

Relazione 2022 sulle attività di Terza Missione

Introduzione

La Terza Missione dell'Ateneo, in modo coerente rispetto all'Agenda 2030, nell'ottica di assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, promuove opportunità di apprendimento permanente per tutti, sostiene l'attività di ricerca, favorisce l'innovazione, potenzia le attività di cooperazione allo sviluppo economico, sociale e culturale, agevola la diffusione della cultura del linguaggio di genere.

Alla luce del DR n. 1046 del 16.11.2021, che ha emanato gli obiettivi dei Dipartimenti per l'anno 2021, seguito da nota prot. n. 134003 del 01/09/2022, il Dipartimento di Economia ha definito i propri obiettivi legati alle attività di Terza Missione (TM) e di Trasferimento Tecnologico (TT) (come da verbale del Consiglio di Dipartimento del 20 gennaio 2022).

In tale prospettiva e in coerenza con gli obiettivi strategici di Ateneo, il Dipartimento di Economia ha perseguito obiettivi di Terza Missione, in particolare, attraverso la diffusione dei risultati delle sue ricerche e le azioni di divulgazione scientifica, il sostegno alle imprese e alle associazioni imprenditoriali, la collaborazione con le scuole, le istituzioni e le comunità del territorio, le attività di orientamento rivolte ai giovani per affrontare il mondo del lavoro.

Gli obiettivi 2022 si conformano alle linee guida ministeriali che concorrono a formare la prestazione istituzionale dell'Ateneo e agli specifici obiettivi della programmazione triennale 2021-2023, nonché al Piano Strategico di Ateneo 2021-2023 emanato con DR n. 725 del 2021.

Nel corso del CDD del 20.01.2022, in particolare, si è deciso di sostituire, nell'ambito del gruppo di indicatori a scelta per la TM e il TT per il biennio 22-23, il parametro 'aumento degli articoli su stampa locale, nazionale ed internazionale' (C.S2 - Valorizzare e promuovere attività di comunicazione, servizi, progetti, didattica e ricerca) (n) con 'aumento del numero di laboratori organizzati con le scuole - numero di docenti coinvolti - numero di studenti partecipanti' (TM4.S5 – Potenziare l'interazione con la scuola attraverso attività laboratoriali) (r), per la seguente motivazione: il punto (n) era stato selezionato nel 2019 in quanto corrispondente ad punto debole (e da rafforzare) del Dipartimento. Dato che l'aspetto nel corso degli ultimi anni è stato notevolmente rafforzato a livello dipartimentale, essendosi registrato un aumento significativo degli articoli pubblicati sulla stampa da parte dei docenti del Dipartimento, non potendosi più ritenere un punto debole, si è deciso di insistere su una tipologia di attività passibile di significativi miglioramenti come l'attività di laboratorio organizzata con le scuole di cui al punto (r).

Pertanto, gli obiettivi di TM per l'anno 2022 sono i seguenti:

1. aumento delle attività di *Public Engagement* (ossia delle interazioni del Dipartimento con la società, incluse le scuole e le imprese, anche ai fini di una collaborazione per un'alta consulenza tecnica) (TM 4 - Potenziare le attività di *Public Engagement*) (j);
2. aumento delle partecipazioni ad eventi pubblici dei docenti (C.S2 - Valorizzare e promuovere attività di comunicazione, servizi, progetti, didattica e ricerca) (m);
3. aumento di eventi pubblici per la promozione del Dipartimento e la diffusione della cultura (TM4.S3 - Organizzare eventi per promuovere l'Ateneo e la diffusione della cultura scientifica) (o);
4. aumento del numero di laboratori organizzati con le scuole - numero di docenti coinvolti - numero di studenti partecipanti (TM4.S5 – Potenziare l'interazione con la scuola attraverso attività laboratoriali) (r).

La struttura della seguente relazione segue le direttive contenute nel DR n. 1046 del 16.11.2021 ed è articolata in punti, corrispondenti agli obiettivi di Dipartimento 2022 sopra elencati.

In aggiunta ai predetti punti, sempre in linea con il DR n. 1046 del 16.11.2021, nella relazione si presenteranno anche i dati relativi alle attività conto terzi (TM1.S1), ai brevetti e spin-off e all'attività di supporto ai processi di creazione d'impresa e di trasferimento tecnologico (TT1.S6 e TT3.S3).

1. Aumento delle Attività di *Public Engagement* (j)

All'interno della Terza missione e in coerenza con gli indirizzi strategici di Ateneo (ex DR n. 1046 del 16.11.2021, di emanazione degli obiettivi dei Dipartimenti per l'anno 2021, seguito da nota prot. n. 134003 del 01/09/2022), il Dipartimento di Economia progetta e realizza attività di *Public Engagement* (insieme di attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società, rivolte ad un pubblico non accademico, secondo la definizione dell'ANVUR), interagendo con la Comunità, le Imprese, le Istituzioni e il Territorio, in una prospettiva sostenibile e inclusiva.

Pertanto, in relazione all'obiettivo di TM per l'anno 2022 di aumento delle attività di *Public Engagement* (ossia delle interazioni del Dipartimento con la società, incluse le scuole e le imprese, anche ai fini di una collaborazione per un'alta consulenza tecnica) (TM 4 - Potenziare le attività di *Public Engagement*) (j), ai fini del monitoraggio, la Commissione per la TM ha effettuato una disamina delle relative iniziative organizzate dal Dipartimento nel periodo preso in esame e un'analisi delle attività svolte individualmente dai docenti. Queste ultime, sono state identificate mediante un foglio Excel compilato dai singoli docenti.

In relazione all'attività realizzata nel 2022, la Commissione ha rilevato attività di partecipazione ad eventi di divulgazione scientifica organizzati in collaborazione con organizzazioni non universitarie (conferenze, mostre, incontri), partecipazione a festival scientifici (Giornata della Finanza alternativa, Salone Mediterraneo Responsabilità sociale), organizzazione di open day, iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori per la scelta dei percorsi universitari degli studenti; divulgazione

scientifico e contributo al dibattito pubblico attraverso interventi sui mass media (Spazio operazione Bezos. “Sistema Campania molto competitivo, arrivano i capitali” - intervista; Il salotto virtuale: presentazione del libro “Il sangue dei pomodori”; Il salotto virtuale: presentazione del libro “On line innovation” con Maria Vittoria Colucci; Il salotto virtuale: presentazione del libro di Sybil Von der Schulenburg; Il salotto virtuale: presentazione del libro di Luisa Pogliana); partecipazione a organi di organizzazioni non universitarie direttamente coinvolti nelle politiche attive (advisory board, CdA, comitati tecnico-scientifici); organizzazione di seminari a partecipazione aperta volti a stimolare una discussione costruttiva su temi economici di interesse generale con studiosi e operatori attivi di settore economico e finanziario locale e nazionale (Dall’osservazione empirica alle scelte di politica monetaria; La Roadmap per l’imprenditore: il business plan; L’approccio al mercato degli Emirati Arabi: opportunità e criticità per le imprese campane; fare impresa nell’industria della musica; Fare impresa nell’industria dei software della realtà aumentata, della realtà virtuale dell’interactive multimedia; Innovation and society 5.0) e molte altre iniziative di carattere istituzionale.

In conclusione, durante l’intero 2022 si riscontra, in perfetta sintonia con gli obiettivi prefissati, che gli eventi organizzati dal Dipartimento hanno raggiunto non solo un numero pari a 83 (dando seguito ad un percorso di costante crescita rispetto al 2021, in cui le iniziative suddette sono state pari a 77), ma che tali iniziative sono state realizzate per lo più nel territorio campano. Il che dimostra il notevole impegno profuso, in periodo difficile quale quello attuale (post pandemico e “bellico”) per rafforzare la reputazione e la visibilità del Dipartimento nel territorio e la forte attenzione nei confronti della Comunità, che deve essere destinataria di forme di apprendimento permanenti, trasversali e inclusive, in ottemperanza al Goal 4: Istruzione di qualità dell’Agenda 2030.

2. Aumento delle partecipazioni ad eventi pubblici dei docenti (m)

All’interno della Terza missione e in coerenza con gli indirizzi strategici di Ateneo (*ex* DR n. 1046 del 16.11.2021, di emanazione degli obiettivi dei Dipartimenti per l’anno 2021, seguito da nota prot. n. 134003 del 01/09/2022), i docenti del Dipartimento di Economia risultano molto attivi sul fronte della attività di Partecipazione a eventi pubblici. Pertanto, in relazione all’obiettivo di TM per l’anno 2022 di aumento delle partecipazioni a eventi pubblici di docenti (C.S2 - Valorizzare e promuovere attività di comunicazione, servizi, progetti, didattica e ricerca) (m), ai fini del monitoraggio, la Commissione ha effettuato un’analisi delle attività svolte individualmente dai docenti, nel periodo preso in esame. Queste ultime, sono state identificate mediante un foglio Excel compilato dai singoli docenti.

Nell’anno solare 2022 sono state censite in totale 99 attività di Partecipazione ad eventi pubblici. Tali attività sono state poi organizzate secondo alcuni voci che hanno facilitato l’analisi, fornendo un quadro complessivo chiaro sia sullo stato attuale, sia sull’orientamento del Dipartimento nei confronti di tale attività. La classificazione è stata realizzata in base a tali parametri:

1. Luogo di realizzazione
2. Data

3. Titolo
4. Obiettivi
5. Aree e Settori Scientifiche Disciplinari
6. Tipologia
7. Breve descrizione
8. Numero dei partecipanti

Dalla catalogazione effettuata, in realtà, sebbene non si riscontri sul piano quantitativo un aumento del numero di partecipazioni dei docenti ad eventi pubblici rispetto all'anno precedente (in quanto 99 erano nel 2021 e 99 sono nel 2022), si registra un miglioramento qualitativo delle partecipazioni stesse, essendo incrementate le trasferte presso Università italiane e estere, nonché la partecipazione in presenza dopo la lunga pandemia, non essendo più prevista la realizzazione di tali eventi esclusivamente on line. Vi è stato, dunque, anno dopo anno, un ripensamento dell'organizzazione delle attività al fine di valorizzare le esperienze e le competenze precedentemente sviluppate, in sintonia con il Goal 4: Istruzione di qualità dell'Agenda 2030 che si propone di fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.

3. Aumento degli eventi pubblici per la promozione del Dipartimento e la diffusione della cultura (o)

All'interno della Terza missione e in coerenza con gli indirizzi strategici di Ateneo (ex DR n. 1046 del 16.11.2021, di emanazione degli obiettivi dei Dipartimenti per l'anno 2021, seguito da nota prot. n. 134003 del 01/09/2022), il Dipartimento di Economia è molto attivo sul fronte della promozione del Dipartimento e la diffusione della cultura. Pertanto, in relazione all'obiettivo di TM per l'anno 2022 di aumento di eventi pubblici per la promozione del Dipartimento e la diffusione della cultura (TM 4.53 – Organizzare eventi per promuovere l'Ateneo e la diffusione della cultura scientifica), il Dipartimento di Economia promuove e programma attività culturali quali l'organizzazione di convegni, conferenze e seminari (Fresher's day. La passione per la musica che diventa impresa; Nicoletta Spagnoli: azienda di famiglia, il passato e il futuro), la partecipazione a incontri, dibattiti ed eventi divulgativi (Notte dei Ricercatori; Grand Challenges for Gen Z; Futuro Studente, dedicato alla divulgazione scientifica e all'orientamento per gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado) e le attività di formazione (Lab4 start-impresa sociale; L'economia nella Costituzione Italiana).

La Commissione ha effettuato la disamina delle relative iniziative del Dipartimento, nel periodo preso in esame, usufruendo della raccolta delle informazioni utili sugli eventi, già effettuata in modo organizzato dal Dipartimento, oltre che dai fogli Excel compilati dai singoli docenti.

Dalla analisi di tali dati emerge, nel 2022, oltre che un aumento in termini numerici degli eventi pubblici di promozione del Dipartimento e di diffusione della cultura (24 anziché 22 come nel 2021), una forte interdisciplinarietà nelle manifestazioni che non fa altro che favorire una visione multidisciplinare ma coesa e d'insieme della cultura promossa dal Dipartimento di Economia che desta sempre più interesse presso gli studenti delle scuole

secondarie, come dimostra il notevole incremento della loro partecipazione agli eventi di orientamento.

In conclusione è stata migliorata non solo la quantità ma anche la qualità delle iniziative educative (e non solo), incrementando l'efficienza e l'efficacia degli interventi per rispondere in modo migliore ai bisogni dei destinatari e di una comunità più ampia, cogliendo esigenze reali e nuove emergenze, in perfetta linea con il Goal 4: Istruzione di qualità dell'Agenda 2030 che si propone di fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.

4. Aumento del numero di laboratori organizzati con le scuole - numero di docenti coinvolti - numero di studenti partecipanti (r) – nuovo obiettivo 2022, corrispondente a punto debole

Al fine di potenziare l'interazione con la scuola attraverso attività laboratoriali, nel 2021, sono stati erogati n. 3 progetti diretti alle scuole secondarie (percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento - PCTO), a cui hanno partecipato in totale circa n. 1500 studenti. Per incrementare i PCTO erogati dal Dipartimento di Economia, nel 2022 è stato aggiunto un quarto percorso legato ai temi del PNRR. In totale, nel 2022, n. 1580 studenti hanno partecipato ai quattro PCTO erogati dal Dipartimento. Pertanto, l'obiettivo risulta centrato.

5. Attività per conto terzi (TM1.S1)

Per effetto delle forti relazioni del Dipartimento con le imprese, gli enti e le istituzioni del territorio, nel 2022 si è registrato un netto incremento del valore delle convenzioni c/terzi, corrispondente ad un numero totale di 4 convenzioni ed un importo complessivo di € 57.490,00. In termini comparativi, il numero di convenzioni è passato da 1 nel 2021 a 4 nel 2022 e il valore da € 7.000,00 nel 2021 a € 57.490,00 nel 2022. Con maggior dettaglio, sono da segnalare, per valore della convenzione, l'attività di supporto svolta a favore del Comune di Capua per l'adeguamento del sistema dei controlli interni alle novità introdotte dal D.L. 174/2012 e l'attività di consulenza per la predisposizione del primo Bilancio Sociale di Confindustria Caserta – Unione degli Industriali della Provincia.

6. Brevetti e spin-off

Sebbene il Dipartimento di Economia sia contraddistinto dalla presenza di competenze potenzialmente in grado di generare prodotti (spesso software) innovativi e suscettibili di valorizzazione economica, in virtù delle caratteristiche specifiche della ricerca interna alle aree e settori scientifico-disciplinari del personale afferente, l'attività svolta all'interno del Dipartimento non genera tradizionalmente innovazioni brevettabili. Ad oggi un solo docente del Dipartimento, il prof. Davide Dell'Anno, è inventore di idea brevettata (brevetto n. 0001426198, concesso in data 02 dicembre 2016).

Per quanto riguarda le imprese spin-off, nel 2022 si segnala che un docente del

Dipartimento, prof. Francesco Izzo, è stato tra i membri fondatori dello spin-off Circe srl (<https://www.unicampania.it/index.php/studenti/466-ripartizione-affari-general/spin-off/8973-circe-srl>), insieme a docenti e ricercatori del Dipartimento di Medicina di Precisione (Dipartimento proponente) e Sperimentale, del DISTABIF e di un docente dell'Università Parthenope di Napoli. Il Dipartimento proponente a livello di Ateneo è quello di Medicina di Precisione. Si segnala che lo spin-off Circe si è posizionato al II posto della graduatoria di merito nell'ambito della competition Start Cup Campania 2022, ricevendo anche il Premio speciale Contamination (per gruppi costituiti da membri provenienti da almeno due Atenei campani aderenti all'iniziativa). CIRCE si pone come un'iniziativa imprenditoriale, la cui attività consiste nella progettazione e successiva sperimentazione in vitro ed in vivo, di molecole proprie e di terzi, attraverso processi di sintesi razionale e di pro-drug delivery, prodotti che hanno un valore commerciabile nello scenario delle R&D biotecnologiche. Obiettivo di CIRCE in particolare è lo sviluppo di profarmaci innovativi in grado di bloccare la progressione del cancro al colon retto (CRC). Tali prodotti potranno, in futuro, essere fruibili dalla comunità biomedica e da quella delle Big Pharma.

I

