultati della ricerca accademica;
diffusione della cultura dell'innovazione;
sviluppo e promozione di adeguate forme di finanziamento a favore delle imprese che intendono accedere all'utilizzo dei risultati della ricerca;
sinergia e coordinamento con obiettivi e strumenti di politica economica locale.
In conformità a questo orientamento di carattere generale, le attività riconducibili alla TM istituzionale dell'Ateneo vanno suddivise in tre Linee strategiche di intervento principali:

1) Attività finalizzate all'acquisizione, gestione e negoziazione di brevetti
a) Scouting: interazione con i ricercatori e le imprese finalizzata da un lato ad acquisire informazioni sul risultato della ricerca e ad individuare le prime ipotesi di applicazione, dall'altro a censire i fabbisogni di innovazione delle aziende. Personale specificatamente preparato per operare come broker tecnologico terrà i contatti con le aziende e le assisterà nell'individuazione delle soluzioni più adeguate.
b) Indagine documentale e brevettuale: verifica dell'effettiva anteriorità del risultato conseguito, definizione dello scenario tecnologico in cui collocarlo.
c) Valutazione dell'innovazione: acquisizione di un parere tecnico-legale finalizzato a valutare la possibilità di tutelare la proprietà intellettuale del risultato e ad individuare le strategie più idonee a tal fine.
d) Analisi di contesto: caratterizzazione dello scenario di mercato per la commercializzazione del risultato attraverso l'analisi e l'interpretazione delle informazioni raccolte con l'indagine documentale e brevettuale, anche grazie all'accesso a database di riferimento.
e) Sviluppo del trovato: individuazione delle fasi di sviluppo del trovato utili a renderlo conforme ai requisiti di tutelabilità e commercializzazione. Stesura del relativo programma di lavoro, comprensivo di una valutazione di tempi, costi e risorse necessarie ad effettuarlo.
f) Acquisizione del trovato: sostegno economico e organizzativo per sviluppare i risultati della ricerca e per proteggerne la proprietà intellettuale.
g) Matching domanda/offerta: ricorso a servizi esterni di brokeraggio tecnologico così come già avviene nei principali Atenei pubblici, al fine di collocare adeguatamente il trovato sul mercato.

2) Attività commerciali di ricerca e sviluppo su commessa conto terzi
a) Potenziamento dell'ufficio I.L.O. (Industrial Liaison Office) per renderlo adatto ad una maggiore e più frequente interazione con il sistema produttivo (associazioni di categoria imprenditoriali, aziende private e pubbliche, professionisti) e ad offrire adeguato supporto nelle fasi di negoziazione e redazione dei Contratti per ricerca commissionata;

b) miglioramento e potenziamento dei sistemi e delle forme di comunicazione esterna riferiti alle competenze e ai risultati della ricerca disponibili presso l'Ateneo per applicazioni produttive;
c) sottoscrizione di accordi con istituti di credito locali e fondazioni bancarie per incentivare finanziariamente le imprese che per i loro piani di investimento in ricerca e sviluppo si rivolgano alle strutture dell'Ateneo.

3) Attività dirette alla promozione e creazione di impresa dai risultati della ricerca (spin off)
a) Creazione di un incubatore di impresa gestito da un TTO Manager, che diventi luogo di incontro naturale tra il mondo imprenditoriale e quello della ricerca maggiormente market-oriented, e sia in grado di accogliere le nuove imprese innovative, di mettere a sistema un insieme di servizi atti a sostenere e favorire lo scambio di conoscenze e di esperienze tra i soggetti incubati, e di attivare sinergie virtuose tra mondo imprenditoriale ed accademico.
b) Organizzazione del Premio per l'Innovazione - Start Cup Umbria, una competizione tra gruppi che elaborano idee imprenditoriali innovative, basate sui risultati della ricerca scientifica e tecnologica. Le migliori idee, espresse in forma di Business Plan, ricevono ogni anno premi in denaro o in servizi per la costituzione e lo sviluppo di nuove imprese. La Start Cup viene organizzata in sinergia con altre iniziative simili in altre regioni italiane e i suoi vincitori partecipano ad una finale nazionale denominata Premio Nazionale per l'Innovazione. Obiettivo della Start Cup è sostenere la ricerca e l'innovazione tecnologica finalizzata allo sviluppo economico della Regione Umbria. Essa intende diffondere la cultura d'impresa nel territorio e promuovere la nascita di imprese ad alto contenuto di conoscenza, con la conseguente creazione di nuovi posti di lavoro.
L'iniziativa si rivolge a soggetti che hanno idee imprenditoriali innovative, quali personale universitario e comunità studentesca, ma anche soggetti esterni all'Università, con la finalità più generale di favorire processi innovativi di tipo tecnologico che avvengono all'interno del sistema economico-produttivo regionale.
Qualora le costituende società vincitrici rispettino i requisiti previsti dal Regolamento sugli Spin Off dell'Università degli Studi di Perugia, le stesse potranno essere avviate all'iter di accreditamento quale spin off Accademico, con la possibilità di utilizzare il marchio Spin off a titolo gratuito per tre anni e di accedere, a tariffe agevolate, agli spazi e alle strumentazioni di proprietà dell'Ateneo.
Nell'ottica di promuovere la Start Cup e di informare gli studenti, i docenti ed i ricercatori circa le possibilità di TM in ambito universitario, l'I.L.O. dell'Università degli Studi di Perugia è chiamato ad organizzare periodicamente:
corsi di base sulle tematiche inerenti il trasferimento tecnologico, con particolare attenzione alla nascita degli spin-off accademici, alla redazione del Business Plan, alla gestione e all'analisi d'impresa, con approfondimenti riguardanti la strategia, il marketing, l'organizzazione aziendale, la finanza e la tutela della proprietà industriale;
seminari tematici con imprenditori, ricercatori, consulenti ed esponenti della comunità finanziaria su temi legati alla creatività, al lavoro di gruppo e all'avvio di nuove imprese;
incontri tra i promotori delle imprese innovative e la comunità accademica, industriale e finanziaria, per favorire la circolazione delle idee e lo sviluppo di relazioni.
c) Allargamento della platea dei soggetti coinvolti nell'avvio di imprese innovative di tipo spin off, in modo da rafforzare il collegamento tra alta formazione e iniziative volte alla creazione di nuove imprese. In tal senso, l'impegno sarà diretto a conseguire un coinvolgimento crescente di dottori e dottorandi di ricerca, studenti e neo immatricolati nelle iniziative dell'Ateneo dirette a promuovere, in tutte le forme, la nascita di startup innovative (così come definite dalla L. 221/2012) e il passaggio dei risultati della ricerca accademica alle applicazioni produttive.
In particolare, per quanto attiene alle attività finalizzate ad ampliare il numero dei partecipanti alle manifestazioni tese a favorire la nascita di nuove aziende, come già accade nei Paesi europei all'avanguardia in questo settore, si dovrà tendere ad aumentare il numero e la qualità delle occasioni di cooperazione con gli studenti dei primi anni dei corsi universitari e con le scuole medie superiori della Regione Umbria e di quelle limitrofe, per diffondere delle conoscenze e delle competenze utili alla creazione di impresa, alla comprensione delle opportunità, dei vincoli e dei problemi a ciò connessi e delle modalità di costituzione e di sviluppo di nuove unità produttive

Documento allegato (per consultarlo accedere alla versione html)