

Relazione sulle attività di Terza Missione 2015-2017

Introduzione

Il Piano strategico dell'Università della Campania Luigi Vanvitelli 2016-2020, ha identificato fra i suoi obiettivi strategici la realizzazione di attività di Terza Missione con la finalità principale di

«rafforzare la sua prossimità al tessuto sociale del territorio e intensificare le relazioni con le comunità – i cittadini, le associazioni culturali, il mondo del volontariato, il sistema delle imprese – che lo abitano, nella consapevolezza del ruolo fondamentale che un'istituzione che produce conoscenza può svolgere per la diffusione della cultura e del progresso scientifico in una regione in ritardo di sviluppo».

A tal fine, anche attraverso l'operato dei suoi Dipartimenti, l'Ateneo si è impegnato a

«promuovere azioni a sostegno della diffusione dei risultati della ricerca, favorendo l'imprenditorialità accademica e le altre forme di valorizzazione economica; incoraggiare i processi di innovazione collaborativa con le medie e piccole imprese della regione; moltiplicare le occasioni di interazione diretta con la società civile; sviluppare le attività di divulgazione scientifica, con una particolare attenzione verso il mondo della scuola e dei giovani della Campania».

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 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 con maggiore consapevolezza il mondo del lavoro.

Nell'arco temporale 2015-2017, si è progressivamente intensificato l'impegno del Dipartimento verso le attività di Terza Missione, come dimostrano ad esempio la costante crescita nel numero di eventi associati al *public engagement*, la nascita di un *web magazine* per la divulgazione dei risultati della ricerca e la diffusione della conoscenza, l'apertura di un account Instagram per promuovere le attività del Dipartimento fra i giovani e coinvolgere gli studenti nella costruzione di contenuti di comunicazione; l'adozione di un nuovo modello di relazione con il sistema scolastico, che ha condotto alla creazione di laboratori ad hoc attraverso il meccanismo dell'Alternanza scuola-lavoro.

In questi anni, si è fortemente consolidato il rapporto con le associazioni professionali, come è testimoniato per esempio dalla collaborazione del Dipartimento alla redazione della relazione del presidente di Confindustria Caserta in occasione delle assemblee annuali, e le istituzioni locali. In particolare, in collaborazione con il Comune di Capua si è istituito un Laboratorio di marketing territoriale.

Inoltre, è fortemente cresciuto l'impegno del Dipartimento, in particolare attraverso il suo Start Up Lab, nelle attività di promozione di nuova imprenditorialità, a vantaggio sia dei propri studenti, sia di studenti e docenti di altri dipartimenti, sia infine di giovani del territorio.

La struttura della presente Relazione sulle attività di Terza Missione svolte nel periodo 2015-2017, 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.

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

Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

Public engagement

Inoltre, per dar conto delle attività svolte a sostegno dello sviluppo di nuova imprenditorialità, si è inserito un paragrafo ad hoc, benché le *Linee guida* non prevedano che un Dipartimento universitario fornisca una valutazione puntuale di tali attività, assegnando il compito al solo Ateneo.

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.

2. Attività conto terzi

Nel periodo 2015-2017, si registrano un numero complessivo di 19 convenzioni o contratti relativi ad attività conto terzi o a contributi ricevuti a sostegno di attività di ricerca. In termini numerici, il numero di accordi e convenzioni è passato dai **9** del 2015 ai **5** del 2016 e del 2017.

Con maggior dettaglio, sono da segnalare per valore della convenzione, il progetto di ricerca svolto nel 2015 a favore di ANM Spa in tema di analisi organizzativa (47,5 mila euro, Iva compresa) e, nello stesso anno, le attività di ricerca e formazione a sostegno di spin-off e nuova imprenditorialità per il Consorzio di ricerche aerospaziali CIRA (45,1 mila euro, Iva compresa). Nel 2016, si segnalano le convenzioni con il gruppo Fiat Chrysler Automobiles (FCA), per un'attività di ricerca su innovazione e millennials nel settore dell'automotive (importo complessivo, Iva compresa, di 52,5 mila euro) e con il Museo Archeologico Nazionale di Napoli (MANN) per un progetto di ricerca nell'ambito delle nuove tecnologie per la valorizzazione di collezioni museali (48,2 mila euro, Iva compresa). Nel 2017, ben 4 delle 5 convenzioni hanno superato la soglia dei 20 mila euro ciascuna, con il progetto con maggiori ricavi rappresentato dal rinnovo dell'accordo con FCA, per una ricerca di medesimo importo (52,5 mila euro).

Il totale dei ricavi generati da tale attività nel triennio è stato pari a **410,1 mila euro**, per un valore di ricavi medi annui pari a **136,7 mila euro**, e un importo medio per convenzione pari a **21,6 mila euro**.

- L'**allegato A** alla presente Relazione | **Convenzioni e attività conto terzi 2015-2017** | presenta in forma di tabella gli accordi stipulati nell'anno e i relativi ricavi.

3. Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

Nel 2015 e nel 2016, il Dipartimento ha progettato e realizzato il modulo di Marketing territoriale per il percorso formativo destinato ai giovani amministratori italiani e organizzato dall'Anci, l'associazione dei comuni italiani.

Fra il 2016 e il 2017, il Dipartimento ha realizzato un innovativo percorso di marketing in azienda, progettato per conto di Laminazione Sottile Spa:

Nel corso del 2017, attraverso un modello dedicato, sono state strette relazioni con **24 istituti superiori** del Casertano, con i quali fin è stato intrapreso un percorso innovativo di orientamento e consulenza per gli studenti. Con cinque istituti scolastici sono stati realizzati laboratori didattici nell'ambito di altrettante convenzioni **Alternanza Scuola Lavoro** (nessuna nell'anno precedente).

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.

Fra il 2015 e il 2017 si contano **53** eventi, iniziative e incontri organizzati dal Dipartimento, passati nel triennio dai 6 del 2015 ai 23 nel 2016, ai 24 nel 2017, evidenziando lo sforzo compiuto per rafforzare la reputazione e la visibilità del Dipartimento nel territorio.

- L'**allegato B** alla presente Relazione | **Public engagement** | riassume in una tabella le attività svolte fra il 2015 e il 2017, indicando altresì obiettivi dell'iniziativa, descrizione, audience coinvolta, risorse economiche impiegate.

5. L'attività di supporto ai processi di creazione d'impresa e di trasferimento tecnologico

Il Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli sin dalle sue origini ha concentrato parte della propria attività didattica e di ricerca su tematiche quali la creazione d'impresa, l'imprenditorialità e l'innovazione. Nel corso degli anni, il Dipartimento ha saputo affermarsi come punto di riferimento per il territorio, annoverando una molteplicità di profili di alta specializzazione che da anni, e con diversi background ed esperienze operative, si interessano di creazione di impresa e supporto allo sviluppo dell'imprenditorialità. Numerosi sono stati i progetti finalizzati a promuovere lo sviluppo del sistema regionale campano.

Il Dipartimento è stato tra i primi in Italia ad aver attivato insegnamenti sui temi dell'imprenditorialità; della creazione d'impresa; della finanza innovativa. Più in particolare, il Dipartimento ha attivato svariati insegnamenti a sostegno della *student entrepreneurship* nell'ambito dei propri corsi di laurea sia triennale che magistrale, con impiego di metodologie didattiche attive (in linea con le caratteristiche delle conoscenze e competenze da trasferire agli studenti), potendo contare sulla presenza di laboratori muniti di attrezzature idonee allo svolgimento di attività informatiche e di simulazione di percorsi per la creazione d'impresa e per la realizzazione di *business plan*.

Tra i corsi attivi con particolare riferimento alle tematiche in oggetto vi sono:

- Business planning e creazione d'impresa
- Economia e gestione dell'innovazione
- Imprenditorialità e strategie di sviluppo

- Relazioni imprese-mercati
- Strategie e management dell'innovazione
- Economia dell'innovazione
- Economia e gestione delle imprese
- Marketing strategico e modelli di business
- Ricerche di mercato
- Analisi degli investimenti
- Performance management

In particolare, presso i laboratori del Dipartimento sono stati attivati percorsi di simulazione per la creazione d'impresa e la realizzazione del business plan che, nel corso degli anni, hanno riguardato numerosi insegnamenti.

Il Dipartimento, nell'ambito delle proprie attività istituzionali, promuove concretamente progetti ed iniziative nel campo della creazione di imprese start up ad elevata innovazione.

Collabora con l'Ateneo e i suoi Dipartimenti nelle attività di sostegno alla creazione di nuove imprese, offrendo servizi di assistenza e di accompagnamento alla redazione di business plan.

Collabora con istituti e strutture di riferimento per stimolare la nascita e lo sviluppo di nuove imprese e per la realizzazione di azioni di scouting per l'inserimento in incubatori, con l'obiettivo di favorire l'occupazione, in particolare valorizzando le potenzialità di giovani e ricercatori che siano capaci di affrontare percorsi imprenditoriali. In particolare, il Dipartimento da anni è importante punto di riferimento per avvicinare gli *startupper* all'ecosistema dell'innovazione e favorire l'incontro con i finanziatori, coinvolgendo una serie di istituzioni con cui ha una partnership, e business angel, anche attraverso l'organizzazione di eventi e *contest*, come le StartUp Weekend.

Dal gennaio 2015 all'interno del Dipartimento è stato istituito lo **Start up Lab**, il laboratorio per l'imprenditorialità e l'innovazione, che agisce anche come struttura tecnica di supporto alle attività di trasferimento tecnologico e spin-off di Ateneo. Start up Lab, facendo leva sul bagaglio di competenze e capacità in tema di creazione di impresa e imprenditorialità presenti nel Dipartimento, supporta la comunità locale per favorire i processi di start up aziendale e di imprenditorialità. Il supporto ha un'unica e chiara mission: far nascere e crescere le start up e diffondere l'imprenditorialità con l'intento di generare valore e ricchezza per il nostro territorio attraverso il successo delle idee innovative. Start up Lab collabora con strutture di ricerca nazionali ed internazionali per lo svolgimento di studi e ricerche sui temi delle start up e dell'imprenditorialità. Il laboratorio aiuta a creare nuove imprese offrendo supporto ai neo-imprenditori alla prese con l'avvio e lo sviluppo di una nuova iniziativa imprenditoriale, comprendo tutte le aree di fabbisogno conoscitivo e relazionale degli *startupper*, nonché le fasi di sviluppo delle idee d'impresa.

Tra le principali attività si annoverano:

- Valutazione delle idee imprenditoriali
- Promozione e sviluppo
dell'imprenditorialità
- Redazione del business plan
- Pitch and executive summary development
- Mentoring e coaching
- Assistenza al financing
- Scouting e tutoring
- Supporto per costituzione e sviluppo di start up
- Networking
- Business plan competition e programmi di accelerazione/incubazione
- Gestione della proprietà intellettuale

Il Direttore del Dipartimento
Prof. Francesco Izzo

Capua, 4 febbraio 2019.