



Università di Scienze
Gastronomiche di Pollenzo
University of Gastronomic Sciences of Pollenzo

Linee Guida per l'Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale

Elaborate dal Presidio della Qualità di Ateneo del 26/02/2025

Presentate al Consiglio Accademico del 16/04/2025



Sommario

1. Premessa.....	3
2. Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale	3
3. I requisiti di Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale.....	3
4. Gli ambiti di applicazione dell'Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale	3
5. La politica e gli obiettivi per la Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale	4
6. La gestione per obiettivi.....	4
7. La compilazione della Scheda Unica Annuale della Terza Missione/Impatto Sociale.....	5
8. Processo, monitoraggio e riesame delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale	7
9. Attori e responsabilità per la Terza Missione/Impatto Sociale.....	8
10. Documenti del sistema di Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale	8
11. Iniziative per la comunicazione esterna e interna dell'attività di Terza Missione/Impatto Sociale	9



1. Premessa

Obiettivo del presente documento è mettere a disposizione dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche (UNISG) linee guida per l'Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale.

Tutte le attività di Terza Missione/Impatto Sociale fanno capo al Rettore che ha la facoltà di delegare specifiche funzioni a docenti dell'Ateneo.

2. Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale

UNISG promuove l'Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale. Avendo come riferimento gli obiettivi strategici ovvero stabiliti dal Piano Strategico, l'Ateneo monitora il perseguimento dei suddetti obiettivi, misura i risultati e predispone gli eventuali interventi correttivi.

3. I requisiti di Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale

Il Sistema di Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale di Ateneo si ispira al Modello di Accredimento Periodico AVA3, con particolare riferimento Ambito E - "Qualità della Ricerca e della Terza Missione/Impatto Sociale", definito dall'ANVUR.

La metodologia che guida il processo di AQ della Terza Missione/Impatto Sociale si basa sulla gestione per obiettivi e si concretizza in un'azione ciclica articolata nelle seguenti fasi.

- *Pianificazione*: descrizione del contesto operativo, definizione degli obiettivi misurabili e individuazione delle possibili azioni per raggiungere tali obiettivi.
- *Attuazione del piano*: attuazione dell'insieme di azioni previste in sede di pianificazione.
- *Misurazione e valutazione*: misurazione dei risultati e verifica dello scostamento tra risultati ottenuti e obiettivi prefissati.
- *Interventi correttivi/migliorativi*: adozione di azioni tese a migliorare e consolidare le prestazioni dei processi e a ridurre eventuali scostamenti tra obiettivi pianificati e risultati conseguiti.

4. Gli ambiti di applicazione dell'Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale

Il Delegato alla Terza Missione/Impatto sociale di Ateneo è responsabile della redazione della SUA-TM, finalizzata a esporre gli obiettivi perseguiti dall'Ateneo con l'attività di terza missione, a documentare la attività di terza missione svolte e a monitorarne la qualità.

La SUA-TM/IS, elaborata annualmente con il supporto degli uffici competenti,

1. definisce eventuali obiettivi specifici della Terza Missione/Impatto Sociale, coerenti con quelli individuati dal Piano Strategico;
2. descrive e monitora le azioni attuate per il raggiungimento dei suddetti obiettivi;
3. descrive le risorse (personale, strutture etc.) utilizzate per l'attuazione delle suddette azioni;
4. analizza i risultati conseguiti in rapporto alle azioni di Terza Missione/Impatto Sociale già poste in essere.

5. La politica e gli obiettivi per la Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale

L'Ateneo ha la responsabilità di stabilire, dichiarare ed effettivamente perseguire adeguate politiche volte a realizzare la propria visione della qualità della Terza Missione/Impatto Sociale. Tali politiche sono definite in coerenza con il Piano Strategico e le Politiche di Ateneo per la Qualità.

Gli obiettivi generali della Terza Missione/Impatto Sociale, così come definiti nel Piano Strategico, sono:

1. Promuovere l'innovazione di sistema, sostenibile e circolare con il mondo delle imprese. (OTM.1)
2. Diffondere e condividere le conoscenze sulle Scienze Gastronomiche a livello locale e globale. (OTM.2)

Per ciascuno dei suddetti obiettivi il Piano Strategico stabilisce obiettivi di indirizzo, azioni, indicatori e valori di riferimento e di obiettivo.

Le azioni sono individuate e attuate ispirandosi alle seguenti Politiche di Ateneo per la Qualità:

Piano Strategico	Politiche di Ateneo per la Qualità
1. <u>Promuovere l'innovazione di sistema, sostenibile e circolare con il mondo delle imprese. (OTM.1)</u>	- Trasferimento di conoscenze verso le imprese ed il territorio sul tema della sostenibilità del cibo.
	- Consolidamento delle attività consulenziali ideate e realizzate dal Laboratorio di Sostenibilità ed Economia Circolare o da altri soggetti interni all'Università.
	- Potenziamento delle sinergie in ambito di ricerca applicata con i Partner strategici nazionali ed internazionali.
2. <u>Diffondere e condividere le conoscenze sulle Scienze Gastronomiche a livello locale e globale. (OTM.2)</u>	- Potenziamento dei percorsi brevi di formazione dedicati a cittadini, imprese, istituzioni e terzo settore.
	- Consolidamento delle Summer School internazionali.
	- Sviluppo di percorsi di aggiornamento rivolti agli alumni nell'ottica del lifelong learning.
	- Organizzazione di conferenze e seminari aperti al pubblico.

Il Delegato alla Terza Missione/Impatto Sociale monitora annualmente i risultati delle azioni attuate per il raggiungimento dei suddetti obiettivi, anche, tramite gli indicatori individuati nel Piano Strategico.

6. La gestione per obiettivi

Le attività di AQ della Terza Missione/Impatto Sociale si fondano sull'evidenza del livello di efficacia delle azioni intraprese, misurato sulla base di target e indicatori individuati nel Piano Strategico e di dati e informazioni raccolti nell'ambito delle attività di cui sopra.

Questo approccio consente di misurare l'adeguatezza dell'organizzazione a perseguire i propri obiettivi e a conseguire un risultato che sia conforme alle Politiche per la Qualità.

Per ogni obiettivo vengono definiti:

- azioni da intraprendere (cosa si intende fare);
- chi sarà responsabile delle azioni (possibilmente individuali) per la gestione dell'obiettivo (chi sarà responsabile delle attività);
- strumenti per realizzare le azioni;
- risorse necessarie o assegnate per realizzare le azioni (cosa serve dal punto di vista delle risorse umane ed economico/finanziarie);
- valore di riferimento (dato di partenza), indicatore o indicatori per misurare il risultato raggiunto e valori obiettivo (target da raggiungere);
- scadenze delle azioni (quando si prevede si verificherà lo stato di raggiungimento);
- modalità per la valutazione dell'efficacia degli obiettivi.

7. La compilazione della Scheda Unica Annuale della Terza Missione/Impatto Sociale

La SUA-TM/IS riporta la definizione degli obiettivi strategici suddivisi nelle aree relative alla "Valorizzazione della ricerca" e alla "Produzione di beni pubblici". È lo strumento di autovalutazione dell'Ateneo e di raccolta degli indicatori necessari alla valutazione periodica, annuale o pluriennale, da parte del MUR e dell'ANVUR.

Secondo le Linee Guida ANVUR, le attività di Terza Missione si suddividono come segue:

a. Attività Conto Terzi

Il Conto Terzi descrive le attività svolte dall'Ateneo sulla base di contratti con committenza esterna.

Nella SUA-TM/IS si dà conto del sistema di rilevazione dell'attività Conto Terzo di cui l'Ateneo dispone in conformità con le Linee Guida ANVUR.

b. Strutture di Intermediazione dell'Ateneo

Per Strutture di Intermediazione si intendono quelle strutture dell'Ateneo che svolgono un ruolo di raccordo e mediazione con il territorio, attività che ricadono sotto il compito istituzionale della Terza Missione. In particolare, è opportuno che, nella SUA-TM/IS, siano riportate le strutture di intermediazione di cui l'Ateneo si avvale:



- ✓ l'Ufficio Relazioni Esterne, particolarmente dedicato allo svolgimento di attività di valorizzazione della ricerca in conto terzi e dei rapporti con le imprese;
- ✓ l'Ufficio Marketing e Comunicazione, particolarmente dedicato alle attività di disseminazione all'esterno e divulgazione rivolta a un pubblico non accademico delle attività di ricerca e trasferimento di conoscenza realizzate dall'Ateneo;
- ✓ il Career Center, specificatamente dedicato alle attività di placement, selezione e promozione degli studenti con riferimento alle domande espresse dal mondo produttivo. In particolare, il Career Center accompagna studenti e laureati nella gestione delle proprie carriere professionali, attraverso workshops in aula, sessioni di coaching personalizzate, incontri con aziende, eventi dedicati e con servizi usufruibili tramite il portale: www.career.unisg.it

Conformemente con quanto previsto dalle Linee Guida ANVUR, l'Ateneo si è dotato di strumenti interni per la realizzazione di rilevazioni periodiche delle attività svolte dalle strutture di intermediazione.

c. Formazione Continua¹, Apprendimento Permanente² e Didattica Aperta³

L'ambito denominato "Formazione Continua, Apprendimento Permanente e Didattica Aperta" descrive una serie di attività di formazione svolte dall'Ateneo, non rivolte agli utenti tradizionali e che non rilasciano titolo universitario. Si tratta di formazione continua rivolta alle aziende, a confederazioni, associazioni ed enti no profit nel settore dell'agroalimentare.

Queste attività vengono realizzate in collaborazione e/o convenzione con organizzazioni esterne. In conformità delle Linee Guida ANVUR, l'Ateneo si è dotato di strumenti di rilevazione delle attività di formazione continua.

La rilevazione avviene a livello di Ateneo a cura dell'ufficio Executive training, preposto alla formazione non accademica. Le informazioni si riferiscono a tutte le attività di formazione esterna svolte dall'Ateneo, consistenti prevalentemente in corsi commissionati da soggetti privati e pubblici.

In conformità con quanto richiesto dalla scheda ANVUR, la rilevazione raccoglie dati in ordine al totale delle attività per anno, con informazioni dettagliate riguardo al tipo di formazione, numero totale di CFU erogati (se riconosciuti), numero totale di ore di didattica assistita complessivamente erogate, numero totale

¹ Per Lifelong Learning si intende "istruzione e formazione permanente", vale a dire lungo l'intero arco della vita; l'espressione sottolinea la durata della formazione: si tratta infatti di una formazione costante o ad intervalli regolari (fonte: https://archivio.pubblica.istruzione.it/dg_postsecondaria/memorandum.pdf)

² L'apprendimento permanente consiste in "qualsiasi attività intrapresa dalle persone in modo formale, non formale, informale, nelle varie fasi della vita, al fine di migliorare le conoscenze, le capacità e le competenze, in una prospettiva personale, civica, sociale e occupazionale" (legge 92 del 2012, articolo 4, comma 51) fonte: <http://www.miur.gov.it/tematiche-e-servizi/istruzione-degli-adulti/apprendimento-permanente>.

³ Per "didattica aperta" o "a stazioni" si intende un format didattico che mira a sostenere l'azione attiva da parte dei soggetti in formazione; il docente allestisce un setting "aperto" o "a stazioni", in cui vengono organizzati corner e spazi di diversificazione e di autodeterminazione da parte degli alunni protagonisti del loro apprendimento. È un format didattico che si presta particolarmente alla realizzazione di un'educazione inclusiva e plurale (fonte: MIUR, *L'autonomia scolastica per il successo formativo. Documento di lavoro*, 2018)

di partecipanti, numero totale di docenti coinvolti, eventuali soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione dei corsi, introiti complessivi dei programmi, con dettaglio della provenienza degli importi.

d. Public Engagement

In questa categoria rientra l'insieme di attività organizzate istituzionalmente dall'Ateneo con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico non accademico.

Costituiscono attività di Public Engagement, ai sensi di quanto stabilito dalla Linee Guida ANVUR:

- la pubblicazione di opere divulgative, la produzione di programmi radiofonici o televisivi, la gestione siti web e canali social di comunicazione e la divulgazione scientifica (diverso dal sito di Ateneo);
- l'organizzazione di eventi di valorizzazione, la consultazione e la condivisione della ricerca (ad es. Notte dei Ricercatori, open day, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line);
- l'organizzazione di concerti, mostre, rassegne cinematografiche, esposizioni e di altri eventi di pubblica utilità;
- la partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policymaking);
- le iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione);
- le iniziative di orientamento e coinvolgimento e interazione con le scuole superiori (didattica innovativa, esperimenti hands on, attività laboratoriali e simulazioni);
- iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel);
- iniziative di co-produzione di conoscenza (es. citizen science, contaminationLab).

L'Ateneo si è dotato di uno strumento di rilevazione a disposizione del personale docente e di ricerca e condiviso con l'amministrazione per la raccolta periodica di informazioni relative alle diverse attività svolte, funzionale all'attività di monitoraggio.

8. Processo, monitoraggio e riesame delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale

I macro processi indispensabili per l'AQ delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale sono:

- definizione degli obiettivi e delle strategie di Terza Missione/Impatto Sociale di Ateneo e distribuzione delle risorse;
- attuazione delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale;
- monitoraggio delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale;
- riesame delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale;
- attuazione delle azioni di miglioramento;
- valutazione dei risultati delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale.

Il Consiglio Accademico identifica nella figura del Delegato per la Terza Missione/Impatto Sociale il

referente interno incaricato di coordinare e promuovere le azioni che sostengono l'ambito della Terza Missione dell'Ateneo, in conformità con la relativa declaratoria.

Il riesame delle attività di Terza Missione/Impatto Sociale costituisce uno degli aspetti più importanti di autovalutazione, nel corso del quale l'Ateneo analizza criticamente gli obiettivi di Terza Missione/Impatto Sociale prefissati e valuta i risultati raggiunti. Tale riesame va documentato in sede di compilazione della SUA-TM/IS riportando, in una apposita sezione, le attività di Terza Missione/Impatto Sociale realizzate e, per ogni azione prevista per ciascun obiettivo individuato dal Piano Strategico di Ateneo, i valori ottenuti rispetto a quelli target prefissati e, qualora non in linea con questi ultimi, le motivazioni che stanno alla base dello scostamento. (Allegato 1)

Nella SUA-TM/IS è riportare anche eventuali attività di Terza Missione/Impatto Sociale che non hanno un collegamento diretto con gli obiettivi stabiliti nel Piano Strategico.

9. Attori e responsabilità per la Terza Missione/Impatto Sociale

La struttura organizzativa per l'attuazione e l'assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale è costituita dai seguenti Organi e strutture, secondo quanto stabilito dallo Statuto e dagli atti che ne discendono:

- Rettore.
- Delegato del Rettore per la Terza Missione/Impatto Sociale.
- Consiglio di Amministrazione/Comitato Esecutivo.
- Consiglio Accademico.
- Presidio della Qualità di Ateneo (PQ).
- Nucleo di Valutazione (NdV).

10. Documenti del sistema di Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale

Tutte le azioni di AQ devono essere pianificate, sistematicamente applicate, documentate e verificabili.

La gestione di un processo di documentazione è necessaria per supportare e agevolare l'attuazione dei processi per l'assicurazione della qualità della Terza Missione/Impatto Sociale e per dare evidenza dell'attività svolta a tutti i portatori di interesse sia interni che esterni e verso gli organismi di valutazione esterna.

I documenti del Sistema di Assicurazione della Qualità della Terza Missione/Impatto Sociale sono i seguenti:

- Piano Strategico di Ateneo.

- Politiche di Ateneo per la Qualità.
- Scheda SUA-TM/IS.

11. Iniziative per la comunicazione esterna e interna dell'attività di Terza Missione/Impatto Sociale

In occasione degli incontri programmati durante ciascun A.A. con i Partner Strategici e i Soci Sostenitori, sostenitori a vario titolo e stakeholder dell'Ateneo, il Delegato alla Terza Missione/Impatto Sociale illustra le attività realizzate.

Informazioni relative alle specifiche attività di Terza Missione in cui è impegnata l'Università di Scienze Gastronomiche sono disponibili sul sito di Ateneo.



Allegato 1

TERZA MISSIONE

OBIETTIVO STRATEGICO OTM.1

Promuovere l'innovazione di sistema, sostenibile e circolare con il mondo delle imprese.

Obiettivo di indirizzo	Azioni	Indicatore	Valore di riferimento 2022 e valori obiettivo 2023, 2025, 2027	Valore realizzato 202_	Autovalutazione
OTM.1.1 Consolidare e valorizzare le sinergie e il trasferimento di conoscenze verso le imprese del network e il territorio sul tema del cibo come elemento chiave per la transizione ecologica e la sostenibilità	ATM.1.1a Consolidare le attività di consulenza a supporto di enti, istituzioni e imprese del network	ITM.1.1a Incrementare la percentuale di fabbisogno economico coperto da attività di consulenza e conto terzi	6% → 8% → 10% → 10%		
	ATM.1.1b Realizzare e implementare un piano di comunicazione volto a valorizzare il ruolo di aziende e istituzioni all'interno dell' <i>environment</i> formativo e di ricerca di UNISG	ITM.1.1b1 Presentazione del piano di comunicazione delle sinergie con le aziende del network entro Settembre 2023	SI/NO		
	ATM.1.1c Redigere annualmente il Rapporto di Sostenibilità di Ateneo	ITM.1.1c Presentazione annuale del Rapporto di Sostenibilità di Ateneo in concomitanza con l'approvazione del Bilancio di Esercizio	SI/NO		

OBIETTIVO STRATEGICO OTM.2

Diffondere e condividere le conoscenze sulle Scienze Gastronomiche a livello locale e globale.

Obiettivo di indirizzo	Azioni	Indicatore	Valore di riferimento 2022 e valori obiettivo 2023, 2025, 2027	Valore realizzato 202_	Autovalutazione
OTM.2.1 Incrementare offerte	ATM.2.1a Consolidare le Summer School	ITM.2.1a Numero di <i>Summer School</i> attivate	2 → 3 → 3 → 4		



formative di <i>lifelong learning</i> dedicate ad attori esterni e su commissione	ATM.2.1b Progettare percorsi di aggiornamento Specifici rivolti ad alunni	ITM.2.1b Numero di eventi di formazione annuali rivolti ad alunni	1 → 1 → 1 → 1		
	ATM.2.1c Potenziare i percorsi di formazione commissionata di breve durata dedicati a imprese, istituzioni e ONG che fanno parte del nostro network	ITM.2.1c Numero di percorsi di formazione annuali per esterni	40 → 45 → 50 → 55		
	ATM.2.1d Progettare e realizzare altri corsi brevi sui temi del cibo anche utilizzando nuovi linguaggi e tecnologie	ITM.2.1d Elaborazione di un piano di corsi brevi	SI/NO		
	ATM.2.1e Aumentare l'attività di disseminazione dei risultati delle ricerche svolte da docenti Unisg al di fuori degli ambiti accademici	ITM.2.1e Numero di iniziative di disseminazione realizzate da docenti Unisg al di fuori degli ambiti accademici	200 → 220 → 250 → 270		