

Terza missione

Roberto Henke

AIEAA 12 maggio 2021

Terza missione: una definizione

Definizione di Terza missione tratta dalle *Linee guida ANVUR*

(approvate dalla Consulta dei Presidenti degli Enti Pubblici di Ricerca - 6 giugno 2017)

“La Terza Missione riguarda il rapporto della ricerca con la società e con lo sviluppo economico e culturale attraverso la trasformazione, la messa a disposizione e la circolazione della conoscenza prodotta, nonché la promozione e l’avviamento alla ricerca stessa. Si tratta di un insieme complesso di attività che include diverse modalità di relazione, diversi output e diversi sistemi di trasferimento, formali e informali al cui interno sono comprese, laddove non incluse tra le attività di Ricerca Istituzionale dell’Ente, le attività di:

- *Valorizzazione della ricerca;*
- *Produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e culturale.*

La valorizzazione della conoscenza dal punto di vista economico ha l’obiettivo di favorire la crescita economica, attraverso la trasformazione della conoscenza prodotta dalla ricerca in conoscenza utile a fini produttivi.

La produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e culturale ha invece l’obiettivo di mettere a disposizione della società, nelle sue varie articolazioni, i risultati della propria ricerca e specifiche attività di servizio. Queste attività producono prevalentemente beni pubblici, spesso intangibili, con modalità molto variegata e con processi altamente differenziati quanto a livello di impegno istituzionale”

Attività caratterizzanti

Le attività caratterizzanti della Terza Missione sono costituite da una serie di interventi volti a favorire la **valorizzazione della ricerca** mediante brevetti e licenze, spin off, consulenze e attività conto terzi; istituzione di strutture di intermediazione come uffici di trasferimento tecnologico, uffici di placement, incubatori, etc.

Le attività di TM includono anche la **produzione di beni per il pubblico**, ovvero una serie di servizi di natura sociale e culturale, nonché la formazione continua e il *public engagement*.

Si tratta sostanzialmente di beni pubblici:

- ✓ Difficoltà di mostrare la relazione diretta tra interazione con il contesto socio-economico e impatto sulla società
- ✓ Indicatori meno condivisi, poco standardizzati e comparabili rispetto a valorizzazione della ricerca e ad altre aree della valutazione (ricerca e didattica)

Produzioni di beni per il pubblico - 1

Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

a) formazione continua rivolta alla formazione professionale di personale regolata da convenzioni o da atti formali dai quali si evinca l'obiettivo di una formazione funzionale alla specializzazione nel lavoro o all'inserimento nello stesso.

b) certificazione delle competenze (riconoscimento, validazione e certificazione) nei confronti di organizzazioni esterne e disciplinate da una apposita convenzione o anche da atti formali dai quali si evinca l'obiettivo di riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze

c) alternanza Scuola-Lavoro

d) MOOC - Massive Open Online Courses (corsi online ad iscrizione ed accesso liberi)

Produzioni di beni per il pubblico - 2

Public engagement

Insieme di attività organizzate senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico esterno all'ambito della ricerca e non accademico

- a) organizzazione di iniziative di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca** (eventi di interazione tra ricercatori e pubblico, dibattiti, open days, giornate tematiche, consultazioni on-line, ecc.)
- b) partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse** (partecipazione a tavoli di settore, policy-making, food policy, ecc.)
- c) partecipazione a progetti di sviluppo e valorizzazione del territorio** (anche urbano)
- d) altre iniziative di carattere istituzionale**

Rapporti con gli stakeholders (condivisione dei risultati delle ricerche)

Indicazioni forti anche da Horizon 2020: confronto continuo con gli stakeholders e disseminazione dei risultati delle ricerche.

Esperienze di grande interesse messe in campo da AIEAA:

Pre-conference organizzate in occasione dei convegni annuali: temi «istituzionali», valutazione delle politiche, rapporti con gli attori locali.

Workshop su valutazione delle politiche: CREA - Rica – Mipaaf: Sinergia tra attività di ricerca accademiche e ruolo di un EPR come il CREA: punto di forza dell'associazione!

Più complesso il tema del rapporto con il grande pubblico non specializzato. Questo è un problema fortemente dibattuto anche all'interno del CREA.

Cosa mettere in campo?

L'AIEAA può farsi promotrice di attività di diffusione e disseminazione di alcuni aspetti della ricerca in campo agroalimentare?

Sicuramente si possono (ri)lanciare occasioni di discussione, dibattito, formazione, tavole rotonde con stakeholders e istituzioni.

Forma snella di diffusione dei risultati delle ricerche, qualcosa come Agriregioneeuropa?

Per raggiungere il «grande pubblico» non specialistico:

- ✓ La notte della ricerca
- ✓ Giornate nazionali, europee, internazionali
- ✓ Formazione – informazione (scuole, RRN, reti tematiche tipo «rete politiche locali del cibo»)
- ✓ Uso dei social per creare forum e punti di discussione

Cosa fanno altre associazioni italiane e straniere sul public engagement?