



A cura del
Presidio Qualità di Ateneo
dell'Università di Camerino

Linee guida per l'Assicurazione Qualità delle attività di Impatto Sociale

Terza Missione

Documento approvato dal Senato Accademico e dal Consiglio di Amministrazione
nelle rispettive sedute del 17 dicembre 2024

LINEE GUIDA PER L'ASSICURAZIONE QUALITÀ DELLE ATTIVITÀ DI IMPATTO SOCIALE (TERZA MISSIONE)

1. Premessa

L'Università di Camerino (di seguito UNICAM), sulla base dei propri obiettivi strategici e di programmazione, progetta, definisce e mette in atto appropriate politiche per lo sviluppo e la realizzazione di politiche con elevato **impatto sociale** (d'ora in avanti: Terza Missione), ne controlla il grado di realizzazione e intraprende azioni mirate a garantire il miglioramento continuo della qualità delle azioni poste in essere.

2. Definizione e campi d'azione della Terza Missione

2.1. Definizione di Terza Missione

Per Terza Missione si intende l'insieme delle attività con le quali l'Università entra in interazione diretta con la società, ne favorisce lo sviluppo economico, culturale e sociale, attraverso la trasformazione, la messa a disposizione e la circolazione della conoscenza.

Si tratta quindi di una responsabilità istituzionale alla quale l'Università deve rispondere in funzione delle proprie specificità, anche territoriali, per agevolare l'introduzione di procedure, contatti e opportunità di networking di scala nazionale e internazionale.

È da considerarsi attività di Terza Missione anche quella organizzata in compartecipazione con altri enti pubblici o privati.

2.2. Tematiche e campi d'azione della Terza Missione

UNICAM, nella definizione del perimetro delle attività di terza missione, fa proprie le tematiche e i campi d'azione identificati nei documenti e linee guida impostate dall'ANVUR e che nell'ambito del bando VQR 2020-2024¹ sono declinati nel modo seguente:

I - tematica relativa al trasferimento tecnologico, con i seguenti campi d'azione:

- a) valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale (es. brevetti, privative vegetali e ogni altro prodotto di cui all'articolo 2, comma 1, del Decreto Legislativo n. 30/2005);
- b) imprenditorialità accademica (es. spin off, start up, contamination lab, ecc.);
- c) strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico (es. uffici di trasferimento tecnologico, incubatori, parchi scientifici e tecnologici, ecc.);
- d) iniziative di cross-innovation e di cross-fertilization; collaborazioni Impresa-Università (es. modelli innovativi per la ricerca condotta in sinergia tra università e imprese, anche mediante partenariati, centri di ricerca nazionale ed ecosistemi di innovazione, ecc.);
- e) attività di formazione per promuovere la cultura dell'innovazione (es. nuove tecnologie, trasformazione digitale per la disseminazione della conoscenza, nuovi smart materials, ecc.);

II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici, con i seguenti campi d'azione:

- a) produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali (es. poli museali, scavi archeologici, attività musicali, immobili e archivi storici, biblioteche ed emeroteche storiche, teatri e impianti sportivi, educazione museale e tutela del patrimonio, ecc.);
- b) apprendimento permanente e didattica aperta (es. corsi di formazione continua, educazione continua in Medicina, MOOC, corsi di formazione, perfezionamento o aggiornamento per lavoratori e professionisti, open badge e micro-credenziali, attestazioni e certificazioni di competenze, corsi per adulti);
- c) produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione (es. innovazione

¹ https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2023/10/Bando-VQR-2020-2024_31ottobre.pdf

sociale, formulazione di programmi di pubblico interesse, partecipazione a iniziative di democrazia partecipativa, consensus conferences, citizen panel, ecc.);

- d) progetti di sviluppo territoriale, infrastrutturale e di rigenerazione urbana (es. valorizzazione dei territori, valorizzazione delle città, grandi opere, gestione del rischio, monitoraggio e manutenzione infrastrutture, ecc.);
- e) azioni per lo sviluppo della Scienza aperta (es. sensibilizzazione, diffusione, processo innovativo, coinvolgimento, open data, research integrity, ecc.);

III. tematica relativa al public engagement, con i seguenti campi d'azione:

- a) organizzazione di attività (es. concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, performance artistiche, eventi sportivi, mostre e altri eventi aperti alla comunità culturali di pubblica utilità, ecc.);
- b) divulgazione scientifica (es. prodotti dedicati al pubblico non accademico, programmi radiofonici e televisivi, ecc.);
- c) divulgazione multimediale (es. blog e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica, escluso il sito istituzionale, pubblicazione e gestione di siti Web, ecc.);
- d) iniziative di coinvolgimento proattivo dei cittadini nella ricerca e/o nell'innovazione anche per favorire la disseminazione e l'implementazione dei risultati della ricerca e dell'innovazione nella società e ridurre disuguaglianze e discriminazioni (es. dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line, citizen science, cliniche legali, ecc.);
- e) attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. esperimenti, simulazioni, giochi didattici e altre attività laboratoriali, educazione alla cittadinanza, ecc.);

IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute, con i seguenti campi d'azione:

- a) sperimentazione clinica (es. trial clinici, studi su dispositivi medici, studi non interventistici, biobanche, farmaci, ecc.);
- b) iniziative di prevenzione, promozione e tutela della salute pubblica (es. empowerment dei pazienti, medicina di genere, one health, giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione anche in relazione al diritto alle cure; accesso alle cure, accesso al farmaco, cliniche veterinarie, pharmaceutical care, aderenza terapeutica, ecc.);
- c) attività in ambito sanitario, in favore delle categorie fragili (es. malattie rare, disabili, anziani, immigrati, persone in stato di povertà, salute mentale, ecc.);
- d) attività di cooperazione sanitaria internazionale (es. salute globale, attenzione ai paesi a basso e medio reddito, ecc.);
- e) salute ambientale e sicurezza alimentare (es. medicina ambientale, medicina del lavoro, tossicologia, scienze ambientali, epidemiologia ambientale, igiene alimentare, scienza della nutrizione, ecc.);

V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze, con particolare riferimento agli obiettivi dell'Agenda ONU 2030, con i seguenti campi d'azione:

- a) contrasto alla povertà, inclusione e coesione sociale, uguaglianza davanti alla legge, giustizia (es. povertà, fame, lavoro dignitoso, riduzione delle disuguaglianze, uguaglianza di genere, istruzione di qualità, ecc.);
- b) transizione ecologica ed energetica, sostenibilità ambientale e climatica (es. energia pulita e accessibile, consumo e produzione responsabili, economia circolare, green deal, adattamento climatico, città e comunità sostenibili, gestione e tutela delle acque, conservazione e utilizzo sostenibile degli oceani, dei mari e delle risorse marine, utilizzo rispettoso delle risorse naturali, prevenzione e contrasto dell'inquinamento, agricoltura sostenibile, ecc.);
- c) cooperazione internazionale allo sviluppo sostenibile e alla coesione sociale (es. attività di institution building, sostegno ai sistemi sanitari pubblici, protezione dei minori, ecc.);
- d) divulgazione, promozione e diffusione della cultura della legalità e sostenibilità (es. centro di educazione ambientale, ecc.);
- e) attività innovative a supporto della sostenibilità di carattere organizzativo, infrastrutturale o di governance (es. green office, efficientamento energetico delle strutture, progetti di mobilità, smart monitoring, benessere lavorativo, ecc.)

3. Soggetti, processo di assicurazione della qualità e ruoli della Terza Missione

3.1. Soggetti

Tutte le persone strutturate nei ruoli di docenza e di ricerca ed in quelli del personale tecnico-amministrativo sono tenuti a svolgere, in forma collettiva o individuale, attività di Terza Missione, preferibilmente legate alle proprie linee di ricerca scientifica ed alle attività formative svolte nell'ambito della propria disciplina scientifico-culturale o nel proprio ambito tecnico-amministrativo. È auspicabile il coinvolgimento, in tali attività, delle studentesse e degli studenti, delle/dei borsiste/i, dei/delle dottorandi/e di tutti i giovani ricercatori o ricercatrici coinvolti a vario titolo in attività di ricerca o di formazione.

La pianificazione e la realizzazione delle attività di Terza Missione può essere proposta e realizzata, anche prevedendo delle collaborazioni fra le diverse articolazioni, dalle Scuole di ateneo e/o dalle aree TA e/o dalla governance di Ateneo per attività che esprimono la potenzialità sociale dell'Istituzione nel suo complesso.

Il Comitato dei sostenitori promuove il collegamento con le realtà istituzionali, culturali, educative, sociali ed economiche della collettività. In particolare: fornisce pareri e proposte per valorizzare la presenza dell'Università sul territorio e rappresenta un permanente collettore per la raccolta di proposte provenienti dal contesto socioeconomico.

La Consulta permanente per lo Sviluppo, formata dagli Enti territoriali di riferimento e rappresentativi del territorio, ha il compito di individuare, le strategie più opportune per favorire lo sviluppo culturale, sociale ed economico del territorio, grazie alla collaborazione fra gli stessi Enti che ne fanno parte nel coordinamento e messa a fattore comune di professionalità, progetti ed iniziative.

3.2. Il processo di assicurazione della qualità della Terza Missione

Il processo di assicurazione della qualità si concretizza in un'azione ciclica basata sulle quattro fasi tipiche dei processi di assicurazione qualità, scanditi dalle tappe del PLAN – DO - CHECK – ACT.

- a) **Pianificazione.** Sulla base del Piano strategico dell'Ateneo, ogni anno solare ciascuna Scuola di Ateneo e l'Ateneo a livello centrale, sulla base anche delle proposte del Comitato dei sostenitori e/o della Consulta permanente per lo sviluppo, definiscono un [Piano delle azioni di terza missione](#) da includere nel PIAO, che viene approvato di norma entro il 31 gennaio di ogni anno, in cui, dopo aver messo a fuoco il contesto operativo:
 - si programmano le principali e più significative attività a livello operativo;
 - si esplicitano e progettano gli strumenti che saranno utilizzati per il monitoraggio in itinere e finale del grado di raggiungimento degli obiettivi e dell'impatto generato.
- b) **Attuazione.** Durante l'anno si realizzano le azioni secondo quanto programmato. Ciascuna attività viene monitorata tenendo conto dei parametri individuati in fase di pianificazione anche attraverso la specifiche piattaforme informatiche dedicate alla raccolta e gestione dei dati.

Per ciò che riguarda il Public Engagement l'Ateneo ha adottato delle specifiche linee guida per il monitoraggio delle attività, che si riportano in allegato a questo documento e del quale costituiscono parte integrante, dotandosi anche di appositi strumenti informatici che ne facilitano e supportano la realizzazione. La piattaforma per la raccolta e gestione dei dati è

consultabile al seguente link: <https://publicengagement.unicam.it>.

Le linee guida adottate prendono in considerazione le attività relative al public engagement considerando l'insieme di attività organizzate istituzionalmente dall'Ateneo e/o dalle sue Scuole senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico non accademico, sottolineando quindi l'aspetto istituzionale che deve caratterizzare tutte le iniziative.

- c) **Misurazione e valutazione.** Al termine di ogni azione vengono misurati i risultati verificando l'impatto e l'eventuale scostamento tra risultati ottenuti e obiettivi prefissati.

L'oggetto della valutazione nel campo della Terza Missione, è l'**impatto**. Per impatto si intende il cambiamento, la trasformazione e il miglioramento che, in conseguenza e con l'apporto dei risultati della ricerca scientifica e delle attività di formazione a tutti i livelli, si generano per l'economia, la società, la cultura, la salute, l'ambiente, il contrasto alle disuguaglianze economiche, sociali e territoriali. Per valutare l'impatto di queste attività occorre cogliere in modo oggettivo e verificabile la capacità da parte di un Ateneo di incrementare la qualità della vita in ambito territoriale locale, regionale, nazionale o internazionale. L'impatto oggetto della valutazione può essere primariamente quello generato all'esterno, ma vanno considerate anche le ricadute interne all'Università.

Nel sistema di valutazione impostato dall'ANVUR nel già citato bando VQR 2020-2024, l'impatto viene stimato in base a quattro criteri, che anche UNICAM fa propri per l'impostazione del proprio meccanismo di valutazione:

- **dimensione sociale, economica e culturale.** S'intende l'apporto dell'iniziativa al cambio di atteggiamenti, all'accrescimento di consapevolezza, allo sviluppo di capacità e di buone pratiche, all'affinamento dei processi di comprensione in campo economico, scientifico-culturale, sociale, istituzionale, ove tutto ciò conduca a un risultato sostanzialmente migliorativo;
- **rilevanza rispetto al contesto di riferimento.** S'intende l'importanza assunta dall'iniziativa in rapporto alla dimensione locale, regionale, nazionale, europea o internazionale, apprezzando gli effetti incrementali quantitativi o qualitativi sul contesto di riferimento, sia quello esterno relativo all'ecosistema, sia quello interno, legato alle specificità istituzionali, di *mission* (strategie, organizzazione, investimenti, ecc.) e delle attività svolte dall'istituzione;
- **valore aggiunto per i beneficiari.** S'intendono le innovazioni e i miglioramenti delle condizioni tecnologiche, economiche, sociali e culturali indotti dall'iniziativa a beneficio della società nelle sue varie componenti, ossia su una platea ampia e diversificata di beneficiari (enti pubblici/privati, istituzioni, enti locali, imprese, associazioni rappresentative di categoria, cittadini, studenti, generazioni future, ambiente e specie viventi, ecc.). Si apprezzano il grado di innovazione non solo tecnologica, ma anche sociale, nonché il rispetto dei principi di equità, eguaglianza, pari opportunità, rimozione di condizioni di disuguaglianza e vulnerabilità, quali presupposti per la realizzazione anche di una effettiva giustizia sociale;
- **contributo ed impegno dell'Ateneo.** S'intende l'apporto qualitativo e quantitativo e l'impegno da parte dell'istituzione, anche in termini di risorse umane, assetti e processi organizzativi, infrastrutture e/o sviluppo di nuove professionalità. Laddove rilevante, è apprezzato il legame, diretto o indiretto, con la ricerca scientifica prodotta dall'istituzione.

I criteri descritti sono valorizzati da una serie di indicatori, predeterminati per ogni tipologia di attività, che l'ateneo adotta ed aggiorna nel tempo e anche sulla base di quanto indicato e predefinito nelle linee guida e documenti forniti al riguardo da ANVUR e MUR.

- d) **Interventi correttivi e migliorativi.** Sulla base dei risultati, vengono adottate pratiche tese a consolidare le azioni che hanno generato un impatto soddisfacente o più che soddisfacente, migliorandone le prestazioni dei processi, e ad eliminare o ridurre le attività che hanno generato un impatto poco significativo evidenziando scostamenti importanti tra obiettivi pianificati e risultati conseguiti.

3.3. Ruoli e responsabilità operative nel processo di AQ della Terza Missione

Gli **Organi collegiali preposti da Statuto**, definiscono il *Piano strategico di Ateneo (PSA)* e le altre specifiche pianificazioni attuative.

Il **Presidio Qualità di Ateneo (PQA)** sovrintende al regolare svolgimento della procedura di AQ per le attività di Terza Missione, in conformità a quanto programmato e dichiarato. Coordina la raccolta delle proposte di attività direttamente pianificate e gestite dall'Amministrazione centrale e quelle proposte dalle strutture periferiche (Scuole di Ateneo e Aree tecnico-amministrative, Comitato dei sostenitori, Consulta permanente per lo sviluppo) da includere ogni anno nell'apposita sezione del *PIAO*, entro il 31 gennaio. Entro il 30 maggio di ogni anno il PQA coordina inoltre il lavoro di redazione di una *Relazione consuntiva delle attività di Terza Missione* svolte nell'intero Ateneo nell'anno precedente, da includere come sezione o come allegato della *Relazione annuale sulla performance*.

Tutte le articolazioni organizzative **dell'Amministrazione dell'Ateneo** realizzano le proprie azioni eventualmente inserite nella pianificazione e curano le azioni di supporto alle iniziative di Terza Missione secondo quanto di propria competenza.

La/Il **Direttrice/Direttore di Scuola di Ateneo** ha la responsabilità della qualità delle attività di Terza Missione; accoglie e discute le proposte di attività; individua e mette in opera azioni che favoriscono la realizzazione delle attività approvate.

In ogni **Scuola di Ateneo** un o una referente o un gruppo di lavoro designato dalla/dal Direttore/Direttrice:

- durante l'anno monitora e raccoglie le esigenze del territorio, attraverso iniziative autonome, ma anche il confronto con le parti sociali;
- sollecita le proposte di iniziative per l'anno solare successivo da parte di tutti i docenti afferenti;
- collabora con il PQA per la raccolta delle informazioni sulle attività relative all'anno precedente e prepara una *Relazione*, che viene inviata alla Direttrice/al Direttore della Scuola e successivamente all'Area tecnico-amministrativa che cura la redazione della relazione annuale sulla performance.

Per queste attività, il/la referente della Scuola si avvale del supporto della **struttura amministrativa** della Scuola.

In allegato: Linee guida per il monitoraggio delle attività di public engagement

LINEE GUIDA PER IL MONITORAGGIO DELLE ATTIVITÀ DI PUBLIC ENGAGEMENT UNICAM

SINOSSI:

Introduzione al public engagement

Il monitoraggio delle attività e le sue tre fasi:

- la proposta di attività
- la realizzazione dell'attività
- la rendicontazione dell'attività

La valutazione delle attività

Allegati:

1. proposta di iniziativa
2. Linee guida per la compilazione degli indicatori di monitoraggio.
3. Linee guida per la compilazione degli indicatori di impatto.

INTRODUZIONE

Le presenti linee guida prendono in considerazione le attività relative al public engagement dell'Università degli studi di Camerino.

Per Public Engagement (PE) si intende l'insieme di attività organizzate istituzionalmente dall'Ateneo e/o dalle sue Scuole senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico non accademico. Si sottolinea l'aspetto istituzionale che deve caratterizzare tutte le iniziative di PE.

Il public engagement si esprime attraverso attività riconducibili a queste categorie, (l'esempio non è esaustivo):

- organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità;
- pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico non accademico; produzione di programmi radiofonici e televisivi; pubblicazione e gestione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica (escluso il sito istituzionale dell'ateneo);
- organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line);
- iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione);
- attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti hands-on, altre attività laboratoriali, didattica innovativa, children university); sono esclusi i corsi di formazione e aggiornamento rivolti agli insegnanti e le iniziative relative ai Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento - PCTO;
- partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making);
- partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio;
- iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, Citizen panel);
- iniziative di co-produzione di conoscenza (es: Citizen science, contamination lab);
- altre iniziative di carattere istituzionale.

IL MONITORAGGIO DELLE ATTIVITA' DI PUBLIC ENGAGEMENT

L'Ateneo dispone di un sistema di monitoraggio delle attività di PE che includa le attività elencate nel precedente capitolo, di cui si è dotato anche a seguito della richiesta ANVUR di monitorare le attività.

ANVUR richiede di monitorare le attività di Public Engagement e le risorse dedicate, sia a livello di Ateneo che a livello di Scuole.

Per monitoraggio delle attività di PE si intende:

- la rilevazione delle attività di PE;
- la valutazione dei risultati delle attività di PE attraverso:
 - il monitoraggio e l'analisi qualitativa e quantitativa di visitatori e fruitori degli eventi e dei destinatari delle pubblicazioni e delle produzioni radiotelevisive (lettori, visitatori web);
 - il monitoraggio e l'analisi del gradimento e dell'efficacia delle iniziative (ad es. mediante questionari, focus group,...);
 - il monitoraggio dell'impegno da parte del personale interno coinvolto (es. giornate o mesi/uomo) e delle risorse economiche impiegate;
 - il monitoraggio del raggiungimento degli obiettivi prefissati e della programmazione relativa al PE.

Il sistema di monitoraggio delle iniziative di Public Engagement consta di una piattaforma per la raccolta e la gestione dei dati relativi alle attività di PE.

L'indirizzo web per accedere alla piattaforma è il seguente:

<https://publicengagement.unicam.it>.

Ogni Scuola dovrà identificare un responsabile del procedimento che supporti i docenti nell'inserimento dei dati.

La responsabilità della gestione dell'attività di monitoraggio del PE di Ateneo è dell'Area Comunicazione, Organi Accademici e Public Engagement.

Nella piattaforma devono essere registrati i seguenti dati:

- Titolo dell'iniziativa
- Data di svolgimento dell'iniziativa
- Tipologia di attività di PE (sulla base della lista sopra indicata; sono possibili risposte multiple)
- Partecipanti
- Enti/Aziende Partner
- Descrizione
- Responsabili
- Budget complessivo utilizzato
- Finanziamenti esterni
- Ambito di rilevanza dell'iniziativa
- Impatto stimato (ad es. numero di partecipanti effettivi per eventi; numero documentato di accessi a risorse web; numero copie per pubblicazioni; audience



stimata per eventi radio/TV, etc.)

- Strumenti di valutazione
- Link a siti web (se disponibili)
- Eventuali documenti (locandine, brochure, inviti, ecc.)

La proposta

I soggetti sono tenuti ad indicare all'interno della piattaforma le attività di public engagement, riconducibili alle categorie descritte nei capitoli precedenti e nell'ideare la proposta è consigliabile tenere presente questi indirizzi:

- a) prefigurare l'impatto sociale, economico e culturale dell'iniziativa;
- b) preferire iniziative collettive e non individuali;
- c) considerare la rilevanza rispetto al contesto di riferimento;
- d) valorizzare l'aspetto scientifico della struttura proponente / del gruppo di ricerca;
- e) ricercare partner istituzionali e sponsor;
- f) considerare l'eventualità di una pubblicazione a scopo divulgativo;
- g) valutare l'opportunità di istituzionalizzare e di consolidare l'iniziativa nel tempo;
- h) valutare la sostenibilità dell'iniziativa;
- i) scegliere il responsabile dell'iniziativa cui fare riferimento.

La proposta deve sempre essere formulata compilando la scheda dell'attività di public engagement della piattaforma nella quale vanno specificati: la struttura di appartenenza, i nomi degli organizzatori, il titolo (o l'argomento) dell'iniziativa e sua breve descrizione, date e luoghi di svolgimento, la categoria di public engagement, le aree scientifiche coinvolte, gli SDG da raggiungere, partner, sponsor, il target, la dimensione geografica, il budget indicativo e le modalità di copertura.

In allegato lo schema di proposta.

La realizzazione

Ogni fase di realizzazione dell'iniziativa (implementazione, esecuzione, verifica) va supportata da un'attenta azione di monitoraggio. È necessario tenere conto dei seguenti fattori:

- a) monitoraggio dei soggetti coinvolti;
- b) monitoraggio del budget;
- c) corrispondenza delle azioni con gli obiettivi;
- d) tenere presente gli indicatori (vd. punto 4.4);
- e) correttezza della comunicazione e della declinazione della corporate identity;
- f) raccolta dei dati della copertura dei media;
- g) erogazione della customer satisfaction;
- h) coerenza con gli indicatori d'impatto.

In allegato a tali linee guida si fornisce una scheda utile per il monitoraggio (Allegato 2), comunque reperibile nel sito.

La rendicontazione

La rendicontazione dell'iniziativa avviene compilando una scheda nella piattaforma on line che deve contenere le seguenti informazioni:



a) Descrizione dell'iniziativa. Situazione di partenza e situazione finale; condizioni in cui si è svolta, contesto di riferimento, ruolo svolto dalla struttura, sviluppo temporale, soggetti coinvolti e loro ruolo, risorse impiegate.

b) Descrizione dell'impatto:

i. rilevanza rispetto al contesto di riferimento,

ii. miglioramento del contesto esterno (effetti incrementali quali-quantitativi);

iii. miglioramento del contesto interno (coinvolgimento componenti istituzionali, crescita del senso di appartenenza, miglioramento del coinvolgimento e delle prassi amministrative, valorizzazione delle risorse umane);

iv. valore aggiunto per i beneficiari (innovazioni e miglioramenti, benefici per la società, grado di innovazione tecnologica, rispetto delle pari opportunità, rimozione delle disuguaglianze);

v. dimensione economica: capacità di attrarre finanziamenti, incremento entrate, migliore efficienza nella gestione finanziaria, istituzionalizzazione e consolidamento delle iniziative, miglioramento delle capacità di organizzare e gestire gli eventi;

vi. dimensione sociale: scambio con gli attori sociali, partecipazione civica del territorio, costruzione di reti, creazione di infrastrutture e/o di nuove professionalità, pari opportunità e inclusione;

vii. dimensione culturale: maggiore accessibilità e fruibilità dei contenuti culturali, cambiamento di atteggiamento, sensibilizzazione dei cittadini alle tematiche culturali;

viii. contributo della struttura: risorse umane (grado di ideazione e realizzazione) e finanziarie; cambiamento interno, interdisciplinarietà, collegamento con l'attività di ricerca della struttura;

ix. outcome aggiuntivi rispetto all'outcome principale

c) Descrizione degli indicatori d'impatto

a. numero di persone coinvolte

b. presenza di partner istituzionali, coinvolgimento di enti terzi e sponsor e capacità di attrarre finanziamenti (numeri e percentuali);

c. risorse finanziarie complessive erogate; rilevanza fondi esterni; risorse finanziarie proprie

d. continuità dell'azione

e. evidenze degli strumenti di monitoraggio e di valutazione (per es.: erogazione di questionari di customer satisfaction)

f. raggio di azione coperto dall'iniziativa

g. copertura media: rassegna stampa (numero articoli su media cartacei e online, locali/nazionali/internazionali; passaggi in TV/radio); rilevazione del sentiment; social media analytics (views, copertura, sentiment); visualizzazioni del sito;

h. numero di docenti, studenti, PTA, uffici coinvolti

LA VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI PUBLIC ENGAGEMENT

Si sottolinea l'importanza di un inserimento dati preciso e completo per l'impatto che queste informazioni avranno sulla VQR e sulla valutazione dell'Ateneo in generale.

Nella VQR per la valutazione delle attività di PE sono stati usati i seguenti criteri

Chiarezza degli obiettivi



Si valuta la capacità dell'Ateneo/ di collocare il PE all'interno della missione istituzionale, raggiungendo elevati livelli di coerenza interna.

Si valuta la chiarezza e la coerenza degli obiettivi dell'attività descritta sulla base della/e categoria/e di PE selezionate e dei destinatari. Se possibile, si valuta l'eventuale periodicità dell'attività.

Base informativa: campi "Data di svolgimento", "Tipologia prevalente", "descrizione", eventuali siti web o documenti da inserire nel campo "allegati".

Entità delle risorse impegnate

Si valuta l'impegno dell'Ateneo/ in termini di persone e di mezzi destinati al coinvolgimento attivo della società.

Si valuta l'impegno della Scuola o dell'Ateneo in termini di budget complessivo destinato alla realizzazione dell'attività prendendo in considerazione la presenza di eventuali finanziamenti di altri stakeholder. Si valuta inoltre la coerenza di questo dato con gli obiettivi, la/e categoria/e di PE e l'impatto stimato.

Base informativa: campi "Budget complessivo utilizzato", "Finanziamenti esterni".

Impatto dimostrabile

Si valuta la capacità dell'Ateneo di dimostrare l'impatto dell'attività, utilizzando varie dimensioni di impatto (ad esempio in termini di soggetti terzi coinvolti, popolazione coinvolta, bisogni sociali interessati, interesse manifestato dai media, estensione geografica, ecc.). Se possibile si valuta inoltre l'impatto dell'attività sull'Ateneo stesso in termini di coinvolgimento istituzionale.

Base informativa: campo "Impatto stimato".

Presenza e qualità di azioni di valutazione ex post delle attività

Si considera se nella descrizione dei casi emergono attività di valutazione; se sì, si valuta la qualità della valutazione in termini di metodi, impatto della valutazione, diffusione delle informazioni.

Base informativa: campo "Strumenti di valutazione", "Lista strumenti di valutazione".

Le linee guida che qui sono proposte hanno anche l'obiettivo di facilitare il lavoro degli esperti valutatori che devono rispondere alle seguenti domande:

- 1) Sulla base delle informazioni disponibili, l'Ateneo dimostra una adeguata coerenza nella progettazione e svolgimento di attività di PE rispetto al proprio profilo di ricerca e di insegnamento? Ha chiarezza di obiettivi e di risultati attesi?
- 2) Le attività di PE sono orientate a effettivi bisogni sociali o rispondono principalmente a esigenze di visibilità e comunicazione? Sono identificati chiaramente gli elementi di impatto sulla società?
- 3) L'Ateneo dimostra consapevolezza della necessità di valutare le proprie iniziative di PE?

L'indirizzo web per accedere alla piattaforma è il seguente:

<https://publicengagement.unicam.it>. All'interno della piattaforma, dopo aver effettuato l'accesso con le credenziali di ateneo è possibile inserire un evento di public engagement.



UNIVERSITÀ
DI CAMERINO

ALLEGATI

- Allegato 1: Modello di proposta
- Allegato 2: Indicatori di monitoraggio
- Allegato 3: Indicatori di impatto

1 - Informazioni sintetiche sull'Iniziativa ?

| | | | | | | | |
|------------------------------|------------------------|------------------|--------------------|---------------|---------------|--------------------|-------------------|
| Titolo | La Festa della Scienza | | | | | | |
| Data Iniziale | 26/06/2024 | | Data Finale | gg/mm/aaaa | | N. Edizione | 1 |
| Gruppo | Default | + | Stato | Cancellato | | Periodicità | Non definita |
| Luoghi di svolgimento | Sede | Indirizzo | Città | CoordX | CoordY | Principale | + |
| Referenti | Cognome | Nome | Ruolo | SSD | Email | Telefono | Principale |
| Nota Informazioni | | | | | | | |

2 - Ente Organizzatore, Partenariato e Collaborazioni ?

| Enti | Descrizione | Natura | Ext.Int. | Ruolo | Principale Organizzatore | + |
|------|-------------|--------|----------|-------|--------------------------|---|
| | | | | | | |

3 - Tipologia di iniziativa ?

| | |
|----------------------------|--------------|
| Temi ERC | + |
| SSD | + |
| Tipo Coinvolgimento | Non definito |
| Categoria PE | Non indicata |

4 - Descrizione ed obiettivi ?

| Obiettivi | | | | | | | | | |
|-------------------------|--|-------------|----------|-----------|---|--|--|--|--|
| Descrizione* | La Festa della Scienza presso l'Abbadia di Fiastra | | | | | | | | |
| Destinatari | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Descrizione</th> <th>Previsti</th> <th>Effettivi</th> <th>+</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | Descrizione | Previsti | Effettivi | + | | | | |
| Descrizione | Previsti | Effettivi | + | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| Note Destinatari | | | | | | | | | |

5 - Impatto



Descrizione Generale

Impatti

| Tipo | Note | + |
|------|------|-------------------|
|------|------|-------------------|

Dimensione Geografica

Presenza Valutazione

Nota Impatto

6 - Budget e risorse dedicate



Budget

Finanziamenti Esterni

| Descrizione | Importo | + |
|-------------|---------|-------------------|
|-------------|---------|-------------------|

Personale Impegnato

| Descrizione | Quantità | Ore Lavoro | + |
|-------------|----------|------------|-------------------|
|-------------|----------|------------|-------------------|

Strutture Impegnate

| Descrizione | Onere Economico | Onere Temporale | + |
|-------------|-----------------|-----------------|-------------------|
|-------------|-----------------|-----------------|-------------------|

N. Studenti

| | | |
|--------------------------------|--------|--------------------------------|
| <input type="text" value="0"/> | N. CFU | <input type="text" value="0"/> |
|--------------------------------|--------|--------------------------------|

Nota Risorse

7 - Allegati e Riferimenti



Salva i dati

Parole Chiave



URL Sito

Allegati/Output

| Descrizione | Tipo Contenuto | Visibilità | Natura | + |
|-------------|----------------|------------|--------|-------------------|
|-------------|----------------|------------|--------|-------------------|

Nota Riferimento

8 - Utenti Autorizzati a gestire l'Iniziativa



Utenti

| User Name | Cognome | Nome | Email | Aggiungi User |
|-----------------|---------|---------|---------------------------|-------------------|
| roberta.budassi | Budassi | Roberta | roberta.budassi@unicam.it | × |

LINEE GUIDA PER GLI INDICATORI DI MONITORAGGIO

| | | |
|---|--|---|
| Monitoraggio del miglioramento del contesto interno | Effetti incrementali quali-quantitativi sul contesto | Miglioramento del coinvolgimento, del senso di appartenenza, delle capacità di organizzare/gestire eventi e attività; buone prassi; valorizzazione risorse umane, miglioramento efficienza gestione finanziaria.) |
| Monitoraggio del miglioramento del contesto esterno | Effetti incrementali quali-quantitativi sul contesto | Crescita consapevolezza; miglioramento dell'immagine, della reputazione, del sentiment; incremento delle sponsorizzazioni; istituzionalizzazione e consolidamento iniziative; creazione di processi di scambio con gli attori sociali; costruzione di reti; partecipazione civica del territorio; |
| Bisogni sociali intercettati e interpretati | | |
| Outcome principale | Innovazioni e miglioramenti delle condizioni socioeconomiche-culturali | |
| Outcome aggiuntivi | Innovazioni e miglioramenti delle condizioni socioeconomiche-culturali | |
| Innovazione tecnologica | | |
| Rispetto equità, uguaglianza, pari opportunità | Rimozione delle disuguaglianze | |



ALLEGATO 3: LINEE GUIDA PER LA COMPILAZIONE DEGLI INDICATORI DI IMPATTO

Numero fruitori coinvolti

Tipologia fruitori coinvolti

Categorie particolari di fruitori

Innovatività Descrittivo in quale campo si innova

Inter-/Pluri-/Multidisciplinarietà e collegamento attività di ricerca Enunciativo elenco aree disciplinari

Saperi scientifici e sociali Descrittivo Temi di attualità? Quali?

Continuità/ricorrenza azione Enunciativo One shot? Ricorrente?

Raggio d'azione coperto dall'iniziativa Enunciativo Territoriale, regionale, nazionale, internazionale?

Risorse finanziarie complessive: Numerico

Risorse finanziarie proprie: Numerico, percentuale

Risorse finanziarie esterne: Numerico

Capacità attrattiva di finanziamenti: Percentuale

Numero sponsor e partner: Numerico

Tipologia sponsor e partner : Enunciativo Istituzionale, aziende, privati, banche, ecc.

Customer satisfaction: Numerico, descrittivo

Risultati provenienti dall'erogazione di un questionario a fine iniziativa

Rassegna stampa Numerico: numero articoli su media cartacei, numero di servizi su radio e TV, numero articoli su media online. Enunciativo
tipologia dei media: (mainstream, nazionali, locali)

Website Analytics: Numerico Numero visualizzazioni

Social media analytics: Numerico: numero post, visualizzazioni, commenti, Like, Share per ogni canale utilizzato

Sentiment: Percentuale sia della rassegna stampa, sia dei social media

Numero docenti coinvolti nell'organizzazione: Numerico

Numero PTA: Numerico

Numero studenti: Numerico

Numero settori/uffici universitari: Numerico

Outcome previsto Descrittivo

Outcome aggiuntivo descrittivo

Pubblicazioni: Numerico, enunciativo Elenco delle pubblicazioni (citazione bibliografica)

Allegati: Raccogliere tutte le evidenze possibili