

# CHE COS'È LA TERZA MISSIONE

## Esperienze e definizioni nel contesto italiano

*L'Università che lavora con e per la società – la doppia anima della terza missione: produzione di beni pubblici vs valorizzazione economica della ricerca.*

**Lorenzo Compagnucci, PhD**  
Università di Macerata, Dipartimento di Giurisprudenza



**unIMC**  
l'umanesimo che innova

## Lorenzo Compagnucci, Ph.D.



- **Posizione:** assegnista di ricerca in economia applicata e professore a contratto presso l'Università di Macerata.
- **Interessi di ricerca:** Terza Missione dell'Università, educazione all'imprenditorialità, innovazione e sostenibilità, blockchain, industrie culturali e creative.
- **Affiliazioni:** membro della Segreteria scientifica della Società Italiana di Economia e Politica industriale (SIEPI) e del Centro Nazionale per gli Studi di Economia Applicata (CiMET05).
- **Collaborazioni:** Ufficio per la Valorizzazione della Ricerca ILO e Placement dell'Università di Macerata.

1. Perché studiare la Terza Missione?
2. Una selezione di tematiche di attualità sulla TM: commenti sui risultati di una revisione sistematica della letteratura.
3. La Terza Missione e le Scienze Sociali ed Umanistiche: alcune pratiche consolidate dell'Università di Macerata.
4. Conclusioni.

- Le università hanno un ruolo centrale nella promozione dell'**istruzione** e della **ricerca scientifica** come determinanti della formazione del **capitale umano** e della **crescita economica** (Aghion et al. 2009; Bloom et al. 2017).
- Le imprese, i governi e la società civile hanno rafforzato le loro relazioni con il mondo accademico che è chiamato a sostenere il **trasferimento di conoscenze, l'innovazione, l'inclusione e la sostenibilità** nelle sue dimensioni: economica, sociale e ambientale (Bramwell e Wolfe, 2008).
- Le università hanno intrapreso la **Terza Missione (TM)** che è stata descritta come **l'apertura del mondo accademico verso l'ecosistema socio-economico**.
- La TM è un fenomeno **multidisciplinare, complesso e in evoluzione** (Giuri et al., 2019; Vorley e Nelles, 2009). Talvolta tutto ciò che non afferisce alla didattica oppure alla ricerca viene classificato come TM.

- Le attività di TM variano in base al **contesto istituzionale e giuridico**, alle **attività** e alle **caratteristiche dell'ateneo** come insieme di **persone, risorse, competenze, valori, relazioni interne ed esterne**, e dell'**ecosistema circostante** (Jäger and Kopper, 2014; Laredo, 2007).
- Tra le molteplici classificazioni proposte dalla letteratura e dalle istituzioni, le attività di TM possono afferire alle seguenti aree (Mora et al., 2015):
  - **Trasferimento tecnologico ed innovazione.**
  - **Apprendimento permanente.**
  - **Coinvolgimento dell'università nella vita sociale e culturale delle comunità.**

- A seguito della crisi finanziaria ed economica del 2008, la riduzione dei finanziamenti pubblici ha ulteriormente alimentato il **dibattito sull'impatto economico delle università e delle iniziative di TM** (Valero e Van Reenen, 2019).
- Le università devono rispettare le disposizioni sulla **responsabilità finanziaria**. Inoltre, esse devono dimostrare **la legittimità e l'efficacia delle loro spese**.
- La TM si è spesso **scontrata** con le esigenze connesse all'insegnamento e alla ricerca e con i **requisiti** per la progressione della carriera accademica. La TM ha anche aumentato il **carico di lavoro** del personale tecnico amministrativo e delle strutture universitarie.
- Vi è un **dibattito sull'opportunità o meno della TM** (e.g., de la Torre et al., 2017).

- **L'attualità e l'evoluzione della TM.** L'impatto della TM oltre la dimensione economica: **valorizzazione economica della ricerca** e **produzione di beni pubblici.**
- La **definizione teorica** della TM, la **raccolta dati** e la condivisione di **indicatori** di TM.
- Il ruolo e le implicazioni per il **personale docente e tecnico amministrativo.**
- Il ruolo e le implicazioni per gli **atenei.**
- **STEM e SSH.**

### Si può ancora parlare di università imprenditoriale?

- **Entrepreneurial university:** il graduale spostamento delle università verso la valorizzazione economica dei risultati della ricerca ad esempio attraverso la registrazione di brevetti e la costituzione di spin-off accademici.
- La TM sta emergendo anche come un **processo di rigenerazione** economica, sociale e culturale a livello locale. L'università interviene in qualità di **facilitatrice** degli attori e delle comunità del territorio e utilizza la TM come **strumento di interazione**.
- Le attività di TM possono produrre un impatto sulla **comunità accademica** e quella **non accademica**, anche attraverso l'organizzazione di **attività culturali**, la partecipazione a **dibattiti** di interesse pubblico e il supporto alla definizione delle **politiche locali e nazionali**.



### Si può ancora parlare di università imprenditoriale?

- Passaggio graduale dalla **“star player syndrome”** verso la **co-creazione** delle attività di TM a livello locale. La co-creazione dovrebbe partire dall'analisi delle motivazioni sottese alla TM, la valutazione dell'impatto delle pratiche consolidate e un approccio bottom-up incentrato sulle **specializzazioni dell'università e del suo territorio**.
- Futuri percorsi di ricerca dovrebbero approfondire gli interessi, le opportunità e le nuove forme di collaborazione tra l'università e gli attori locali, anche alla luce dei **cambiamenti sociali ed economici** e delle **Strategie di specializzazione intelligente delle regioni**.
- Processo continuo di scoperta imprenditoriale delle attività, delle capacità e dei bisogni degli attori dell'**ecosistema regionale dell'imprenditorialità e dell'innovazione**.

### Trasferimento tecnologico oppure trasferimento della conoscenza?

- Trasferimento tecnologico (università – imprese – mercato) e **trasferimento di conoscenza all'interno e all'esterno dell'ateneo** per generare un impatto sociale, culturale e ambientale (es. iniziative informative e supporto psicologico periodo lockdown).
- Il **ruolo attivo dei docenti** nel trasferimento della conoscenza: **tecniche, strumenti, canali per diverse tipologie di pubblico (!)**.
- Il ruolo e il carico di lavoro degli **Uffici di Trasferimento Tecnologico (UTT)** andrebbe esaminato alla luce delle priorità dell'ateneo e delle relazioni con il territorio (progettazione e da ultimo PNRR ed ecosistemi per l'innovazione).
- Dibattito sugli **incentivi monetari e non-monetari** nella pianificazione delle attività degli UTT.
- Sperimentazione di nuovi **percorsi di educazione ad un "approccio imprenditoriale" anziché avere focus esclusivo sulla creazione di impresa**. Tali percorsi dovrebbero basarsi su azioni pratiche, interdisciplinari ed essere rivolti anche al pubblico non accademico, facendo leva sugli attori dell'**ecosistema regionale dell'imprenditorialità e dell'innovazione**.

### Coinvolgimento dei docenti e del personale tecnico-amministrativo e bibliotecario

- In che misura docenti e staff amministrativo sono **consapevoli** dei contenuti, degli obiettivi e del ruolo della TM?
- **Inform – AZIONE:** consapevolezza dei docenti circa la loro **responsabilità** nei confronti dell'ateneo e della comunità locale.
- TM e **carriera accademica. Sinergia didattica-ricerca-TM?**
- Elaborare politiche di ateneo per **valutare e premiare** le prestazioni del personale che contribuisce alla definizione, all'implementazione e all'impatto delle iniziative di TM.
- A livello di ateneo, necessità di considerare l'**eterogeneità** delle caratteristiche delle facoltà/dipartimenti, dei settori disciplinari e dei profili accademici.

### Coinvolgimento degli attori non accademici

- Analizzare le relazioni instaurate con gli attori del territorio (imprese, associazioni, istituzioni, scuole, musei, teatri, etc.) e comprendere gli **interessi reciproci** e le **potenzialità per nuove collaborazioni**.
- **Sfida**: individuare un interesse/opportunità condiviso tra università e attore non accademico per proiettare la collaborazione nel **lungo periodo**, oltre la durata del singolo progetto.
- Adottare nuove **forme e canali di comunicazione** per la disseminazione dei risultati della ricerca verso il pubblico non accademico (es. chi comprende un abstract scientifico?).
- **Ruolo cruciale delle relazioni formali e informali** instaurate dai singoli docenti con gli attori non accademici: contributo dei progetti regionali, nazionali ed europei; rapporti nell'ambito dei dottorati a caratterizzazione industriale e innovativa.

### Come orientare la TM in modo strategico?

- Futuri percorsi di ricerca dovrebbero **analizzare la didattica, la ricerca e la TM in modo integrato**, esplorando sinergie, interdipendenze, opportunità, priorità e valori condivisi.
- Il **ruolo delle SSH** merita maggiore attenzione perché esse possono contribuire ad interpretare la complessità delle attuali sfide economiche, sociali e ambientali. Le SSH possono facilitare la produzione e il trasferimento della conoscenza, ponendo **la persona/utente al centro dei processi di ricerca, innovazione e co-creazione**.
- Maggiore attenzione alla definizione di attività di TM basate su **approcci co-creativi** per far fronte alle sfide della **sostenibilità** nelle sue dimensioni economica, sociale e ambientale: **ruolo dei Living Lab** come spazi fisici oppure virtuali (Modello della Quadrupla Elica per l'Innovazione).
- Produzione di beni pubblici che generano anche un **impatto sociale, culturale e ambientale**, migliorando la **qualità della vita delle comunità locali** (letteratura emergente sulle economie in via di sviluppo). Focus su: inclusione, sostenibilità e valorizzazione del territorio.

- **Università di Macerata**: fondata nel 1290.
- **Scienze Sociali ed Umanistiche** (5 Dipartimenti). Ateneo medio-piccolo.
- Nel **2013** l'Ateneo ha istituito l'**Ufficio per la Valorizzazione della Ricerca ILO e Placement** con l'obiettivo di programmare e implementare alcune attività di TM in collaborazione con attori pubblici e privati.
- A seguito degli **eventi sismici del 2016**, UniMC ha **intensificato** le relazioni e i progetti di TM condivisi con attori locali e internazionali come enti pubblici, istituti scolastici, associazioni, imprese e professionisti.
- Alcune pratiche consolidate:
  - **Laboratorio Umanistico per la Creatività e l'Innovazione (LUCI).**
  - **Culture&Creativity Club.**
  - **Museo della Scuola "Paolo e Ornella Ricca".**



# LUCI

**Laboratorio umanistico  
per la creatività e l'innovazione  
UNIVERSITÀ DI MACERATA**

- Il **Laboratorio Umanistico per la Creatività e l'Innovazione (LUCI)** è il percorso formativo interdisciplinare di dell'Università di Macerata volto a stimolare la creatività, l'attitudine all'innovazione e all'imprenditorialità di studenti, laureati, dottorandi e dottori di ricerca, con specifico riferimento al **settore culturale e creativo**.
- Il LUCI offre **lezioni teoriche e pratiche**, e **attività di gruppo** per potenziare le **competenze trasversali** degli allievi e favorire **l'applicazione pratica** delle conoscenze accademiche.
- Il LUCI valorizza il contributo che le **scienze sociali e umanistiche** possono offrire alla comunità.



- **Destinatari:** studenti degli istituti superiori, studenti dei corsi triennali e magistrali, laureati, dottorandi e dottori di ricerca.
- **9 Edizioni dal 2013.**
- Oltre **400 studenti** coinvolti.
- Un rete di **oltre 50 docenti, imprenditori ed esperti** sui temi dell'innovazione e della creatività.
- **Durata:** 4 mesi, 14 moduli (6-7 ore ciascuno) in aula, lavoro di gruppo in autonomia.
- **Obiettivo:** i gruppi sviluppano idee di impresa che afferiscono principalmente il settore culturale e creative oppure i percorsi di studio accademici.

- Ogni incontro si articola in **3 aree**:

**1) Impresa Basics:** strumenti di base per comprendere i temi della creatività e dell'innovazione, per potenziare le competenze trasversali e per sviluppare un'idea di impresa.

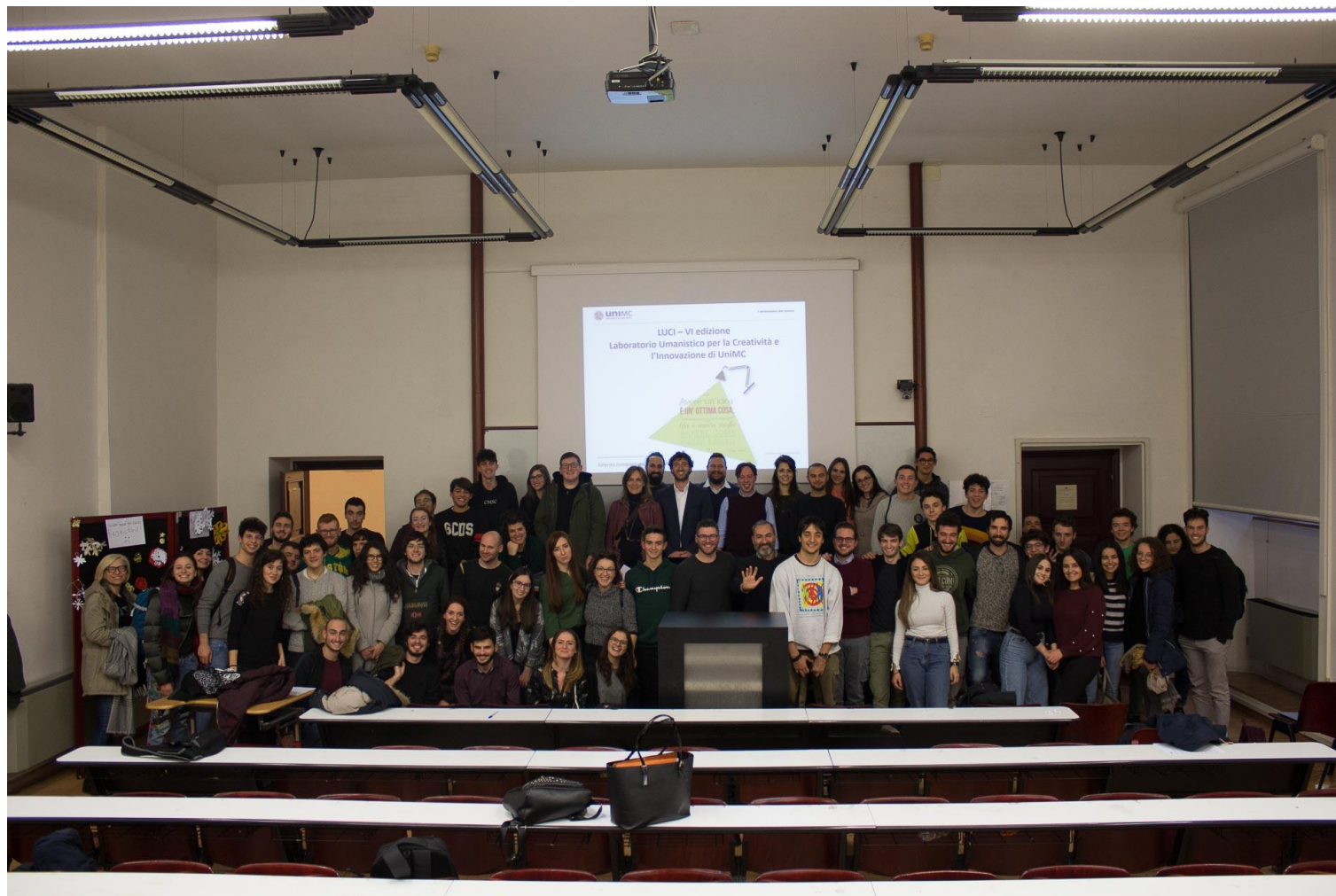
**2) Innovation Café:** gli studenti incontrano gli imprenditori che forniscono supporto per lo sviluppo dell'idea di impresa. La collaborazione tra studenti e imprenditori prosegue anche dopo la conclusione del LUCI.

**3) Feed Your Idea:** sin dal primo incontro gli studenti lavorano in gruppi multidisciplinari ed elaborano l'idea di impresa che presentano al pitch day finale.

### Lezioni teoriche e pratiche



### SSH e STEM







### LUCI Pitch Day 2022





Culture  
Creativity  
Club

- **Culture & Creativity Club (C&CC)** è una **piattaforma crowdsourcing** per supportare l'ecosistema dell'innovazione e per ridurre la distanza tra la produzione di conoscenza nel settore culturale e creativo e la sua valorizzazione commerciale.
- Nel 2016 il progetto è stato presentato al MUR dall'Università di Macerata, Meta Group e Fondazione Symbola. Il progetto è stato **premiato e finanziato dal MUR**.
- Alcune **aziende partner di UniMC**, operanti sul territorio e a livello internazionale, hanno indicato **11 sfide** nei settori editoria, animazione, intrattenimento per l'infanzia, videogiochi, formazione per il business.
- **Cittadini, studenti, associazioni, professionisti e start up** hanno risposto alle sfide proponendo **soluzioni innovative**.
- Le migliori idee sono state premiate con un **percorso per strutturare l'idea e accompagnare il prodotto/servizio sul mercato**. Gli innovatori hanno beneficiato del supporto delle aziende partner di UniMC.

Sfide

cultureandcreativityclub.it/en-GB/community/64/challenges

Editoria indipendente Sport, Leisure and Culture



## A caccia di lettori!

 [Giacconi Editore](#)

 **Macerata** (ITALY)

**Deadline: 30/09/2019**

L'editoria italiana riscontra un andamento generalmente positivo tra i giovani e i giovanissimi, cioè quei segmenti di clientela che, nati ...

Animazione Sport, Leisure and Culture



## Adattamento dei contenuti creativi alle nuove tecnologie e format

 [Rainbow](#)

 **Macerata** (ITALY)

**Deadline: 30/09/2019**

L'industria culturale e creativa si sta affermando come la principale fornitrice di contenuti per un pubblico che è in costante crescita ...

Animazione Sport, Leisure and Culture Work and Training



## ANIMAZIONE PER L'INFANZIA

 [Rainbow](#)

 **Macerata** (ITALY)

**Deadline: 30/09/2019**

La produzione italiana di film di animazione negli ultimi 5 anni è stata in totale di 10 film. Nel corso del 2014 in Italia gli incas...

Editoria indipendente Sport, Leisure and Culture



## Il libro ed il fascino dei borghi italiani

Video gaming Sport, Leisure and Culture



## Cultura d'impresa e videogiochi

 [Università degli studi di Macerata](#)

 **Macerata** (ITALY)

**Deadline: 30/09/2019**

l'esperienza di gioco che si vive con il videogame è basata sull'interazione con l'utente. Senza di essa il videogioco non h...

Video gaming Sport, Leisure and Culture

<https://www.cultureandcreativityclub.it/en-GB/city/67/Organisations/4947>





## Museo della scuola "Paolo e Ornella Ricca"

*Una scuola dove si ricorda, un museo dove si impara: un luogo dove la storia incontra il presente.*

- Il **Museo della Scuola “Paolo e Ornella Ricca” dell’Università di Macerata** è nato nel **2010** per raccogliere le numerose collezioni di materiali scolastici dell’Ottocento e del Novecento donate all’Università.
- Centro di documentazione e ricerca sulla storia del libro scolastico e della letteratura per l’infanzia.
- Il Museo progetta ed offre attività e laboratori didattici finalizzati a far **conoscere in modo innovativo** la scuola di un tempo.
- Attività di disseminazione per **studenti, bambini e famiglie** (attività da remoto durante la pandemia).
- Sperimentazione di attività dedicate ai portatori di disabilità sensoriali e intellettive, per consolidare un’**offerta di servizi inclusiva** (applicazione dei risultati di ricerca nel settore).
- Il Museo fa parte del Sistema Museale della Regione Marche e della Provincia di Macerata.

- La **complessità** della TM può essere fuorviante, va affrontata adottando una prospettiva più ampia.
- **Sinergie tra didattica, ricerca e TM.**
- **Consapevolezza** dell'importanza della TM a **due livelli**:
  - Ateneo/dipartimenti/facoltà/docenti, personale tecnico amministrativo e bibliotecario.
  - Attori non accademici e comunità locali.
- TM e **impatto all'interno e all'esterno dell'università**: dimensione economica, sociale, culturale e ambientale.
- **Valorizzazione economica della ricerca e produzione dei beni pubblici**: il ruolo delle SSH.
- **Comunicare** la conoscenza e le attività di TM in modo efficace.
- **Ecosistemi dell'innovazione, ricerca applicata e TM.**

# Grazie dell'attenzione!

**Lorenzo Compagnucci, PhD**

Università di Macerata, Dipartimento di Giurisprudenza

[lorenzo.compagnucci@unimc.it](mailto:lorenzo.compagnucci@unimc.it)

[GoogleScholar](#) - [ResearchGate](#)

## Materiali di approfondimento:

- Compagnucci, L., and Spigarelli, F. (2020). The Third Mission of the University: A systematic literature review on potentials and constraints. *Technological Forecasting and Social Change*, 161. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120284>
- Compagnucci, L., Spigarelli, F., Coelho, J., and Duarte, C. (2021). Living Labs and user engagement for innovation and sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 289, 125721. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125721>
- Cerquetti M., Compagnucci, L., Gistri, G., Spigarelli, F., and Cossiri, A. (2021). Fostering student entrepreneurship. The case of "Impresa in Aula". *Piccola Impresa / Small Business*, 1, 119-139. <https://doi.org/10.14596/pisb.2825>