

# L'IMPATTO DELLA RICERCA NELLE SCIENZE UMANE E SOCIALI

Progetto ex art. 11 D.M. del 10 agosto 2020, n. 442

# COSA È STATO FINANZIATO?

L'Art. 11 («Ulteriori interventi») ha riservato **€ 8.500.000** per interventi straordinari a favore delle università e degli istituti di istruzione (...) e le proposte dovevano «*assumere una valenza strategica nell'ambito della programmazione dell'Ateneo ed essere connessi agli ambiti della ricerca, della didattica, dell'internazionalizzazione e della terza missione*».

L'Università di Macerata con il suo progetto ha ottenuto un finanziamento pari a **€ 120.000,00** per svolgere attività pari a **€ 133.335,00**.



# IL PROGETTO NEL PIANO STRATEGICO UNIMC 2020-22

**Obiettivo 2.1.** Promuovere una **ricerca orientata alla qualità** e in dialogo costante con i territori e gli ambiti nazionale e internazionale

**Obiettivo 4.2.** Rappresentare **l'avanguardia del territorio** e favorirne l'internazionalizzazione

**Strategia 4.2.3.** Promuovere la cultura **dell'imprenditorialità** soprattutto negli ambiti culturali e creativi, sia tra i ricercatori, sia tra gli studenti, sia all'interno della comunità locale, offrendo spazi e servizi di supporto adeguati

**Strategia 4.2.4.** Promuovere la cultura **dell'innovazione sociale**, mettendo in evidenza l'importanza delle *humanities* e delle *social sciences* anche ai fini di uno sviluppo tecnologico sostenibile

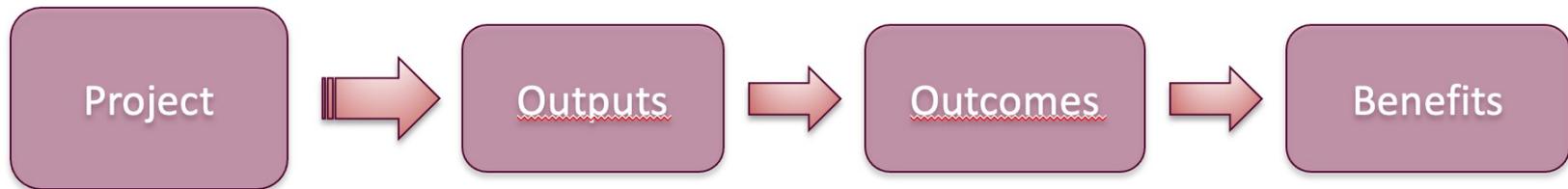
# CHE COS'È L'IMPATTO NELLA RICERCA?

«L'impatto è l'effetto indotto sulla sfida e su i suoi protagonisti dall'uso del risultato della ricerca»

L'impatto può essere definito come **l'effetto del progetto sull'ambiente generale** inteso in senso fisico, culturale, politico e sociale, ed il suo contributo al **raggiungimento degli obiettivi settoriali** riassunti negli Obiettivi Generali.



Segue logicamente che **se i risultati non vengono usati,**  
**non si genera impatto**



## **IMPATTO SOCIALE**

è l'insieme dei cambiamenti positivi e duraturi, che derivano da quella specifica attività, sui diretti beneficiari e/o sulla più ampia comunità di individui, organizzazioni o sull'ambiente

## **IMPATTO ECONOMICO**

si definisce come l'insieme degli effetti a breve e lungo termine, diretti e indiretti, che un determinato evento ha sulle variabili economiche

## **IMPATTO CULTURALE**

Si riferisce alla cultura come fattore di sviluppo fondamentale di servizio sociale ed educativo per il benessere dei cittadini

# PERCHÉ È IMPORTANTE L'IMPATTO NELLA RICERCA?

È uno dei criteri di misurazione della ricerca da parte della Commissione Europea

## Connettere gli Indicatori al Quadro Logico

Livello di QL	Tipo di Informazione	Tempo di raccolta dati	Valore di Misurabilità
Obiettivi generali	Sviluppo e sostanziale cambiamento nel settore Misurazioni delle nuove tendenze del settore basate su indicatori chiave <u>NOTA: Il progetto è uno solo dei fattori di cambiamento nel settore</u>	A fine progetto ed ex post	<b>SOSTENIBILITÀ</b> 'Continuazione nel tempo del flusso dei benefici' <b>IMPATTO</b> 'Influenza nell'ambito generale' <b>PERTINENZA</b> soddisfare le esigenze del gruppo destinatario'
Obiettivo specifico	Cambiamento realistico e sostenibile nella situazione di partenza del gruppo beneficiario, determinato dall'intervento del progetto	In itinere ed a fine progetto	
 <b>Risultati</b>	<b>Risposta dei beneficiari</b> Indicatori di probabilità di riuscita che derivino da un sondaggio presso i beneficiari relativi a: l'accesso ai servizi forniti dal progetto, l'utilizzazione di questi, il loro grado di soddisfazione	Trimestrale/ annuale [Dati raccolti nel contesto del monitoraggio dei risultati]	<b>INDICATORI GUIDA</b> indici di cambiamento rilevante e sostenibile
<b>Attività</b>	Misurazioni quantitative e qualitative del progresso materiale nella distribuzione dei servizi. Resoconto entrate uscite e resoconto dei costi. Confronto tra i traguardi raggiunti e i traguardi programmati.	Trimestrale/ annuale	<b>EFFICACIA</b> 'Progredire nella direzione degli obiettivi: fare le cose giuste' <b>EFFICIENZA</b> 'Realizzazione efficiente: fare le cose bene'
<b>Costi</b>	Misurazioni basate sulla Tabella delle Attività. Confronto tra effettive date d'inizio e conclusione e date programmate. Variazioni dalla tabella. Date di raggiungimento traguardi ed eventi speciali.	Settimanale/ mensile	
	Misurazioni basate sul budget. Confronto budget effettivo e pianificato. Analisi dei finanziamenti governativi, dei donatori e dei beneficiari. Analisi delle discordanze.	Settimanale/ mensile	<b>FINANZA</b> 'Assicurare il miglior rapporto possibile tra costi, qualità e tempo'

Altri criteri sono la pertinenza, l'efficacia e la sostenibilità.

## GLI OBIETTIVI POLITICI DELLA UE: IL RUOLO DELLA RICERCA

A sustainable, fair and **prosperous** future for **people** and **planet** based on European values.

- Tackling **climate change** (35 % budgetary target)
- Helping to achieve **Sustainable Development Goals**
- Boosting the Union's **competitiveness and growth**

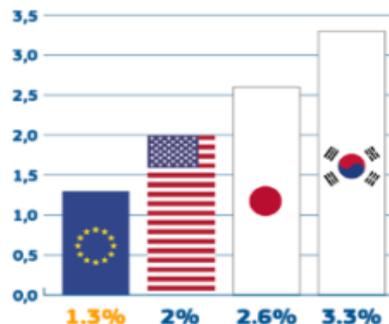


# IL PUNTO DI PARTENZA

**While benefiting from world-class research and strong industries...**

Our knowledge and skills are our main resources.

- **7%** of the world's population
- **20%** of global R&D
- **1/3** of all high-quality scientific publications



**1.3%**  
EU business  
R&D  
investment

**...Europe can do better at transforming this into leadership in innovation and entrepreneurship**

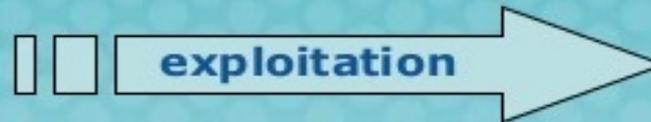


# Innovation to meet the challenge

**INNOVATION:** *The successful exploitation of new ideas to produce **tangible benefits**, satisfying **needs** and **wants***



**Invention**



**Innovation**

***Invention IS NOT Innovation***  
***Integration of users in the project is crucial***

---

# THE INGREDIENTS FOR TURNING RESEARCH IN INNOVATION

1. Open Science (Open access, Open research data)
2. Challenge oriented research (Interdisciplinarity and Intersectoriality)
3. Research integrity and Ethics
4. Exploitation
5. Stakeholder engagement/Public engagement
6. Gender dimension

# OBIETTIVI

- Accrescere la capacità dei ricercatori di predisporre piani di ricerca che includano l'uso e lo sfruttamento dei risultati conseguiti.

**Parole chiave:** validazione, co-sviluppo, public engagement, impatto

- Approfondire il significato di impatto della ricerca nell'ambito delle humanities, delle modalità della sua attuazione e misurazione al fine di implementare ulteriormente le attività di terza missione dell'ateneo.

**Parole chiave:** exploitation, disseminazione, comunicazione

- Migliorare la consapevolezza dei ricercatori (sia strutturati sia dottorandi, borsisti e assegnisti di ricerca) sugli strumenti metodologici trasversali fondamentali per sviluppare percorsi di ricerca allineati alla politica europea della ricerca e capaci di generare impatto.

**Parole chiave:** open access, open science, research integrity, challenge – oriented research, citizen science

- Migliorare la capacità di presentare i prodotti della ricerca ai diversi target group.

**Parole chiave:** outreach, target groups, impatto

# PARTENARIATO



Il progetto verrà svolto insieme a **META Group**, una società che opera a livello internazionale nel campo della creazione e dello sviluppo di imprese e progetti basati sulla conoscenza.

META è attiva in Europa nel **promuovere e supportare l'uso dei risultati della ricerca** derivanti da progetti finanziati da programmi quali H2020 e da fondi di coesione (Piattaforme di specializzazione intelligente).

Attualmente è leader europeo per quanto riguarda servizi di exploitation in H2020.



# BENEFICIARI

- **Docenti / ricercatori strutturati/ ricercatori a tempo determinato**
- **Ricercatori in formazione** (dottorandi/borsisti/assegnisti)
- **Personale tecnico-amministrativo** degli Uffici centrali e periferici di supporto alla Ricerca e alla Comunicazione

# PIANO OPERATIVO

Le attività previste si articolano in **5 azioni**:

- 1. Preparazione dell'intervento**
- 2. Sensibilizzazione e coinvolgimento dei beneficiari**
- 3. Aggiornamento del personale a supporto della ricerca e della comunicazione**
- 4. Formazione, supporto e tutoraggio dei gruppi di ricerca**
- 5. Diffusione dei risultati**



# AZIONE 1 PREPARAZIONE DELL'INTERVENTO

La prima azione è preparatoria e consiste nella ricognizione dei percorsi offerti dall'Ateneo verso **l'uso e la valorizzazione dei risultati della ricerca e nella predisposizione delle attività di competence building.**

L'analisi dello stato dell'arte avverrà attraverso **interviste** da realizzarsi con il coinvolgimento degli esperti di META Group e dei referenti dell'Ufficio Valorizzazione della Ricerca ILO e Placement (Area Ricerca). Verranno, inoltre, coinvolti gli Uffici di Ricerca dei Dipartimenti e l'Ufficio Comunicazione.

L'obiettivo specifico è **acquisire informazioni sulle esigenze rappresentate dai ricercatori e dai loro team, sui servizi resi ai ricercatori, sui gap osservati in termini di strumenti, metodiche e competenze.**

Questa indagine fornirà l'input per la finalizzazione del programma di *competence building* e per la predisposizione dei materiali formativi.

## **AZIONE 2 SENSIBILIZZAZIONE E COINVOLGIMENTO DEI BENEFICIARI**

La seconda azione è volta al **coinvolgimento dei beneficiari e alla realizzazione di due cicli di webinar/tutorials** per sensibilizzare sui principali temi connessi alla creazione dell'impatto e alla politica dello spazio europeo della ricerca.

I webinar/tutorials verranno registrati in formato **video** e resi disponibili ai corsi afferenti alla scuola di Dottorato, oltre che, attraverso il portale di Ateneo, a tutti gli studenti/ricercatori/docenti.

È inoltre prevista l'organizzazione di **5 incontri, uno per Dipartimento**, con il supporto dei referenti degli Uffici dipartimentali di supporto alla Ricerca, finalizzati alla sensibilizzazione sull'impatto.

## AZIONE 3 AGGIORNAMENTO DEL PERSONALE A SUPPORTO DELLA RICERCA E DELLA COMUNICAZIONE

Quest'azione è volta **all'aggiornamento e alla preparazione del personale di supporto all'attività di Ricerca**, inclusi i referenti delle unità di Ricerca dipartimentale e il personale dell'Ufficio Comunicazione.

Le attività verranno realizzate da META Group sulla base dell'esperienza accumulata a livello europeo. Il percorso verrà strutturato in momenti in presenza (**workshop**), intervallati da **esercitazioni** con i coach di META Group.

Durante i momenti in presenza verranno introdotte le diverse tematiche, le procedure di intervento, i principali strumenti e i casi da sviluppare tra un workshop e l'altro. Il **coaching** consisterà nel seguire le l'applicazione degli strumenti introdotti nei workshop ai casi di lavoro.

## AZIONE 4 FORMAZIONE, SUPPORTO E TUTORAGGIO DEI GRUPPI DI RICERCA

L'azione prevede il **coinvolgimento di gruppi di ricerca** con lo scopo di completare il quadro delle competenze del personale tecnico-amministrativo coinvolto e consolidare il processo di assistenza e tutoraggio.

I **team** che faranno parte della sperimentazione pilota verranno selezionati sulla scorta di un **avviso di partecipazione interno**. Verranno indicati dei **filoni tematici**, di rilevanza per il territorio e rispondenti ai trend di livello europeo, rispetto ai quali gruppi di ricerca o singoli presenteranno la loro richiesta di partecipazione.

Ai partecipanti selezionati verrà richiesto di lavorare in **team (5 max 8)**. I team parteciperanno alla **attività di accompagnamento** che sarà organizzata dagli esperti di META Group, insieme al personale UNIMC, per la messa a punto del piano di uso dei risultati della ricerca nonché a **momenti formativi condivisi** a cui si alterneranno attività di **coaching** dedicate a ciascun gruppo.

# **FOCUS SULLA FORMAZIONE**

Le **attività formative** riguarderanno:

- Framework ERA
- Impatto e fattori che lo influenzano
- Definizione di un risultato e del suo uso secondo un approccio orientato ai problemi
- Lean Canvas e Value Proposition Canvas
- Protezione della proprietà intellettuale e il piano di uso di un risultato
- Pianificazione e finanziamento del follow-up
- Presentazione di un risultato della ricerca



## AZIONE 5 DIFFUSIONE DEI RISULTATI

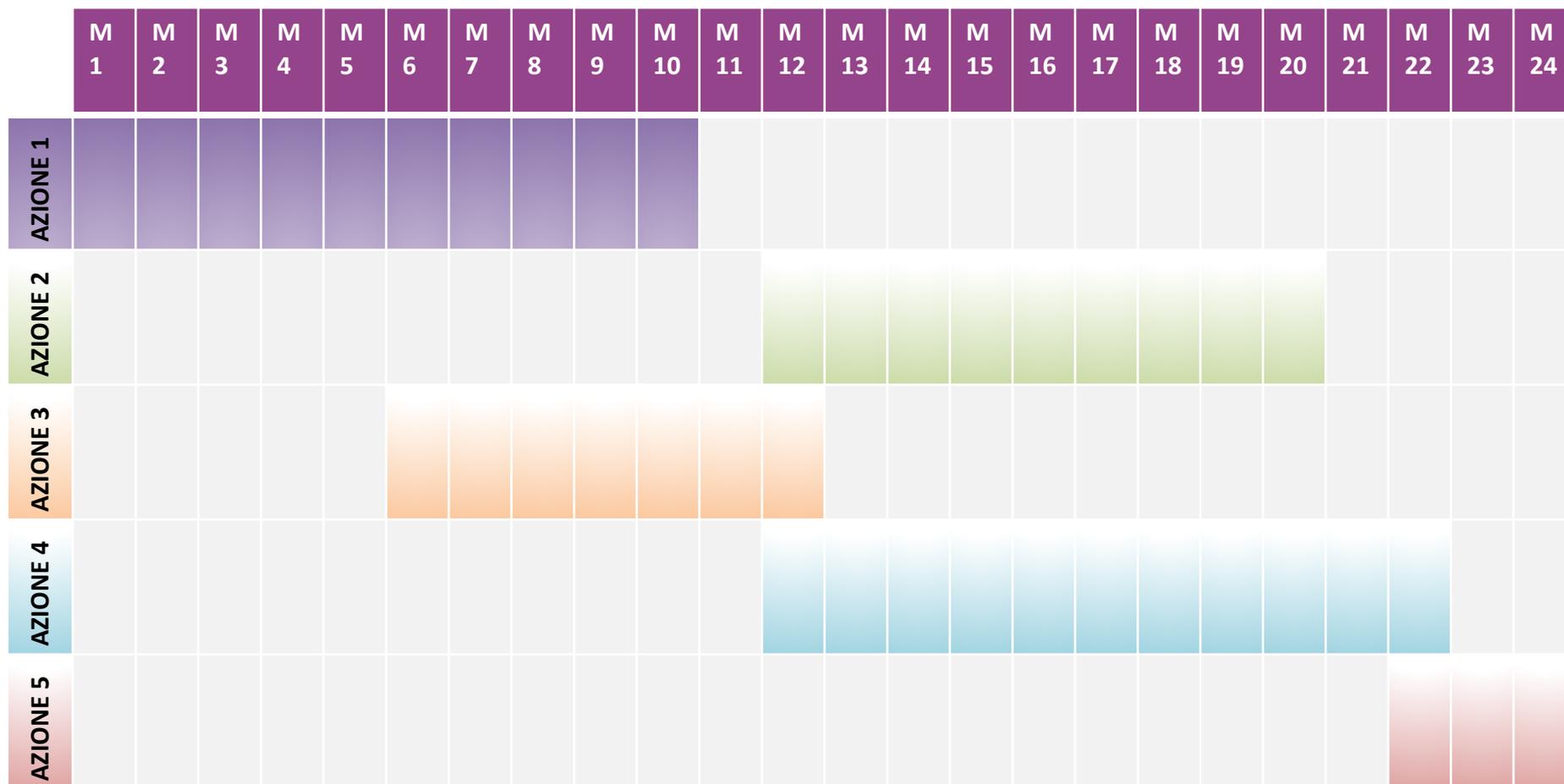
Si tratta di una azione per creare visibilità sull'impegno dell'Ateneo nel promuovere l'impatto della Ricerca nelle Scienze sociali e umanistiche.

Verrà realizzato un **evento finale** con la partecipazione di **opinion leader a livello nazionale e internazionale**. All'evento verranno presentati i risultati dell'attività del pilota e assegnati **3 premi** ai migliori team.

È prevista, con il contributo dell'Ufficio Comunicazione, la pubblicazione dei risultati su diversi portali e la loro diffusione attraverso i canali di Ateneo (interni ed esterni).

Verranno, infine, realizzati **sei brevi video**, uno su impegno e posizionamento di Ateneo e cinque relativi ai cinque gruppi che hanno partecipato al pilota.

# TIMELINE



## AZIONI SPECIFICHE IN *SINTESI*

- ❖ **Aggiornamento del personale** a supporto della Ricerca e della comunicazione per attività di affiancamento e tutoraggio ai gruppi di ricercatori per migliorare l'impatto delle loro attività.
- ❖ **Workshop e webinar** (tutorial) su ricerca nelle Scienze Umane e Sociali e applicazione dei suoi risultati.
- ❖ **Iniziativa pilota** rivolta a 5 gruppi multidisciplinari per accompagnarli nell'approfondimento dell'uso/impatto dei risultati della loro ricerca (uso e disseminazione).
- ❖ **Potenziamento dell'attività di comunicazione** con il coinvolgimento dell'Ufficio Comunicazione, del Laboratorio di Comunicazione e di giornalisti divulgatori (di quotidiani/riviste, radio, tv, blog, ecc.).

**GRAZIE PER L'ATTENZIONE**