



Ufficio Terza Missione e Territorio
Presidio di Qualità di Ateneo – PQA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

*SCHEDA per la RILEVAZIONE e il MONITORAGGIO
delle ATTIVITÀ di TERZAMMISSIONE/IMPATTO SOCIALE
(1° gennaio 2024 – 31 dicembre 2024)*

1. Delegati, referenti e struttura di Terza Missione/Impatto sociale

La commissione Terza missione di Dipartimento è coordinata dal Prof. Giacomo Del Chiappa ed è composta da:

Prof. Gianfranco Atzeni
Prof.ssa Brunella Brundu
Prof.ssa Gavina Manca

Il dipartimento ha deciso anche di dotarsi di una sottocommissione per la Sede di Olbia. La sottocommissione è composta dal Prof. Giacomo Del Chiappa, che la coordina, e da:

Dott. Gianfranco Pischredda
Dott. Gianfranco Ennas

2. Monitoraggio attività di Terza Missione/Impatto sociale del Dipartimento

Linee di azione delle attività di Terza missione/Impatto sociale	Numero		
	2022	2023	2024
1 Proprietà intellettuale			
2 Imprese Spin-off			
3 Attività conto terzi		2	
4 Strutture di intermediazione			
5 Gestione del patrimonio e attività culturali			
6 Attività per la salute pubblica (se pertinente)			
7 Formazione continua, apprendimento permanente e la didattica aperta	1	2	
8 Public Engagement	8	21 ^a	26 ^b

^a di cui 2 in collaborazione con altri Dipartimenti di Ateneo; ^b di cui 4 in collaborazione con altri Dipartimenti di Ateneo



3. Descrizione delle principali Linee di azione delle attività di Terza missione/Impatto sociale

Nel complesso, il Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali nel periodo di riferimento della presente relazione ha investito principalmente per avviare/rafforzare la propria attività in termini di:

- 1) Attività conto terzi
- 2) Strutture di intermediazione/Placement e trasferimento tecnologico
- 3) Formazione continua e didattica aperta
- 4) Public engagement

4. Numero progetti Terza missione/Impatto sociale presentati e finanziati

	2022	2023	2024
Numero progetti finanziati			2
di cui numero progetti finanziati europei/internazionali			
Totale			2

5. Descrizione delle attività poste in essere per la programmazione, organizzazione, pianificazione e monitoraggio delle attività di Terza missione/Impatto sociale con riferimento al piano strategico del Dipartimento.

Il DISEA risulta "storicamente" piuttosto attivo in termini di attività e progetti conto terzi e di terza missione. A questo riguardo, nel 2024 si segnala il finanziamento da parte della RAS del Progetto "Osservazioni e analisi regionali dello yachting e dei porti turistici della Sardegna". Sempre nel 2024 il Dipartimento è risultato aggiudicatario di un finanziamento per la realizzazione del progetto "Ridurre gli sprechi, ottimizzare gli acquisti" presentato sul bando "crescerAI" a valere sul Fondo per la Repubblica Digitale e sostenuto da Google.org tramite il Social Innovation Fund sull'Intelligenza Artificiale.

Nel complesso, l'impegno dei ricercatori del Dipartimento nella predisposizione di progetti conto terzi/terza missione risulta essersi rafforzato nell'anno 2023 rispetto a quello precedente.

Inoltre, occorre evidenziare la capacità dimostrata dai ricercatori del Dipartimento nel promuovere e ottenere il supporto finanziario alla propria attività di ricerca da parte di associazioni e imprese sotto forma di erogazioni liberali alla ricerca che testimoniano, appunto, la predisposizione dei ricercatori nel lavorare su temi e prospettive di interesse di istituzioni e imprese. Tali erogazioni risultano provenire, allo stato attuale, da organizzazioni operanti perlopiù sul territorio regionale, anche se non mancano quelle ascrivibili ad un contesto geografico nazionale.



Strutture di intermediazione, trasferimento tecnologico, supporto all'innovazione di impresa e all'autoimprenditorialità e placement

Dopo aver contribuito alla fondazione del "Competence Center Artes 4.0" e dello "SharD-HUB – Sardinia Digital Innovation Hub", il Disea continua a supportarne le progettualità e le relative attività. Inoltre, il Dipartimento continua a supportare le attività della Start Cup Sardegna e del Contamination Lab. Infine, si segnalano le attività realizzate all'interno della cornice del "Laboratorio per l'innovazione e l'autoimprenditorialità" e quelle che alcuni ricercatori del Dipartimento pongono in essere all'interno delle progettualità relative all' "Ecosistema dell'Innovazione e.INS - Ecosystem of Innovation for Next generation Sardinia (ECS00000038) - SPOKE 2 - Innovation and sustainability for the competitiveness of tourism and cultural heritage SMEs in marginal markets" - nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

Formazione continua e didattica aperta

Nell'ambito della formazione continua e della didattica aperta il Dipartimento risulta impegnato nelle seguenti attività:

1. Formazione con crediti E.C.M. (Educazione Continua in Medicina) attraverso il corso di alta formazione denominato "corso di formazione manageriale per Dirigenti di struttura complessa del Servizio Sanitario Nazionale"
2. Offerta formativa relativa al Progetto 110 PA
3. Dottorato di ricerca con presenza di borse di Dottorato industriale supervisionate da docenti del Dipartimento

Il Dipartimento di Scienze Economiche Aziendali ha investito in maniera significativa per rendere i propri modelli didattici quanto più aperti e, quindi, basati su un ruolo partecipativo e attivo degli studenti e delle studentesse; un ruolo attivo, partecipativo e critico che viene facilitato sia dal docente titolare del corso, sia tramite il coinvolgimento sempre più frequente di manager e professionisti nelle attività didattiche attraverso seminari, testimonianze, Live Lab e business game; attività che aprendosi al mondo delle imprese finiscono per attirare l'attenzione non solo degli studenti ma anche di policy maker e professionisti (specie se adeguatamente comunicati come "eventi aperti al pubblico", come il Dipartimento ha iniziato a fare nell'ultimo quadrimestre del 2024). A questo riguardo, è da segnalare come nel corso del 2024 siano stati organizzati ben 58 incontri tra seminari, testimonianze aziendali e workshop all'interno degli insegnamenti offerti nei corsi di laurea triennale e magistrale erogati dal Dipartimento nella sede di Sassari e di Olbia (si veda <https://www.disea.uniss.it/it/novita/seminari-didattici-e-testimonianze-del-disea-0>);

Inoltre, è da segnalare anche la costante interazione che il Dipartimento intesse con le parti sociali, con l'obiettivo di rilevarne i fabbisogni di competenze e, quindi, ogni suggerimento in merito a come (re)indirizzare/innovare l'offerta formativa; una circostanza che rende il Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali da sempre particolarmente attento alla necessità di adeguare l'offerta formativa alle esigenze della società secondo principi di innovazione, co-creazione e sostenibilità richiamati anche dal Piano Strategico di Ateneo. A questo riguardo, si evidenzia l'incontro con parti sociali che il Dipartimento ha organizzato nel periodo oggetto della presente relazione, per supportare il processo di riforma e innovazione degli ordinamenti didattici e dell'offerta formativa e, inoltre, la nascita di nuovi percorsi di laurea triennale. All'incontro hanno partecipato le principali associazioni di categoria presenti sul



territorio regionale, gli ordini professionali e i rappresentanti di imprese operanti in diversi settori dell'economia regionale e nazionale. Tutte queste circostanze, oltre a testimoniare un "perfetto" allineamento del Dipartimento ai principi e agli obiettivi definiti dal Piano Strategico di Ateneo, segnano un'evidenza coerente con un modello di Università che sia sempre più orientato a perseguire l'obiettivo di facilitare/supportare il cambiamento della società e dei contesti territoriali di riferimento attraverso l'attivazione di processi di condivisione, co-progettazione e co-produzione di innovazione e conoscenza che promuovano un sviluppo sostenibile (CRUI, 2025). A questo riguardo è da ricordare anche l'impegno importante che il Dipartimento mette nel coniugare e portare a sinergia l'attività formativa e l'attività di ricerca "gravitando" in maniera importante intorno ai temi della sostenibilità (lotta alle disuguaglianze, decarbonizzazione delle attività di impresa e neutralità climatica, economia circolare, policy e pratiche aziendali orientate alla mitigazione del cambiamento climatico, ecc.)

Inoltre, è significativo segnalare l'impegno che il Dipartimento ha profuso per rafforzare la numerosità delle convenzioni stage con le aziende del territorio, per incrementare il numero di internship/progetti formativi curriculari. A questo riguardo si segnala che nel corso del 2024 le convenzioni stage di nuova attivazione sono risultate 19 e quelle rinnovate 10. Nel 2024 il Dipartimento ha rafforzato il proprio impegno per aumentare la conoscenza e la consapevolezza che gli studenti hanno circa i vantaggi che lo stage consente di perseguire in termini di CFU, di esperienza professionale e, non meno importante, di stesura di una tesi di laurea basata sulle attività/tematiche oggetto dello stage e sviluppata con la co-supervisione e il coinvolgimento di un manager dell'impresa ospitante, oltre che del proprio relatore accademico (modello di tesi che gli studenti mostrano di apprezzare particolarmente, anche per il valore che esse offrono come "biglietto da visita" per entrare nel mondo del lavoro). Un modello di tesi che consentirebbe, tra le altre cose, di rappresentare una naturale occasione per rafforzare anche il dialogo tra il corpo docente e i manager/professionisti e, quindi, la possibilità che da questa maggiore interazione possano nascere opportunità di ricerca e collaborazione più strutturate; una circostanza, questa, che renderebbe evidente come gli stimoli alla Terza Missione possano arrivare come conseguenza degli sforzi che il Dipartimento pone in essere per innovare l'attività di didattica e di ricerca.

Sempre con riferimento al placement, il Dipartimento supporta l'ufficio Terza Missione di Ateneo per le attività del suo Servizio Placement. Riguardo a questi punti, il Dipartimento ha inviato, ad un'ampia platea di imprese operative sul territorio regionale una lettera di sensibilizzazione e di invito alla collaborazione; la lettera è stata inviata grazie al supporto delle Camere di Commercio e, inoltre, delle configurazioni territoriali di Confcommercio Regionale Sardegna. Quanto detto testimonia il continuo impegno che il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali mette – perfettamente in linea con gli obiettivi definiti dal Piano Strategico di Ateneo per l'area terza missione - per potenziare le opportunità di tirocinio e stage, aiutare gli studenti a capire come presentarsi sul mondo del lavoro (CV, sostenimento di intervista e colloquio di lavoro, ecc.) e, quindi, potenziare il job placement. Da segnalare a questo riguardo l'importante ruolo che i seminari e le testimonianze aziendali organizzati all'interno degli insegnamenti hanno avuto, favorendo un dialogo aperto e interattivo tra *practitioner* e aula, nell'accompagnare gli studenti e le studentesse in un percorso consapevole di scelta, consolidamento e valorizzazione delle proprie competenze e prospettive professionali.

Public engagement

I ricercatori del Disea organizzano e/o partecipano a diverse tipologie di attività riconducibili al



public engagement, attività che trovano eco sia nei mezzi di comunicazione tradizionali che digitali. Tra queste, nel periodo oggetto della presente relazione, si possono segnalare le seguenti:

- 1) attività di disseminazione della ricerca e della conoscenza nell'ecosistema territoriale regionale e nazionale, attraverso la stesura di pubblicazioni divulgative. Tra le altre, a questo riguardo si possono segnalare le seguenti:
 - a. redazione da parte di un gruppo di ricercatori del Disea dell'insero "La Top 1000" report sui fatturati delle prime 1000 aziende sarde, promosso dalla Nuova Sardegna in collaborazione con la Camera di Commercio di Sassari;
 - b. partecipazione dei ricercatori del Disea alla redazione annuale del Rapporto sull'Economia della Sardegna; il rapporto è promosso dal CRENoS (Centro Ricerche Economiche Nord Sud), un centro di ricerca che, appunto, è formato da ricercatori dell'Università di Sassari e Cagliari;
 - c. proposta da parte di alcuni ricercatori del Disea di contributi per la nuova edizione del Rapporto sul Turismo Italiano;
 - d. coinvolgimento dei ricercatori del Disea nella stesura di editoriali e/o articoli per testate giornalistiche regionali e nazionali;
- 2) partecipazione a incontri ed eventi di vario tipo aperti al mondo delle istituzioni, delle imprese e della società civile del territorio regionale, e non (conferenze stampa, fiere e convegni rivolti a imprese, istituzioni e società civile, ecc.);
- 3) partecipazione e contributo all'organizzazione di eventi pubblici (notte dei ricercatori, open day, ecc.);
- 4) organizzazione e realizzazione di diverse iniziative di orientamento rivolte alle scuole superiori;
- 5) interazione con le scuole attraverso l'organizzazione di attività laboratoriali che prevedono anche la realizzazione di visite aziendali in affiancamento all'attività più classica di formazione e di laboratorio in aula. A questo riguardo, si segnala il Live Lab "L'orientamento alla sostenibilità delle imprese ristorative e alberghiere" ideato con la responsabilità scientifica di alcuni ricercatori del Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali, in collaborazione con l'IPSAR Costa Smeralda e con il supporto di FELIX HOTELS, Aeroporto Olbia Costa Smeralda – GEASAR; il Live Lab è stato patrocinato dal Comune di Arzachena.
- 6) coinvolgimento in iniziative di Alternanza Scuola-Lavoro attivate con le scuole secondarie superiori.

PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E RENDICONTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI TERZA MISSIONE

In linea anche con quanto previsto dal piano di sviluppo di Dipartimento sono state attuate alcune iniziative per rafforzare l'attività di terza missione (oggi più propriamente denominate attività di valorizzazione delle conoscenze: CRUI, 2025).

Con riferimento alla valorizzazione di tali attività, si è provveduto a creare un'apposita sezione "Terza Missione" nel Sito web del Dipartimento. La sezione è ancora in fase di sviluppo e necessita di essere coordinata, in termini di contenuti e modalità espositive, in maniera quanto più simile a quella di Ateneo, al fine di raggiungere un'impostazione che ricalchi quanto più possibile quella che verrà implementata nella nuova versione del sito di Ateneo.

Riconoscendo la centralità e l'importanza che la comunicazione riveste nel promuovere e



rendere visibili le tante iniziative di didattica, ricerca e terza missione di Dipartimento, per la prima volta è stata inserita nell'organico amministrativo del Dipartimento una specifica figura dedicata alla gestione e al coordinamento delle attività di comunicazione. Allo stesso tempo, è stata scritta e approvata una social media policy (in coerenza con quella di Ateneo) e nel mese di aprile si è provveduto ad aprire un profilo Instagram, affiancandolo così al profilo già esistente su Facebook. Questa scelta ha rappresentato l'avvio di una più ampia strategia di brand positioning accademico, volta a rafforzare la visibilità del Dipartimento e a coinvolgere in modo più diretto la comunità studentesca e il pubblico esterno. I dati relativi al periodo aprile – dicembre 2024 testimoniano un "primo" riscontro positivo:

1. 157 contenuti pubblicati tra post statici, caroselli, stories e reels;
2. 640 follower acquisiti su Instagram in pochi mesi;
3. Engagement rate medio pari all'11,57%, un valore superiore alla media di settore per i canali istituzionali universitari;
4. Circa 600 utenti unici raggiunti in termini di copertura organica (reach).

Nel complesso, questi indicatori descrivono una crescente capacità di dialogo e connessione con il nostro pubblico di riferimento e confermano il valore strategico della comunicazione digitale per gli obiettivi della Terza Missione. La presenza sui social ha inoltre permesso di valorizzare in tempo reale eventi, attività formative, progetti di ricerca e momenti di confronto con il territorio, contribuendo a rafforzare la reputazione e l'identità del Dipartimento nel panorama accademico e istituzionale.

È stata inoltre prevista l'apertura di un profilo LinkedIn per la divulgazione di informazioni rivolte al pubblico delle istituzioni e delle imprese (pubblicazioni dei ricercatori, risultati delle ricerche applicate, risultati e indicazioni manageriali originate dalle attività in conto terzi, ecc.) con l'obiettivo di rendere maggiormente evidente il patrimonio di competenze del corpo docente e, quindi, stimolare l'attivazione di ulteriori collaborazioni. Il profilo risulta di prossima apertura. Inoltre, il Dipartimento ha ulteriormente rafforzato il dialogo con la stampa regionale, con l'obiettivo di "negoziare" la disponibilità di spazi "permanenti" nei quali sia possibile dare evidenza delle diverse attività che il Dipartimento porta avanti nei suoi diversi ambiti di attività.

L'attività di "*posting*" sui profili social è regolata/realizzata sulla base di uno specifico piano editoriale predisposto per prevedere, in maniera continuativa nel tempo, la divulgazione di notizie relative alle tre principali aree di operatività del Dipartimento (didattica, ricerca e terza missione). Con l'obiettivo di creare e rafforzare una cultura diffusa sul valore delle attività di terza missione, e sulla necessità/opportunità di rendicontarle, si è rafforzata l'attività di sensibilizzazione sul tema nei confronti del corpo docente (sia attraverso l'invio di comunicazioni via e-mail, sia parlandone nel corso dei vari Consigli di Dipartimento e dei vari Consigli di Corso di Laurea attivi per i corsi erogati sulla sede di Olbia); a questo riguardo è stato previsto di realizzare incontri *ad-hoc* sul tema. Tali incontri saranno fondamentali per aumentare il numero delle attività correttamente inserite nella piattaforma dedicata. Al momento, infatti, nonostante il corpo docente realizzi un numero corposo di tali attività, non procede in maniera sistematica alla relativa rendicontazione. L'avvio di tali incontri è stato rimandato, rispetto al momento inizialmente immaginato, per attendere l'avvio di quelli in fase di programmazione da parte dell'ufficio Terza Missione di Ateneo. È comunque utile notare che, rispetto al 2022 e al 2023, è aumentato il numero delle iniziative (*public engagement* e progetti di terza missione) correttamente registrate/rendicontate, così come è aumentato anche il numero dei nuovi docenti che si sono avvicinati - seppur ancora timidamente - all'uso della piattaforma.



Con l'obiettivo di contribuire a migliorare le potenzialità di placement degli studenti, il Dipartimento intende organizzare incontri su tematiche riconducibili alla costruzione del CV, a come si sostiene un colloquio di lavoro e al personal branding; il tutto anche in collaborazione con HR Manager, Head Hunter e società interinali, agenzie del lavoro e società di lavoro interinale. In questa direzione, e in continuità con il piano di sviluppo di Dipartimento, si è deciso di avviare un processo che porti alla creazione di un data base che profili le competenze del Dipartimento e dei suoi laureati, con l'obiettivo di supportare i processi di inserimento degli studenti (in maniera autonoma per gli stage curriculari e in supporto all'ufficio Terza Missione – Placement per i laureati) e favorire la nascita e lo sviluppo di attività conto terzi.

Infine, è utile segnalare la recente decisione del Dipartimento di investire nell'assunzione di una risorsa di personale amministrativo a cui affidare, tra gli altri, il compito di supportare l'attività formativa on-line erogata a vantaggio degli iscritti ai corsi 110 PA (prevista per tutti i lavoratori delle imprese pubbliche e private a partire dal prossimo a.a.), sia nei corsi magistrali (Laurea Aziendale indirizzo Public Management) che in quelli triennali (Economia e Management).

6. Riesame della Terza Missione/Impatto sociale Dipartimentale (Rapporto di riesame che illustra la riflessione autovalutativa sulla programmazione e sul monitoraggio delle attività di ricerca rispetto agli obiettivi indicati nel piano strategico del Dipartimento e dei risultati della ricerca ottenuti con gli esiti dell'ultima VQR).

Punti di forza

Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali vanta una buona autorevolezza scientifica, circostanza testimoniata dal suo riconoscimento per due volte consecutive come Dipartimento di Eccellenza. Dalla valutazione relativa all'ultima VQR 2015-2019 risulta come le tre principali aree del dipartimento (13a, 13b e 12) abbiano tutte un indice di qualità dei prodotti conferiti al di sopra della media nazionale. I prodotti valutati come "Eccellenti ed estremamente rilevanti" (A) o "Eccellenti" (B) sono risultati rispettivamente il 72% (area 13a), 58% (area 13b) e il 57% (area 12); inoltre, non sono stati rilevati prodotti di scarsa rilevanza in nessuna delle aree contemplate. Tra i SSD spicca l'ottimo posizionamento di SECS-P/08 - Economia e Gestione delle Imprese, risultato primo nel quartile di riferimento, con il 100% di prodotti A o B conferiti. Il DiSea dimostra una buona capacità di progettare/organizzare attività formative per soggetti esterni operanti in vari ambiti e a questo riguardo vanta un consolidato successo nella formazione manageriale in ambito sanitario. Inoltre, il Dipartimento registra una consolidata connessione con gli ordini professionali e con gli organi della stampa, connessione che si sta rafforzando ulteriormente.

Punti di debolezza

Le attività in conto terzi, commerciali e in convenzione continuano a caratterizzarsi per il fatto di essere abbastanza puntuali, isolate e non continuative nel tempo. Nonostante il personale amministrativo di Dipartimento sia stato recentemente potenziato, esso si caratterizza per un certo sottodimensionamento e/o per una non ancora efficace riorganizzazione; una circostanza, questa, che rende difficile supportare con efficacia, efficienza e tempestività le attività di terza missione e in, particolare, quelle ascrivibili al conto terzi (attività guidate da più tradizionali logiche e tempistiche di mercato). Tale debolezza si potrebbe palesare ancor più laddove, come auspicabile, il numero dei ricercatori impegnati in attività di terza missione dovesse aumentare. Alcune delle attività di "terza missione" (leggasi attività commerciale e



conto terzi) sono anche in qualche modo “disincentivate” dal fatto che, allo stato attuale, mancano dei regolamenti che stabiliscano in maniera chiara ed inequivocabile, e in qualche misura condivisa dal corpo docente, i criteri in base ai quali i finanziamenti alla base di tali attività possano e debbano distribuirsi tra i diversi livelli di governance (Ateneo/Dipartimento) e tra le varie tipologie di personale coinvolto (amministrativo e docente coinvolto).

Con riferimento all'area della formazione continua e della didattica aperta a soggetti esterni, si registra tutt'oggi la limitata disponibilità, se non talvolta la mancanza, di infrastrutture “professionali” (tecnologie e personale) per la produzione e l'erogazione di attività formative on-line, aspetto su cui sarebbe auspicabile un intervento organico da parte dell'Ateneo. In questo senso, è utile segnalare il recente investimento che il Dipartimento ha fatto per assumere una risorsa amministrativa dedicata, tra le altre attività, a supportare l'attività formativa online erogata a vantaggio degli iscritti ai corsi 110 P.A. Infine, resta da evidenziare come l'attività di sensibilizzazione in materia di terza missione resti confinata perlopiù alle discussioni che si creano informalmente nella quotidianità del lavoro e/o formalmente nei momenti in cui tale tematica risulta inserita nell'ordine del giorno dei Consigli di Dipartimento. A fronte delle attività di sensibilizzazione/formazione che il Dipartimento aveva previsto di organizzare/erogare sui temi della terza missione, si è ritenuto fosse utile (se non necessario) attendere l'avvio del piano formativo attualmente in programmazione da parte dell'Ufficio terza Missione di Ateneo.

Nonostante la produzione scientifica di Dipartimento sia quantitativamente e qualitativamente importante, la mole di attività di divulgazione scientifica e di public engagement realizzate, soprattutto quella effettivamente “rendicontata”, risulta tutto sommato limitata. Questa circostanza evidenzia l'esistenza di una “cultura della terza missione” ancora modesta, cosa peraltro abbastanza naturale visto che il processo di sensibilizzazione sul tema è stato avviato in tempi relativamente recenti. Il coinvolgimento dei ricercatori nelle attività di terza missione è ancora tutto sommato limitato; coloro che sono coinvolti risultano, però, piuttosto attivi. Rimane limitato il numero dei docenti che popolano la piattaforma on-line dedicata alla terza missione (<https://www.terzamiSSIONE.it/>) con le loro attività realizzate. Quest'ultima circostanza sottolinea l'esistenza di una ancora limitata cultura della rendicontazione, circostanza ascrivibile ad almeno due motivazioni principali, ossia:

- a) alla sempre non piena conoscenza/charezza che i ricercatori hanno delle diverse tipologie di attività rendicontabili (ciò rende auspicabile che l'attività di formazione pianificata dall'Ateneo venga avviata quanto prima in collaborazione con i diversi Dipartimenti);
- b) alla complessità con cui la piattaforma intenderebbe prevedere la registrazione delle singole attività da parte dei singoli referenti (complessità che risiede spesso nella richiesta di informazioni che difficilmente sono a disposizione del referente delle singole attività e nella mole di tempo che la completa compilazione della scheda richiederebbe).

A superare tale debolezza non aiuta certamente l'assenza di un chiaro sistema di incentivi (economici e non) che aumenti, in maniera virtuosa, la produttività dei ricercatori nelle attività di terza missione. Come sottolineato in più occasioni anche dalla CRUI, sarebbe auspicabile che nella valutazione dei docenti fosse inserita, in qualche misura e in maniera strutturata, anche l'attività di Terza Missione. Infatti, ancora oggi percorsi di carriera dei docenti seguono ancora in maniera prevalente (forse troppo) la via della produttività scientifica rendendo difficile orientarli verso progetti di ricerca applicata (rappresentano forse un'eccezione i professori ordinari che, a motivo della loro posizione, mostrano una maggiore propensione e sensibilità verso questo tipo di progettualità).

Opportunità

Lo scenario socio-economico e istituzionale all'interno del quale le università si trovano oggi a



operare, per quanto complesso, sembra palesare delle opportunità in termini di operatività nell'area della terza missione. A questo riguardo, si può certamente far riferimento alla maggiore consapevolezza che le amministrazioni pubbliche hanno circa l'importanza di programmare e implementare le loro politiche in stretta collaborazione con le Università e facendo leva su partenariati pubblico-privati di "ampio raggio". Inoltre, si può far riferimento anche al rafforzamento dei vantaggi fiscali (crediti d'imposta, deduzioni fiscali, ecc.) che vengono riconosciuti a istituzioni e imprese che decidano di affidare la realizzazione di certe attività a centri di ricerca e università. Tali vantaggi per quanto esistenti sono raramente conosciuti dalle imprese, specie da quelle appartenenti al segmento delle MPMI (micro, piccole e medie imprese), palesando con forza la necessità/opportunità di prevedere un preciso piano di comunicazione/informazione in merito a livello di Ateneo, con lo sforzo congiunto delle diverse strutture dipartimentali.

Rischi e "minacce"

Allo stato attuale, una delle principali minacce allo sviluppo delle attività di terza missione risiede nelle caratteristiche proprie del territorio di riferimento all'interno del quale risulta collocata l'Università di Sassari. A parità di altre condizioni, infatti, non si può certo negare che il tessuto economico regionale risulta perlopiù caratterizzarsi per la presenza di micro, piccole e medie imprese (MPMI); una circostanza, questa, che genera una maggiore difficoltà di interazione con le imprese e il territorio di riferimento. Inoltre, il contesto regionale si caratterizza spesso per una collaborazione tra i diversi soggetti pubblici e privati dell'ecosistema territoriale che risulta in qualche misura compromessa, o quanto meno resa più difficile, anche a causa delle debolezze del sistema istituzionale, dei tagli degli investimenti pubblici e, non meno importante, della difficoltà e/o "lentezza" con cui le PMI riescono a prendere coscienza del proprio fabbisogno di innovazione e del proprio ruolo nella crescita economica e culturale dei propri territori. Queste minacce possono essere in qualche misura superate dotandosi di una strategia di graduale e intenzionale apertura all'interazione con imprese ed ecosistemi nazionali e internazionale di più ampio respiro.

Inoltre, non è da sottovalutare il rischio che l'aumento delle attività amministrative e degli adempimenti burocratici, richiesti sia al personale amministrativo che a quello docente, limitino intrinsecamente la capacità effettiva di programmare, implementare e rendicontare in maniera efficace ed efficiente le diverse tipologie di attività di terza missione. Inoltre, è possibile/probabile che l'esigenza di investire in questo ambito di attività generi, almeno nell'immediato, una difficoltà dei singoli ricercatori nel determinare come ripartire il proprio tempo in modo equilibrato rispetto alle attività più tradizionali (didattica e ricerca) generando, per tale via, dei possibili "temporanei" cali di performance nelle aree di attività più tradizionali.

Data: 9 Settembre 2025

Il referente alla Terza Missione di Dipartimento
Prof. Giacomo Del Chiappa

La Direttrice di Dipartimento
Prof.ssa Giuliana Giuseppina Carboni