



AVVISO

Programma di potenziamento delle attività di Public Engagement dell'Ateneo

- Considerato che il *Piano Strategico dell'Ateneo 2020-2022* indica tra gli obiettivi della Terza Missione quello dell'*Università civica*, intesa come gestione sociale della conoscenza la quale deve costituire una delle funzioni centrali e fonte di innovazione, in grado di stimolare la generazione di riflessioni, decisioni e azioni finalizzate al raggiungimento di uno sviluppo sostenibile e competitivo
- Considerato che il *Piano Strategico 2020-2022* prefigura che l'obiettivo dell'*Università civica* si possa realizzare attraverso l'utilizzo in forma efficace e produttiva delle proprie conoscenze, esperienze, capacità e risorse e che Unimi debba farsi promotrice di azioni che, con il coinvolgimento della società, favoriscano la generazione di beni pubblici di natura sociale, educativa e culturale.
- Considerato che per Terza Missione si deve intendere «l'insieme delle attività con le quali le università entrano in interazione diretta con la società» (Rapporto sullo Stato del Sistema Universitario e della Ricerca 2013 ANVUR, 2013, p. 559) e che più in particolare il Public Engagement, secondo quanto indicato dal Documento sulle modalità di valutazione dei casi studio rilasciato dal Gruppo di Esperti della Valutazione Interdisciplinare Impatto/Terza Missione per la VQR 2015-19 rilasciato il 1 febbraio 2021, si connota come l'insieme di attività rivolte a non esperti da parte delle Istituzioni, con valore educativo, culturale e di sviluppo sociale in relazione a *i)* organizzazione di attività culturali di pubblica utilità; *ii)* divulgazione scientifica; *iii)* iniziative di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca; *iv)* attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola
- Considerato che l'Ateneo ha costituito nel maggio del 2020 la Direzione Innovazione e Valorizzazione delle Conoscenze con il compito di garantire che il patrimonio di conoscenze e i prodotti della ricerca, i beni di rilievo culturale e artistico, le iniziative di sostegno all'innovazione, all'educazione, alla divulgazione e alla consapevolezza civile siano promossi e valorizzati presso gli *stakeholder* sociali (altre istituzioni, imprese e tessuto produttivo, sistema sanitario, scuole e associazioni, comunità civica in generale),
- Considerato che a partire dal febbraio del 2020 è attiva una rete dei referenti di Terza Missione dipartimentali la quale collabora con i Prorettori all'Innovazione e alla Terza Missione, Attività Culturali e Impatto Sociale

si propone

- In coerenza con il Piano Strategico di Ateneo 2020-22, la pubblicazione di un **Programma di potenziamento delle attività di Public Engagement dell'Ateneo;**



- di destinare a sostegno di tale programma un budget di 40.000€ del fondo di dotazione 2021 della Direzione Innovazione Valorizzazione delle Conoscenze sulla base delle previsioni approvate nel Cda del 22 Dicembre 2020;
- che i termini per la partecipazione al Programma di potenziamento delle attività di Public Engagement dell'Ateneo siano i seguenti:

OGGETTO

Allo scopo di individuare progetti di Public Engagement ad elevato impatto per l'Ateneo che favoriscano la più vasta partecipazione della comunità accademica dell'Università degli Studi di Milano, un approccio multidisciplinare e prevedano una collaborazione interdipartimentale, l'Ateneo lancia il presente programma con il quale si illustra il processo di raccolta di idee, selezione, progettazione di dettaglio, finanziamento e supporto di progetti di Public Engagement presentati da Docenti e Ricercatori dell'Università degli Studi di Milano.

Per Public Engagement deve intendersi – in linea con la definizione di ANVUR e del bando VQR – l'insieme delle attività organizzate istituzionalmente dall'Ateneo senza scopo di lucro, rivolte ad un pubblico di non specialisti ed aventi un decisivo impatto sullo sviluppo sociale, culturale ed economico della società.

In particolare, anche alla luce del bando VQR 2015-2019, si specifica ulteriormente a titolo di esempio:

- 1) Organizzazione di attività culturali di pubblica utilità (es. concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi aperti alla comunità);
- 2) Divulgazione scientifica (es. pubblicazioni 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);
- 3) Iniziative di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca (es. dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line; citizen science; contamination lab);
- 4) Attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni ed esperimenti hands-on e altre attività laboratoriali).

Per impatto, secondo quanto stabilito dal *Documento sulle modalità di valutazione dei casi di studio Gruppo Esperti della Valutazione Interdisciplinare Impatto/Terza Missione* (<https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2021/02/Documento-GEV-TM-1.pdf>), si intende *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.*

DEFINIZIONI

Si riportano di seguito alcune definizioni funzionali alla descrizione del processo che il programma intende definire.

“Prorettore”: Prorettore Terza Missione, attività culturali e impatto sociale;

“Rete Referenti TM”: rete dei Referenti TM dei 33 dipartimenti dell'Ateneo;

“Commissione”: commissione composta da Prorettore, che la presiede, membri della Rete Referenti TM e Responsabile DIVCO;

“Commissione ristretta”: commissione composta da Prorettore, che la presiede, e da una rappresentanza ristretta dei Referenti TM, almeno 1 per ciascuna area scientifico disciplinare;

“DIVCO”: Direzione Innovazione e Valorizzazione delle Conoscenze;



“Altre Risorse d’Ateneo”: le direzioni e i centri d’Ateneo che a vario titolo, in funzione delle competenze necessarie per le varie iniziative, potrebbe essere coinvolte nella messa in opera delle iniziative di PE selezionate.

PROPONENTI

Ciascun Professore e Ricercatore a tempo indeterminato e a tempo determinato ex art. 24 comma 3 lett. a e b L. 240/2010 dell’Università degli Studi di Milano, con contratto vigente nell’anno 2021 può proporre iniziative di Public Engagement all’interno del presente programma.

Ciascuno potrà presentare in qualità di responsabile della proposta non più di una idea progettuale.

In qualità di team members si potrà invece essere coinvolti in più progetti.

CARATTERISTICHE DELLE IDEE DI PROGETTO

Le proposte dovranno avere le seguenti caratteristiche:

- essere presentate a cura di uno o più Docenti e/o Ricercatori dell’Ateneo;
- essere orientate alla multidisciplinarietà;
- delinarsi come attività di divulgazione ma anche di engagement legate a temi di particolare interesse come ad esempio divulgazione della scienza, salute, cultura, arti, innovazione, diritti, etc.;
- rivolgersi a categorie di pubblico identificabile, quali, ad esempio, scuole, insegnanti, professionisti, associazioni, particolari gruppi di cittadini, ecc.

In aggiunta a quanto sopra è inoltre possibile prevedere il coinvolgimento di altri enti/associazioni/imprese come partner dell’iniziativa.

Eventuali finanziamenti esterni potranno essere ammessi a condizione che siano destinati solamente a copertura dei costi dell’iniziativa (ad es. spese di organizzazione, missione, promozione).

PRESENTAZIONE DELLE IDEE DI PROGETTO

Per ciascuna proposta si dovrà indicare:

1. Docente e/o ricercatore proponente/responsabile e Dipartimento di afferenza
2. Altri docenti e/o ricercatori coinvolti o eventualmente coinvolgibili e Dipartimenti di afferenza;
3. Titolo dell’iniziativa;
4. Categoria prevalente di attività PE (secondo l’elenco ANVUR bando VQR)
5. Cinque parole chiave che identifichino l’iniziativa e il suo impatto;
6. Breve descrizione dell’iniziativa, per illustrarne il legame con i risultati della ricerca delle strutture proponenti, il contesto di riferimento, il ruolo svolto dalle strutture, lo sviluppo temporale, i soggetti coinvolti e il loro ruolo, i costi previsti e le risorse necessarie;
7. Interdisciplinarietà: illustrare le competenze interne all’ateneo che si intende coinvolgere e il contributo che porteranno all’iniziativa;
8. Eventuali partner esterni dell’iniziativa (es. imprese, enti, associazioni).

Le proposte, compilate secondo il modello allegato, dovranno essere inviate tramite il form disponibile a questo link:

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=7161ExhwdEaj18wNsG1UXLoa9GsT5MdHiu2ydJ17L9RUODZSNDhLVk1FU1o1S05KTFU3NFBaNk9YMi4u> (MS Forms), **entro e non oltre il 15.06.2021.**

Si precisa che, nella presentazione della domanda di partecipazione al presente programma, per ogni proposta progettuale potrà essere richiesto un finanziamento non superiore a € 10.000.

IL PROCESSO DI VALUTAZIONE E LA SUCCESSIVA PROGETTAZIONE DI DETTAGLIO

Il processo di raccolta delle proposte di Public per il presente programma si compone delle seguenti fasi:



1. Raccolta: ciascun docente e ricercatore strutturato dell'Ateneo potrà inviare al massimo una proposta a partire dalla data di pubblicazione del programma fino alla chiusura indicata all'art. 5;
2. Selezione: la Commissione si occuperà di identificare e selezionare le proposte a più alto impatto sulle quali orientare l'investimento delle risorse. La durata prevista per questa fase sarà al massimo di 30 giorni e partirà una volta chiusi i termini per la presentazione delle proposte;
3. Progettazione di dettaglio: fase in cui la Commissione ristretta avrà l'obiettivo di definire, in stretta collaborazione con i proponenti delle idee progettuali selezionate e con il supporto degli Uffici della DIVCO, la progettazione di dettaglio delle iniziative: a) identificazione delle risorse necessarie al raggiungimento degli obiettivi (compreso il budget di dettaglio), b) definizione del team dell'iniziativa, anche attraverso l'aggregazione di competenze nello spirito del presente programma e c) indicazione dell'impatto. La sua durata sarà prevedibilmente di due mesi e si concluderà con l'assegnazione dei fondi e l'avvio del progetto da parte del team dell'iniziativa.
4. Finanziamento e supporto DIVCO: il proponente e la DIVCO definiscono le modalità di gestione dei fondi;
5. Messa in opera dell'iniziativa: il proponente, gli altri docenti e ricercatori coinvolti, la Commissione ristretta, la DIVCO e le altre risorse d'Ateneo eventualmente coinvolte collaborano per la messa in opera della progettualità definita in dettaglio. Tutti i progetti dovranno concludersi entro il primo semestre 2022.

CRITERI DI VALUTAZIONE E SELEZIONE

Le proposte pervenute saranno valutate dalla Commissione sulla base di alcuni criteri di seguito illustrati:

- Originalità della proposta;
- Definizione del target a cui l'iniziativa si riferisce;
- Interdisciplinarietà della proposta;
- Aderenza con gli obiettivi d'Ateneo (Documento Programmatorio, Piano Strategico, PTD, etc.);
- Legami dell'iniziativa con l'interesse pubblico (temi di attualità stringente, etici, ricorrenze storiche e culturali ecc. ecc.);
- Eventuali partnership presenti;
- Pertinenza dell'indicazione espressa nella domanda del legame tra l'iniziativa e i risultati della ricerca scientifica svolta dalla struttura proponente.

La presenza di eventuali partner non accademici potrà costituire elemento di particolare considerazione nella valutazione.

MONITORAGGIO IMPATTO

La realizzazione dell'iniziativa dovrà garantire la possibilità di verifica dell'impatto ottenuto, in linea con gli obiettivi definiti in fase di progettazione, nonché dell'impiego delle risorse investite.

RICHIESTA DI INFORMAZIONI

Chiarimenti e informazioni possono essere richiesti alla Direzione Innovazione e Valorizzazione delle Conoscenze - Ufficio Public Engagement e Relazioni territoriali (e-mail: public.engagement@unimi.it)

Il presente programma è pubblicato sul sito d'Ateneo alla pagina dedicata:

<https://www.unimi.it/it/terza-missione/responsabilita-sociale/public-engagement>