

Relazione sulle attività di Terza Missione svolte nel 2019

Introduzione

Il Dipartimento di Economia fin dalla sua istituzione ha perseguito obiettivi di Terza Missione, in particolare attraverso la diffusione dei risultati delle sue ricerche, il sostegno alle imprese e alle associazioni imprenditoriali, la collaborazione con le scuole e le comunità del territorio.

Negli ultimi anni, le attività a favore della divulgazione scientifica e della diffusione della conoscenza, così come le azioni volte al rafforzamento dei rapporti con gli stakeholder del territorio e per la promozione di nuova imprenditorialità, si sono intensificate, in coerenza con gli obiettivi strategici formulati dall'Ateneo in riferimento alla Terza Missione dei Dipartimenti per l'anno 2019:

- a) Creazione/Miglioramento degli Spin-Off (con incremento del numero dei dipendenti e/o finanziamenti implementati: valore assoluto)
- b) Aumento di collaborazioni/convenzioni con intermediari sul territorio
- c) Aumento Numero di progetti di partecipate che hanno come responsabile scientifico un docente della Vanvitelli
- d) Produzione e gestione di beni culturali (musei, scavi archeologici, palazzi storici),
- e) Formazione per gli adulti e life long learning
- f) Gestione di bio-banche
- g) Partecipazione/Gestione certificata di Clinical Trials
- h) Aumento del numero di eventi organizzati presso i siti museali
- i) Aumento del numero di visitatori
- j) Investimenti per manutenzione del patrimonio storico o artistico
- k) Aumento delle attività del Public engagement (ossia le moltissime interazioni che i Dipartimenti e gli enti di ricerca hanno con la società, i rapporti con le scuole, alta consulenza tecnica etc)
- l) Aumento delle pubblicazioni divulgative dei docenti
- m) Aumento delle partecipazioni di docenti a trasmissioni radiotelevisive
- n) Aumento delle partecipazioni a eventi pubblici di docenti
- o) Aumento degli articoli sulla stampa locale, nazionale e internazionale
- p) Aumento di eventi pubblici per la promozione del Dipartimento e la diffusione della cultura
- q) Aumento di corsi di educazione continua in medicina realizzati
- r) Aumento di corsi di formazione continua erogati

Fra questi parametri a scelta per il miglioramento delle politiche di Terza Missione, il Dipartimento nel CdD del 14 maggio 2019 ne ha scelti quattro, di cui uno – sempre su indicazione delle Linee dell'Ateneo – “punto debole” del Dipartimento:

1. aumento delle attività di public engagement;
2. aumento delle partecipazioni ad eventi pubblici dei docenti;

3. aumento degli articoli sulla stampa locale, nazionale ed internazionale (punto debole);
4. aumento di eventi pubblici per la promozione del Dipartimento e la diffusione della cultura.

Sul punto si allega relazione con analisi dettagliata delle attività 2019 in riferimento al [raggiungimento degli obiettivi stabiliti nel 2019](#).

La struttura della presente Relazione sulle attività di Terza Missione svolte nel 2019 è stata adottata seguendo le nuove *Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione / Impatto sociale SUA-TM/IS per le Università* pubblicate il 7 novembre 2018 dall'Anvur, anche in relazione a quanto richiesto dal Bando Anvur Valutazione Qualità della Ricerca 2015-2019 ex Art. 9.

In accordo con tale struttura, in particolare con quanto indicato dalla tabella 1 a pag. 5 delle *Linee guida*, e tenuto conto dell'ambito specifico delle attività svolte, il Dipartimento è chiamato a fornire informazioni relative ai seguenti elementi:

- *Obiettivi strategici di Terza Missione / Impatto sociale*
- *Attività conto terzi e convenzioni;*
- *Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta;*
- *Public engagement.*

1. Obiettivi strategici di Terza Missione/Impatto sociale

Il Dipartimento di Economia si è posto fin dal 2015 obiettivi di Terza Missione, come risulta dal Piano strategico di Dipartimento 2016-2018, approvato dal Consiglio nella sua seduta del 15 luglio 2015.

Nel Piano furono stabiliti quattro obiettivi strategici di Terza Missione da perseguire in via prioritaria:

- i) migliorare la reputazione e far crescere la visibilità del Dipartimento nei confronti degli stakeholder;
- ii) rafforzare il *public engagement* e le attività di divulgazione scientifica e culturale;
- iii) estendere le attività a sostegno della nuova imprenditorialità;
- iv) incrementare le attività conto terzi.

Le attività del Dipartimento negli ultimi anni si sono orientate a tali obiettivi, sia consolidando modelli già adottati con successo nel passato, sia sperimentando azioni innovative.

Si osserva inoltre che, allo scopo di pianificare e organizzare con maggior efficacia le attività di Terza Missione, il Consiglio di Dipartimento nella sua seduta del 7 novembre 2017 ha designato due delegati: la prof. Clelia Buccico per il *public engagement* e la dott. Laura Castaldi per il trasferimento tecnologico e la promozione dell'imprenditorialità.

Nel corso del 2019 **si è ulteriormente intensificata l'attività del Dipartimento nei confronti degli stakeholder territoriali**, sia attraverso accordi di collaborazione per la ricerca, sia con convenzioni finalizzate, sia infine con iniziative ed eventi di divulgazione aperti e rivolti ad un'audience extra-universitaria. Inoltre, si sono rafforzate le relazioni con gli ordini professionali e con le scuole del territorio, con alcune delle quali sono stati avviati laboratori didattici nell'ambito dei progetti di Alternanza scuola-lavoro; si è ulteriormente consolidato il rapporto con Confindustria, con la Camera di Commercio di Caserta, con la Direzione Regionale dell'Agenzia delle Entrate e con la Commissione Tributaria Regionale; si è concretizzata la collaborazione con la Diocesi di Capua e la Fondazione Next per la promozione di progetti di economia civile, iniziata nel 2018, culminata nel corso del 2019 con l'organizzazione della prima Scuola estiva di Economia Civile.

2. Attività conto terzi e convenzioni

Nel 2019, si è registrato un significativo incremento del valore delle attività conto terzi o svolte in convenzione con intermediari sul territorio, benché con una decisa contrazione del volume rispetto al precedente anno.

Con maggior dettaglio, sono da segnalare nell'anno le attività svolte a favore enti e istituzioni locali, quali l'IFEL Campania e la Fondazione CRUI.

Il totale dei ricavi generati da tale attività è stato pari a **140,3 mila euro** contro i **107,6 mila euro** del 2018, segnando il livello più alto nel triennio 2017-2019.

Sotto questa voce sono stati considerati anche gli oltre 8 mila euro di ricavi conseguiti dalla collaborazione con due enti di formazione (Gauss Jordan e Istituto Armando Curcio) per la realizzazione di quattro corsi "SAP" e un corso di "Business English e certificazione BULATS-Cambridge".

Qualora, si considerino fra le attività su commessa i progetti di ricerca realizzati nell'ambito dell'accordo dell'Ateneo con la Regione Campania e gestiti dal Dipartimento, il valore complessivo dei ricavi registrati nel 2019 salirebbe a **166,3 mila euro**. Considerando infine anche le risorse finanziarie associate all'ottenimento di un progetto POT MiUR, a seguito di un bando competitivo, il valore complessivo dei ricavi del 2019 ammonterebbe a **211,3 mila euro**.



Nel corso del 2019 si sono stipulate inoltre svariate convenzioni rivolte a rafforzare i rapporti tra il Dipartimento e i soggetti esterni, spesso espressione della territorio:

- Ordine dei Dottori Commercialisti di Napoli e di Brescia per la creazione di un Osservatorio di Economia e Fiscalità internazionale;
- Direzione Regionale dell’Agenzia delle Entrate per la formazione di funzionari e dirigenti della stessa;
- Commissione Tributaria Regionale per la formazione di giudici tributari;
- Camera di Commercio di Caserta e Ordine dei Dottori Commercialisti di Napoli Nord per la formazione di professionisti per la gestione della crisi;
- Is. “MATTEI” – Aversa;
- Is. “FEDERICO II” – Capua;
- Liceo “PIZZI” – Capua;
- Is. “TERRA DI LAVORO” – Caserta;
- Liceo “CORTESE” – Maddaloni;
- Liceo “CIRILLO” – Aversa;
- Liceo “FERMI” – Aversa;
- Is. “GALLO” – Aversa;
- Liceo “SEGRÈ” - San Cipriano;
- Liceo “Garofano” – Capua;
- Liceo “Da Vinci” – Vaerano.

Infine, benché non propriamente riconducibili fra le attività conto terzi, ma piuttosto identificabili come attività *pro-bono*, con un innegabile impatto sulla visibilità del Dipartimento, si segnalano la prosecuzione con la Diocesi di Capua e la Fondazione Next di un percorso di approfondimento aperto all’esterno sui temi dell’economia civile; la collaborazione con il consorzio di cooperative sociali NCO-Nuova Cooperazione Organizzata, per la realizzazione di un business plan focalizzato alla raccolta di risorse finanziarie per nuovi progetti di sviluppo; la realizzazione dell’analisi di impatto economico determinato dalle Catacombe di San Gennaro a Napoli.

3. Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

Nel corso del 2019 sono state rinsaldate le relazioni con gli istituti superiori del Casertano, con i quali fin dal 2017 è stato intrapreso un percorso innovativo di orientamento e consulenza per gli studenti. Con sette di questi istituti scolastici sono stati realizzati laboratori didattici nell’ambito di altrettante convenzioni di PCTO.

In questo contesto nel corso del 2019, in particolare, sono state pianificate e svolte attività di sperimentazione di corsi MOOC a favore degli studenti dei seguenti Istituti scolastici: Liceo “PIZZI” – Capua; Is. “TERRA DI LAVORO” – Caserta; Is. “GALLO” – Aversa; Liceo “Garofano” – Capua; Liceo “Quercia” – Marcianise; Is. “Siani” – Aversa; Is. “Andreozzi” – Aversa.

È stato inoltre aperto al pubblico esterno (con posti riservati) un corso di Digital Marketing, mentre si sono completate le attività di progettazione di un corso di

perfezionamento sulla gestione della crisi (in convenzione con la Camera di Commercio di Napoli Nord) e di un corso di perfezionamento in Diritto processuale tributario (in convenzione con DRE Campania e CTR Campania), che partiranno nel 2020.

4. Public engagement

Nell'anno è stato dato un forte impulso alle attività di *public engagement* realizzate attraverso incontri ed eventi di divulgazione aperti anche al pubblico non universitario e promossi sul sito di Dipartimento. In dettaglio, il calendario degli eventi, delle iniziative e degli incontri organizzati dal Dipartimento sono passati dai 6 del 2015 ai 23 nel 2016, ai 24 nel 2017, ai 35 nel 2018 fino ai 38 nel 2019, mostrando la forte attenzione nei confronti della comunità e, nel contempo, lo sforzo compiuto per rafforzare la reputazione e la visibilità del Dipartimento nel territorio.

A questi si aggiungono, come riportato nella relazione dettagliata delle attività del 2019 in riferimento al raggiungimento degli obiettivi prefissati, la partecipazione a eventi pubblici, gli articoli sulla stampa e gli eventi pubblici per la promozione del Dipartimento e la diffusione della cultura.

E ancora, nell'ambito delle attività di *public engagement* riconducibili a una strategia integrata di comunicazione, si segnala il rafforzamento delle azioni di comunicazione attraverso i *social network*, in particolare Instagram.