



LINEE GUIDA PER L'ASSICURAZIONE DELLA QUALITÀ NELLE ATTIVITÀ DI PUBLIC ENGAGEMENT

Sommario

1. INTRODUZIONE	1
2. ACCREDITAMENTO E VALUTAZIONE.....	2
3. PUBLIC ENGAGEMENT	4

1. INTRODUZIONE

Lo Statuto dell’Alma Mater Studiorum - Università di Bologna sancisce “Compiti primari dell’Ateneo sono la ricerca, la didattica e la loro ricaduta pubblica e sociale attraverso apposite iniziative di terza missione, attività inscindibili volte a perseguire un sapere critico aperto al dialogo e all’interazione tra le culture, nel rispetto delle libertà della scienza e dell’insegnamento” e aggiunge “Dovere dell’Alma Mater Studiorum - Università di Bologna, luogo naturale del sapere e dei saperi, è interpretare e orientare le trasformazioni del proprio tempo, garantendo l’elaborazione, l’innovazione, il trasferimento e la valorizzazione delle conoscenze a vantaggio dei singoli e della società”.

Il Piano Strategico 2022-2027 ([1]) concretizza il contributo alla creazione del valore a vantaggio della società e del bene comune, si fonda su quattro principi e si articola in quattro ambiti, tra cui quello denominato Società.

I cinquanta obiettivi del Piano Strategico trovano perfetta coerenza nel Piano Integrato di Attività e Organizzazione 2023-2025 ([2]) nella creazione di Valore Pubblico inteso come livello complessivo di benessere sociale, economico, ambientale e sanitario della comunità accademica e della società intesa come ogni portatore di interesse.

L’Università di Bologna ha quindi anticipato l’evoluzione della denominazione Terza Missione che è passata per Terza Missione/Impatto Sociale (presente nel modello AVA3 in [3] di ANVUR) e per Valorizzazione delle Conoscenze (VQR 2020-2024 in [4]) definendo un ampio e stimolante perimetro di iniziative con una rinnovata valenza strategica nella emersione del valore che le attività di didattica e di ricerca creano quando si avviano collaborazioni con la società e le imprese. Tali iniziative sono pianificate e organizzate dall’Ateneo a livello centrale e dai Dipartimenti; nel primo caso rientrano quelle attività che sono espressione di una pluralità di ambiti disciplinari e che sono supportate dai settori tecnico-amministrativi dell’amministrazione generale a vario titolo coinvolti. Nel secondo caso, le iniziative vengono pianificate dai Dipartimenti nell’ambito di un programma complessivo i cui obiettivi specifici vengono individuati dal Piano Strategico di Ateneo, in base alle peculiari potenzialità e ai distintivi progetti culturali. Il Dipartimento è altresì invitato a disporre di un sistema di Assicurazione della Qualità adeguato e coerente con le indicazioni e le linee guida elaborate dal Presidio della Qualità di Ateneo, nella cui politica ([5]) vi è anche il compito di fornire supporto ai Dipartimenti dell’Ateneo nella gestione dei processi per l’AQ.

In tali contesti di accreditamento e di valutazione, la figura del Delegato di Dipartimento per la Terza Missione, che è stata formalizzata dalla revisione 2024 dello Statuto, è invitata a contribuire al gruppo di lavoro dipartimentale che si occupa della verifica del processo di qualità in accordo con il Presidio della Qualità di Ateneo (PQA) in coerenza con la pianificazione strategica del Dipartimento le cui linee guida sono indicate in [6].

Le presenti linee guida contengono indicazioni utili per tutto il personale dell'Università di Bologna nella progettazione di iniziative di Public Engagement (PE) e nella individuazione del relativo impatto atteso e realizzato; le iniziative di PE possono a pieno titolo essere ritenute le azioni trainanti per la Valorizzazione delle Conoscenze in quanto comprendono l'ingaggio di tutti i molteplici interlocutori con cui l'Ateneo interagisce tra i quali le associazioni, le imprese, gli enti del terzo settore, gli enti pubblici locali, nazionali e internazionali e la società tutta. Le linee guida sono inoltre elaborate nell'ottica AVA3 e VQR 2020-2024 tenendo in considerazione le buone pratiche e le indicazioni contenute nei documenti nazionali e internazionali citati nei riferimenti.

2. ACCREDITAMENTO E VALUTAZIONE

Tra le principali novità dei requisiti di qualità del modello di **accreditamento** periodico AVA 3 (Figura 1) si evidenzia l'ingresso delle attività di terza missione che contribuiscono a una visione complessiva e unitaria della qualità e a una gestione e un monitoraggio della pianificazione strategica dei Dipartimenti.



Fig.1 Il modello AVA3

I Dipartimenti sono pertanto invitati a definire *“formalmente una propria visione, chiara, articolata e pubblica, della qualità della didattica, della ricerca e della terza missione/impatto sociale con riferimento al complesso delle relazioni fra queste e tenendo conto della pianificazione strategica di Ateneo, del contesto di riferimento, delle competenze e risorse disponibili, delle proprie potenzialità di sviluppo e delle ricadute nel contesto sociale, culturale ed economico.”* A tal fine vengono stipulati accordi di collaborazione con gli attori economici, sociali e culturali, pubblici e privati, del proprio contesto di riferimento e se ne monitorano costantemente i risultati.

Il processo di qualità è caratterizzato da un monitoraggio sistematico della pianificazione, dei processi e dei risultati delle proprie missioni, dall' analisi dei problemi rilevati e delle loro cause e dalla elaborazione di azioni di miglioramento; tale processo è periodicamente sottoposto a riesame interno. Pertanto, le iniziative messe in atto dai Dipartimenti sono considerate di Terza Missione/Impatto Sociale se riconducibili all'ambito istituzionale, ovvero inquadrare all'interno dello statuto di Ateneo, del suo piano strategico e di altri documenti programmatici.

Lato **valutazione** della qualità, nel terzo esercizio VQR 2015-2019 in [7], sono stati presentati casi studio che rappresentassero al meglio i risultati delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale degli Atenei. La migliore rappresentazione si identifica con una narrazione degli effetti generati dalle collaborazioni con la società che contemplasse i cambiamenti intervenuti spiegati attraverso la misurazione degli impatti economico, sociale e culturale.

ANVUR in [8] ha anche condotto una analisi accurata su un campione di casi studio (12%) che ha portato ad una identificazione di due distinte misurazioni delle ricadute delle attività descritte correlate al breve periodo (misurazione della performance) e medio/lungo periodo (misurazione dell'impatto), rappresentata in Figura 2, e a una considerazione rilevante *“La misurazione dell'impatto è uno strumento strategico di creazione di senso delle proprie azioni, di analisi e messa in discussione dei risultati raggiunti, di visione sulle scelte future, di narrazione degli effetti prodotti, di coinvolgimento continuo dei beneficiari e dei territori coinvolti”*.

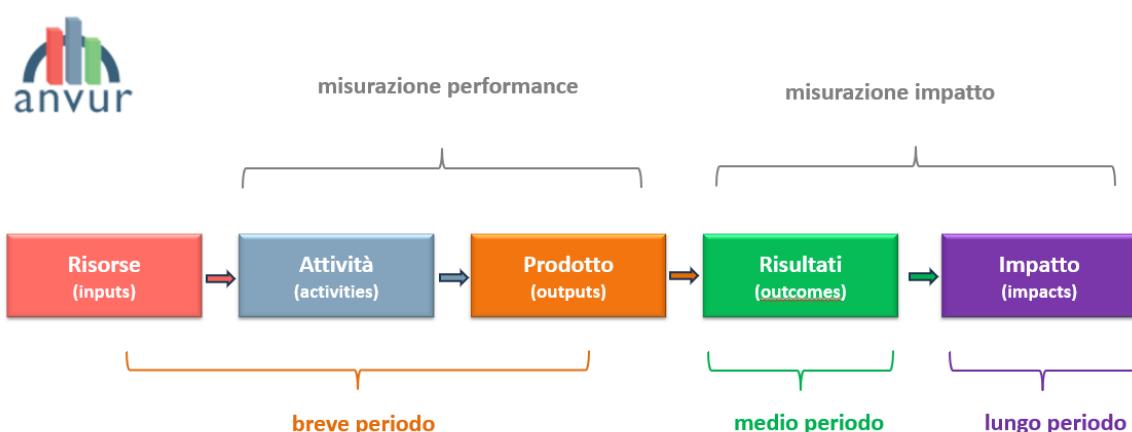


Fig.2 Performance e impatto

Inoltre, ANVUR ha redatto una lista di indicatori significativi utilizzati nella descrizione dei casi studio.

Per **l'impatto economico** gli indicatori evidenziati sono:

- Finanziamento esterno: tipologia (pubblico-privato; internazionale-nazionale-regionale-locale...), ammontare e andamento nel tempo, numero di contratti (es. Finanziamenti derivanti da progetti di ricerca internazionali inquadrati nell'ambito del programma H2020)
- Finanziamento derivanti da attività/commesse/servizi
- Finanziamento con risorse interne per l'alta formazione e la ricerca in ateneo: tipologia (assegni di ricerca/borse di studio/dottorato...), ammontare, andamento nel tempo
- Investimenti in attività, strutture, personale, beni e servizi
- Misure e stime di efficienza e riduzione di costi
- Creazione di nuovi posti di lavoro (numero)

Gli indicatori utili per misurare **l'impatto culturale** sono stati:

- Partecipazione e/o organizzazione di eventi e fiere. Numero e tipologia di partecipanti/spettatori/visitatori all'anno e tipologia (es. studenti, docenti, ricercatori, paganti e non, nazionali/internazionali; per es. per classi di età, per provenienza geografica).
- Copertura mediatica (sito web, stampa, sito web, canali social...) e statistiche (es. Google Analytics). Numero di citazioni dell'evento/attività/spettacolo sui mezzi di comunicazione e tipologia (stampa cartacea, digitale, radio e televisioni).
- Partecipazione e/o organizzazione di convegni/conferenze/workshop (numero e tipologia).
- Numero di pubblicazioni scientifiche e tipologia (nazionale/internazionale).
- Numero di prodotti, processi, servizi e strumenti innovativi (es. una banca dati, strumenti multimediali, materiali didattici, brevetti, gestione di impianti sportivi/musei...)

- Attività di *mentorship* (numero di tesi di laurea, tesi di dottorato, tirocini, laboratori)
- Numero di riconoscimenti/premi/certificazioni
- Numero di collaborazioni e tipologia (pubblico/privato...);
- Numeri di corsi di formazione e incontri informativi e tipologia.

Infine, l'analisi ha evidenziato alcuni buoni indicatori per evidenziare **l'impatto sociale**:

- Numero di collaborazioni con Istituzioni e tipologia (locali/nazionali, pubbliche/private, ricerca/sviluppo); numero di partner commerciali/industriali e tipologia (es. con aziende multinazionali); numero di accordi/convenzioni/protocolli d'intesa/collaborazioni e tipologia.
- Numero di soggetti coinvolti direttamente nella realizzazione dell'attività/evento e tipologia (operatori, studenti, insegnanti, scuole membri della società civile, ecc.); numero di enti beneficiari e tipologia (es. per distribuzione geografica...).
- Numero di servizi, strutture e interventi per target di riferimento (es. detenuti, disabili, pazienti); numero di infrastrutture, biobanche e centri per la ricerca; sviluppo di applicazioni gratuite per attività di Citizen Science
- Numero di corsi di formazione e aggiornamento, tipologia (in presenza, MOOC...)

Nella VQR 2015-2019 l'Università di Bologna ha presentato il 50% di casi studio nel campo di azione del Public Engagement (PE), uno dei dieci campi di azione previsti; analisi condotte da esperti valutatori internazionali in [9] e [10] hanno evidenziato che le valutazioni più basse sono state proprio quelle sui casi studio PE per una certa difficoltà a contraddistinguere correttamente la reale natura dell'attività e i relativi impatti.

La VQR 2020-2024 riorganizza la tassonomia delle attività di collaborazione con la società in cinque tematiche, tra cui quella del PE che viene declinata in cinque campi di azione:

- a) organizzazione di attività;
- b) divulgazione scientifica;
- c) divulgazione multimediale;
- d) iniziative di coinvolgimento proattivo dei cittadini nella ricerca e/o nell'innovazione anche per favorire la disseminazione e l'implementazione dei risultati della ricerca e dell'innovazione nella società e ridurre disuguaglianze e discriminazioni;
- e) attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola.

I campi d'azione delle ulteriori quattro tematiche della VQR evidenziano caratteristiche che spesso vengono generate da azioni di PE in quanto foriere di collaborazioni nell'ambito della Agenda 2030, del trasferimento tecnologico, della tutela della salute e della riduzione delle disuguaglianze. D'altronde, la raccomandazione UE in [11] attribuisce alle azioni di PE un ruolo di filo conduttore in tutte le attività di valorizzazione delle conoscenze definite come:

“....il processo con cui si crea valore sociale ed economico a partire dalle conoscenze, collegando aree e settori diversi e trasformando i dati, le competenze tecniche e i risultati della ricerca in prodotti, servizi, soluzioni e politiche basate sulla conoscenza sostenibili che portano vantaggio alla società.”

3. PUBLIC ENGAGEMENT

I riferimenti agli standard europei per l'assicurazione della qualità delle attività di PE mostrano piena coerenza con le presenti linee guida, a partire da [12] e [13] in cui si leggono le seguenti indicazioni:

“PE è un elemento cruciale nella gestione dei numerosi problemi che le nostre società si trovano ad affrontare. Per risolvere le grandi sfide del nostro tempo, gli attori della ricerca e dell'innovazione devono collaborare con altri attori sociali condividendo conoscenze, informando il discorso pubblico e politico e i processi decisionali e apprendendo ai bisogni, alle idee e ai contributi dei cittadini. L'Europa sta investendo ingenti risorse nella produzione di conoscenza basata sulla ricerca, ma affinché questa conoscenza diventi utilizzabile, accessibile, trasferibile e preziosa per i cittadini e la società in generale, sono necessari anche investimenti in PE.”

Nel sistema REF 2028 i tre elementi della valutazione saranno: persone e cultura, contributo alla conoscenza e alla comprensione e coinvolgimento e impatto; rimane il concetto che l'impatto è ciò che accade quando le persone interagiscono con la didattica o la ricerca, la fanno propria, reagiscono o rispondono ad essa. Il coinvolgimento del pubblico può aver luogo prima e durante la ricerca, ad esempio contribuendo a delineare il focus e la rilevanza per i potenziali utenti. Il PE è inteso quindi come l'insieme delle interazioni reciprocamente vantaggiose tra ricercatori e cittadini e include la disseminazione ma non è limitato ad essa.

In particolare, il modello più diffuso per le progettualità di PE è in Figura 3 e fa riferimento alla dimensione relativa al livello di engagement dei portatori di interesse nel collaborare con l’Università. Nella parte più esterna sono collocate le tipologie di attività più informative, unidirezionali, attraverso le quali l’Università si rivolge all’esterno; nella parte interna l’engagement diventa un dialogo e si avvia la circolarità delle conoscenze reciproche.

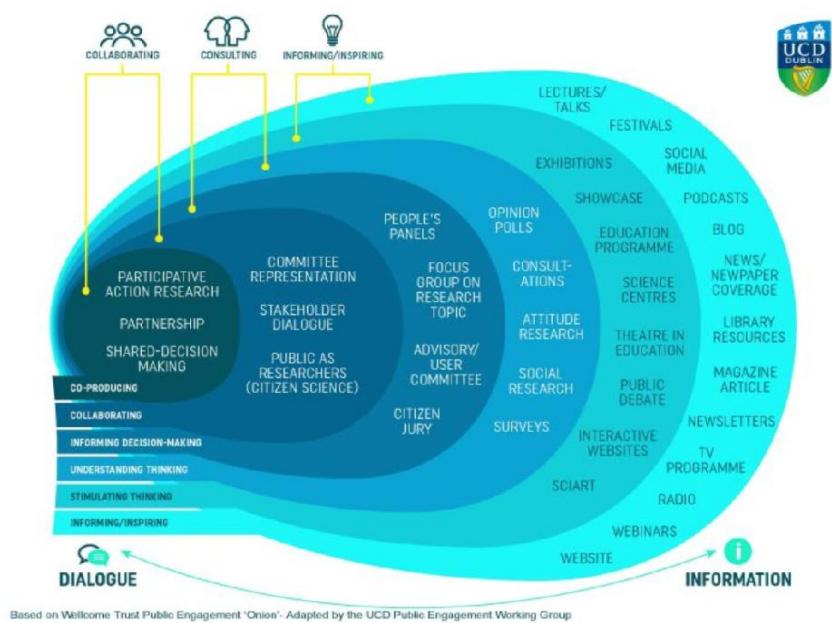


Fig. 3 Modello PE che prevede la graduazione del livello di collaborazione

Nell'architettura delle relazioni tra Università e società è possibile superare i modelli a tripla, quadrupla e quintupla elica e dare spazio al paradigma della Civic University (Figura 4) in cui si adotta un approccio olistico all'engagement, considerandolo un'attività dell'intera istituzione, si persegue un senso di scopo, comprendendo non solo ciò in cui eccelle ma anche ciò per cui è utile, si è disposti ad investire al fine di avere un impatto al di là dell'accademia, si adottano comportamenti trasparente e responsabile nei confronti degli stakeholder e del pubblico in generale e si utilizzano strumenti innovativi, inclusi i social media, nelle attività di coinvolgimento.

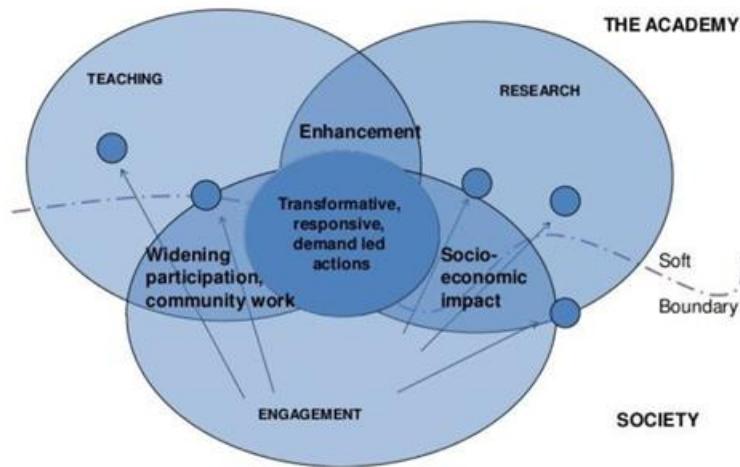


Fig.4 Il modello Civic University di Goddard in [14]

Le attività di PE emergono quindi come le più tradizionali e trasversali nell’ambito Terza Missione/Impatto Sociale ma anche come quelle che richiedono una buona dose di innovazione. Fino al 2022 il PQA ha invitato i Dipartimenti a inserire nel catalogo IRIS PE fino a tre iniziative che valorizzassero al meglio, verso un pubblico esterno, la qualità della didattica e l’eccellenza della ricerca svolte in un anno solare. Tale sollecitazione ha avuto importanti effetti che possono essere riassunti nella Figura 5, tra i quali l’evidenza sulle misurazioni di impatto (o meglio outcome) rilevanti per la qualità delle iniziative di PE (richieste nella scheda IRIS) e una diffusa sensibilizzazione sull’importanza delle attività di collaborazione con la società per la creazione di valore pubblico.

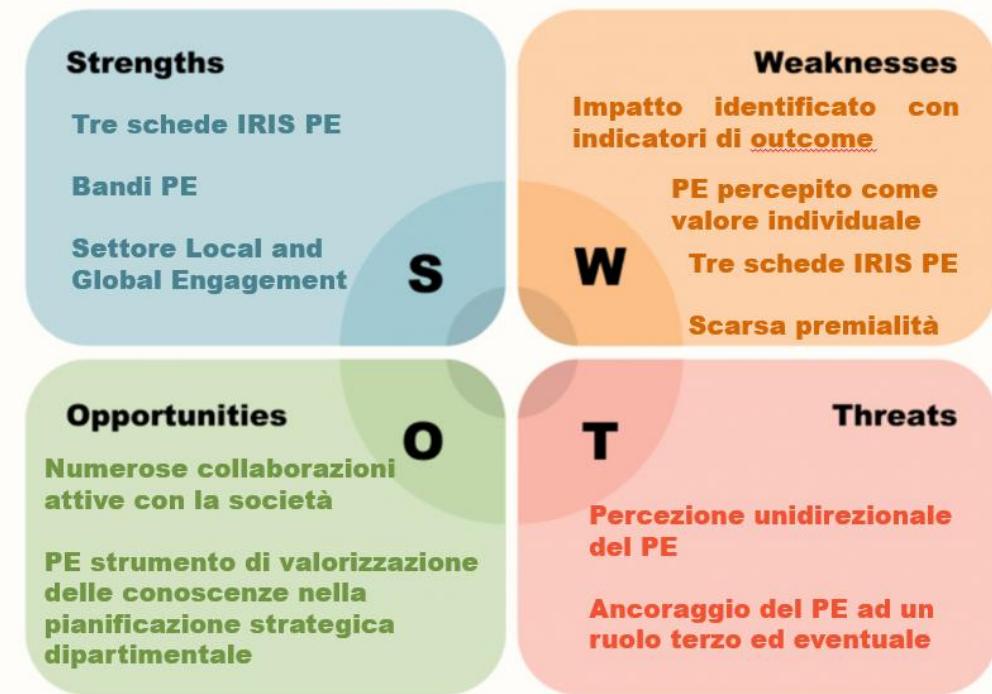


Fig. 5 Analisi SWOT delle iniziative di Public Engagement in Ateneo

D’altro canto, la compilazione delle schede IRIS PE ha evidenziato anche una interpretazione del PE che andava superata invertendo la modalità di progettazione che è bene preveda l’intercettazione di un bisogno o di un’istanza della società o delle imprese come base di un dialogo in cui ognuna delle parti contribuisce con le proprie conoscenze e competenze. Un buon punto di forza si è rivelata in tal senso l’introduzione del bando

annuale PE che dal 2023 mette a disposizione dei Dipartimenti risorse finanziarie per ideare iniziative con la condizione necessaria di coinvolgere soggetti esterni e con il criterio premiale di presentare progetti trasversali tra discipline e Dipartimenti. Una diffusa debolezza nell'interpretazione della misurazione dell'impatto è diventata anch'essa un criterio di premialità nel bando.

È bene sottolineare che le attività di PE possono prevedere da parte del portatore d'interesse esterno all'Università la copertura dei costi o la remunerazione di una prestazione a condizione che l'attività risponda anche a chiare istanze e prerogative ascrivibili all'Università e alla sua pianificazione strategica a vari livelli e non al singolo docente.

Una **progettazione in qualità delle iniziative PE** può basarsi sul ciclo di Deming (Plan – Do – Check – Act) in cui le quattro fasi possono essere rappresentate come in Figura 6.



Fig. 2 Ciclo di Deming per la progettazione delle attività di Public Engagement

PLAN Un progetto di PE dovrebbe partire da un analisi di un bisogno espresso da uno o più attori del territorio con cui si collabora o anche da un interlocutore “intermedio” capace di trasformare il bisogno in oggetto di attività di ricerca/studio, di formazione di divulgazione e valorizzazione delle conoscenze da parte delle università.

DO La co-progettazione dei processi da attivare per individuare le soluzioni/risposte condivise, efficaci e innovative è condizione necessaria per valorizzare le conoscenze e competenze reciproche, evitare asimmetrie nei ruoli e cercare fonti di finanziamento attivando i canali peculiari di ogni attore. Le linee guida [8] offrono vari punti in questa fase.

CHECK Sin dalla fase DO definire le analisi quantitative e qualitative di impatto da adottare e il loro periodo di riferimento (breve, medio, lungo) in modo da verificare l'efficacia dei processi attuati rispetto agli obiettivi di impatto atteso prestabiliti ed eventualmente modificarli per una riedizione successiva nel caso in cui l'impatto realizzato non sia soddisfacente.

ACT La co-progettazione si trasforma in un piano di attività ben definito, con tempistiche, ruoli e responsabilità chiari tra le parti. Al fine di garantire l'efficacia e la visibilità delle iniziative, questa fase richiede un efficace piano di comunicazione dove gli attori del territorio coinvolti possono fungere da cassa di risonanza per il coinvolgimento della cittadinanza, valorizzando la loro prossimità e vicinanza con i potenziali beneficiari. I

progetti PE possono prevedere inoltre il coinvolgimento di studenti attraverso tirocini curriculare, la redazione della tesi e iniziative di service learning; gli studenti possono così assumere anche il ruolo di osservatori privilegiati per intercettare e sviluppare azioni di innovazione sociale.

Il punto di partenza di ogni processo di qualità non può prescindere da un monitoraggio puntuale e, a tal fine, l'Ateneo ha messo a disposizione l'applicativo AlmaEngage che consente la verifica in merito alla classificazione delle iniziative dipartimentali che siano assimilabili ad attività di Public Engagement e quindi che prevedano il coinvolgimento di soggetti esterni all'accademia. La qualità delle singole iniziative trova poi riscontro in **indicatori di successo per l'impatto sociale** tra i quali si possono individuare: numero di percorsi di formazione continua co-progettati con soggetti esterni, numero di collaborazioni con istituzioni che hanno generato linee guida, piani di sviluppo o obiettivi strategici, numero di collaborazioni con partner industriali per l'allocazione della Corporate Social Responsibility, numero di istituzioni scolastiche il cui Piano dell'Offerta Formativa integra proposte di PE, numero di associazioni di cittadini che investono risorse, finanziarie e umane, nella definizione congiunta di progetti di PE e tutti quelli che indichino un cambiamento con beneficio positivo per la società.

Le attività di Public Engagement progettate secondo i processi suggeriti si traducono in collaborazioni con la società e le imprese che veicolano la circolazione delle conoscenze e la creazione di valore pubblico di cui ogni attore e ogni territorio beneficia. L'attività può nascere su iniziativa individuale, anche assimilabile al conto terzi, che spesso genera rapporti sistematici e a lungo termine che si ampliano anche ad altre discipline. D'altro canto, l'Ateneo e i suoi Dipartimenti generano processi attraverso i quali osservano la società e le imprese e ne interpretano istanze, problemi e bisogni grazie alla relazione con interlocutori intermedi, coinvolgono poi ricercatori, studenti e personale per co-progettare proposte trasversali alle varie discipline che si vanno ad integrare con le conoscenze di dominio degli stessi interlocutori. L'ingaggio di soggetti esterni all'Università può quindi avvenire per iniziative individuali o per interlocuzioni a livello dipartimentale o centrale. Affinché vi sia contezza sulla effettiva la rilevanza dell'aspetto eventualmente emerso e si possa monitorare l'efficacia della soluzione progettata è importante che gli interlocutori intermedi comprendano un numero sempre maggiore di parti potenzialmente interessate attraverso modalità di consultazione periodiche che raggiungano le comunità locali.

Riferimenti

[1] Piano Strategico dell'Università di Bologna 2022-2027

<https://pianostrategico.unibo.it/it>

[2] Piano Integrato di attività e organizzazione dell'Università di Bologna 2024-2026

<https://www.unibo.it/it/ateneo/amministrazione-trasparente/disposizioni-generali/piano-integrato-di-attivita-e-organizzazione>

[3] Modello di accreditamento periodico delle sedi e dei corsi di studio universitari

https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2023/02/AVA3_Requisiti_2022_09_08-1.pdf

[4] Bando VQR 2020 2024

https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2023/10/Bando-VQR-2020-2024_31ottobre.pdf

[5] Politica per la Qualità di Ateneo

<https://www.unibo.it/it/ateneo/assicurazione-qualita/documento-politiche-della-qualita-dellateneo>

[6] Linee guida UniBo per la pianificazione strategica

[Linee guida per la pianificazione strategica di Dipartimento 2025-2027 \[.pdf 591 KB\]](#)

[7] Casi studio e valutazioni dei casi studio VQR 2015-2019

https://prodotti-vqr.cineca.it/web/app.php/cerca_terza

<https://www.anvur.it/attivita/vqr/vqr-2015-2019/rapporto-finale-anvur-e-rapporti-di-area/>

[8] Societal Impact Assessment in Italian HEIs

https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2024/06/Societal-impact-assessment-in-Italian-HEIs_CHER-35th-Annual-Conference_31August.pdf

[9] Expert Review Panel della VQR 2015-2019

https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2023/09/Expert-Review-Panel_Report-on-VQR-2015-2019.pdf

[10] Critical analysis of VQR 2015-2019 results

https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2023/09/ANVUR_Critical-Analysis-of-VQR-2015-2019-Results.pdf

[11] RACCOMANDAZIONE (UE) 2024/736 DELLA COMMISSIONE del 1° marzo 2024 su un codice di buone pratiche relativo al coinvolgimento dei cittadini per la valorizzazione delle conoscenze

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202400736

[12] Code of Practice on Citizen Engagement EU

https://research-and-innovation.ec.europa.eu/research-area/industrial-research-and-innovation/eu-valorisation-policy/knowledge-valorisation-platform/guiding-principles-knowledge-valorisation-and-implementing-codes-practice/code-practice-citizen-engagement_en

[13] Overview of Public Engagement in Research & Innovation Mutual Learning Exercise on Public Engagement in R&I

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6f3a03af-f2fb-11ee-8e14-01aa75ed71a1/language-en>

[14] Goddard, J. (2018). The Civic University and the City. In: Meusburger, P., Heffernan, M., Suarsana, L. (eds) Geographies of the University. Knowledge and Space, vol. 12. Springer