



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Direzione Ricerca e Terza Missione

TERZA MISSIONE

E INTERAZIONE CON IL TERRITORIO

**Vademecum per le attività di
valorizzazione delle conoscenze**

Versione aggiornata al 31/12/2025

SOMMARIO

1) IL VADEMECUM PER LE ATTIVITÀ DI VALORIZZAZIONE DELLE CONOSCENZE	4
OBIETTIVO	4
DESTINATARI	4
AMBITO	4
CONTENUTI	4
2) LA DIREZIONE RICERCA E TERZA MISSIONE	5
RICERCA	5
UFFICIO RICERCA NAZIONALE	5
UFFICIO RICERCA INTERNAZIONALE	5
UFFICIO CONVENZIONI DI RICERCA ISTITUZIONALE E SUPPORTO AI PROGETTI DI RICERCA PNRR	5
TERZA MISSIONE	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
UFFICIO VALORIZZAZIONE DELLA RICERCA E PROMOZIONE DELL'INNOVAZIONE	6
UFFICIO PUBLIC ENGAGEMENT E RAPPORTI CON LA SOCIETÀ	7
3) LA TERZA MISSIONE: VALORIZZAZIONE DELLE CONOSCENZE	8
TEMATICHE E CAMPI D'AZIONE	8
4) TRASFERIMENTO TECNOLOGICO	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
LA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE	9
BOX DI APPROFONDIMENTO: IL BREVETTO	9
METODI E STRATEGIE DI TRASFERIMENTO TECNOLOGICO DEI RISULTATI DELLA RICERCA	11
L'IMPRENDITORIALITÀ ACCADEMICA	12
BOX DI APPROFONDIMENTO: SPIN OFF	13
I RAPPORTI CON LE IMPRESE	14
BOX DI APPROFONDIMENTO:	15
RICERCA ISTITUZIONALE COLLABORATIVA E RICERCA COMMISSIONATA	15
IL NETWORKING CON ENTI ED ASSOCIAZIONI LOCALI, NAZIONALI ED EUROPEE OPERANTI NELL'AMBITO DEL TRASFERIMENTO TECNOLOGICO	16
5) PUBLIC ENGAGEMENT	17
LL PUBLIC ENGAGEMENT SECONDO APENET	17
I BANDI PUBLIC ENGAGEMENT D'ATENEIO	18
IL NETWORKING CON ENTI ED ASSOCIAZIONI LOCALI, NAZIONALI ED EUROPEE OPERANTI NELL'AMBITO DEL PUBLIC ENGAGEMENT	21
UN NUOVO MODELLO DI INNOVAZIONE TERRITORIALE TRASFORMATIVA SVILUPPATO DAL PROGETTO ECOSISTER	22

6) SERVIZI A SUPPORTO DELLA TERZA MISSIONE	24
ACCORDI	24
PIATTAFORMA IRIS: MODULO PE E MODULO CONTRATTI	24
7) IMPATTO E MONITORAGGIO DELLA TERZA MISSIONE -VALORIZZAZIONE DELLE CONOSCENZE	25
BOX DI APPROFONDIMENTO: VALUTAZIONE DELLA TERZA MISSIONE IN ITALIA	27
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	29

1) IL VADEMECUM PER LE ATTIVITÀ DI VALORIZZAZIONE DELLE CONOSCENZE

OBIETTIVO

Promuovere in un'ottica di sistema le competenze dell'Ateneo per migliorare le interazioni con il territorio e aumentare la consapevolezza delle possibilità di valorizzazione delle conoscenze.

DESTINATARI

Docenti, ricercatrici, ricercatori e personale che svolge attività di ricerca a qualunque titolo (es. dottorande/i, contrattiste/i, borsiste/i, personale tecnico).

AMBITO

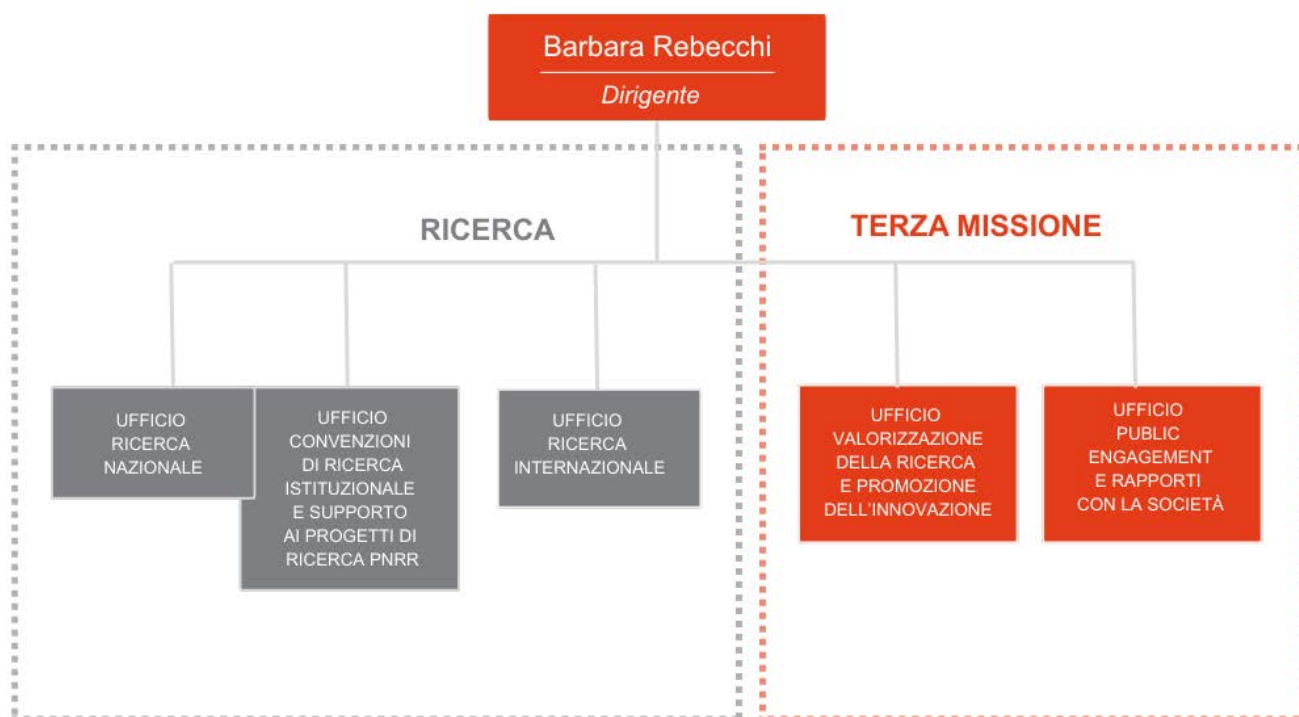
Tematiche e campi di azione della Terza Missione in cui i singoli possono agire, favorendo l'acquisizione di consapevolezza dei percorsi attivabili per realizzare le diverse iniziative e migliorando le modalità di interazione con il territorio favorendo l'impatto sociale, culturale ed economico delle attività svolte in Ateneo.

CONTENUTI

- Organizzazione della Direzione Ricerca e Terza Missione e attività degli uffici
- Tematiche e campi di azione della Terza Missione: valorizzazione delle conoscenze
- Trasferimento Tecnologico
- Public Engagement
- Monitoraggio delle attività di Terza Missione

2) LA DIREZIONE RICERCA E TERZA MISSIONE

La Direzione Ricerca e Terza Missione di UNIMORE è organizzata in due macroaree di intervento (Ricerca e Terza Missione), con i relativi uffici, schematizzate nel seguente organigramma funzionale:



RICERCA

Ufficio Ricerca Nazionale

L'ufficio offre servizi di informazione, supporto e assistenza sugli aspetti finanziari, gestionali e amministrativi relativi a progetti finanziati da enti nazionali sia pubblici sia privati.

Ufficio Ricerca internazionale

L'ufficio offre servizi di informazione, supporto e assistenza alla progettazione e sugli aspetti finanziari, gestionali e amministrativi relativi a progetti finanziati da enti europei e internazionali sia pubblici sia privati.

Ufficio Convenzioni di Ricerca Istituzionale e Supporto ai Progetti di Ricerca PNRR

L'ufficio fornisce supporto per la stipula delle convenzioni di ricerca istituzionale (non di ricerca commissionata) e consulenza per la stipula di convenzioni economiche per il finanziamento di sperimentazioni cliniche no profit e studi osservazionali no profit.

TERZA MISSIONE

Ufficio Valorizzazione della Ricerca e Promozione dell'Innovazione

L'ufficio (ex Ufficio ILO) offre servizi di informazione, supporto e assistenza in merito a proprietà intellettuale, spin off e start up e Trasferimento Tecnologico. Organizza inoltre corsi, eventi e opportunità di valorizzazione dei risultati della ricerca e Trasferimento Tecnologico.

ATTIVITÀ

L'ufficio fornisce consulenze puntuali su:

- tutela delle proprietà intellettuale dei risultati della ricerca;
- deposito di brevetti frutto di invenzioni sviluppate nell'ambito delle ricerche accademiche e relativa valorizzazione;
- costituzione e monitoraggio di nuove imprese spin off universitarie;
- aggiornamento sulle opportunità locali e nazionali di finanziamento e promozione per le neoimprese;
- sviluppo di iniziative volte alla sensibilizzazione della tutela dei risultati della ricerca ed alla relativa valorizzazione.
- supporto allo sviluppo di progetti nell'ambito del Trasferimento Tecnologico (es. Proof of Concept e incubatori).

STRUMENTI E PROCEDURE

L'attività consulenziale e informativa viene prestata attraverso comunicazioni dirette e mirate inviate ai docenti, alle ricercatrici, ai ricercatori, al personale tecnico ed amministrativo ed al personale di ricerca non strutturato.

Sul sito della Direzione sono disponibili:

- il Regolamento in materia di nuova imprenditorialità e di titolarità, gestione e valorizzazione della proprietà intellettuale dei risultati della ricerca dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia;
- la procedura per la richiesta di apertura di una pratica di brevetto;
- la procedura per la richiesta di attivazione di una spin off;
- una guida alla collaborazione con le imprese;
- una sezione contenente i link alle principali banche dati utili per finalità di Trasferimento Tecnologico.

ACCESSO E CONTATTI

Per richiedere una consulenza scrivere a ilo@unimore.it oppure contattare:

- Giulia Catellani (responsabile): +39 059 205 8048 - giulia.catellani@unimore.it
- Valeria Bergonzini: +39 059 205 8046 - valeria.bergonzini@unimore.it
- Daniele Mansanti: +39 059 205 8047 - daniele.mansanti@unimore.it
- Filippo Zagni: +39 059 205 7033 - filippo.zagni@unimore.it

Ufficio Public Engagement e Rapporti con la Società

L'Ufficio offre servizi di consulenza, supporto e assistenza in merito a progetti di Public Engagement, rappresentando, in tale ambito, il collegamento tra gli Organi e gli uffici centrali di Ateneo con quelli delle strutture decentrate (Dipartimenti e Centri).

ATTIVITÀ

L'ufficio fornisce consulenze puntuali su:

- progettazione in ambito Public Engagement;
- partecipazione ai Bandi Public Engagement;
- redazione e perfezionamento di accordi di collaborazione con stakeholder territoriali per lo svolgimento di progetti di Public Engagement;
- inserimento e utilizzo della piattaforma IRIS – Moduli Public Engagement e Contratti;
- procedure di valutazione della Terza Missione, sia interne, sia esterne (VQR).

STRUMENTI E PROCEDURE

L'attività consulenziale ed informativa viene prestata attraverso comunicazioni dirette e mirate inviate ai docenti, ai ricercatori, al personale tecnico ed amministrativo ed al personale di ricerca non strutturato o attraverso reperibilità telefonica.

L'ufficio cura l'aggiornamento della sezione Public Engagement del sito della Direzione dove vengono pubblicati:

- i bandi attivi o altre forme di promozione del Public Engagement (PE);
- l'archivio dei progetti finanziati dal Bando PE di Ateneo;
- i modelli di accordo per attività di Terza Missione e altri documenti utili;
- manuali per l'utilizzo di IRIS per le sezioni relative al Public Engagement e ai contratti di ricerca commissionata (Modulo Contratti IRIS AP)

L'ufficio sviluppa un'analisi annuale sulla ricerca commissionata.

ACCESSO E CONTATTI

Per richiedere una consulenza scrivere a terzamissione@unimore.it oppure contattare:

- Giulia Catellani (responsabile): +39 059 205 8048 - giulia.catellani@unimore.it
- Stefania Bettinelli +39 059 2056572 – stefania.bettinelli@unimore.it
- Valentina Lomi +39 059 205 6674 – valentina.lomi@unimore.it
- GERALDA PUTA +39 059 205 6486 – geralda.puta@unimore.it

3) LA TERZA MISSIONE: VALORIZZAZIONE DELLE CONOSCENZE

La "Terza Missione" o "valorizzazione delle conoscenze" è un insieme di attività con cui le università si aprono alla società per contribuire alla crescita economica, sociale e culturale del territorio, andando oltre le tradizionali funzioni di didattica e ricerca per connettere la conoscenza prodotta all'università con i bisogni reali della società, anche in modalità di co-creazione.

Le principali attività seguite dagli uffici della Direzione nell'ambito della Terza Missione riguardano:

- la valorizzazione economica della conoscenza prodotta dalla ricerca (Trasferimento Tecnologico o TT) per trasformarla in un beneficio per l'economia;
- il coinvolgimento sociale e culturale della collettività (Public Engagement o PE) per contribuire al benessere della società e all'aumento della consapevolezza civica, accrescendo l'impatto della ricerca sulla società e sul territorio.

TEMATICHE E CAMPI D'AZIONE

In base alle indicazioni fornite dall'ultima [VQR](#) (cfr. *Bando Valutazione della Qualità della Ricerca 2020-24*) dell'ANVUR (Agenzia nazionale di valutazione del sistema universitario e della ricerca), in ambito valutativo le attività di Terza Missione sono state suddivise in 5 tematiche, a ciascuna delle quali si riferiscono 5 campi d'azione, schematizzati nella seguente tabella:

Trasferimento tecnologico	Produzione e gestione di beni pubblici	Public engagement	Scienze della vita e salute	Sostenibilità ambientale, inclusione e contrasto alle disuguaglianze, con particolare riferimento ad Agenda 2030
Valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale	Produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali	Organizzazione di attività (es. concerti, spettacoli teatrali)	Sperimentazione clinica	Contrasto alla povertà, inclusione e coesione sociale, uguaglianza davanti alla legge, giustizia
Imprenditorialità accademica	Apprendimento permanente e didattica aperta	Divulgazione scientifica	Iniziative di prevenzione, promozione e tutela della salute pubblica	Transizione ecologica ed energetica, sostenibilità ambientale e climatica
Strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico	Produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione	Divulgazione multimediale	Attività in ambito sanitario, in favore delle categorie fragili	Cooperazione internazionale allo sviluppo sostenibile e alla coesione sociale
Iniziative di cross-innovation e di cross-fertilization; collaborazioni Impresa-Università	Progetti di sviluppo territoriale, infrastrutturale e di rigenerazione urbana	Iniziative di coinvolgimento proattivo dei cittadini nella ricerca e/o nell'innovazione	Attività di cooperazione sanitaria internazionale	Divulgazione, promozione e diffusione della cultura della legalità e sostenibilità
Attività di formazione per promuovere la cultura dell'innovazione	Azioni per lo sviluppo della Scienza aperta	Attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola	Salute ambientale e sicurezza alimentare	Attività innovative a supporto della sostenibilità di carattere organizzativo, infrastrutturale o di governance

Tale classificazione, proposta a fini valutativi, non tiene necessariamente conto della trasversalità delle varie attività, che, soprattutto per il Public Engagement, spesso sono correlate anche ad altri campi d'azione e tematiche.

Delle tematiche sopra indicate quelle trattate dagli uffici della Direzione sono:

- 1) Trasferimento Tecnologico
- 2) Public Engagement

Per tutte le altre si rimanda al [sito di Ateneo](#).

Sul sito di Unimore sono inoltre riportati [gli organi e le commissioni](#) competenti in materia di Terza Missione.

4) TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

Il Trasferimento Tecnologico dei risultati della ricerca di Ateneo comprende diverse linee di attività quali:

- la tutela della proprietà intellettuale;
- metodi e strategie per la valorizzazione dei risultati della ricerca;
- l'imprenditorialità accademica e la partecipazione a società spin off universitarie;
- la promozione di scambi e rapporti con il mondo imprenditoriale;
- il networking con enti ed associazioni locali, nazionali ed europee operanti nell'ambito del Trasferimento Tecnologico.

LA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

L'ufficio Valorizzazione della Ricerca e Promozione dell'Innovazione fornisce supporto al personale accademico relativamente alle azioni di tutela della proprietà intellettuale, valutando la possibilità di procedere con la tutela brevettuale o suggerendo differenti strategie.

La legge italiana di riferimento è il Codice della Proprietà Industriale – CPI (Decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30 e successive modifiche).

Box di approfondimento: il brevetto



Il brevetto per invenzione è un titolo giuridico grazie al quale viene conferito un monopolio temporaneo e territorialmente limitato di sfruttamento di un'invenzione, che consente di proteggere gli investimenti in ricerca e innovazione e di acquisire risorse economiche supplementari.

L'oggetto dell'invenzione (trovato) può essere un prodotto materiale oppure un metodo di produzione di beni o di realizzazione di un servizio.

Per essere brevettabile, un'invenzione deve consistere in una soluzione nuova ed originale di un problema tecnico, che risponda ai tre principali requisiti richiesti dalla legge:

1. **Novità:** *Un'invenzione è considerata nuova se non è già compresa nello stato della tecnica; ove per stato della tecnica si intende tutto ciò che è stato reso accessibile al pubblico, in Italia o all'estero, prima della data di deposito della domanda di brevetto mediante divulgazione scritta od orale, una utilizzazione o un qualsiasi altro mezzo (Rif. Art 46 CPI – Codice della Proprietà Industriale).*

Anche la pubblicazione dell'invenzione in un giornale scientifico, la relativa presentazione in una conferenza, l'utilizzo in ambito commerciale, l'esposizione in un catalogo costituiscono atti in grado di annullare la novità dell'invenzione.

È pertanto importante impedire la rivelazione accidentale delle invenzioni prima di depositare una domanda di brevetto e – laddove sia necessario comunicare a terzi informazioni confidenziali inerenti a tale invenzione – far sottoscrivere a questi ultimi accordi di segretezza appositamente predisposti, che li obblighino a non divulgare le predette informazioni in maniera non autorizzata.

2. **Originalità** (o attività inventiva): Un'invenzione implica attività inventiva quando, per una persona esperta del ramo, essa non risulti in modo evidente dallo stato della tecnica. Il requisito della non ovvietà intende assicurare che i brevetti siano concessi solo a risultati oggetto di un processo inventivo o creativo e non a processi che una persona, con ordinaria abilità nel campo tecnologico relativo, potrebbe facilmente dedurre da quanto già esiste (Rif. Art. 48 CPI).
3. **Industrialità**: Un'invenzione ha un'applicazione industriale se il suo oggetto può essere fabbricato o utilizzato in qualsiasi genere di industria, compresa quella agricola (Rif. Art. 49 CPI). Un'invenzione non può pertanto essere un semplice processo intellettuale, ma deve essere tecnicamente realizzabile e capace di condurre ad un risultato immediato nell'ambito della tecnica industriale generando effetti pratici. Per essere brevettabile, un'invenzione deve poter essere oggetto di utilizzazione industriale, ove il termine "industriale" è qui inteso nel suo più ampio significato, come un qualcosa di distinto dall'attività puramente estetica o speculativa.

A questi requisiti di brevettabilità, occorre affiancare valutazioni di carattere giuridico, economico ed etico, soprattutto se il soggetto che intende brevettare è una ricercatrice o un ricercatore universitario, o l'Università stessa.

Fonte: MIMIT

L'Ufficio Valorizzazione della Ricerca e Promozione dell'Innovazione supporta la ricercatrice e il ricercatore durante l'intero iter brevettuale, dalla valutazione dell'invenzione al deposito della domanda di brevetto, alla sua eventuale estensione, fino allo sfruttamento economico, fungendo da intermediario con uffici di consulenza brevettuale e aziende.

Di seguito i principali step della **procedura per depositare una domanda di brevetto**:

- Sviluppo dell'invenzione.
- Contatto con ufficio Valorizzazione della Ricerca e Promozione dell'Innovazione (ex ILO).
- Ricerca di anteriorità in banche dati brevettuali (è possibile richiedere all'ufficio accesso temporaneo alla banca dati brevettuale Orbit).
- Trasmissione all'ufficio via email (ilo@unimore.it) della scheda brevetto (dove indicare inventore/i, titolare/eventuali contitolari, descrizione dettagliata dell'invenzione, vantaggi rispetto alla tecnica nota, possibile strategia di sfruttamento commerciale).
- Parere della Commissione Trasferimento Tecnologico sul deposito dell'invenzione.
- Delibera del Consiglio di Amministrazione dell'Università sul deposito e copertura dei costi o di parte dei costi brevettuali con il fondo brevettuale di Ateneo.
- Definizione del testo della domanda brevettuale a seguito del contatto tra inventori e studio brevettuale.
- Deposito domanda di brevetto.
- Azioni successive per eventuali estensioni e supporto alle strategie di applicazione e sfruttamento industriale dell'invenzione brevettata.



La durata della procedura da quando viene comunicata l'invenzione tramite la scheda brevetto e il deposito della domanda è indicativamente di 2-3 mesi se non sono richieste successive integrazioni e modifiche e se le inventrici e gli inventori collaborano attivamente con lo studio brevettuale per la stesura della domanda.

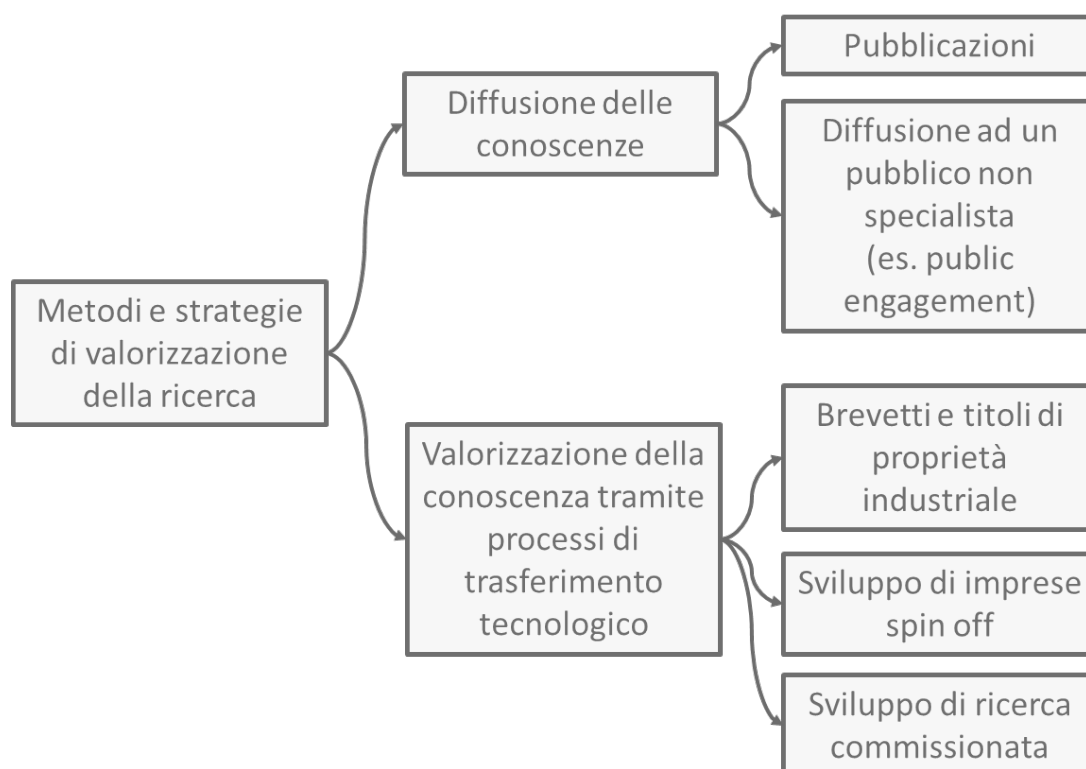
Per avere maggiori informazioni sulla valorizzazione e gestione della proprietà intellettuale in UNIMORE si consiglia di visitare l'apposita sezione del sito web della Direzione Ricerca e Terza Missione, in cui è possibile visualizzare anche:

- il Regolamento in materia di nuova imprenditorialità e di titolarità, gestione e valorizzazione della proprietà intellettuale dei risultati della ricerca dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia (cfr. TITOLO III relativo alla proprietà intellettuale dei risultati della ricerca);
- l'elenco dei brevetti;
- i link alle principali banche dati libere - N.B.: per richiedere l'accesso alla piattaforma professionale ORBIT scrivere a ilo@unimore.it.

METODI E STRATEGIE DI TRASFERIMENTO TECNOLOGICO DEI RISULTATI DELLA RICERCA

I principali metodi e strategie di valorizzazione dei risultati della ricerca prevedono innanzitutto la **diffusione delle conoscenze** sia in contesti scientifici (pubblicazioni, workshop, seminari, convegni, etc.) sia ad un pubblico non specialista, attraverso attività di Terza Missione come quelle di public engagement.

Alcune ricerche possono essere valorizzate anche attraverso processi di **Trasferimento Tecnologico**, che comprendono: i) concessione/cessione di **brevetti** e titoli di proprietà industriale¹; ii) produzione di beni e/o servizi mediante lo sviluppo di imprese **spin off**; iii) sviluppo di **ricerca commissionata** con imprese.



Esempi di metodi di valorizzazione tramite Trasferimento Tecnologico

¹ NB: la brevettazione dei risultati della ricerca non esclude la pubblicazione scientifica, purché effettuata dopo il deposito della domanda di brevetto.

La valorizzazione in ambito industriale della proprietà intellettuale richiede un certo grado di maturità nello sviluppo della tecnologia; la scala TRL (Technology Readiness Level) riassume i passaggi del percorso che porta la ricerca dall'ideazione all'applicazione industriale.

LIVELLI DI MATURITÀ TECNOLOGICA

9	Sistema reale provato in ambiente operativo	Implementazione
8	Dimostrazione di un prototipo di sistema in ambiente operativo	
7	Dimostrazione di un prototipo di sistema in ambiente operativo	
6	Tecnologia dimostrata in ambiente (industrialmente) rilevante	Sviluppo
5	Tecnologia convalidata in ambiente (industrialmente) rilevante	
4	Tecnologia convalidata in laboratorio	
3	Prova di concetto sperimentale	Ricerca
2	Formulato il concetto della tecnologia	
1	Osservati i principi fondamentali	

Una strategia per aumentare il livello di TRL, passando così dall'invenzione prodotta in laboratorio allo sviluppo di un prototipo/dimostratore funzionante fino, auspicabilmente, alla valorizzazione industriale, è rappresentata dallo sviluppo di progetti **Proof of Concept (PoC)**.

Tramite questi progetti si intende infatti colmare il divario che può rendere le innovazioni accademiche poco attraenti per il contesto industriale, soprattutto per la distanza in termini tecnologici e finanziari tra i risultati maturati in laboratorio e la loro potenziale commercializzazione.

Nei progetti PoC le ricercatrici e i ricercatori acquisiscono competenze nella programmazione delle attività di industrializzazione e commercializzazione, familiarizzando con dimensioni nuove ed aggiuntive rispetto a quelle classiche della ricerca accademica: il team, l'area/il mercato di applicazione, lo sviluppo delle tempistiche, l'allocatione del budget e le interazioni con terze parti.

Al termine di un progetto PoC il ricercatore sarà in grado di definire gli aspetti tecnici ed economici per l'avanzamento del TRL della tecnologia, il riconoscimento delle opportunità di go-to market e la sostenibilità del progetto.

Questo comporta anche un significativo aumento dell'impatto della ricerca sul contesto sociale ed industriale di riferimento.

L'IMPRENDITORIALITÀ ACCADEMICA

L'ufficio Valorizzazione della Ricerca e Promozione dell'Innovazione fornisce supporto al personale accademico relativamente allo sviluppo e alla costituzione di una impresa spin off ovvero una realtà imprenditoriale accreditata dall'Ateneo secondo le procedure di seguito descritte.



Box di approfondimento: spin off

Il Regolamento di Ateneo in materia di nuova imprenditorialità distingue due tipologie di società spin off così definite:

• **Spin off della ricerca**

*Società di capitali, anche in forma cooperativa, con le seguenti caratteristiche: promossa su iniziativa dell'Università o da almeno un Proponente "ricercatore", oppure partecipata dall'Università e/o da almeno un Proponente "ricercatore" e **finalizzata all'utilizzo industriale, commerciale e sociale dei Risultati della Ricerca** ottenuti in Università, ovvero aventi ad oggetto la **produzione di beni e servizi innovativi ad essi collegati e/o di elevato contenuto tecnologico, ideati e sviluppati nell'ambito di attività di Ricerca** o utilizzando risorse dell'Università*

• **Spin off studentesca o Junior spin off**

*Società di capitali, anche in forma cooperativa, con le seguenti caratteristiche: promossa da almeno un Proponente "studente", che **abbia partecipato ad iniziative o progetti promossi dall'Università per favorire lo sviluppo imprenditoriale** e finalizzata alla produzione/erogazione di prodotti/servizi innovativi sviluppati grazie alle conoscenze acquisite durante il percorso di studi all'interno dell'Università.*

Di seguito i principali step della procedura per la costituzione di una società spin off in Unimore:

- Sviluppo dell'idea imprenditoriale e definizione del business plan.
- Contatto con ufficio Valorizzazione della Ricerca e Promozione dell'Innovazione.
- Trasmissione all'ufficio (all'indirizzo email ilo@unimore.it) della scheda spin off (indicando compagine sociale, descrizione dei servizi/prodotti che si intendono sviluppare, concorrenza, vantaggi competitivi, proiezioni economiche a 3 anni, rapporti con l'Università)
- Parere del Dipartimento di afferenza dei proponenti (per assenza di conflitto di interesse, eventuale occupazione spazi ed utilizzo attrezzature); per le junior spin off il Dipartimento di riferimento è quello del tutor dell'iniziativa studentesca
- Parere della Commissione Trasferimento Tecnologico sulla costituzione della società.
- Parere del Senato Accademico.
- Autorizzazione del Consiglio di Amministrazione dell'Ateneo alla costituzione.
- Avvio del periodo di accreditamento dalla data di costituzione dello spin off (per le junior spin off già costituite, dalla data di approvazione del consiglio di Amministrazione)
- Azioni successive di monitoraggio annuale, eventuale rinnovo, promozione iniziative rivolte a spin off, incontri con investitori.



La durata dell'accREDITamento è 3 anni, rinnovabili per ulteriori 2.

La durata della procedura da quando viene formulata la richiesta tramite la scheda spin off e la costituzione è indicativamente di 3/4 mesi se non sono richieste successive integrazioni e modifiche.

Per avere maggiori informazioni sulla creazione di imprenditorialità innovativa in UNIMORE si consiglia di visitare l'apposita sezione del sito web della Direzione Ricerca e Terza Missione, in cui è possibile visualizzare anche:

- il Regolamento in materia di nuova imprenditorialità e di titolarità, gestione e valorizzazione della proprietà intellettuale dei risultati della ricerca dell'Università degli studi di Modena e Reggio Emilia (TITOLO II relativo ai requisiti ed alla procedura di accreditamento delle società spin off);
- l'elenco delle società start up e spin off.

In UNIMORE è attivo anche il [Contamination Lab \(CLab\)](#), uno spazio per l'innovazione e l'imprenditorialità dove studenti e dottorandi, ricercatori e docenti, vengono coinvolti in programmi di innovazione in collaborazione con le imprese e in progetti di creazione d'impresa: una piattaforma progettuale tesa a sistematizzare una serie di progetti e programmi educativi innovativi già in essere a livello di singoli dipartimenti dell'Università.

Il **CLab di Unimore** si configura come un sistema di programmi, racchiusi in due piattaforme:

1) **Open Innovation**

che comprende percorsi challenge-based che consentono agli studenti di entrare in contatto con una molteplicità di imprese, per confrontarsi con vere e proprie sfide imprenditoriali, tra cui:

- *ICARO: un percorso formativo di innovazione collaborativa che allena gli studenti all'innovazione, ponendoli a confronto con vere sfide imprenditoriali; della durata di sei mesi, si articola in sessioni di formazione, group work e visite aziendali e si conclude con la presentazione di prototipi sviluppati dai team per rispondere alle sfide assegnate. Il progetto si arricchisce di significative valenze in quanto rafforza il ruolo degli studenti come agenti dell'innovazione, in grado di connettere il mondo della ricerca universitaria con quello dell'imprenditorialità, favorendo il Trasferimento Tecnologico e l'open innovation ed incentivando la creazione di nuove imprese spin-off.*

2) **Start-up Mindset**

che si focalizza sulla sperimentazione imprenditoriale, la creazione di nuove imprese, anche ad alto impatto sociale, e l'ibridazione di imprese innovative già esistenti, quali spin-off e start-up accademiche nate in Ateneo, tra cui:

- *TACC (Training for Automotive Company Creation): un programma di formazione all'imprenditorialità in ambito automotive e mobilità, destinato agli studenti e dottorandi di UNIMORE, arricchito dalla partnership con importanti aziende del settore automotive e con realtà istituzionali che assicurano un contributo anche organizzativo e promozionale, dedicato a chi vuole capire, studiare, ma soprattutto cimentarsi con l'imprenditorialità, innovando la mobilità del futuro.*

I RAPPORTI CON LE IMPRESE

Le principali motivazioni che favoriscono la collaborazione tra imprese ed università possono essere così sintetizzate:

- disponibilità personale qualificato per collaborazioni temporanee o integrazione permanente nel contesto aziendale;
- sviluppo congiunto di attività di ricerca per lo sviluppo di nuove conoscenze;
- disponibilità di attrezzature e tecnologie complesse con il supporto di figure qualificate in ambito universitario;
- aggiornamento e acquisizione di competenze tramite percorsi formativi mirati;
- generazione di nuove idee per prodotti, servizi o processi innovativi;
- rafforzamento dell'immagine aziendale e accesso facilitato a finanziamenti pubblici attraverso partnership accademiche.

Per approfondire le modalità di collaborazione con le imprese e gli strumenti che si possono attivare in Ateneo (accordi quadro, contratti di ricerca commissionata per conto-terzi, convenzioni di dottorato, ecc.) si rimanda alla pagina di approfondimento nella sezione dedicata del sito della direzione.

Box di approfondimento: ricerca istituzionale collaborativa e ricerca commissionata



Le principali differenze tra ricerca commissionata e ricerca collaborativa istituzionale sono:

1) Interesse prevalente nelle attività di ricerca: nella ricerca commissionata l'interesse sulle attività di ricerca del committente prevale su quello dell'esecutore, solitamente il committente è anche il soggetto che prende l'iniziativa contrattuale proponendo un determinato programma di ricerca. In caso di ricerca istituzionale le parti concorrono a realizzare una ricerca congiunta di interesse comune, sulla base di un progetto di ricerca concordato che prevede la cooperazione del personale e l'utilizzazione dei laboratori e attrezzature di entrambe le parti contraenti.

2) Oggetto della ricerca: nella ricerca commissionata l'impresa affida all'ente di ricerca lo svolgimento di una determinata attività di studio, mentre nella ricerca istituzionale le parti si impegnano a realizzare una determinata attività di ricerca nel comune interesse di entrambe sulla base di un progetto di ricerca concordato.

3) Corrispettivo: nella ricerca commissionata il corrispettivo è onnicomprensivo delle spese e dunque include sia il costo del lavoro svolto dai ricercatori sia la copertura di eventuali ulteriori costi sostenuti, quali ad esempio quota parte spese generali, utilizzo di strumentazione, consumabili, spese per missioni. Nella ricerca istituzionale non si prevede un corrispettivo economico, ma ciascuna delle parti, indicando quali competenze e risorse umane si impegna a mettere a disposizione e a supporto della realizzazione delle attività, potrà corrispondere un rimborso spese dei costi sostenuti, non si parla di corrispettivo ma di rimborso spese.

4) Proprietà dei risultati: nella ricerca commissionata di solito la titolarità dei risultati può essere congiunta o di una delle parti; la scelta dipende dall'interesse, dal peso negoziale, dall'apporto prestato da ciascuna alle attività e agli obiettivi che si intende conseguire. Nella ricerca istituzionale la titolarità dei risultati è congiunta in proporzione determinata all'apporto effettivamente fornito da ciascuna parte.

Per valutare clausole di tutela dei risultati della ricerca nei contratti, negli accordi di collaborazione, nei progetti è possibile contattare l'Ufficio valorizzazione della ricerca e Promozione dell'Innovazione scrivendo a ilo@unimore.it

La Direzione supporta inoltre le ricercatrici, i ricercatori e il personale tecnico-amministrativo per l'inserimento in IRIS della documentazione per i contratti di ricerca commissionata.

Per supporto scrivere a terzamissione@unimore.it oppure chiamare il numero 059 205 6486.

IL NETWORKING CON ENTI ED ASSOCIAZIONI LOCALI, NAZIONALI ED EUROPEE OPERANTI NELL'AMBITO DEL TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

Al fine di favorire l'attività di networking nazionale ed europea nel campo del Trasferimento Tecnologico Unimore è socia dell'**associazione Netval** (Network italiano degli uffici di Trasferimento Tecnologico per la Valorizzazione della ricerca universitaria) e partecipa ad **ASTP** (Network europeo degli uffici di Trasferimento Tecnologico).

In ambito regionale Unimore è socia di **Art-ER**, Società Consortile dell'Emilia-Romagna nata per favorire la crescita sostenibile della regione attraverso lo sviluppo dell'innovazione e della conoscenza, l'attrattività e l'internazionalizzazione del territorio.

5) PUBLIC ENGAGEMENT

Unimore condivide la visione che del Public Engagement fornisce l'associazione italiana degli atenei ed enti ricerca per il Public Engagement ([APEnet](#)), di cui il nostro ateneo è tra i soci fondatori dall'anno 2022.

Il Public Engagement secondo APEnet

“Il Public Engagement rappresenta per l'Associazione APEnet una cultura e approccio innovativi che pervadono e ispirano le azioni delle Università e degli enti di ricerca.

Si traduce in strategie e attività che mirano a coinvolgere tutte le componenti della società in processi dinamici di interazione e partecipazione attiva.

Questo coinvolgimento si basa su un dialogo aperto e multidirezionale, con la finalità di valorizzare le conoscenze di ogni attore coinvolto e di ampliare e amplificare l'impatto sociale delle azioni, promuovendo la comprensione, la collaborazione e la co-creazione di valore comune”.

Fonte: Manifesto APEnet 2025

Università ed enti di ricerca sono sempre più aperti al dialogo e alla collaborazione con la società civile, ad ogni livello e in ogni settore (cittadini, scuole, istituzioni, organizzazioni, imprese ed enti del terzo settore); tale interazione e contaminazione reciproca è in grado di generare beneficio diffuso per l'intera collettività, riuscendo ad orientare efficacemente anche le missioni accademiche tradizionali: Didattica e Ricerca.

A ben vedere, anche il mondo della ricerca sta cambiando: abbraccia sempre più spesso progetti di co-creazione e diffusione dei risultati, superando l'idea di un eco-sistema accademico chiuso, per promuovere un modello pubblico del sapere che vada a vantaggio dell'intera comunità.

In tal senso trova più spazio la Terza Missione universitaria nel segno della valorizzazione delle conoscenze, tramite l'implementazione di interazioni consapevoli con molteplici identità territoriali.

Tale mutamento si pone in linea con la Raccomandazione (UE) 2024/736 in cui la Commissione Europea è intervenuta in tema di buone pratiche sul coinvolgimento dei cittadini per la valorizzazione delle conoscenze.

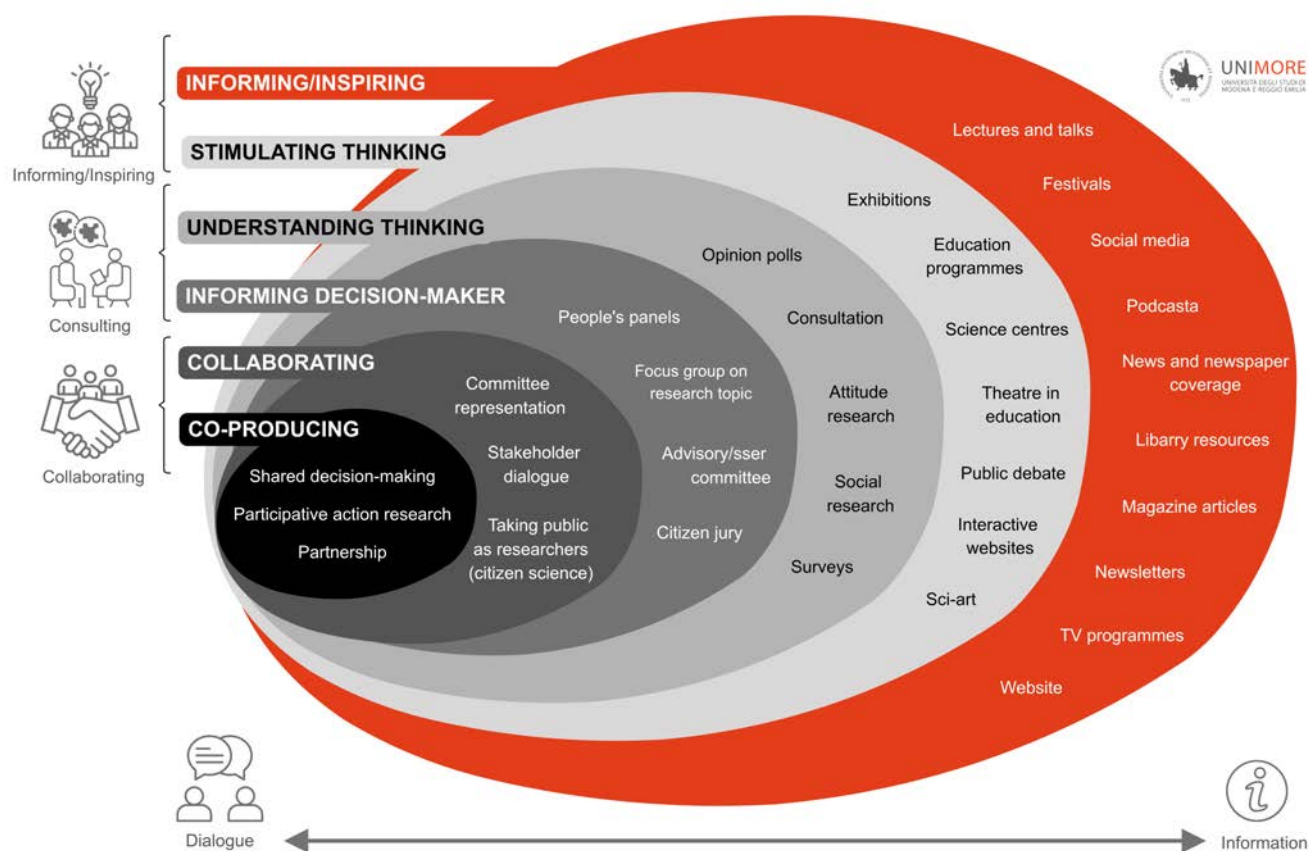
La Raccomandazione (UE) 2024/736 su *“un patto per la ricerca e l'innovazione in Europa invita a promuovere un coinvolgimento più attivo della società nella ricerca e innovazione in tutte le dimensioni, per concorrere all'azione di sensibilizzazione sui benefici e sull'impatto della ricerca e innovazione nella vita quotidiana delle persone, garantire una maggiore diversità degli approcci per elaborare e attuare le politiche in materia di ricerca e innovazione e rendere la R&I più pertinente per la società”.*

Aggiunge anche che *“Il coinvolgimento dei cittadini nella valorizzazione delle conoscenze comporta opportunità e sfide in quanto può interessare attori diversi, quali università, organizzazioni di ricerca, imprese (incluse le piccole e medie imprese, PMI), comunità locali e comuni, organizzazioni non governative (ONG), gruppi di cittadini, parti sociali e istituzioni artistiche e culturali, ciascuno portatore di competenze e contributi specifici per la valorizzazione efficace delle conoscenze”.*

Questa ampia idea di impegno e responsabilità delle Università e degli Enti di ricerca nei confronti di tutte le parti interessate si concretizza in azioni che, con riferimento alla tassonomia utilizzata da ANVUR nel Bando VQR 2020-2024 (cfr. pagg. 7-10), non si limitano a quelle contemplate nella tematica III “Public Engagement”, ma includono anche la tematica II “Produzione, gestione di beni pubblici”, la tematica IV “Scienze della vita e salute” e la tematica V “Sostenibilità ambientale, inclusione e contrasto alle disuguaglianze, con particolare riferimento agli obiettivi dell'Agenda ONU 2030”.

Il noto modello “a cipolla” del Public Engagement mostra le differenti tipologie di interazione delle ricercatrici e dei ricercatori con il pubblico, da un minimo livello di coinvolgimento ad un livello massimo di interazione.

Per ogni tipologia il modello fornisce diversi esempi di attività di PE.



Basato sulla “PE Onion” di Wellcome Trust, adattata dall'Ufficio PE di Unimore

I BANDI PUBLIC ENGAGEMENT D'ATENEIO

Per Unimore è divenuta un asset strategico l'agevolazione dell'attività di Public Engagement di docenti, ricercatori e ricercatrici che possono tradurre i risultati della ricerca in valore pubblico (impatto), arricchendo le progettualità attraverso il coinvolgimento di ogni componente accademica (studenti compresi) e della società stessa, attraverso procedure competitive e non.

Parte del Fondo Terza Missione è stato destinato al sostegno e all'incentivazione del PE che, svolto senza scopo di lucro, trova così una fondamentale risorsa per la copertura dei costi vivi per la realizzazione di svariate attività.

L'elenco dei progetti finanziati attraverso i Bandi PE d'ateneo, dall'anno 2020 in poi, è consultabile sul sito della Direzione.

Con continuità, dunque, l'Ateneo dal 2020 ogni anno ha predisposto e gestito una procedura competitiva (Bando PE modalità aperta) rivolta a docenti e ricercatrici/ricercatori che si sono dedicati a progetti di PE.

Di seguito le caratteristiche necessarie e premiali richieste dal bando per i progetti candidabili:



- Chiarezza e accuratezza nella descrizione del progetto e delle prospettive di impatto;
- Descrizione del ruolo della/e struttura/e;
- Predisposizione di un budget congruente con le attività previste;
- Indicazione del legame con i percorsi di ricerca e/o didattica e piani e programmi nazionali e internazionali di ricerca;
- Stesura di piano di comunicazione per massimizzare l'impatto delle attività;
- Individuazione di indicatori di impatto nella triplice dimensione sociale, culturale ed economica;
- Identificazione chiara dei destinatari;
- Formalizzazione di collaborazioni con soggetti esterni;
- Multidisciplinarietà, livello di complessità del progetto e coinvolgimento di diversa componente accademica;
- Riproducibilità dell'iniziativa di PE proposta;
- Monitoraggio pre-evento (ove possibile) e monitoraggio nel tempo per verificare impatto a medio/lungo termine.

In linea con la procedura valutativa a livello nazionale (esercizi VQR), anche nell'ambito del Bando grande rilevanza viene attribuita all'impatto (nella sua triplice dimensione: culturale, sociale ed economica) e ai suoi indicatori monitoraggio (KPI).

Impatto culturale del PE

L'impatto culturale si traduce in una comunità più informata, consapevole e partecipe del dibattito scientifico e culturale; esso presuppone la capacità dell'azione di PE di diffondere la conoscenza, stimolare curiosità e pensiero critico e promuovere la curiosità verso la cultura scientifica, artistica e umanistica nella società, rendendo accessibili al pubblico i risultati della ricerca scientifica.

Impatto sociale del PE

L'impatto sociale si traduce in una comunità meglio preparata per affrontare le sfide collettive; esso presuppone la capacità dell'azione di PE di favorire coesione, inclusione, partecipazione attiva e miglioramento della qualità della vita della comunità, coinvolgendo cittadini, scuole, associazioni e istituzioni in forme di dialogo e collaborazione, attraverso workshop, laboratori, citizen science o iniziative di codesign.

Impatto economico del PE

Anche se non nasce con finalità commerciali, l'attività produce sul contesto territoriale e sociale ricadute economiche dirette e indirette, come stimolare l'innovazione, contribuire allo sviluppo del capitale umano e, talvolta, generare un vero e proprio indotto economico locale oppure offrire conoscenze utili ai decisori pubblici e alle imprese per politiche di investimenti sul territorio.

Di seguito due esempi, puramente teorici, di attività di Public Engagement, con evidenziati i tre tipi di impatto e gli strumenti per misurarlo (KPI - Key Performance Indicator):

Attività *Citizen Science*
(es. coinvolgimento attivo dei cittadini nella raccolta di dati scientifici sull'ambiente)

Impatto	CULTURALE	SOCIALE	ECONOMICO
	○ Promozione della cultura scientifica ○ Diffusione del metodo scientifico ○ Sviluppo di competenze scientifiche nei partecipanti	○ Empowerment della comunità ○ Aumento della consapevolezza ambientale e delle decisioni collettive informate ○ Rafforzamento della collaborazione tra cittadini, scuole e istituzioni ○ Creazione di comunità attive sul tema della sostenibilità	○ Produzione di dati reali utili a politiche pubbliche ○ Possibile riduzione dei costi di monitoraggio e raccolta dati da parte degli enti pubblici e privati ○ Possibili collaborazioni con startup e/o enti del territorio
KPI	✓ Numero dei cittadini formati ✓ Percentuale di partecipanti che comprende meglio il metodo scientifico (survey) ✓ Numero di ore di formazione scientifica erogata ✓ Numero di materiali formativi distribuiti	✓ Numero di cittadini attivi nel progetto ✓ Numero di dati raccolti e validati ✓ Numero di incontri e di reti create ✓ Percentuale di partecipanti che adotta comportamenti più sostenibili (survey)	✓ Risparmi generati (es. monitoraggi) ✓ Partnership attivate ✓ Valore economico del dataset prodotto ✓ Numero di decisioni o politiche pubbliche supportate dai dati raccolti

Attività *Laboratorio con le scuole*
(es. materie STEM con attenzione all'inclusione e all'accessibilità)

Impatto	CULTURALE	SOCIALE	ECONOMICO
	○ Crescita culturale degli studenti e aggiornamento degli insegnanti ○ Aumento dell'interesse per la scienza	○ Maggiore motivazione degli studenti verso percorsi scientifici ○ Sviluppo di nuove competenze civiche, collaborative e digitali	○ Aumento dell'attrattività dei corsi e delle immatricolazioni future ○ Creazione di indotto economico per servizi

KPI

○ Rafforzamento del pensiero critico ○ Avvicinamento al metodo scientifico	○ Inclusione di scuole o gruppi in condizioni svantaggiate	- locali (trasporto, mensa, laboratori, materiali) ○ Possibilità di diventare la base per nuovi finanziamenti ○ Attivazione di partnership con aziende, fondazioni ed enti pubblici
✓ Numero di studenti partecipanti ✓ Numero di scuole coinvolte ✓ Numero di ore di attività scientifica svolte e di esperimenti realizzati ✓ Numero di ricercatori/docenti coinvolti ✓ Numero e qualità dei materiali divulgativi prodotti ✓ Percentuali di studenti che dichiara un aumento delle conoscenze (survey) ✓ Numero di elaborati prodotti dagli studenti	✓ Quantità di studenti orientati verso percorsi STEM dopo il laboratorio (survey) ✓ Livello di soddisfazione di studenti e insegnanti (survey) ✓ Numero di studenti provenienti da contesti fragili o con bisogni educativi speciali (BES) ✓ Numero di accordi di collaborazione tra università e scuole ✓ Numero di attività con focus inclusione e accessibilità	✓ Incremento di iscrizioni ai corsi connessi all'attività ✓ Numero di partnership attivate ✓ Valore economico di partnership e contributi attivati ✓ Indotto stimato sul territorio ✓ Numero di progetti finanziati grazie all'attività

IL NETWORKING CON ENTI ED ASSOCIAZIONI LOCALI, NAZIONALI ED EUROPEE OPERANTI NELL'AMBITO DEL PUBLIC ENGAGEMENT

Al fine di favorire l'attività di networking nazionale nel campo del Public Engagement l'Ateneo è socio fondatore della **Rete italiana degli Atenei ed Enti di Ricerca per il Public Engagement (APEnet)**. Fondata nel 2018 e costituitasi in Associazione nel 2022 per consolidare e rendere visibile il ruolo del Public Engagement in Italia, comprende circa sessanta enti tra Università, Politecnici, Scuole Superiori ed Enti di Ricerca.

Per il triennio 2025-2027 Unimore ha un proprio membro nel Consiglio Direttivo dell'associazione.

In ambito regionale Unimore è socia di **Art-ER**, Società Consortile dell'Emilia-Romagna nata per favorire la crescita sostenibile della regione attraverso lo sviluppo dell'innovazione e della conoscenza, l'attrattività e l'internazionalizzazione del territorio.

Un nuovo modello di innovazione territoriale trasformativa sviluppato dal progetto ECOSISTER

Dal 2022 Unimore è parte del progetto PNRR **Ecosystem for Sustainable Transition in Emilia-Romagna (ECOSISTER)**, che accanto alle attività di ricerca ha previsto un intenso [Programma di Innovazione e Trasferimento Tecnologico \(TTIP\)](#) per promuovere la ricerca come principale driver dell'innovazione per la transizione ecologica dell'Emilia-Romagna, senza tralasciare il necessario coinvolgimento dei territori nel processo di innovazione attraverso il Public Engagement, che ha favorito l'incontro tra gli attori locali e del terzo settore per stimolare il cambiamento trasformativo.

In particolare, la linea di azione PUBLIC ENGAGEMENT ha incentivato la **co-progettazione di azioni innovative** orientate alla transizione ecologica attraverso la collaborazione tra Ricerca e Società civile, in 11 Percorsi di Innovazione Territoriale Trasformativa.

I **Percorsi** sono stati attivati sulla base di **Sfide** di Transizione Ecologica su tutte le province della regione Emilia-Romagna, dai territori montani alle località costiere, esplorando diversi ambiti: dall'economia circolare, alla mobilità sostenibile, dalla protezione della biodiversità alla rigenerazione urbana, con le tematiche dell'innovazione sociale e della Ricerca e Innovazione Responsabili a fare da sfondo.

Il coinvolgimento attivo degli attori del territorio è stata la chiave di volta del successo di questa iniziativa. Attraverso figure chiave come i **"Challenge Owner"** (i portatori delle sfide) e gli **"Agenti di Innovazione Territoriale Trasformativa"** è stato possibile un confronto tra diverse prospettive, arricchendo reciprocamente le competenze in gioco. Questo metodo ha permesso di costruire un portafoglio di interventi concreti e di individuare, tramite un bando pubblico, soluzioni innovative in risposta ai bisogni emersi. Associazioni di categoria, enti del Terzo Settore e pubbliche amministrazioni hanno presentato la propria Sfida di transizione ecologica e sono stati messi in contatto con il mondo della ricerca e dell'innovazione.

Il metodo utilizzato ha così permesso a soggetti con ruoli diversi di lavorare insieme e di condividere modalità operative e punti di vista differenti, in un'interazione strategica e costruttiva per la risoluzione delle Sfide. Di seguito una breve descrizione dei due percorsi che hanno interessato i territori di Modena e Reggio Emilia:

Percorso Modena

C4-Bio, Sviluppo di soluzioni collaborative per affrontare i cambiamenti climatici e conservare la Biodiversità: nel territorio modenese, Foreste per Sempre OdV insieme a Legambiente, Circolo Angelo Vassallo APS e Gruppo Modenese Scienze Naturali APS hanno proposto una sfida per contrastare gli effetti dei cambiamenti climatici e della perdita di biodiversità, attraverso l'educazione ambientale e la sensibilizzazione di scuole, associazioni, media e amministrazioni.

L'obiettivo della sfida "C4-Bio" è stato quello di promuovere una maggiore comprensione di quanto questi fenomeni incidano sugli ecosistemi naturali e soprattutto sugli antropoeosistemi. Ci si è proposti inoltre di incentivare comportamenti responsabili, valorizzando il ruolo della cittadinanza attiva e delle giovani generazioni, di favorire la creazione di infrastrutture per tutelare la biodiversità e di incoraggiare la resilienza urbana.

La Soluzione selezionata è stata “MICROBIOMO – Miglioramento e creazione di MICROhabitat per la BIODiversità nella città di MODena”, proposta da Lipu ODV. MICROBIOMO con la finalità di favorire la tutela e il ripristino della biodiversità in ambito urbano, attraverso la creazione di microhabitat per specie animali in declino. La proposta ha cercato inoltre di valorizzare la componente educativa e relazionale degli spazi verdi, aumentando la loro fruibilità e la consapevolezza ambientale della comunità

Percorso Reggio Emilia

HUB economia circolare inclusiva: dalla transizione ecologica alla transizione sociale: a Reggio Emilia, Legacoop Emilia Ovest insieme a Fondazione E35, Fondazione Reggio Children e Consorzio Cooperative Sociali Quarantacinque ha proposto una sfida per connettere sostenibilità ambientale e inclusione sociale, attivando percorsi di co-progettazione sull'economia circolare in ambiti come lo spazio urbano, l'alimentazione, la moda sostenibile e la gestione dei materiali.

L'obiettivo della sfida è stato quello di sviluppare un hub territoriale per favorire l'attivazione di reti inclusive e collaborative, capaci di promuovere pratiche sostenibili e innovative in grado di rispondere anche a bisogni sociali: inclusione lavorativa di soggetti fragili, formazione diffusa, rigenerazione degli spazi pubblici e costruzione di relazioni di comunità.

La soluzione selezionata è stata “Re-HUB: Innovazione circolare, inclusione reale”, proposta da Peperoncineria Paladino srl.

È stato proposto lo sviluppo di un hub dedicato all'economia circolare e all'inclusione sociale, dove valutare la fattibilità di laboratori circolari focalizzati sul riuso e il riciclo. Il progetto ha raccolto le migliori pratiche esistenti e con lo scopo di identificare modelli di gestione efficaci e sostenibili per garantire un impatto concreto su Reggio Emilia.

6) SERVIZI A SUPPORTO DELLA TERZA MISSIONE

ACCORDI

Gli uffici della Direzione supportano le ricercatrici e i ricercatori per la stesura di convenzioni e accordi di Terza Missione.

In particolare, sono disponibili sul sito della direzione bozze e modelli di:

- **Accordi Quadro** per attività di Terza Missione, d'Ateneo e di singole strutture, volti a formalizzare la comunione di intenti e la volontà di collaborare prevedendo le condizioni generali che disciplineranno le specifiche progettualità;
- **Accordi specifici/attuativi** per attività di Terza Missione, d'Ateneo e di singole strutture, per disciplinare specifiche attività e/o progetti, spesso riconducibili ad accordi quadro già in essere.

Contatto per il supporto alla stesura degli accordi: terzamissione@unimore.it tel. 059 205 6674 (per ambito public engagement e rapporti con la società) o ilo@unimore.it (per ambito Trasferimento Tecnologico).

PIATTAFORMA IRIS: MODULO PE E MODULO CONTRATTI

La raccolta delle attività di PE avviene tramite l'inserimento delle iniziative all'interno del modulo PE di IRIS, che prevede le seguenti categorie di attività:

- 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;
- Altre iniziative di Public Engagement.

Per supporto scrivere a terzamissione@unimore.it oppure chiamare il numero 059 205 6674 (Manuale per l'utilizzo di IRIS per la sezione PE).

La Direzione supporta inoltre le ricercatrici, i ricercatori e il personale tecnico-amministrativo per l'inserimento in IRIS della documentazione per i contratti di ricerca commissionata.

Per supporto scrivere a terzamissione@unimore.it oppure chiamare il numero 059 205 6486.

Per il supporto tecnico su IRIS: supporto.iris@unimore.it

7) IMPATTO E MONITORAGGIO DELLA TERZA MISSIONE - VALORIZZAZIONE DELLE CONOSCENZE

La valorizzazione delle conoscenze è per sua natura finalizzata a determinare un impatto, da intendersi come modifica migliorativa, consolidata e duratura, a favore della società e del territorio.

Occorre dunque procedere ad una preliminare distinzione concettuale, evidenziata nel prospetto che segue, tra:

Output/ Key exploitable results	The outputs generated during the project which can be used, either by the project partners or by other stakeholders
Outcomes	The expected effects of the project results fostered by the dissemination and exploitation (uptake, deployment of the project's results by direct target groups). Outcomes generally occur during or shortly after the end of the project
Impact	Long term wide effects on the society (including the environment), the economy and on science. It is enabled by the outcomes

Terminologia UE. Fonte: Meta-Group 2022

L'ultima definizione in ordine di tempo di impatto è *“la trasformazione o il miglioramento che, eventualmente tenendo conto della produzione scientifica prodotta dall'Istituzione sul caso, si sono generati per l'economia, la società, la cultura, la salute, l'ambiente e il contributo dato alla riduzione delle disuguaglianze economiche, sociali e territoriali, per migliorare la qualità della vita in tutti gli ambiti in cui opera l'Istituzione. Per impatto deve, altresì, intendersi il contributo alla riduzione o alla prevenzione di danni e rischi, o altre esternalità negative. Si valuterà l'impatto generato all'esterno, considerando anche le eventuali ricadute all'interno delle Istituzioni valutate”* (ANVUR, Valutazione della Qualità della Ricerca 2020-2024, Documento sulle modalità di valutazione dei casi studio Gruppo di Esperti della Valutazione Attività di valorizzazione delle conoscenze - GEV Interdisciplinare, 2024)

Di seguito le tre dimensioni dell'impatto:

Dimensione sociale	La dimensione sociale riguarda la capacità delle Istituzioni di mobilitare la conoscenza e le tecnologie, anche attivando percorsi di trasformazione e adattamento di conoscenza scientifica e tecnologica alle necessità di imprese appartenenti a settori industriali diversi. Sarà apprezzata anche la capacità di adottare modelli gestionali e contrattuali complessi in forma sostenibile dal punto di vista economico, finanziario ed organizzativo, specialmente in un'ottica di medio-lungo termine
--------------------	--

Dimensione economica	La dimensione economica riguarda la capacità di accrescere la competitività e rafforzare la competitività di imprese ed altri soggetti coinvolti, nonché di reti territoriali mediante la creazione di opportunità di collaborazioni e il trasferimento delle conoscenze, per consentire alle imprese del territorio di produrre innovazioni che magari non avrebbero realizzato per mancanza di risorse relazionali, riuscendo così ad accedere anche alle reti mondiali di produzione e circolazione della conoscenza.
Dimensione culturale	La dimensione culturale attiene al contributo delle istituzioni nello sviluppo di modelli di produzione e trasformazione della conoscenza in cooperazione stretta con il mondo produttivo ed altri attori sociali, anch'essi portatori di saperi e linguaggi rilevanti ed originali. Essa si estende a considerare anche la diffusione di conoscenze e applicazioni tecnologiche, standard tecnici, metodi organizzativi, innovazioni culturali nelle piccole e medie imprese, in modo da accrescerne la produttività, migliorarne le condizioni di lavoro e minimizzarne l'impatto ambientale. Sarà rilevante anche la dimensione culturale riguardante la società in generale, ed in particolare i giovani.

ANVUR, Valutazione della Qualità della Ricerca 2020-2024, Documento sulle modalità di valutazione dei casi studio Gruppo di Esperti della Valutazione Attività di valorizzazione delle conoscenze - GEV Interdisciplinare, 2024

Alla luce della definizione e delle specifiche sopra rese, appare evidente come si renda imprescindibile la verifica e la misurazione dell'impatto sia in funzione del miglioramento nella progettazione delle attività sottese, sia in prospettiva valutativa, laddove si consideri che anche la Terza Missione rientra negli ambiti verificati da Anvur.

È necessario quindi procedere ad un monitoraggio accurato e costante delle attività, degli output, degli outcome e infine dell'impatto, secondo modalità e strumenti da prevedere e adottare sin dalla fase di progettazione e che consentono di rilevare dati quantitativi e qualitativi utili a tale verifica.

Il monitoraggio e l'auto valutazione divengono quindi strumenti principe per garantire un miglioramento continuo ed efficace, in coerenza con gli obiettivi strategici dell'Ateneo.

Nell'ambito dei dati quantitativi che gli uffici delle Direzione possono ricavare dalla consultazione delle Banche dati di Ateneo, si possono annoverare:

1) **Brevetti** - Numero di brevetti a livello di Ateneo o di Dipartimento (numero di brevetti in cui almeno un inventore afferisce al Dipartimento). Possono essere considerati i brevetti attivi in un determinato anno/periodo oppure i brevetti depositati in un determinato anno/periodo (dati ricavati dalla banca dati dei brevetti a titolarità Unimore a disposizione dell'Ufficio Valorizzazione della Ricerca e Promozione dell'Innovazione);

2) **Spin off** - Numero di spin-off attivi (intesi come ancora all'interno del periodo di accreditamento Unimore) a livello di Ateneo o di Dipartimento (con delibera di dipartimento che abbia fornito parere positivo sulla costituzione). Possono essere considerati gli spin off attivi o costituiti in un determinato anno oppure attivi e costituiti in uno specifico periodo (dati ricavati dalla banca dati degli spin off accreditati Unimore a disposizione dell'Ufficio Valorizzazione della Ricerca e Promozione dell'Innovazione);

3) **Public engagement** - Numero di iniziative PE caricate sulla banca dati iris PE a livello di Ateneo o Di Dipartimento (estrazione effettuata per specifico Dipartimento) (Dati ricavati dalla banca dati IRIS PE); finanziamenti ottenuti tramite bandi Public Engagement di Ateneo assegnati allo specifico Dipartimento (dati ricavati dalle assegnazioni effettuate nell'ambito dei bandi PE).

4) **Ricerca Commissionata** - Annualmente viene effettuata un'analisi sull'andamento dei contratti di ricerca commissionata, articolata per Dipartimento o Centro Interdipartimentale, nonché sui relativi committenti (localizzazione, settori ATECO, comparto economico, fasce di valore di affidamento ecc), attraverso l'elaborazione dei dati estratti dal gestionale di contabilità pubblica U-Gov e dal Modulo Contratti di IRIS-AP.

Il monitoraggio può essere reso maggiormente approfondito facendo riferimento ai diversi dati relativi ad ogni unità monitorata (es. con riferimento alle iniziative di PE caricate su IRIS, la consultazione offre la possibilità di rilevare i target, il numero di partecipanti, il numero di docenti coinvolti e i relativi settori disciplinari etc.),

Nasce da tale considerazione l'invito a compilare tempestivamente e con accuratezza le banche dati che, lungi dall'essere un mero "adempimento burocratico", rappresentano uno strumento strategico per avere una visione esaustiva e attendibile della Terza Missione di Ateneo.

Box di approfondimento: Valutazione della Terza Missione in Italia



Il concetto di "Terza Missione", nato con riferimento al ruolo che l'università ha assunto nel contesto della società della conoscenza, quale ponte tra il mondo accademico e la società nel suo complesso, ha stimolato l'università a rafforzare il proprio ruolo di catalizzatore di diversificati processi di sviluppo economico, sociale e culturale, attuati congiuntamente ad altri attori sociali.

Da "Terza Missione" – ulteriore rispetto a quelle tradizionali della didattica e della ricerca, in quanto necessaria a promuovere l'innovazione e contribuire allo sviluppo economico - in linea con le importanti trasformazioni del XXI, la valorizzazione delle conoscenze sta assumendo una propria nuova e complessa identità, che pone l'università al centro del progresso, non solo economico, ma anche socio-culturale dell'umanità, scardinando definitivamente quella connotazione di chiusura e autoreferenzialità rappresentata da un'università come torre d'avorio, per ricondursi invece a nuove dinamiche relazionali con soggetti terzi, a nuove strutture di governance e a rinnovati sistemi di valutazione, a garanzia di qualità e trasparenza. E' con il sistema di Autovalutazione, Valutazione esterna e Accredimento (AVA) che la Terza Missione diventa ambito di valutazione, come la ricerca e la didattica; pressoché contestualmente, nell'ambito del primo esercizio VQR (2004-2010) viene in rilievo anche "la propensione delle strutture all'apertura verso il contesto socio-economico, esercitata attraverso la valorizzazione e il trasferimento delle conoscenze"; i successivi DM 47/2013 e DM 987/2016 identificano gli indicatori e i parametri di valutazione periodica, riconoscendo a tutti gli effetti la Terza Missione come una missione istituzionale delle università, accanto alle missioni tradizionali di didattica e ricerca.

Nel contesto del sistema AVA, ANVUR predispone un processo informatizzato per raccogliere i dati di Terza Missione da parte di Atenei e Dipartimenti, i dati di Terza Missione, all'interno di una Scheda Unica Annuale (SUA-TM), che seppur ancora applicabile, non è stata formalmente proposta agli Atenei successivamente al secondo esercizio VQR (2011 – 2014).

Una modifica importante è intervenuta con la VQR 3 (2015 -2019) che ha profondamente innovato il sistema di valutazione della Terza Missione, focalizzato, attraverso la presentazione di "casi studio" da parte degli Atenei, sull'impatto realizzato nell'arco temporale di riferimento.

Questa innovativa impostazione, che ha previsto il conferimento da parte degli Atenei di Casi di Studio descrittivi delle attività di Terza Missione con impatto economico, sociale e culturale, è stata confermata nel successivo [Bando VQR](#) relativo al periodo 2020-2024

La metodologia di conferimento dei casi studi ha costituito una forma di analisi empirica volta a mettere in evidenza l'impatto, attraverso l'indagine di un fenomeno nel suo contesto e attraverso una rielaborazione ex post.

Il conferimento è avvenuto attraverso la produzione di moduli predisposti da Anvur in cui, accanto a sezioni compilative (es. titolo, dipartimenti proponenti, aree tematiche e campi d'azione, aree scientifiche e personale accademico di riferimento, parole chiave, pubblicazioni scientifiche riferibili al caso) si sono previste sezioni descrittive riferite sia alle attività svolte, sia all'impatto generato (sia con riferimento al contesto interno, sia a quello esterno) e identificato attraverso indicatori nella triplice dimensione economica, sociale e culturale, da suffragare attraverso dati qualitativi e quantitativi di misurazione.

I casi studio valutati nell'ambito della VQR 2015-2019 da parte del nostro Ateneo sono consultabili al link <https://prodotti-vqr.cineca.it/web/app.php/cerca>

Fonte: Gruppo di lavoro CRUI "Terza Missione/Impatto Sociale"

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

[ANVUR, Modalità di conferimento dei casi studio di valorizzazione delle conoscenze, VQR 2020-2024, 2024](#)

[ANVUR, Valutazione della Qualità della Ricerca 2020-2024, Documento sulle modalità di valutazione dei casi studio Gruppo di Esperti della Valutazione Attività di valorizzazione delle conoscenze \(GEV Interdisciplinare\), 2024](#)

[ART-ER \(a cura di\), Percorsi di Innovazione su Sfide territoriali di transizione ecologica. Un esperimento di Public Engagement in Emilia-Romagna, 2025](#)

[Blasi B., SOCIETÀ E UNIVERSITÀ, Valutazione e Impatto Sociale, FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy, 2023](#)

[Bornmann L., What is Societal Impact of Research and How Can it Be Assessed? A Literature Survey, "Journal of the American Society for Information Science and Technology", 64, 2, 217-233, 2013](#)

[Donovan C., The Qualitative Future of Research Evaluation, "Science and Public Policy", 34, 8, 585-597, 2007](#)

[Donovan C., State of the Art in Assessing Research Impact: Introduction to a Special Issue, "Research Evaluation", 20, 3, 175-179, 2011](#)

[Fronzizi R., LA TERZA MISSIONE DELLE UNIVERSITÀ, Strategia, valutazione e Performance, Giappichelli Editore, 2020](#)

[Gruppo di lavoro CRUI "Terza Missione/Impatto Sociale", Indicatori e strumenti di misura dell'impatto – Executive Summary, 2023](#)

Piazza S., Matteucci M.C., La valutazione d'impatto socio-economico e culturale della ricerca nelle scienze umane e sociali: uno studio di caso in una Università del Regno Unito, "RT. A Journal on Research Policy and Evaluation", 3,1, 2015

Yin R.K., Case Studies Research. Design and Methods, Thousand Oaks, Sage Publications, 2003