Verso una nuova denominazione e percezione della Terza missione/Impatto sociale nella comunità

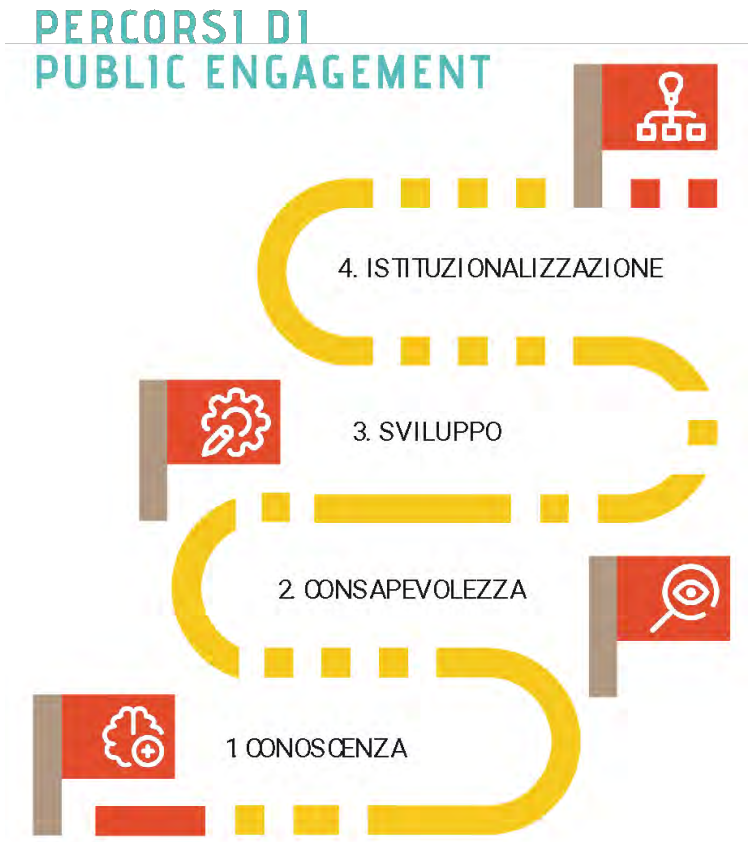
APE NET
ATENEI ED ENTI DI RICERCA PER IL PUBLIC ENGAGEMENT

Ida Castelnuovo
Politecnico di Milano
ida.castelnuovo@polimi.it

INDICE

- L'Associazione APEnet
- La visione di Public Engagement: uno sguardo al contesto europeo
- Il Public Engagement nel contesto nazionale: Terza Missione/ Impatto sociale
- Gli obiettivi, i gruppi di lavoro e le azioni di APEnet
- Conclusioni e prospettive

APEnet – L'ASSOCIAZIONE NAZIONALE PER IL PUBLIC ENGAGEMENT



marzo 2018
Nascita della Rete

aprile 2022
Costituzione dell'Associazione

39 UNIVERSITÀ

5 SCUOLE SUPERIORI

2 POLITECNICI

3 ENTI DI RICERCA

www.apenetwork.it

APEnet – L'ASSOCIAZIONE NAZIONALE PER IL PUBLIC ENGAGEMENT

l'Associazione "APEnet – Rete degli Atenei ed Enti di Ricerca per il Public Engagement" nasce con lo scopo di consolidare e rendere visibile il ruolo che Atenei ed Enti di Ricerca rivestono nel **dare forma a proposte e progetti, che fanno riferimento a un concetto di Public Engagement** come insieme di valori e azioni istituzionali dirette a generare crescita sociale, culturale ed economica.

Un **Consiglio Direttivo** rappresentativo delle realtà territoriali (nord, centro, sud e isole), delle differenti dimensioni degli Atenei, e dei Centri di Ricerca

Un **Comitato Tecnico Scientifico** composto da esperti sui temi del PE o su temi ad essi correlati

Segreteria generale
presso l'Università degli Studi di Torino
segreteria@apenetwork.it

APEnet – L'ASSOCIAZIONE NAZIONALE PER IL PUBLIC ENGAGEMENT

1 RESPONSABILITÀ
2 CIRCOLARITÀ
3 RECIPROCITÀ
4 DIVERSITÀ
5 TRASPARENZA
6 SOSTENIBILITÀ

«Una rivoluzione è in corso e si traduce in **valori** e **azioni di scambio** con la collettività, in una rete di **conoscenze interconnesse** che provano a restituire un diverso modello pubblico del sapere, superando l'idea di un eco-sistema accademico chiuso.»

APEnet, 2019

LA VISIONE DI PUBLIC ENGAGEMENT: uno sguardo al contesto europeo

The issue of public engagement and missions is crucial because of the symbiotic nature of the relationship between the two. Missions provide a straightforward explanation to the public of how diverse, and sometimes difficult to understand, developments in research and innovation contribute to a better society. In addition, the potential impact of missions is much higher when they inspire and engage widespread support.

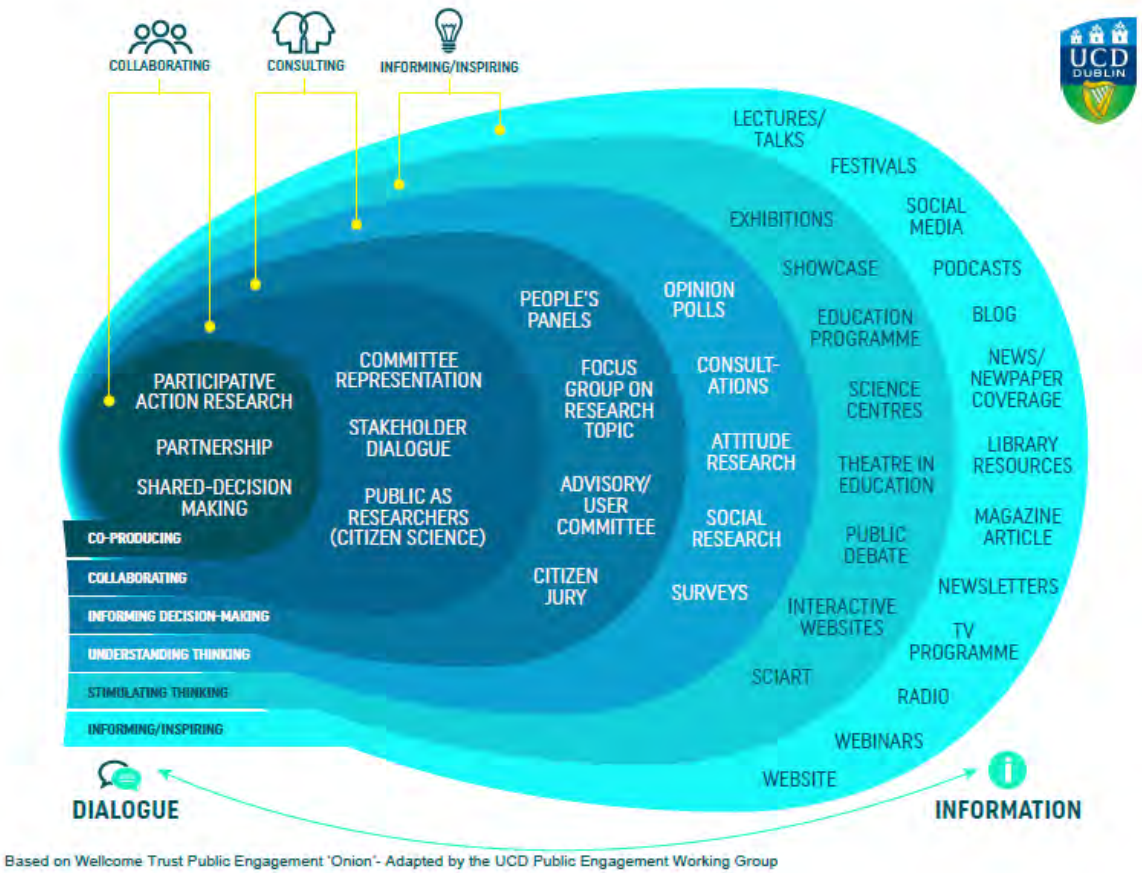
Marina Mazzucato, 2018

CONDIVISIONE + INTERAZIONE + ASCOLTO + COLLABORAZIONE

IL PUBLIC ENGAGEMENT COME RELAZIONE STRATEGICA PER ANTICIPARE, AMPLIFICARE, MISURARE L'IMPATTO

LA VISIONE DI PUBLIC ENGAGEMENT: uno sguardo al contesto europeo

Un ampio spettro di attività, diversi livelli di coinvolgimento



Based on Wellcome Trust Public Engagement 'Onion'- Adapted by the UCD Public Engagement Working Group

Implica il coinvolgimento e la partecipazione di un pubblico interno ed esterno, a beneficio della società e delle istituzioni accademiche

Si fonda sul trasferimento e la co-creazione di conoscenze in dialogo con le comunità e i territori

Contribuisce ad alimentare un agire del mondo accademico aperto, condiviso e collaborativo

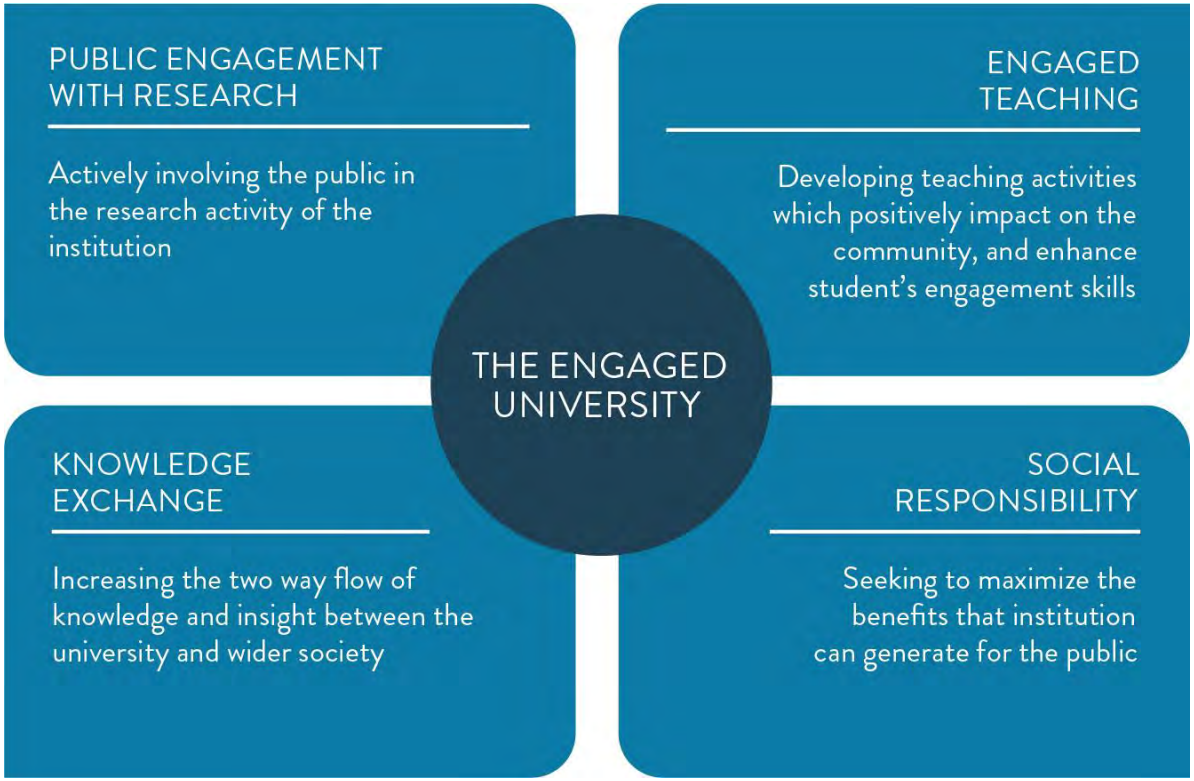
Comporta un'assunzione di responsabilità da parte della comunità accademica

Fonte: ***UCD Public Engagement Community of Practice (PE-CoP)*** *; link*

LA VISIONE DI PUBLIC ENGAGEMENT: uno sguardo al contesto europeo

VERSO UNA ENGAGED UNIVERSITY

> *impegno verso la società come missione trasversale dell'università*
> *inclusività e PE quali elementi incorporati nell'attività accademica (non supplementari)*



*National Co-ordinating Centre for Public Engagement, UK

IL PUBLIC ENGAGEMENT NEL CONTESTO DELLA TERZA MISSIONE/ IMPATTO SOCIALE

con il decreto legislativo 19/2012 e i DM 47/2013 e 987/2016, la Terza missione viene riconosciuta a tutti gli effetti come una **missione istituzionale delle università**.

VQR 2004 - 2010

> Il concetto di **Terza Missione** viene introdotto in via esplorativa nella VQR 2004-2010 di ANVUR (Bando 2011), definita come "**apertura verso il contesto socio-economico mediante la valorizzazione e il trasferimento delle conoscenze**"

VQR 2011 - 2014

> Nel 2015 ANVUR pubblica il **Manuale "La valutazione della terza missione nelle università italiane per le Università"** che illustra i criteri per l'esercizio della VQR 2011-2014, riporta in modo più esplicito **la dimensione sociale della TM**, intesa come attività di produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e culturale e introduce il tema del **Public Engagement inteso come «l'insieme di attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società»**

IL PUBLIC ENGAGEMENT NEL CONTESTO DELLA TERZA MISSIONE/ IMPATTO SOCIALE

Linee guida SUA - TM/IS

> Nel **2018**ANVUR ha pubblicato una **proposta di revisione della scheda SUA-TM**, per supportare il processo di monitoraggio e raccolta dei dati delle Istituzioni valutate.

VQR 2015 - 2019

> Nel Gennaio 2020 è stato avviato il terzo esercizio VQR 2015-2019 che ha introdotto il tema dell' **impatto sociale (come impatto esterno alla comunità accademica) delle attività di TM e PE**

LA DIMENSIONE DELL'IMPATTO NELLA VQR 2015-2019

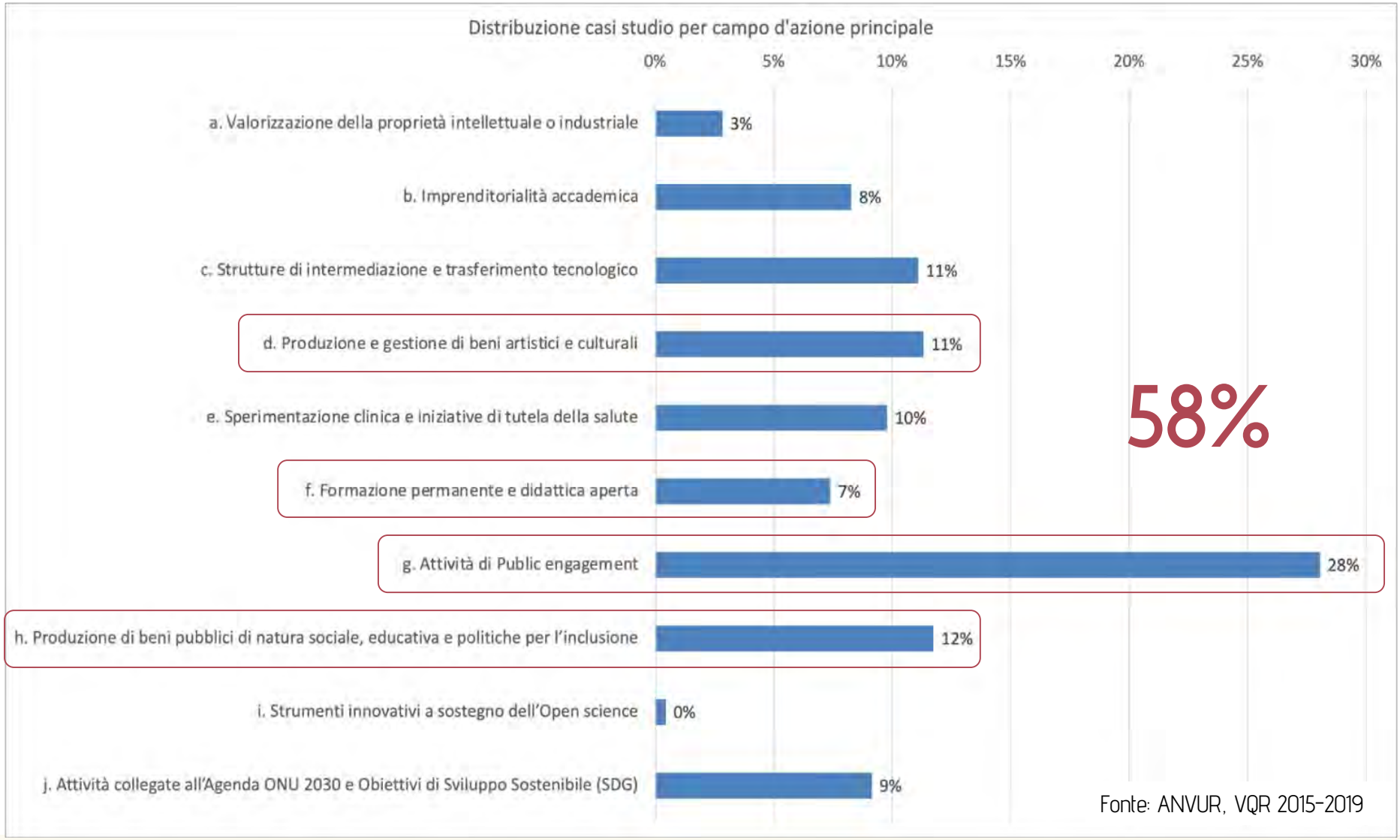
Ciascun caso studio è valutato secondo i seguenti criteri:
1) Dimensione sociale, economica e culturale dell'impatto
2) Rilevanza rispetto al contesto di riferimento
3) Valore aggiunto per i beneficiari
4) Contributo della struttura e legame con la sua ricerca

Impatto:
Deve emergere la **differenza** tra la situazione antecedente allo svolgimento dell'attività e quella successiva, e tale differenza deve essere **verificabile** mediante **indicatori di impatto**, pertinenti e significativi.

Non c'è una definizione chiusa di impatto, per dare possibilità di valorizzare al meglio ciò che si ritiene abbia generato maggiori benefici tra le attività di Terza Missione svolte, nel contesto di riferimento.

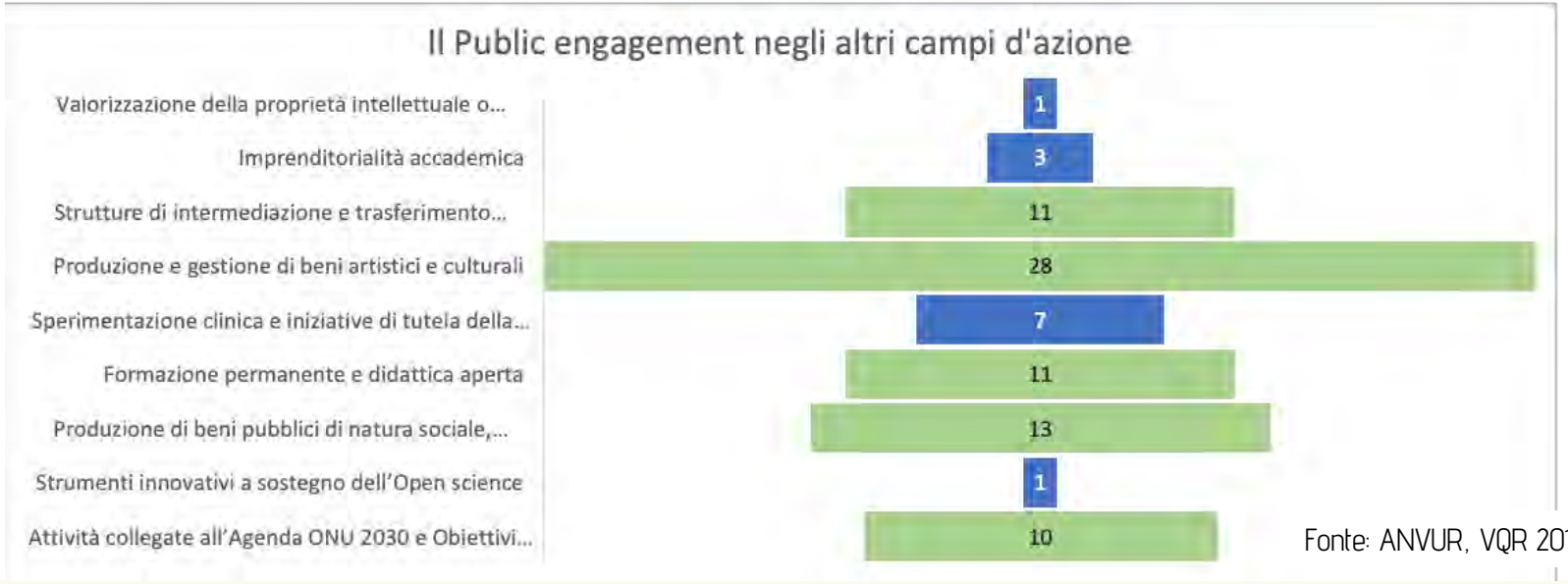
CASI STUDIO VQR 2015-2019 TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE

Università N. 460



Fonte: ANVUR, VQR 2015-2019

IL PUBLIC ENGAGEMENT NEL CONTESTO DELLA TERZA MISSIONE/IMPATTO SOCIALE



Fonte: ANVUR, VQR 2015-2019

GLI OBIETTIVI DELL'ASSOCIAZIONE APEnet

> **Promuovere la ricerca sul PE** e contribuire al monitoraggio e alla valutazione di impatto delle iniziative promosse, in collaborazione con i diversi attori del sistema di ricerca italiano

> Sviluppare **una piattaforma comune** e condivisa per la promozione, il **monitoraggio e** la **valutazione** delle iniziative di Public Engagement

> **Sensibilizzare, aggiornare e formare il personale** (di ricerca, tecnico-amministrativo) degli Atenei e degli Enti di ricerca, verso lo sviluppo e il rafforzamento delle **competenze** e verso una maggiore integrazione delle pratiche di PE nelle attività didattiche e di ricerca

GLI OBIETTIVI DELL'ASSOCIAZIONE APEnet

> Promuovere e **sviluppare la presenza del Public Engagement** all'interno dei **programmi universitari** (corsi di laurea e di dottorato)

> **Rafforzare e consolidare le relazioni istituzionali e i partenariati strategici** a livello nazionale e internazionale

> **Favorire occasioni di confronto e scambio di esperienze**, con cittadinanze associazioni, istituzioni, imprese, amministrazioni, reti ed enti nazionali e internazionali attivi sul Public Engagement

LE LINEE DI AZIONE DI APEnet

5 GRUPPI DI LAVORO

1. **OSSERVATORIO APEnet** rafforzare ed estendere le azioni di ricerca attorno a processi di comprensione e istituzionalizzazione del PE

2. **MONITORAGGIO E VALUTAZIONE** costruire un piano di azioni di monitoraggio permanente di criteri, strumenti e modalità di rilevazione e valutazione dell'impatto delle attività di PE nel contesto nazionale

3. **FORMAZIONE E SVILUPPO COMPETENZE** valorizzare il PE come contesto istituzionale di nuove competenze e sviluppare una proposta formativa che possa rafforzare tali competenze

LE LINEE DI AZIONE DI APEnet

5 GRUPPI DI LAVORO

4. NETWORKING rafforzare e consolidare le relazioni istituzionali a livello nazionale (ANVUR, CRUI, NETVAL, ma anche mondo dei media e stampa...) e internazionale (NCCPE, CAMPUS ENGAGE, WISSENSCHAFT IM DIALOG...)

5. COMUNICAZIONE disseminare la cultura del PE anche grazie e attraverso un piano di comunicazione per diffondere le azioni intraprese dall'Associazione

5 ASSI DI LAVORO > 5 GRUPPI DI LAVORO che rappresentano il luogo prioritario di partecipazione e di impegno di tutti i Soci e avranno l'obiettivo di sviluppare e realizzare le azioni dell'Associazione

LE PRIME AZIONI SVILUPPATE e L'EVOLUZIONE DI ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI

GdL 1 - OSSERVATORIO APEnet //

Attività di analisi dei casi studio del campo d'azione G) Public Engagement (71 casi) che Atenei ed Enti di Ricerca hanno volontariamente inviato ad APEnet (VQR 2015-2019). Obiettivo: identificare modelli, strumenti, indicatori di impatto nelle diverse dimensioni ricorrenti ed efficaci; identificare caratteristiche dei casi studio che permettano di comprendere meglio l'impegno di Atenei ed Enti di Ricerca nel Public Engagement

ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI:

*Dal **Barometro** (strumento di monitoraggio e auto-valutazione del percorso di sviluppo e istituzionalizzazione del PE) all'**Osservatorio nazionale sul PE***

> estendere il barometro ad altri campi d'azione di impatto sociale

> sviluppare una piattaforma per la valorizzazione e il monitoraggio (anche esterno) dei casi studio di impatto sociale

> Individuare e sperimentare strumenti, modelli e indicatori di impatto

LE PRIME AZIONI SVILUPPATE e L'EVOLUZIONE DI ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI

GdL 2 – MONITORAGGIO E VALUTAZIONE //

Attività di identificazione/rilevazione di una prima tassonomia dell'impatto sociale del PE e confronto su elementi di criticità e necessità emerse (ad es, in termini di definizione, formazione, ecc.). **Indagine sugli strumenti di Monitoraggio e Valutazione per il Public engagement,** sviluppati a livello nazionale e/o dai singoli Atenei/enti e relativi aspetti positivi e criticità.

ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI:

Tassonomia dell'impatto sociale del PE

Mappatura degli strumenti di monitoraggio e valutazione

LE PRIME AZIONI SVILUPPATE e L'EVOLUZIONE DI ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI

GdL 3 – FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE //

Indagine sulle competenze e i bisogni formativi per fare emergere le esigenze di formazione sul PE dei singoli Atenei ed Enti di Ricerca, le esperienze pregresse, e le risorse eventualmente già presenti; **elaborazione dei risultati** dell'indagine e prossime azioni sulla definizione di possibili programmi formativi

ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI:

linee guida per la definizione delle proposte formative

LE PRIME AZIONI SVILUPPATE e L'EVOLUZIONE DI ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI

GdL 4 – NETWORKING //

Attività di networking a diversi livelli – nazionale, internazionale; ampliamento dell'associazione APEnet attraverso il coinvolgimento di nuovi soci; costruzione di un database e di una rete di contatti istituzionali con enti e realtà nazionali e internazionali

Programmazione e organizzazione dell'**evento annuale**

Ideazione di un **format periodico di incontro e condivisione** per i soci APEnet **su tematiche di interesse nell'ambito del PE**

ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI:

Database condiviso per la gestione dei contatti

Mappatura di reti e possibili partner per le attività di PE nel settore pubblico e privato

LE PRIME AZIONI SVILUPPATE e L'EVOLUZIONE DI ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI

GdL 5 – COMUNICAZIONE //

Analisi dell'identità visiva e della comunicazione digitale dell'Associazione per la definizione di una strategia di comunicazione delle attività e delle iniziative; definizione e ideazione di nuovi materiali di presentazione e comunicazione dell'Associazione, mappatura delle relazioni con i media, definizione policy di concessione patrocinio.

ALCUNI STRUMENTI/PRODOTTI:

Kit di presentazione dell'Associazione e delle sue attività

Apertura canali social

Newsletter

Sito

CONCLUSIONI E PROSPETTIVE

Il Public Engagement come nuovo **approccio** delle università, un **processo dinamico** e di **interazione** che riduce la distanza tra università e società valorizzando le **identità** e l'**apporto** dei diversi portatori di interesse e che **amplifica l'impatto** delle loro azioni.

Alcuni temi chiave e di prospettiva:

> investire nella produzione di conoscenza e nello sviluppo di competenze sul PE

> supportare lo sviluppo di metodi e strumenti per il monitoraggio delle azioni di PE e per la misurabilità del loro impatto

> promuovere forme di incentivo, riconoscimento e supporto per il personale e per gli studenti

APE NET

ATENEI ED ENTI
DI RICERCA
PER IL PUBLIC
ENGAGEMENT

www.apenetwork.it

segreteria@apenetwork.it