

## Linee Guida per l'assegnazione e utilizzo dei fondi di Ateneo per l'organizzazione di iniziative dipartimentali di Public Engagement

Le iniziative di Public Engagement dell'Ateneo intendono soddisfare la domanda di diffusione del sapere proveniente società e si concentrano prevalentemente su:

- trasferimento e divulgazione delle conoscenze connesse ai principali settori di ricerca dell'Oriente attraverso organizzazione di attività (es. concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, performance artistiche, eventi sportivi, mostre e altri eventi aperti alla comunità culturali di pubblica utilità, ecc.) ed eventi di divulgazione scientifica (in particolare prodotti dedicati ad un pubblico non accademico)
- collaborazione nell'organizzazione di eventi di pubblica utilità e iniziative di coinvolgimento proattivo dei cittadini nella ricerca e/o nell'innovazione anche per favorire la disseminazione e l'implementazione dei risultati della ricerca e dell'innovazione nella società e ridurre disuguaglianze e discriminazioni (es. dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line, citizen science, etc.)
- attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. esperimenti, simulazioni, giochi didattici e altre attività laboratoriali, educazione alla cittadinanza, ecc.).

Tali iniziative possono essere finanziate su base annuale su fondi appositamente destinati dall'Ateneo. Tali fondi hanno lo scopo di incentivare la progettazione e la realizzazione di iniziative istituzionali di Public Engagement che prevedano un impatto significativo sui destinatari con l'obiettivo di valorizzare la ricerca e la didattica dell'Ateneo e di generare opportunità di dialogo e collaborazione con la comunità per lo sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio.

### 1. Modalità di richiesta

A seguito dell'Avviso emanato con Decreto del Rettore, ciascun professore o ricercatore può presentare domanda di finanziamento per iniziative di Public Engagement così come definite dalle linee guida ANVUR.

Le proposte, che possono coinvolgere anche altre unità di personale docente dell'Ateneo, vanno presentate entro il **15 ottobre di ogni anno**, per l'utilizzo nell'anno solare successivo, all'Ufficio competente indicato nel suddetto avviso su format precompilato. Le operazioni di selezione dovranno concludersi entro il **31 ottobre di ogni anno**.

Nel caso di iniziative organizzate in collaborazione con altri enti, università, ecc. al momento della presentazione della proposta si dovrà allegare una lettera firmata dal responsabile dell'ente che dichiara la disponibilità a firmare una convenzione; prima dell'inizio dell'evento, la stipula della convenzione dovrà essere perfezionata.

La Commissione per la Terza Missione e il Public Engagement, presieduta dal Delegato, valuterà le proposte secondo i criteri di cui al punto 2 e proporrà l'assegnazione del finanziamento per un importo non superiore a 10.000 euro e comunque non inferiore a 5.000 euro. Non saranno prese in esame, di norma, proposte che prevedano costi inferiori. L'importo precedentemente indicato potrà essere modificato in sede di emanazione dell'Avviso.

## 2. Criteri di valutazione

Le condizioni indispensabili che le iniziative devono possedere per accedere ai fondi di Ateneo sono:

- Legame tra il progetto presentato e i percorsi di ricerca e didattica delle strutture coinvolte;
- Destinatari chiaramente identificati fra una o più di queste categorie: cittadini, categorie speciali o svantaggiate (soggetti che lavorano nell'ambito della comunicazione, professionisti, soggetti con DSA o diversamente abili, disoccupati, immigrati, carcerati, ecc.), istituzioni ed enti locali, imprese, mondo della scuola (infanzia, primaria, secondaria - studenti, insegnanti), terzo settore/ONG;
- Presenza di un piano di monitoraggio dell'impatto con indicatori quantitativi e qualitativi e coerenza tra azioni e impatto;
- Dimensione istituzionale dell'iniziativa.

Una volta verificato il possesso delle quattro condizioni la Commissione valuterà i seguenti criteri:

- **Originalità e rilevanza della proposta:** valuta quanto il progetto si distingue per idee nuove, approcci creativi o modalità inedite di coinvolgimento. Misura anche la sua attinenza con bisogni sociali attuali o temi di particolare interesse pubblico, assicurandone significatività e tempestività.
- **Impatto sociale, culturale ed economico:** Considera gli effetti positivi concreti che l'iniziativa può generare sulla società, sulla cultura o sull'economia locale o più ampia.

- **Interdisciplinarietà:** valuta la capacità del progetto di integrare saperi, metodi e approcci di diverse discipline per affrontare temi complessi in modo più completo e innovativo.
- **Coinvolgimento attivo dei destinatari:** misura quanto il pubblico di riferimento partecipa attivamente all'iniziativa, non solo come spettatore ma come parte integrante del processo (es. co-creazione, dialogo, feedback).
- **Collaborazioni esterne e/o cofinanziamento:** premia la presenza di partner esterni (enti pubblici, associazioni, aziende, ecc.) e/o il sostegno economico da fonti diverse dall'università, a garanzia di apertura e sostenibilità.
- **Coinvolgimento dei Dipartimenti e dei Centri interculturali e di servizio dell'Ateneo, del sistema Museale:** valorizza la partecipazione trasversale all'interno dell'università, promuovendo sinergie tra strutture didattiche, culturali e di servizio.
- **Coinvolgimento della componente studentesca:** valuta la capacità di coinvolgere attivamente gli studenti, rafforzando il legame tra formazione accademica e cittadinanza attiva.
- **Monitoraggio dell'impatto:** riguarda l'adozione di strumenti e metodi efficaci per valutare i risultati ottenuti, e in particolar modo di indicatori che consentano di monitorare l'iniziativa sia in termini qualitativi che quantitativi rispetto all'interazione tra università e società, come ad esempio analisi dei dati social riferibili all'iniziativa, storytelling digitale partecipativo, sistemi di feedback da parte dei partecipanti in tempo reale, etc.)
- **Replicabilità** considera la possibilità che l'iniziativa venga riproposta in altri contesti, con adattamenti minimi, ampliandone la portata e il valore.
- **Internazionalizzazione:** valuta l'apertura e il collegamento dell'iniziativa a contesti e partner internazionali, promuovendo scambi culturali e la visibilità oltre i confini nazionali.
- **Progetto (accuratezza e chiarezza espositiva):** riguarda la qualità della proposta progettuale valutandone gli obiettivi definiti e la coerenza delle modalità realizzative.
- **Budget (congruenza economico-finanziaria):** verifica che il piano economico sia realistico, ben dettagliato e coerente con le attività previste, evitando sottostime o al contrario sovrastime dei costi.

attribuendo dei punteggi secondo la seguente tabella:

Tipologia	Criteri	Punteggio
Caratteristiche premiali	Originalità e rilevanza della proposta	fino a 18 punti

	Impatto sociale, culturale e/o economico	fino a 20 punti
	Interdisciplinarietà	fino a 4 punti
	Coinvolgimento attivo dei destinatari	Fino a 10 punti
	Collaborazioni esterne e/o cofinanziamento	Fino a 8 punti
	Coinvolgimento dei Dipartimenti e dei Centri interculturali e di servizio dell'Ateneo	Fino a 5 punti
	Coinvolgimento della componente studentesca	Fino a 5 punti
	Monitoraggio dell'impatto	Fino a 8 punti
	Replicabilità	Fino a 6 punti
	Internazionalizzazione	Fino a 4 punti
<b>Giudizio globale</b>	Progetto (accuratezza e chiarezza espositiva)	Fino a 6 punti
	Budget (congruenza economico-finanziaria)	Fino a 6 punti
<b>Totale</b>		<b>100 punti</b>

### 3. Spese ammissibili

In fase di proposta sarà richiesta la presentazione dettagliata delle spese previste che dovranno essere attinenti alla realizzazione del progetto; in particolare il finanziamento ricevuto potrà essere utilizzato per:

- collaborazioni a supporto del progetto (incarichi occasionali);
- rimborso spese debitamente documentate a soggetti esterni coinvolti (viaggio trasporti locali, vitto, alloggio, ecc.);
- compenso collaboratori esterni (ad esempio: relatori e/o moderatori di incontri pubblici, attori, musicisti, ecc.);
- acquisizione di servizi (es: multimedia, noleggio attrezzature);
- acquisizione di beni finalizzati alla attuazione dell'iniziativa (materiali di consumo, altro); promozione e comunicazione (stampe materiali, acquisto spazi promozionali, gadget).

Tutte le spese relative alle iniziative finanziate dovranno essere sostenute entro il 31 dicembre dell'anno solare di riferimento dell'assegnazione del finanziamento.

### 4. Uso del nome e del logo de "L'Orientale"

Per tutte le iniziative approvate, anche svolte in collaborazione con soggetti terzi ed esterni all'Università, il nome e il logo de "L'Orientale" e del Dipartimento proponente dovranno essere presenti su inviti, locandine, manifesti, opuscoli, comunicati, dépliant, brochure, pagine web e qualsiasi altro materiale relativo all'iniziativa.

## **5. Approvazione delle iniziative di Public Engagement**

Sulla base delle proposte effettuate dalla Commissione per la Terza Missione e il Public Engagement a seguito del processo di valutazione di cui al paragrafo 2 il Consiglio di Amministrazione, visto il parere del Senato Accademico, approverà le iniziative ed il relativo budget. Il budget sarà assegnato al Dipartimento di afferenza del soggetto proponente.

## **6. Modalità di rendicontazione e monitoraggio**

Alla conclusione delle attività il responsabile dell'iniziativa è tenuto a presentare il report (scheda dell'iniziativa unitamente a informazioni sul sistema di monitoraggio adottato e alle risorse dedicate) su format precompilato contenente in particolare l'elenco delle spese effettivamente sostenute, una descrizione delle attività realizzate e i risultati del monitoraggio dell'impatto in termini quantitativi e qualitativi. Entro un mese dalla scadenza dell'anno solare di riferimento il report dovrà essere inviato dal Direttore del Dipartimento interessato, controfirmato dal soggetto proponente dell'iniziativa, agli Uffici amministrativi indicati nel decreto del Rettore. In caso di mancato svolgimento dell'iniziativa, il proponente deve fornire debita motivazione e il finanziamento non utilizzato verrà riassegnato al fondo da distribuire l'anno successivo. Eventuali proroghe saranno concesse con delibera del Consiglio di Amministrazione visto il parere del Senato Accademico.

Non è possibile utilizzare il finanziamento assegnato per organizzare iniziative diverse da quelle per le quali lo stesso è stato ottenuto.

Copia in formato digitale dei materiali e della documentazione di monitoraggio dell'iniziativa (locandine, brochure, fogli firme, documentazione fotografica, ecc.) relativi alle iniziative di Public Engagement finanziate e realizzate, dovranno essere archiviati sulla piattaforma IRIS-TM a cura del responsabile dell'iniziativa. Non potranno presentare proposte i responsabili di progetti risultati vincitori nell'ambito del Bando per iniziative di Public Engagement che non abbiano debitamente e adeguatamente valorizzato il proprio progetto sulla già menzionata piattaforma.