



LINEE GUIDA
PER LA PROGETTAZIONE E
LA SEGNALAZIONE
DELLE ATTIVITÀ DI *PUBLIC ENGAGEMENT*

2024

DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANE
UFFICIO TERZA MISSIONE

INFORMAZIONI GENERALI

Sede:	Università Europea di Roma Via degli Aldobrandeschi 190 – 00163 Roma
Direttore di Dipartimento:	Prof.ssa Matilde BINI
Delegato dipartimentale Terza Missione:	Prof. Gianluca CASAGRANDE
Personale tecnico-amministrativo Ufficio Terza Missione:	Dott. Francesco Battaglini
Contatti:	terzamissione@unier.it

Indice

TERZA MISSIONE E <i>PUBLIC ENGAGEMENT</i>	1
TIPOLOGIE DI INIZIATIVE DI <i>PUBLIC ENGAGEMENT</i>	2
BANDO VQR 2020-2024	3
PROGETTAZIONE E SEGNALAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI <i>PUBLIC ENGAGEMENT</i>	3
CAMPI DA COMPILARE:	6

Terza Missione e *Public Engagement*

Con il termine Terza Missione si fa riferimento all'insieme delle attività scientifiche, culturali, tecnologiche e di formazione che le Università attivano per interagire direttamente con la società ed il tessuto imprenditoriale allo scopo di valorizzare la ricerca e promuovere la crescita economica, sociale, culturale e scientifica del territorio.

Nella VQR 2004-2010 la Terza Missione era definita come la «propensione delle strutture all'apertura verso il contesto socio-economico, esercitata mediante la valorizzazione e il trasferimento delle conoscenze»¹. All'interno del documento non si trovava menzione delle attività di *Public Engagement*, bensì di «altre attività di Terza Missione».

Il *Public Engagement* è stato introdotto dalla VQR 2011-2014, nel quale è stato definito come «l'insieme di attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società»². Nel rapporto finale, la Commissione di Esperti della valutazione della Terza Missione proponeva inoltre di ampliare la definizione, allineandosi con quella dell'HEFCE inglese: «The involvement of specialists listening to, developing their understanding of, and interacting with, non-specialists»³.

Nelle linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale del 2018, l'ANVUR ha quindi modificato la definizione di *Public Engagement*: «Per *Public Engagement* si intende l'insieme di attività organizzate istituzionalmente dall'ateneo o dalle sue strutture senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico non accademico»⁴. Rispetto

¹ ANVUR, *Valutazione della Qualità della Ricerca 2004-2010 (VQR 2004-2010)*. Bando di partecipazione, 7 novembre 2011, p. 15, https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2011/11/bando_vqr_def_07_11.pdf.

² ANVUR, *Valutazione della Qualità della Ricerca 2011-2014 (VQR 2010-2014)*. Relazione finale sulla Valutazione della Terza Missione. Commissione di Esperti della valutazione della Terza Missione (CETM). Appendice A, p. 20, https://www.anvur.it/rapporto-2016/files/Appendice_A_CETM.pdf; ANVUR, *Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale della Ricerca Dipartimentale. Parte III: Terza Missione*, 2013, p. 10, <https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2016/06/Linee%20guida%20per%20la%20compil~.pdf>.

³ ANVUR, *Valutazione della Qualità della Ricerca 2011-2014 (VQR 2010-2014)*. Rapporto finale sulla Terza Missione. Commissione di Esperti della valutazione della Terza Missione (CETM), p. 74, https://www.anvur.it/rapporto-2016/files/Rapporto_CETM.pdf.

⁴ ANVUR, *Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione e Impatto Sociale SUA-TM/IS per le Università*, 07/11/2018, p. 41, https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/11/SUA-TM_Lineeguida.pdf.

alla definizione precedente è rimarcato l'aspetto istituzionale delle iniziative e il *target* non accademico.

All'interno di questa definizione si possono annoverare iniziative di diversa natura: dall'articolo divulgativo, in modalità cartacea o on-line, alla conferenza aperta ad un pubblico non accademico, alle attività indirizzate alle scuole, dalla realizzazione di un caffè scientifico o di un cine-forum all'intervista rilasciata presso un quotidiano o su qualsiasi altra piattaforma. L'aspetto determinante è che siano eventi aperti alla comunità territoriale o, più in generale, rivolti ad un pubblico non accademico, sia esso definito, come nel caso di un plesso scolastico, o generico, come nel caso di un convegno di carattere divulgativo.

È altresì importante l'aspetto istituzionale delle iniziative ma, a scopo di rilevamento interno, si chiede ai docenti di riportare anche quelle in cui l'Università Europea di Roma non abbia effettivamente svolto alcun ruolo organizzativo.

Tipologie di iniziative di *Public Engagement*

- «- Organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità;
- Pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico non accademico; produzione di programmi radiofonici e televisivi; pubblicazione e gestione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica (escluso il sito istituzionale dell'ateneo);
- Organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line);
- Iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione);
- Attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, esperimenti hands-on altre attività laboratoriali, didattica innovativa, children university);
- Partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making);
- Partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio;

- Iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel);
- Iniziative di co-produzione di conoscenza (es: citizen science, contamination lab);
- Altre iniziative di carattere istituzionale»⁵.

Bando VQR 2020-2024

Nell'ultimo documento prodotto da ANVUR, relativo alla Valutazione della Qualità della Ricerca 2020-2024, vengono esplicitati i criteri attraverso cui saranno valutati i casi studio, compresi quelli di *Public Engagement*, presentati dagli Atenei⁶:

- a) Dimensione sociale, economica e culturale dell'impatto, considerando la capacità di valorizzare le conoscenze anche collegando aree e settori diversi;
- b) Rilevanza rispetto al contesto di riferimento;
- c) Valore aggiunto per i beneficiari;
- d) Contributo scientifico, organizzativo e/o gestionale della struttura proponente.

Inoltre il GEV (Gruppo di Esperti della Valutazione) valuterà «la chiarezza espositiva delle descrizioni, la relazione tra azioni intraprese e risultati raggiunti in termini di impatto, di eventuali indicatori proposti dall'Istituzione e di ogni altra evidenza utile a dimostrare le differenze rispetto alla situazione di partenza».

Progettazione e segnalazione delle attività di *Public Engagement*

A fronte di quanto emerge dai documenti ANVUR è necessario evidenziare alcuni aspetti da tenere in considerazione in fase di progettazione e di segnalazione delle attività di *Public Engagement*.

⁵ ANVUR, *Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione e Impatto Sociale SUA-TM/IS*, pp. 41-42.

⁶ ANVUR, *Bando Valutazione della Qualità della Ricerca 2020-2024 (VQR 2020-2024)*, 31 ottobre 2023, p. 20, https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2023/10/Bando-VQR-2020-2024_31ottobre.pdf.

Si fa riferimento nella sezione che segue al *form* «Public Engagement 2024» presente sulla pagina satellite del sito istituzionale dell'Università Europea di Roma dedicata alla Terza Missione:

<https://www.universitaeuropadiroma.it/terzamissione/form>

In primo luogo, si rimarca l'importanza di riportare in fase di descrizione dell'evento (domanda n. 13) gli obiettivi che l'attività si prefigge in ottica di impatto sul territorio. È necessario individuare in fase di progettazione dell'attività un target di beneficiari e il tipo di impatto che si vuole produrre (economico-sociale-culturale) e successivamente evidenziarli in fase di segnalazione. L'impatto è definito da ANVUR come: «[...] la trasformazione o il miglioramento che, eventualmente in relazione con i risultati della ricerca scientifica prodotti dall'Istituzione, si sono generati per l'economia, la società, la cultura, la salute, l'ambiente o, più in generale, il contrasto alle disuguaglianze economiche, sociali e territoriali per incrementare la qualità della vita in un ambito territoriale locale, regionale, nazionale, europeo o internazionale. Per impatto deve, altresì, intendersi la riduzione o la prevenzione di danni, rischi, o altre esternalità negative»⁷. La domanda n. 12 riguardo la dimensione geografica dell'attività (locale-regionale-nazionale-internazionale) non è riferita all'eventuale presenza di relatori o partecipanti, bensì alla dimensione dell'impatto che si ritiene di generare: se un impatto di natura locale, quindi circoscritto al territorio in cui è situata l'Università o se di natura più ampia⁸.

⁷ ANVUR, *Valutazione della qualità della ricerca 2015-2019 (VQR 2015-2019)*, 1° febbraio 2021, p. 14. <https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2021/02/Documento-GEV-TM.pdf>.

Nel medesimo documento è altresì specificato in maggior dettaglio cosa si intenda per impatto sociale, economico e culturale in relazione ai casi studio del *Public Engagement*: «L'impatto sociale si traduce nella creazione di un processo di scambio con tutti gli attori sociali in grado di superare l'idea del sapere accademico chiuso e di restituire una diversa immagine dello stesso. Inoltre fa riferimento al cambiamento, in termini di attività di partecipazione civica e del territorio, alla costruzione di reti con altre Istituzioni e al contributo in termini di pari opportunità e inclusione (disabilità, povertà, *gender*, e in generale tutte le situazioni che generino disuguaglianze e vulnerabilità).

L'impatto economico fa riferimento a esperienze di miglioramento della capacità di organizzare e gestire eventi e attività, in termini di incremento delle entrate finanziarie o di efficienza di gestione finanziaria, istituzionalizzazione e consolidamento delle iniziative.

L'impatto culturale va inteso come valore complessivamente generato dal caso studio, in grado di indurre un diverso atteggiamento/sensibilizzazione nelle persone e/o nella collettività e garantire una maggiore accessibilità e fruibilità da parte dei beneficiari, attraverso ad esempio il numero di pubblici/persone coinvolti, l'innovatività dell'iniziativa». ANVUR, *Valutazione della qualità della ricerca*, p. 42.

⁸ «L'impatto potrà essere localizzato nel territorio di riferimento, a beneficio della comunità locale, oppure potrebbe essere più esteso, a livello nazionale, europeo e/o internazionale». ANVUR, *Valutazione della qualità della ricerca*, p. 43.

È auspicabile che nell'individuazione dei target della fruizione dell'iniziativa il proponente tenga conto della politica strategica dell'Ateneo, come definita nel relativo Piano e/o di altra documentazione rilevante prodotta in sede UER.

Un ulteriore elemento da tenere in considerazione in fase progettuale è la necessità di pensare a strumenti finalizzati a valutare l'impatto, per quanto esso possa essere di difficile misurazione. Le domande relative ai soggetti organizzatori o co-organizzatori dell'evento (n. 5), alle risorse finanziarie adoperate e la provenienza di queste (n. 19-20), al numero e alla tipologia di fruitori coinvolti (n. 21-22-23) e alla comunicazione dell'evento (n. 24) sono funzionali a determinare l'impatto sul territorio, ma è altresì fondamentale l'erogazione di questionari o di altri sistemi di valutazione atti tanto a monitorare l'impatto e il grado di soddisfazione dei beneficiari quanto a comprovare il numero di partecipanti – così come espressamente richiesto da ANVUR⁹. In riferimento a quest'ultimo tema, si ricorda la necessità, ai fini di valutazione ANVUR, di adottare dei sistemi che rendano accertabile e documentabile in modo univoco il numero di beneficiari esterni raggiunto.

In ultimo, un elemento rilevante da monitorare è il contributo scientifico, gestionale, organizzativo ed eventualmente economico offerto dall'Ateneo allo svolgimento dell'attività. Per la parte economica l'informazione è coperta dai quesiti 16-17-18. Per l'apporto scientifico e gestionale, un quadro d'insieme, anche con aspetti quantitativi, può essere ricavato se tutti i membri del personale, coinvolti nell'evento segnalato, compilano il *form*. Il numero dei segnalanti infatti può consentire di avere un quadro generale dello sforzo complessivamente profuso nella specifica iniziativa di *Public Engagement*.

Per questo motivo dunque, per gli eventi organizzati istituzionalmente, l'Ufficio suggerisce di nominare in fase di progettazione un referente che sia responsabile anche della segnalazione per ogni docente, ricercatore o dottorando, così come per gli eventuali membri del personale tecnico-amministrativo impegnati nell'organizzazione e realizzazione. In questo modo il referente può, sin da subito, tenere traccia dei dati funzionali alla compilazione del *form*, come ad esempio del preciso budget utilizzato per l'evento.

A questo riguardo è bene esplicitare come il budget complessivo, in caso di eventi istituzionali, si ricavi dalla somma di differenti voci: costi di promozione e di implementazione sul sito internet; costi

⁹ ANVUR, *Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale*, p. 43.

relativi all'utilizzo di spazi interni o, eventualmente, esterni; costi relativi al pagamento del viaggio o del soggiorno ad eventuali docenti o professionisti contrattualizzati per partecipare all'evento; in ultimo le risorse proprie del docente, nel caso abbia usato i fondi messi a sua disposizione dall'Università. In via teorica anche il costo orario del personale impegnato, sia esso docente o amministrativo, ma questo può essere ricavato dalle segnalazioni effettuate, senza che il referente debba calcolarlo. Nonostante l'importanza di una corretta individuazione del budget stanziato, una approssimazione è comunque accettata

Campi da compilare:

- 1) *Cognome e nome del referente dell'attività di Public Engagement [tipo: elenco a discesa – obbligatorio]*

Il campo identifica la persona che, per conto dell'Università Europea di Roma o in quanto sua rappresentante, si è fatta promotrice o si è messa a disposizione per lo svolgimento dell'attività di PE.

- 2) *Categoria compilatore [tipo: scelta multipla – obbligatorio]*

Il campo consente di scegliere se il referente dell'attività di PE sia un docente di ruolo, docente a contratto, assegnista di ricerca, dottorando di ricerca o un amministrativo dell'Università.

- 3) *La persona indicata come referente... [tipo: scelta multipla – obbligatorio]*

Il campo consente di indicare se la persona segnalata come referente abbia avuto funzione direttiva nell'organizzazione o nello svolgimento dell'attività indicata, o se abbia partecipato senza svolgervi funzioni direttive oppure organizzative.

- 4) *L'attività è stata organizzata principalmente presso... [tipo: scelta multipla – obbligatorio]*

Il campo consente di specificare se l'iniziativa abbia avuto luogo prevalentemente presso l'Università Europea di Roma o abbia avuto luogo prevalentemente presso altre istituzioni.

5) *Soggetti coinvolti nell'organizzazione dell'iniziativa ... [tipo: caselle di controllo – obbligatorio]*

Il campo consente al referente dell'iniziativa di indicare gli eventuali organizzatori e co-organizzatori dell'iniziativa, la lista è stilata sulla base delle indicazioni proposte nelle linee guida ministeriali.

6) *Il referente ha partecipato in affiliazione a ... [tipo: scelta multipla - obbligatorio]*

Il campo permette al referente di identificare il Corso di Studi o il Centro di Ricerca/Servizi UER in affiliazione al quale ha partecipato all'evento. Fra le risposte possibili è prevista anche l'opzione "nessuna affiliazione" per contemplare i casi in cui un docente o un dottorando della UER pur avendo partecipato ufficialmente in quanto rappresentante dell'ateneo, non agisse per mandato o con il coinvolgimento formale di alcun Corso di Studi o Centro di Ricerca / Servizi.

7) *Tipologia di iniziativa [tipo: scelta multipla – obbligatorio]*

Il campo comprende le categorie individuate, per l'analisi, dall'Ufficio Terza Missione sulla base dell'elenco tipologico proposto dalle linee guida ministeriali.

8) *Titolo dell'iniziativa e numero di edizione [tipo: risposta lunga - obbligatorio]*

Il campo consente di inserire il titolo dell'iniziativa e il numero di edizione, qualora specificato, altrimenti di inserire una breve descrizione, in funzione di titolo, qualora l'evento riportato non avesse attribuzione di un titolo formale.

9-10) *Data di inizio dell'iniziativa e Data di conclusione dell'iniziativa [tipo: risposta formato data – obbligatorio]*

I campi prevedono l'inserimento di una data di inizio e una data di conclusione dell'iniziativa nel caso di attività durate più giorni. Per attività svolte in un solo giorno entrambi i campi prevedono l'inserimento della stessa data. Si considerano ammissibili segnalazioni relative ad attività di PE che ricadano anche solo parzialmente nel periodo di riferimento.

11) *Sede di svolgimento dell'iniziativa [tipo: elenco a discesa – obbligatorio]*

Il campo prevede l'indicazione dell'area geografica ove è stata svolta l'attività. Sono possibili pertanto indicazioni relative al comune e alla provincia di Roma, regione Lazio, altre regioni d'Italia e sedi

estere UE o extra-UE. È possibile anche segnalare eventi che si siano tenuti esclusivamente via WEB e Social Network, dunque senza una sede geografica di riferimento. Per attività svolte con le scuole, di ogni ordine e grado, in questa sede va segnalata la località sede della scuola, anche se l'attività è svolta altrove. Questa scelta è stata adottata per fornire una indicazione del fatto che l'evento abbia in quel caso una ricaduta sul tessuto sociale e territoriale della scuola in prima istanza.

12) Dimensione geografica dell'impatto [tipo: scelta multipla – obbligatorio]

Il campo consente di rilevare la dimensione geografica dell'impatto sociale, culturale o economico previsto, basandosi anche sull'individuazione in fase di progettazione del target di beneficiari di riferimento dell'iniziativa.

13) Obiettivi e descrizione dell'iniziativa [tipo: risposta lunga – obbligatorio]

Il campo prevede la possibilità di inserire una sintesi degli obiettivi dell'iniziativa, una descrizione dell'evento ed eventualmente un'argomentazione riassuntiva della finalità con cui il compilatore o la sua sede istituzionale dell'Università Europea di Roma sono stati coinvolti nell'iniziativa stessa. Il campo consente inoltre l'indicazione di osservazioni e precisazioni riguardo la natura e la finalità dell'attività di PE descritta, consentendo al compilatore anche di evidenziare particolari ragioni di interesse dello specifico evento rispetto alle politiche culturali dell'Ateneo.

14) Se presente un sistema di valutazione: esprimere una valutazione sui risultati in termini di raggiungimento degli obiettivi prefissati e gradimento ed efficacia dell'iniziativa [tipo: risposta lunga – opzionale]

Il campo prevede che il compilatore possa esprimere una valutazione sul gradimento ed efficacia dell'iniziativa sulla base del sistema di valutazione prescelto, qualora presente.

15) Se presente un sistema di valutazione: descrivere strumenti e metodi utilizzati [tipo: risposta lunga – opzionale]

Il campo è destinato all'inserimento dell'eventuale descrizione di un sistema di valutazione dell'*outcome* dell'iniziativa, spiegandone i criteri e individuandone gli scopi. È consentita l'aggiunta di note a discrezione del compilatore.

16) Se l'iniziativa è stata sostenuta con fondi dell'università europea di Roma, specificarne la fonte [tipo: scelta multipla - obbligatorio]

Il campo si utilizza per chiarire da quali capitoli di spesa/budget interni all'Università Europea di Roma siano stati tratti i fondi utilizzati per sostenere l'iniziativa di PE. lo scopo è cercare di evidenziare il livello di coinvolgimento, con specifico riferimento all'impegno di risorse, dei CdS o di altre componenti dell'Università Europea di Roma.

17) Strutture e servizi offerti gratuitamente dall'Università Europea di Roma in supporto all'iniziativa [tipo: scelta multipla – opzionale]

Il campo si utilizza per dichiarare la fornitura di spazi, strutture e servizi in supporto all'iniziativa segnalata, messi a disposizione gratuitamente dagli organi della UER e dunque con impiego di risorse da parte dell'ateneo per l'effettuazione dell'attività.

18) Strutture o servizi offerti dietro pagamento di un corrispettivo economico dall'università europea di Roma in supporto all'iniziativa [tipo: scelta multipla – opzionale]

Il campo si utilizza per dichiarare la fornitura di spazi, strutture e servizi in supporto all'iniziativa segnalata, messi a disposizione dagli organi della UER dietro pagamento di un corrispettivo economico, e dunque con introito di risorse a beneficio dell'Ateneo per l'effettuazione dell'attività.

19) Budget complessivo utilizzato [tipo: risposta breve – obbligatorio]

Campo riservato all'indicazione del budget complessivamente utilizzato per lo svolgimento dell'iniziativa. Vanno presi in considerazione: costi di promozione e di implementazione sul sito internet; costi relativi all'utilizzo di spazi interni o, eventualmente, esterni; costi relativi al pagamento del viaggio o del soggiorno ad eventuali docenti o professionisti contrattualizzati per partecipare all'evento; in ultimo le risorse proprie del docente, nel caso abbia usato i fondi messi a sua disposizione dall'Università. Sebbene sia opportuno fornire una cifra più precisa possibile, una approssimazione è accettata.

20) (di cui) Finanziamenti esterni [tipo: risposta breve – obbligatorio]

Campo riservato all'indicazione della quota di budget coperta da sponsorizzazioni, finanziamenti esterni, o messa a disposizione di risorse non a carico dell'Università Europea di Roma. Si intende che tali finanziamenti o risorse non siano quelli destinati alla normale attività istituzionale della UER ma siano specificamente destinati allo svolgimento dell'attività di *Public Engagement* descritta.

21) Impatto stimato in termini di pubblico (tipologia) [tipo: risposta multipla – obbligatorio]

Campo destinato alle indicazioni della tipologia di pubblico coinvolta nell'attività di PE, se pubblico in presenza, collegato solo telematicamente, in fruizione mista (“blended”) cioè presenziale e telematica o per comunicazione su larga scala (mass media).

22) Pubblici coinvolti [tipo: caselle di controllo – obbligatorio]

Il campo prevede la possibilità di segnalare la presenza di particolari tipologie di pubblico sulla base di quelle proposte dalle linee guida ministeriali. In caso di eventi organizzati dall'Ateneo è importante che il referente scientifico possa fornire documentazione che attesti l'esatto numero di ogni tipologia di pubblico presente.

23) Numero stimato di presenze/utenti collegati [tipo: risposta breve – obbligatorio]

Il campo prevede la possibilità di inserire il numero di presenti/utenti collegati, specificandone la tipologia sulla base della risposta fornita al quesito precedente, qualora possibile. In caso di eventi organizzati dall'Ateneo è importante che il numero di partecipanti sia documentabile ai fini della possibilità di portare l'iniziativa in valutazione ANVUR.

24) Link a siti e informazioni web circa l'evento [tipo: risposta lunga – opzionale]

Il campo consente di associare alla scheda dell'evento una lista di collegamenti ipertestuali a comunicazioni web relative all'attività segnalata, così da permettere un approfondimento, in sede di valutazione, circa la natura e gli esiti dell'evento stesso.

25) Note e commenti [tipo: risposta lunga – opzionale]

Il campo consente l'indicazione di note, commenti, osservazioni e precisazioni riguardo la natura, la finalità e gli obiettivi dell'attività di PE descritta, consentendo al compilatore anche di evidenziare particolari ragioni di interesse dello specifico evento rispetto alle politiche culturali dell'Ateneo.