

La Missione dell'Ateneo per la terza missione

Questo documento ha lo scopo di chiarire la posizione dell'Ateneo e di proporre la 'Mission' che l'Ateneo si pone, in completa concordanza col Piano Strategico, per il triennio 2015-16-17 (obiettivi a breve termine) e successivamente (obiettivi a lungo termine).

Introduzione

Nell'ultimo ventennio, le Università sono chiamate ad affermare, implementare e fare sentire il proprio impatto sul territorio, come presenza che, oltre a indirizzare e aggiornare le attività di formazione, svolga attivamente un ruolo volto alla valorizzazione della Ricerca in termini di ricadute sul tessuto produttivo e protezione della proprietà intellettuale nonché un ruolo più prettamente sociale volto alla diffusione della cultura a beneficio della popolazione. Questo aspetto, sempre più di taglio 'aziendale', è ben rappresentato dal concetto ampio che prende il nome di 'terza missione'.

La Terza Missione dell'università nasce nel 1963 con il prof. Clark Kerr, Rettore dell'Università della California, che coniò il termine "Multiversity", per identificare un'università che valorizzi le differenze della società e risponda alle esigenze culturali ed economiche di un determinato periodo senza perdere una visione di futuro. La sostituzione di "Multi" a "Uni-versity" rappresentava la rottura col passato e con le tradizioni autoreferenziali e omologanti. Nel 2001, Kerr nell'opera "The Uses of the University", riconosce alle università americane la capacità di essere riuscite a diventare centrali nei processi d'industrializzazione e di avanzamento tecnologico del paese, dando un impulso decisivo allo sviluppo di un capitale umano all'altezza delle sfide della globalizzazione.

Il Consiglio Europeo di Lisbona del marzo 2000 ha conferito all'Unione Europea l'obiettivo strategico di sviluppare un'economia basata sulla conoscenza, in grado di realizzare una crescita sostenibile con nuovi e migliori posti di lavoro e una maggiore coesione sociale.

Si tratta di una società nella quale il ruolo della conoscenza assume, dal punto di vista economico, sociale e politico, una centralità fondamentale nei processi di vita, e che fonda la propria crescita e competitività sul sapere, la ricerca e l'innovazione.

In questo contesto, le Università e i centri di ricerca che producono innovazione nella conoscenza scientifica sono chiamati a un nuovo ruolo.

Dunque, si parla di "terza missione" dell'Università, per sottolineare che gli atenei devono assumere un nuovo fondamentale scopo accanto a quelli tradizionali dell'alta formazione e della ricerca scientifica: il dialogo con la società.

Problematiche intrinseche nel concetto di terza missione

In realtà il termine 'terza missione' è ambiguo perché usato per indicare una molteplicità di attività che mettono in relazione la ricerca universitaria e la società. Inoltre, una delle difficoltà della terza missione è la sua dinamicità: la società cambia e dunque anche gli obiettivi e il modo di applicazione della terza missione cambiano con essa, stimolando le Università ad adattarsi a un nuovo modo di interazione che deve tenere conto del divenire. Va in ogni caso considerato che quest'aspetto dinamico coinvolge anche l'adeguamento della formazione e della Ricerca.

Aspetti fondamentali della terza missione

Due sono attualmente gli aspetti fondamentali della terza missione:

1. la valorizzazione della Ricerca
2. l'impatto sociale e sul territorio

La prima tipologia si riferisce alle attività di trasferimento tecnologico finalizzate alla valutazione, alla protezione, al marketing e alla commercializzazione di tecnologie sviluppate nell'ambito dei progetti di ricerca accademici e, più in generale, alla creazione di strutture per la gestione della proprietà intellettuale in relazione con gli stessi progetti.

La seconda tipologia è quella culturale e sociale e riguarda la produzione di beni pubblici che amplino il livello di benessere della società, a contenuto culturale, sociale, educativo e di consapevolezza civile.

Non è da sottovalutare, in entrambi i casi per il nostro Ateneo, la comunicazione con il pubblico (si pensi a temi fondamentali per il futuro dell'umanità come le questioni dell'energia, dei cambiamenti climatici e la quarta rivoluzione industriale, nonché a temi controversi come le applicazioni delle cellule staminali, degli Organismi Geneticamente Modificati (OGM) e delle nanotecnologie, che hanno portato la scienza a essere un elemento sempre più presente nel dibattito pubblico).

L'informazione è tale che la comunità internazionale attiva nei cosiddetti '*Science and Technology Studies*' parla oggi di Public Engagement in Science and Technology (PEST), ovvero coinvolgimento del pubblico nella scienza e nella tecnologia.

Valutazione della performance nel nostro Ateneo. Individuazione delle criticità

- A. S'individuano delle criticità principalmente dovute alla confusione che nasce sulla definizione di terza missione e alla necessità di facilitare un focus 'aziendale' per i docenti universitari ed il personale tutto.
- B. S'individua inoltre anche la necessità di un migliore monitoraggio e comunicazione con la creazione di banche dati che facilitino anche l'individuazione e la facile archiviazione delle attività.
- C. S'individua infine, ma come questione fondamentale, la problematica della riconoscibilità dell'Ateneo sul territorio. La denominazione 'Seconda Università degli Studi di Napoli nasce come nome di transizione quando viene creata fra il 1991 ed il 1992 dall'Università degli Studi di Napoli. Essendoci un altro Ateneo noto come Università degli Studi di Napoli Federico II, il termine Seconda Università o anche Napoli II (come spesso ci si rappresenta anche nelle valutazioni) viene spesso a limitare l'impatto del nostro Ateneo sul territorio per una mera confusione fra i due Atenei. Si rappresenta che se un tempo il termine 'seconda' si applicava alla creazione di un nuovo Ateneo, dopo più di 25 anni, il termine risulta improprio e limitante. Inoltre, si rileva come, essendo il nostro Ateneo una realtà su più poli del territorio, unica, dunque, nel suo contesto campano, sarebbe auspicabile una denominazione che meglio corrisponda all'Ateneo e lo identifichi in modo univoco. Sebbene da tempo questo sia un argomento di discussione, si individua l'esigenza in relazione alla terza missione del cambio di denominazione dell'Ateneo.

Missione dell'Ateneo (2015-16-17)

L'Ateneo s'impegna a facilitare la comprensione del concetto di terza missione. Il Piano Strategico dell'Ateneo conferma tale impegno ad aprire un dialogo con il territorio in cui si articolano le sue strutture e a promuovere intense attività di divulgazione scientifica e culturale.

Coerentemente con questa premessa, il nostro Ateneo ha identificato come fondamentale l'obiettivo del raggiungimento del **cambio di denominazione** entro il triennio.

In aggiunta, si elencano alcuni **obiettivi chiave collegabili alle due diverse tipologie di terza missione e alla comunicazione (e mezzi di monitoraggio del raggiungimento di risultato)**:

Valorizzazione della Ricerca

1. creare consapevolezza dell'imprenditorialità come un possibile percorso di azione per studenti e ricercatori (Monitoraggio: aumento del numero di applicazioni a brevetti; aumento degli Spin-Off, adeguamento del regolamento Spin-Off, aumento attività conto terzi)
2. supportare lo *scouting* di nuove idee imprenditoriali lato studenti e lato docenti; (Monitoraggio: presenza o aumento degli eventi di formazione ed accompagnamento all'imprenditoria; aiuti finanziari e aggiornamento della commissione brevetti e del regolamento brevetti)
3. favorire il supporto organizzativo interno, l'incubazione e l'accelerazione di impresa, creare condizioni per il successo di iniziative imprenditoriali. (Monitoraggio: ristrutturazione sezione trasferimento tecnologico; possibili consulenze esterne per una migliore performance, senza esternare il servizio di cui anzi si individua la necessità all'interno dell'Ateneo)
4. Implementare la comunicazione scientifica, con news-letters, ed eventi dedicati (Monitoraggio: creazione di news letters, acquisizione di pacchetti software dedicati, eventi di divulgazione)
5. Implementare o creare banche dati corrispondenti e dinamicamente modulabili in base alla evoluzione della terza missione. (Monitoraggio: presenza ed implementazione banche dati a supporto)

Implementare la creazione di beni comuni

1. Produzione e gestione dei beni culturali (ad esempio opere d'arte, beni archeologici), la conservazione e gestione di poli museali e la gestione e manutenzione di edifici storici (Monitoraggio: ristrutturazione di almeno 1 edificio storico e adeguata pubblicizzazione dell'iniziativa)
2. Sperimentazione clinica, infrastrutture di ricerca, formazione medica: incrementare la presenza o meno di Trial clinici, di centri di ricerca clinici e di bio-banche (Monitoraggio: mantenimento o aumento di trials clinici e eventi di formazione medica)
3. Formazione continua: l'utilizzo del potenziale formativo, l'orientamento verso la formazione continua erogata a terzi o al nostro personale da terzi. Implementazione o messa in atto di convenzioni con le scuole o altre istituzioni. (Monitoraggio: mantenimento o aumento degli eventi; ulteriori convenzioni con enti come APRE o eventi internazionali per la formazione alla ricerca e imprenditoria)
4. Public engagement: con eventi organizzati per coinvolgere i cittadini del territorio al di fuori della didattica, ad esempio iniziative divulgative per bambini, *open day*, giornate di sensibilizzazione. (Monitoraggio: mantenimento o aumento degli eventi; realizzazione di eventi con ampia audience; miglioramento della visibilità ed interazione sul territorio tramite *socials*, implementazione delle pagine Facebook e twitter di Ateneo).

5. Implementare o creare banche dati corrispondenti e dinamicamente modulabili in base alla evoluzione della terza missione. (Monitoraggio: presenza ed implementazione banche dati a supporto).

Missione dell'Ateneo oltre il triennio in esame

1. L'Ateneo ha in previsione di creare programmi integrati d'Ateneo di valorizzazione della ricerca, della didattica e della terza missione, integrati in un singolo programma. La creazione e l'avvio del programma entro il 2017 è l'obiettivo da raggiungere.
2. L'Ateneo si propone di rendere i Dipartimenti Universitari più partecipi e consapevoli. L'obiettivo si considera raggiunto con un '*white paper*' della *mission* dei Dipartimenti entro il 2018.

1. Creazione di un programma integrato in cui si possa identificare centralmente l'Ateneo.

Il programma da lanciare entro il triennio dovrà rappresentare il coinvolgimento dell'Ateneo ed il suo adeguamento alle esigenze dinamiche integrate (didattica-ricerca e terza missione) su base annuale, in modo da poterlo adeguare alle reali necessità di **dialogo con il territorio** e con **la società**, nelle sue varie articolazioni, mettendo a disposizione e valorizzando i risultati della propria ricerca. Il programma potrà valorizzare ad esempio:

- Brevetti (alfabetizzazione brevettuale per i ricercatori; gestione del deposito delle domande di brevetto dell'Ateneo; contratti di trasferimento tecnologico)
- Imprenditorialità accademica (riconoscimento delle società spin off; gestione delle convenzioni con le stesse per l'utilizzo di locali, personale e attrezzature dell'Ateneo)
- Grandi apparecchiature con potenziale uso traslazionale anche a scopo industriale
- *Open access*, l'accesso aperto ai risultati della ricerca condotta in Ateneo
- Public Engagement (eventi per ampio pubblico; comunicazione dei risultati della ricerca; portali web dedicati alla ricerca; progetti di educazione alla ricerca per gli studenti universitari (per esempio un percorso dedicato MD-PhD); supporto, progettazione e valutazione delle attività).
- Nuovi ricercatori (creazione di nuovi RTD nazionali ed internazionali e assegnisti di Ricerca con progettualità ad elevato impatto socio-economico)
- Nuove *calls* competitive intra-ateneo per l'avviamento alla partecipazione a bandi competitivi che facilitino il coinvolgimento delle donne (*gender issue*) e di docenti meno avvezzi all'imprenditoria.
- Acquisizione di *tools* di facilitazione per la conoscenza e l'applicazione di bandi di ricerca industriale.
- Acquisizione di *tools* di valutazione dell'impatto dell'Ateneo sul territorio campano e nazionale anche in rapporto con altri Atenei Campani, nazionali e internazionali.

2. Consapevolezza dei Dipartimenti

I **Dipartimenti** realizzano attività di Terza Missione e sono impegnati a comunicare e disseminare conoscenza attraverso un rapporto diretto con il territorio e con tutti gli *stakeholder*.

Per i dettagli sulle attività di Terza Missione che si svolgono nei Dipartimenti, l'Ateneo prevede di avviare una discussione verbalizzata con tutti i Dipartimenti che si concluda con un documento che riporti la posizione e gli obiettivi che i Dipartimenti si pongono per la terza missione, la ricerca e la didattica.