

# *LINEE GUIDA PER L'ASSICURAZIONE DELLA QUALITÀ DELLA TERZA MISSIONE*



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



## INDICE

1. INTRODUZIONE GENERALE	p. 3
2. LE PRINCIPALI ATTIVITÀ DI TERZA MISSIONE DELL'ATENEO	p. 3
3. ATTIVITÀ DI RICERCA SU COMMESSA IN CONTO TERZI	p. 4
4. STRUTTURE DI INTERMEDIAZIONE DELL'ATENEO E ATTIVITÀ DI TERZA MISSIONE	p. 4
5. FORMAZIONE CONTINUA, APPRENDIMENTO PERMANENTE E DIDATTICA APERTA	p. 5
6. PUBLIC ENGAGEMENT	p. 6
7. WEBSITE	p. 7



## 1. INTRODUZIONE GENERALE

L'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche considera le attività di Terza Missione come una responsabilità istituzionale fondamentale della sua mission. Coerentemente con la visione olistica e critica della conoscenza che caratterizza l'Università di Pollenzo, le scienze gastronomiche promuovono un modello di conoscenza complesso, sistemico, inclusivo, all'interno del quale trovano un posto prioritario l'insieme delle attività di Terza Missione con le quali l'Ateneo, affiancando le missioni tradizionali di insegnamento e di ricerca, entra in interazione diretta con la società e favorisce il trasferimento della cultura e dell'innovazione. Per un'Università che prepara futuri gastronomi, esperti capaci di comprendere i processi del cibo, dalla produzione al consumo, dalle tecniche e dalle tecnologie ai simboli e alle narrazioni, ugualmente interessati a ciò che nutre tanto il corpo quanto l'animo umano, sono cruciali quelle attività di Terza Missione che definiscono una sinergia con i territori, con le imprese che producono il cibo, con le realtà locali e con i popoli che concorrono a fare del cibo una risorsa non solo materiale, ma anche culturale, simbolica, economica e sociale.

Molti degli obiettivi che caratterizzano la Programmazione strategica di Ateneo coincidono con gli obiettivi della Terza Missione, in particolare quello di promuovere ricerca al servizio della società civile, con il fine di contribuire al benessere dell'umanità, promuovere la pari dignità tra saperi scientifici e saperi tradizionali delle comunità locali, attraverso la condivisione delle conoscenze, allo scopo di rafforzare la sostenibilità e la sovranità dei sistemi alimentari nel mondo. Pertanto, particolarmente importanti per l'Ateneo sono le attività di ricerca applicata, di formazione a pubblici non accademici e di impegno al mantenimento della diversità culturale e della coesione sociale.

Trattandosi di attività rivolte all'esterno particolarmente capaci di favorire la creazione di valore per la società intera, per le imprese e per il territorio in cui è sinergicamente e strategicamente collocata, l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche persegue adeguate politiche per la Terza Missione e mette in atto una serie di azioni finalizzate ad assicurarne la qualità.

## 2. LE PRINCIPALI ATTIVITÀ DI TERZA MISSIONE DELL'ATENEO

Le attività di Terza Missione istituzionale in cui l'Ateneo è, ad oggi, prevalentemente coinvolto sono suddivise in:

- a) attività di ricerca su commessa in conto terzi;
- b) attività svolte dalle strutture di intermediazione;
- c) attività di formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta;
- d) attività di *Public Engagement* sociale e culturale.

### 3. ATTIVITÀ DI RICERCA SU COMMESSA IN CONTO TERZI

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

Grazie alla sua centralità all'interno di network che coinvolgono numerose eccellenze del food italiano e nel mondo, l'Ateneo svolge numerose attività di ricerca in conto terzi, alcune delle quali si configurano come indagini altamente innovative e uniche in Italia.

In conformità con le Linee Guida diffuse dall'ANVUR, l'Ateneo dispone di un sistema interno di rilevazione sistematica delle attività di ricerca applicata su commessa in conto terzi. Grazie ad un'apposita scheda di progetto di ricerca applicata predisposta dall'Ateneo e di un database all'interno del quale vengono sistematicamente raccolti dati relativi ai progetti di ricerca finanziati, che vanno da dati economico/finanziarie (es. budget assegnato, ecc.) di ciascun progetto, a informazioni inerenti il contratto, quali ad es. titolo del progetto, PI, ecc., l'amministrazione di Ateneo effettua periodicamente una verifica dei dati contabili e li aggiorna con eventuali dati mancanti. Grazie all'impostazione di filtri all'interno del file, si può facilmente risalire alle specifiche attività di ricerca in conto terzi e alle caratteristiche richieste dalle Linee Guida ANVUR.

### 4. STRUTTURE DI INTERMEDIAZIONE DELL'ATENEO E ATTIVITÀ DI TERZA MISSIONE

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, l'Università degli studi di Scienze Gastronomiche si avvale delle seguenti strutture di intermediazione interne all'Ateneo: 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 Comunicazione particolarmente dedicato alle attività di disseminazione all'esterno e divulgazione rivolta ad 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 è una struttura particolarmente attiva, che accompagna il percorso di crescita professionale dei propri studenti ed Alumni attraverso workshops in aula, sessioni di coaching personalizzate, incontri con aziende, eventi dedicati e con servizi usufruibili tramite il portale: [www.career.unisg.it](http://www.career.unisg.it)

Conformemente con quanto previsto dall'ANVUR, l'Ateneo si è dotato di strumenti interni tesi a svolgere rilevazioni periodiche delle attività svolte dalle strutture di intermediazione.

In particolare, tale rilevazione viene condotta a livello di Ateneo tramite survey, per cui ciascuna struttura compila periodicamente delle schede che vanno ad integrare un database espandibile e continuamente disponibile a monitoraggi e verifiche sia interne ed esterne.



## 5. FORMAZIONE CONTINUA<sup>1</sup>, APPRENDIMENTO PERMANENTE<sup>2</sup> E DIDATTICA APERTA<sup>3</sup>

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 attività di formazione che rientrano nel quadro della Terza Missione, in quanto rivolte a partecipanti diversi da coloro che tipicamente usufruiscono della didattica di Ateneo.

Per la posizione unica e di spicco che l'Università degli studi di Scienze Gastronomiche occupa nel settore della conoscenza del sistema alimentare in tutte le sue articolazioni, essa si caratterizza per un ventaglio particolarmente ampio di offerta di formazione continua rivolta alle aziende, a confederazioni, associazioni ed enti no profit nel settore dell'agroalimentare. Si tratta di attività di formazione legate ad interessi professionali, alcune accreditate e altre no, finalizzate all'aggiornamento e all'animazione del dibattito pubblico su tematiche di interesse sia locale e che globale. Queste attività vengono realizzate in collaborazione e/o convenzione con un'organizzazione esterne, in genere disciplinate da atto formale approvato dagli Organi di Ateneo. In conformità con le Linee Guida sulla Terza Missione diffuse dall'ANVUR, queste attività sono classificate e monitorate in maniera separata da quelle con finalità educativa rivolte ad un pubblico di non-specialisti, che sono invece inserite nel quadro del Public Engagement.

Come si legge nelle Linee Guida diffuse dall'ANVUR, l'Ateneo si è dotato di strumenti di rilevazione sistematica delle attività di formazione continua, integrando gli strumenti di archiviazione delle singole attività di formazione esterna con un format appositamente pensato per la rilevazione strategica della Terza Missione, e reso il più possibile conforme alle Linee Guida diffuse dall'ANVUR. La rilevazione avviene a livello di Ateneo, tramite survey e compilazione a cura dell'ufficio preposto alla formazione esterna, di schede che vanno a integrare un database dinamico e continuamente espandibile. Le informazioni si riferiscono a tutte le attività di formazione esterna svolte dall'Ateneo, consistenti prevalentemente in corsi a pagamento 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 CFP/CFU erogati (se riconosciuti), numero totale di ore di didattica assistita complessivamente erogate,

---

<sup>1</sup> 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](https://archivio.pubblica.istruzione.it/dg_postsecondaria/memorandum.pdf))

<sup>2</sup> 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>.

<sup>3</sup> 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)



numero totale 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.

L'Ateneo si è anche dotato di uno strumento interno di rilevazione delle attività di certificazione delle competenze, quelle attività di riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze svolte dagli atenei, che consentono agli individui di valorizzare e spendere le competenze acquisite in un determinato contesto geografico, nel mercato europeo del lavoro e nei sistemi di istruzione e formazione. In qualche caso, la certificazione di competenze è avvenuta all'interno di percorsi di formazione rivolti a pubblici di non specialisti e dunque rientranti nelle attività descritte dal quadro Public Engagement (cfr. §6). Pertanto, conformemente a quanto richiesto dalle Linee Guida ANVUR, l'ateneo si è dotato di uno strumento di rilevazione interna specificamente rivolto alla certificazione di competenze e condotto tramite survey, la cui compilazione è a cura dell'ufficio preposto alla formazione esterna.

## 6. PUBLIC ENGAGEMENT

Questa categoria rientra tra le funzioni istituzionali di Terza Missione realizzate dall'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche e descrive le attività organizzate istituzionalmente dall'Ateneo o dalle sue strutture senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società, rivolte a un pubblico non tradizionale e non specialistico.

Per via della natura intrinsecamente inclusiva dell'ideale conoscitivo e formativo dell'Università di Scienze Gastronomiche, fortemente ispirato ai valori della sostenibilità ambientale e sociale, l'Ateneo pollentino risulta essere particolarmente impegnato sul versante del public engagement.

In particolare, l'Ateneo è particolarmente coinvolto dalle seguenti attività:

- pubblicazioni divulgative (dedicate al pubblico non accademico) firmate dallo staff docente, produzione di programmi radiofonici o televisivi, gestione siti web e canali social di comunicazione e divulgazione scientifica (diverso dal sito di Ateneo)
- organizzazione di eventi di valorizzazione, consultazione e condivisione della ricerca (ad es. Notte dei Ricercatori, open day, dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line);
- organizzazione di concerti, mostre, rassegne cinematografiche, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità;
- partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policymaking);
- iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione);
- 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).

Visto l'intenso coinvolgimento in attività di Public Engagement, anche in questo caso, l'Ateneo si è dotato di uno strumento di rilevazione periodica condiviso da tutto il personale docente e dallo staff tecnico-amministrativo, per la raccolta sistematica di informazioni relative alle diverse attività svolte a partire dal 2015. Si tratta di un file condiviso tramite Drive e destinato all'autocompilazione da parte degli stessi soggetti (docenti, ricercatori e staff) in qualsiasi momento dell'anno.

Il file costituisce dunque un database sempre disponibile e in continua espansione, che permette di avere una visione completa di tutte le attività di Public Engagement svolte dall'Ateneo. Inoltre, attraverso l'utilizzo di filtri è possibile fare ricerche secondo specifici indicatori (ad esempio per anno, per categoria di attività di public engagement, per docente, ecc). Questo strumento permette di effettuare monitoraggi interni in merito alle attività di Public Engagement e di rendere immediatamente disponibili all'esterno queste informazioni, soprattutto in occasione delle rilevazioni periodiche dell'ANVUR.

## 7. WEBSITE

Tutte le informazioni aggiornate relative alle specifiche attività di Terza Missione in cui è impegnata l'Università di Scienze Gastronomiche sono disponibili sul sito:

<https://www.unisg.it/docenti-ricerca/terza-missione/>