

Relazione sulle attività di Terza Missione svolte nel 2018

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 nel Piano strategico di Ateneo 2016-2020, dove è stabilito che

«L'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli intende 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. L'Ateneo intende 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».

La struttura della presente Relazione sulle attività di Terza Missione svolte nel 2018, 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.

Infine, nella Relazione si indicherà il grado di raggiungimento degli obiettivi negoziati e assegnati dall'Ateneo al Dipartimento nel febbraio del 2018.

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 2018 **si è fortemente 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; si è aperta una collaborazione con la Diocesi di Capua e la Fondazione Next per la promozione di progetti di economia civile. Inoltre, all'inizio dell'anno, è stato lanciato il web magazine Vitamina E, concepito nel 2017 proprio allo scopo di favorire il processo di diffusione delle ricerche svolte in Dipartimento e di aprire spazi di dialogo con le scuole, le imprese e le istituzioni locali.

Nel gennaio del 2019 si è avviata la nuova fase di pianificazione strategica del Dipartimento, nell'ambito della quale è stata avviata la discussione nella prospettiva di una riformulazione degli obiettivi di Terza Missione, anche alla luce delle nuove Linee guida dell'Anvur che pongono maggior enfasi sulla valutazione di impatto sociale delle attività realizzate.

2. Attività conto terzi

Nel 2018, si è registrato un significativo aumento delle attività conto terzi o svolte in convenzione con intermediari sul territorio: il numero di accordi è passato dai **6** del 2017 ai **15** del 2018.

Con maggior dettaglio, sono da segnalare nell'anno le attività svolte a favore di enti e istituzioni locali, quali l'Azienda ospedaliera di rilievo nazionale e alta specializzazione "Sant'Anna e San Sebastiano" di Caserta; la società cooperativa Agrorinasce di San Cipriano d'Aversa; l'Unione degli industriali della provincia di Caserta; l'Agenzia campana per la mobilità le infrastrutture e le reti; la società regionale *in-house* Sviluppo Campania; i comuni di Casal di Principe e di Quiliano.

Il totale dei ricavi generati da tale attività è stato pari a **107,6 mila euro** contro i 132,9 mila del 2017, con un calo del 19%. Tuttavia, è da osservare che nel corso del 2017 erano state stipulate due convenzioni di importo medio elevato a carattere straordinario e con impatto anche sull'anno successivo (FCA Spa per 40mila euro e Museo Archeologico di Napoli per 30mila euro).

Inoltre, sono da registrare circa 9 mila euro di ricavi associati alla collaborazione con due enti di formazione (Gauss Jordan e Istituto Armando Curcio) per la realizzazione di quattro corsi "SAP" e di due corsi di "Business English e certificazione BULATS –Cambridge".

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 l'istituzione in collaborazione con il Comune di Capua di un laboratorio di marketing territoriale; l'avvio con la Diocesi di Capua di un percorso di approfondimento aperto all'esterno sui temi dell'economia civile; la realizzazione di una ricerca sull'impatto economico e sociale delle Catacombe di San Gennaro di Napoli.

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

3. Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

Nel 2018, il Dipartimento ha progettato e realizzato un percorso formativo ad hoc per la Stazione Zoologica Anton Dohrn di Napoli, dedicato agli strumenti della pianificazione strategica.

Nel corso del 2018, sono state rinsaldate le relazioni con **24 istituti superiori** del Casertano, con i quali fin dal 2017 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).

Nel corso del 2019, sono state pianificate attività di sperimentazione di corsi MOOC nonché l'apertura al pubblico esterno di un ciclo di seminari su temi innovativi di economia e di management.

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, 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.

E ancora, nell'ambito delle attività di *public engagement* riconducibili a una strategia integrata di comunicazione, si segnalano nel corso del 2018 l'avvio delle pubblicazioni del *magazine* di Dipartimento **Vitamina E**, del quale sono stati realizzati tre numeri, e il rafforzamento delle azioni di comunicazione attraverso i *social network*, in particolare con l'apertura di un account **Instagram** che, alla fine dell'anno, ha già superato la soglia dei **1.500 follower**.

- L'**allegato B** alla presente Relazione | **Public engagement** | riassume in una tabella le attività svolte, 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), ponendo 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 diversi insegnamenti: Business Planning e creazione d'impresa, Imprenditorialità e strategie di sviluppo, Economia e gestione dell'innovazione, Relazioni imprese-mercati, Performance management.

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, coprendo 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

6. Monitoraggio degli obiettivi del Dipartimento per l'anno 2018

Con la nota 69108 del 24 aprile 2018 sono stati comunicati in via definitiva al Dipartimento di Economia gli obiettivi da raggiungere definiti con D.R. n. 0342 del 23 aprile 2018 e stabiliti in coerenza con le linee del Piano strategico di Ateneo e del Piano di Performance 2018-2020.

In particolare, il Dipartimento di Economia, sulla base di una negoziazione avviata con la *governance* dell'Ateneo nel febbraio del 2018, ha indicato due obiettivi di Terza Missione, con un target rappresentato dal miglioramento rispetto all'anno precedente.

- a) Collaborazioni/convenzioni con intermediari sul territorio;
- b) *Public engagement*.

In tal senso, si rileva quanto segue:

- a) **collaborazioni/convenzioni con intermediari sul territorio.** Il numero di accordi è passato dai **6** del 2017 ai **15** del 2018. Inoltre, fra le **attività pro-bono**, si segnala l'istituzione in collaborazione con il Comune di Capua di un laboratorio di marketing territoriale, mentre con la Diocesi di Capua è stato avviato un percorso di approfondimento aperto all'esterno sui temi dell'economia civile. Il totale dei **ricavi** di tale attività, al 31 dicembre 2018, è stato pari ad euro **107,6 mila (iva esclusa)** contro i **132, 9 mila** del 2017. Tuttavia, si osserva che nel corso dell'anno precedente sono state stipulate due convenzioni di importo elevato a carattere straordinario e con impatto anche sull'anno successivo (FCA Spa per 40mila euro e Museo Archeologico di Napoli per 30mila euro). Infine, si segnalano due contratti con due enti di formazione (Gauss Jordan Srls e Istituto Armando Curcio) per l'utilizzo di spazi del Dipartimento per la realizzazione di quattro corsi "SAP" e di due corsi di "Business English e certificazione BULATS –Cambridge", che hanno consentito ulteriori ricavi pari a €. 8.614,00.
- b) **public engagement.** Gli eventi organizzati attraverso incontri di divulgazione aperti anche al pubblico non universitario sono passati dai **24** nel 2017 ai **35** del 2018, 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. Inoltre, nell'ambito delle attività di *public engagement* intraprese con la finalità di favorire la diffusione dei risultati della ricerca e riconducibili a una **strategia integrata di comunicazione**, si segnalano nel corso del 2018 l'avvio delle pubblicazioni del magazine di Dipartimento **Vitamina E** e il rafforzamento delle azioni di comunicazione attraverso i social network, in particolare con l'apertura di un account **Instagram**. Infine, nel corso dell'anno sono state rinsaldate le relazioni con 24 istituti superiori del Casertano con i quali fin dal 2017 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).

Il Direttore del Dipartimento
Prof. Francesco Izzo

Capua, 4 febbraio 2019.