



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BRESCIA

Linee guida per il censimento delle attività di Impegno sociale per il territorio e per la misurazione dell'impatto, con particolare riferimento al *Public Engagement*

1. Premesse

L'Università degli Studi di Brescia trasferisce conoscenza scientifica, tecnologica e culturale verso la comunità al fine di favorire lo sviluppo economico-sociale del territorio. L'impegno sociale di UNIBS consta di due anime: da un lato l'attività di valorizzazione economica delle conoscenze vocate a fini produttivi, quali la ricerca conto terzi, gli spin-off, licenze di proprietà intellettuale e le relazioni con il mondo delle imprese e dell'industria; dall'altro lato l'attività che crea impatto sociale e culturale mediante la proposta di strumenti educativi, formativi e informativi, divulgativi, consulenziali che contribuiscono al miglioramento delle condizioni di vita della comunità. (cfr: [Piano Strategico di Ateneo PSA – A3 Impegno sociale per il territorio](#))

2. Definizione, ambito e valutazione/misurazione dell'Impegno sociale per il territorio e delle attività di *Public Engagement*.

2.1. Definizione di Impegno sociale per il territorio

Con "Impegno sociale per il territorio" ci si riferisce all'insieme delle attività con le quali l'Università interagisce direttamente con il territorio nelle sue diverse forme, perimetro all'interno del quale la teoria accademica e pratica si incontrano per contribuire al benessere, sia economico che sociale, della comunità. (cfr: [PSA – A3 Impegno sociale per il territorio](#))

È una delle responsabilità istituzionali dell'Università, elencata tra le funzioni primarie sancite dall'art. 2 dello Statuto di Autonomia, attraverso la quale UniBS contribuisce allo sviluppo culturale, economico e sociale del Paese.

Le attività di Impegno sociale per il territorio (altresì definita in parte della relativa normativa nazionale come "Terza Missione") vengono ciclicamente valutate dall'Agenzia Nazionale per la Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR) nell'ambito della Valutazione della Qualità della Ricerca (VQR) e del sistema AVA (Autovalutazione, Valutazione e Accreditamento).

Le attività di Terza Missione hanno caratteristiche che intersecano a quelle di Didattica e Ricerca (Fig. 1), vanno quindi definiti dei requisiti per distinguerle.



(Fig. 1)

Il Piano Strategico di Ateneo (PSA) 2023-2028 individua 5 Linee strategiche in ambito di Impegno Sociale per il Territorio, che sono oggetto di monitoraggio periodico secondo il Documento di Monitoraggio approvato dal Consiglio di Amministrazione nel settembre 2024:

- IS.LS1 Costruzione di percorsi di consolidamento della coesione sociale
- IS.LS2 Promuovere e sviluppare attività di valorizzazione dei risultati della ricerca e un migliore sfruttamento delle competenze nei rapporti con le imprese del e oltre il territorio
- IS.LS3 Promuovere apertura verso il territorio e la comunità attraverso la permanente interazione delle diverse capacità formative dell'Ateneo
- IS.LS4 Produrre orientamenti valoriali e comportamenti di impegno civico orientati alla solidarietà, alla fiducia interpersonale e istituzionale, alla coesione sociale
- IS.LS5 Promuovere sul territorio il concetto di sostenibilità quale concezione di benessere

Il Tavolo di Coordinamento del **PQA-Terza Missione** ha proposto e approvato, in accordo con la Governance di Ateneo, le seguenti definizioni:

A) Attività di Impegno Sociale per il Territorio (IST) ai fini del monitoraggio del Piano Strategico di Ateneo di UNIBS:

- (1) è promossa e riconosciuta dall'Ateneo e/o dai Dipartimenti;
- (2) è documentata da convenzione o atto formale (delibera, patrocinio) che coinvolge terzi; il patrocinio viene richiesto secondo le indicazioni generali descritte a questo [link](#);
- (3) è rivolta a soggetti diversi dagli studenti tradizionali e non è collegata a un titolo accademico.

B) Attività di Terza Missione (TM) ai fini della valutazione effettuate da ANVUR

- possiede i tre requisiti (1-3) dell'attività IST-UNIBS
- viene effettuato il monitoraggio, ovvero viene valutato, in termini di valore aggiunto, **l'impatto** (sociale, economico o culturale).

Ai fini ANVUR, le attività/iniziativa di TM da rilevare sono quelle «promosse» dall'Ateneo e non quelle di libera iniziativa del docente.

Affinché l'iniziativa possa essere rendicontata ai fini ANVUR è indispensabile rilevarne l'impatto.

L'impatto deve essere misurato attraverso degli indicatori, descrittivi o numerici: l'allegato "ESEMPI DI INDICATORI DI IMPATTO" propone degli esempi di indicatori che possono essere utilizzati nella compilazione delle schede di registrazione delle iniziative di TM e IST, di cui al successivo paragrafo 2.5. **I dati relativi alla rilevazione dell'impatto debbono essere inseriti dopo l'evento.**

2.2. Definizione di Public Engagement

Con "*Public engagement*" (di qui in avanti definito anche P.E.) si indicano, in termini generali, forme di interlocuzione tra comunità scientifica e cittadini che prevedono un coinvolgimento del pubblico quale soggetto attivo nel processo di diffusione e, in alcuni casi, di produzione della conoscenza.

Le "Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione e Impatto Sociale SUA-TM/IS per le Università" del 2018 (sezione I.8) si riferiscono al **Public Engagement** come **l'insieme di attività organizzate istituzionalmente dall'Ateneo o dalle sue strutture senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico non accademico.**

2.3 Ambito di applicazione

Sulla base di quanto definito ai precedenti paragrafi 2.1 e 2.2, **NON sono** quindi considerate **attività IST-UniBS** iniziative:

- (i) autonome di singoli docenti e ricercatori;
- (ii) non adeguatamente autorizzate e documentate;
- (iii) che non coinvolgono terzi diversi dagli studenti;
- (iv) esclusivamente rivolte a far conoscere e promuovere l'offerta formativa standard.

Anche se in possesso dei requisiti (1-3), **non sono considerate attività di TM-ANVUR iniziative che non prevedono la raccolta di dati prima, durante e/o dopo lo svolgimento dell'iniziativa che permettano di misurarne valore aggiunto e/o impatto.**

Le attività istituzionali di ampia portata, organizzate e promosse dall'Ateneo, si configurano come «Attività di P.E. di Ateneo» (esempi: UNIBSDAYS – Notte dei Ricercatori, ecc.) e le relative schede verranno inserite dagli Uffici centrali dell'Amministrazione. A queste schede, le strutture e i singoli responsabili scientifici o delegati alla compilazione così come ogni attore che ha partecipato a tali attività di PE di Ateneo, potranno aggiungere e collegare ulteriori schede contenenti le attività da loro svolte nell'ambito dell'evento/manifestazione principale, le quali verranno conservate ai soli fini di tracciamento e mappatura dell'impegno personale e del proprio gruppo di ricerca.

2.4 Attori

2.4.1 Premessa

Tutti gli attori di seguito definiti sono chiamati a favorire lo svolgimento delle attività di Impegno Sociale per il Territorio, avendo anche cura di sollecitarne la corretta e puntuale promozione all'interno del portale del proprio Dipartimento per il tramite del Personale tecnico-amministrativo dedicato alla redazione web oppure attraverso l'Ufficio Comunicazione di Ateneo.

2.4.2 Definizioni e compiti

- **Tutte le persone strutturate nei ruoli di docenza e di ricerca** svolgono, in forma collettiva o individuale, attività di Impegno Sociale per il Territorio e a rendicontare tali attività.
- **I/Le Direttori/trici dei Dipartimenti** individuano il Coordinatore del PQD e il Delegato alla Terza Missione, per promuovere e sensibilizzare le rispettive comunità accademiche alla programmazione e realizzazione delle azioni di terza missione e di Impegno Sociale per il Territorio.
- **I Consigli di Dipartimento** riconoscono le attività di Impegno Sociale per il Territorio inserite dal personale docente e ricercatore all'interno del portale IRIS-TM, *autorizzandone quindi la validazione all'interno del portale IRIS-TM.*
- **II/la Delegato/a del Direttore alla Terza Missione nei Dipartimenti** monitora periodicamente l'andamento e la conclusione del processo di *popolamento dei dati relativi agli eventi di P.E. caricati nel portale IRIS-TM*, da inviare al Prorettore
- **II/la Referente Amministrativo per le attività di Terza Missione nei Dipartimenti** individuato/a da ciascun Dipartimento supporta il Delegato del Direttore alla Terza Missione in tutte le attività di validazione, monitoraggio impatto e controllo; segnala a UOC Comunicazione il materiale da pubblicare e promuovere. È facoltà dei Dipartimenti individuare uno o più referenti.
- **Il Prorettore all'Impegno Sociale per il Territorio** monitora e guida, secondo quanto definito nel Piano Strategico di Ateneo, le attività svolte e da svolgere nonché suggerisce azioni di miglioramento nell'ottica degli obiettivi generali da raggiungere.
- **UAFS Impegno nel Territorio** supporta il Prorettore all'Impegno Sociale per il Territorio in tutte le attività di validazione, monitoraggio impatto e controllo delle iniziative di Ateneo; segnala a UOC Comunicazione il materiale da pubblicare e promuovere.

- **UOC Comunicazione**

pubblica e promuove le attività di P.E. di Ateneo e ogni altra attività di P.E. segnalata da ciascuno degli attori.

- **UOC Qualità, Valutazione e Reporting**

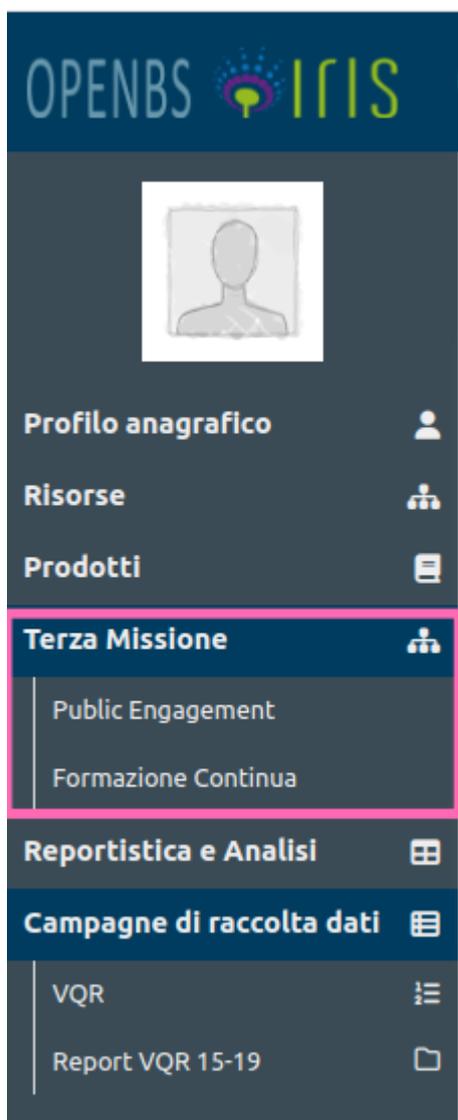
raccoglie i dati relativi alla Terza Missione e li espone in fase di rendicontazione secondo metodologie e tempistiche indicate da Anvur.

L'Allegato "FLOW-CHART eventi TM" rappresenta il processo di pianificazione, approvazione ed esecuzione di un evento di P.E. o FC (Formazione Continua), mettendo in evidenza i ruoli di ciascun attore e gli uffici coinvolti.

2.5 Gli strumenti per la rilevazione degli eventi di Terza Missione

Il [Portale IRIS](#) è lo strumento per il censimento e la mappatura delle attività di Public Engagement.

Attraverso il medesimo strumento è possibile mappare anche le attività di Formazione Continua.



Le informazioni raccolte possono essere utilizzate per le seguenti finalità:

- a) rilevazione a scopo statistico delle performance di Impegno sociale per il territorio/Terza Missione dei singoli soggetti e valutazione interna delle attività svolte;
- b) alimentazione di una base di dati con informazioni quantitative e consuntive a supporto dei processi decisionali (per esempio: la redazione del Piano strategico), della comunicazione verso i portatori d'interesse (per esempio: il sito web, la newsletter di Ateneo, la redazione del Bilancio sociale) e delle rilevazioni ANVUR (VQR, SUA-TM, ecc.).

UNIBS individua le seguenti categorie di attività di P.E. che devono essere oggetto di rendicontazione sia in relazione agli obiettivi dichiarati nel proprio Piano Strategico di Ateneo 2023-2028 che con riferimento alle attività censite da ANVUR.

Nel processo di inserimento delle attività vanno obbligatoriamente inserite la Tipologia di Iniziativa e le Categorie del Piano Strategico di Ateneo, di seguito elencate:

Tipologia di iniziative di P.E. presenti nell'elenco IRIS-TM (classificazione ANVUR)

- 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
- Organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca
- Iniziative di tutela della salute
- Attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola
- Partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse
- Partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio
- Iniziative di democrazia partecipativa
- Iniziative di co-produzione di conoscenza
- Partecipazione dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello nazionale e internazionale (*)
- Partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (*)
- Partecipazione a comitati per la definizione di standard e norme tecniche (*)
- Giornate organizzate di formazione alla comunicazione - rivolta a PTA o docenti (*)
- Altre iniziative di Public Engagement

Categorie del Piano Strategico di Ateneo

- Organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
- Iniziative di co-produzione di conoscenza (es: citizen science, contamination lab)
- Attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti hands-on altre attività laboratoriali, didattica innovativa, children university);
- Iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione),
- Pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico non accademico;
- 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),
- Partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio;
- Iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel),
- Partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making),
- Iniziative rivolte a persone che vivono in condizioni di fragilità.

NOTA BENE

Nel Public Engagement non rientrano le seguenti:

- i master di I o II livello, i corsi di perfezionamento,
- le iniziative di orientamento in ingresso a corsi di ogni livello,
- l'attività in conto terzi,
- i brevetti,
- i trial clinici, gli studi epidemiologici.

Rientrano tra le iniziative di Formazione Continua:

- i corsi di formazione continua,
- i percorsi per le competenze trasversali (PCTO),
- forme di didattica aperta, MOOC o progetti di collaborazione con gli istituti di istruzione secondaria,
- ECM certificazioni e empowerment.



ALLEGATO

ESEMPI DI INDICATORI D'IMPATTO

INDICATORE	TIPO INDICATORE	DESCRIZIONE INDICATORE
Numero fruitori coinvolti	Numerico	
Tipologia fruitori coinvolti	Numerico	Anagrafico (classi di età), sociografico (professioni o altro)
Categorie particolari di fruitori	Enunciativo	Bambini, giovani, senior, portatori di disabilità, gender, ecc.
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	



Linee guida per il censimento delle attività di Impegno sociale per il territorio e per la misurazione dell'impatto, con particolare riferimento al Public Engagement

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
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

