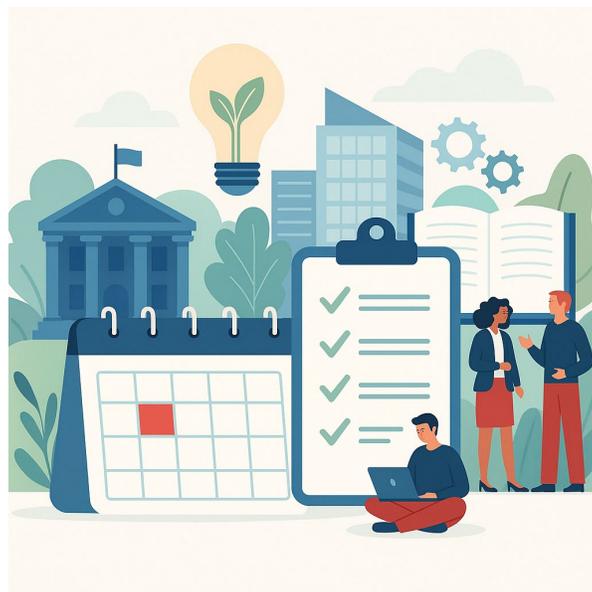




UNIVERSITÀ  
DI CAMERINO

# Pianificazione delle attività di **Impatto sociale** (Terza Missione)

## 2025-2026



Documento curato dal Presidio Qualità di Ateneo

Giugno 2025



## Premessa generale

L'Università di Camerino ha avviato un processo strutturato di pianificazione delle attività ad impatto sociale, altrimenti identificate come di "terza missione", 2025–2026 a livello di Scuola e di strutture tecnico-amministrative, in coerenza con quanto previsto dal Piano Strategico di Ateneo 2024–2029, dalle Linee Guida AVA3-ANVUR e dalle raccomandazioni contenute nel documento ANVUR di valutazione per l'accreditamento periodico dell'Ateneo (2023).

Tale attività risponde alla necessità di consolidare e valorizzare il contributo dell'Ateneo alla società, attraverso una programmazione consapevole, tracciabile e coerente delle attività a impatto sociale, economico e culturale.

Il **Presidio Qualità di Ateneo (PQA)** ha promosso e coordinato l'operazione, fornendo alle Scuole e alle aree interessate **linee guida comuni e uno schema flessibile per la redazione**, in modo da tenere conto della diversità dei contesti e delle esperienze.

### 1. L'impostazione metodologica del PQA

L'ambito dell'impatto sociale o terza missione è per natura trasversale e dinamico, con molte attività che emergono da iniziative di ricerca e didattica o da opportunità esterne. La pianificazione mira a rafforzare la consapevolezza del ruolo sociale dell'Ateneo, senza vincoli rigidi ma con attenzione alla valorizzazione, rendicontazione e comunicazione coerente delle attività.

Il PQA ha impostato la pianificazione di tali attività riconoscendo la complessità intrinseca di questo ambito, spesso interconnesso con la didattica e la ricerca. Ha adottato un approccio basato su: definizione di tematiche prioritarie (public engagement, trasferimento tecnologico, sostenibilità, ecc.), autonomia compositiva nella redazione, obiettivi misurabili e monitoraggio, valorizzazione delle esperienze esistenti.

Questa impostazione, e la pianificazione e realizzazione delle attività che ne derivano, assumono un ruolo strategico anche in vista della selezione dei casi studio da presentare all'ANVUR per la prossima **Valutazione della Qualità della Ricerca (VQR) 2025–2028**.



Disporre di una programmazione organica e consapevole delle iniziative consentirà infatti non solo di avere una mappatura chiara e tempestiva delle attività svolte, ma anche di individuare con maggiore efficacia **quelle progettualità che, per coerenza, ampiezza e risultati conseguiti, possano essere valorizzate come casi di impatto**. Attraverso la rilettura trasversale delle attività programmate, sarà possibile **aggregare esperienze tra loro complementari e riconducibili a un medesimo filo logico**, evidenziando come l'integrazione tra più azioni abbia prodotto **effetti misurabili e socialmente rilevanti**. In questo modo, la pianificazione non si limita ad orientare l'azione futura, ma diventa uno strumento fondamentale per la **valorizzazione dell'impatto dell'Ateneo sulla società** anche in sede di valutazione nazionale.

## **2. Sintesi dei contributi delle Scuole e delle Aree tecnico-amministrative**

Le Scuole, come si può verificare dai documenti allegati, hanno risposto con impegno e articolazione all'invito a pianificare, ciascuna evidenziando priorità strategiche e ambiti di intervento. Sono emersi forti legami con il territorio, progetti di innovazione e divulgazione, iniziative di inclusione e cittadinanza attiva.

Di seguito una sintesi delle principali caratteristiche emerse nei documenti ricevuti:

- **Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria:** forte integrazione con il territorio su tematiche "One Health"; attività su salute umana e animale, biodiversità, valorizzazione ambientale e culturale (es. Arboretum, Riserva Montagna di Torricchio).
- **Scuola di Scienze e Tecnologie:** approccio sistemico e altamente strutturato; numerose collaborazioni con imprese, enti pubblici e laboratori territoriali (es. MARLIC, FermoTech); grande attenzione a innovazione, formazione e divulgazione STEM.
- **Scuola del Farmaco e dei prodotti della salute:** forte investimento sul trasferimento tecnologico, con molteplici brevetti e spin-off; attenzione all'impatto sociale e sanitario (es. progetti su mangimi sostenibili, IA per diagnosi, cosmetici e integratori).



- **Scuola di Giurisprudenza:** visione centrata sull'innovazione sociale e sulla cittadinanza attiva; eventi pubblici (Cineforum, Festival dei Doveri), collaborazione con enti pubblici e associazioni; enfasi sul contrasto alle disuguaglianze.
- **Scuola di Architettura e Design:** approccio multidisciplinare e territoriale; attenzione alla sostenibilità urbana, al design inclusivo e alla valorizzazione dei beni culturali; presenza attiva in piattaforme regionali e tramite spin-off.

Anche le aree tecnico-amministrative hanno offerto un contributo concreto e significativo, in particolare quelle che, in ragione della propria specificità operativa, si sono sentite maggiormente chiamate in causa dalla sollecitazione del PQA. È tuttavia importante sottolineare che **l'intero apparato tecnico-amministrativo dell'Ateneo**, nella sua globalità, **rappresenta un elemento imprescindibile di supporto per la realizzazione di tutte le attività pianificate**, comprese quelle promosse dalle Scuole, garantendo così il funzionamento coordinato e l'attuazione efficace dell'insieme delle iniziative previste. Di seguito una sintesi delle pianificazioni prodotte:

- **L'Area Ricerca e Trasferimento Tecnologico:** ha presentato una pianificazione articolata e coerente con gli obiettivi strategici dell'Ateneo, con iniziative di promozione dell'imprenditorialità, trasferimento tecnologico, tutela della proprietà intellettuale e collaborazione con il territorio.
- **L'Area Infrastrutture e Servizi Informatici:** ha proposto percorsi formativi rivolti agli enti pubblici sulla transizione digitale, la sicurezza informatica e l'intelligenza artificiale, evidenziando un forte orientamento alla valorizzazione delle competenze interne e alla disseminazione tecnica.
- **Lo Staff del Polo Museale:** ha presentato una programmazione incentrata sulla diffusione della cultura scientifica e sulla fruizione educativa del Complesso San Domenico, in particolare dopo il rientro nella sede storica del Museo delle Scienze, con attività per scuole, famiglie e territorio.



- **L'Area Comunicazione e Public Engagement è coinvolta trasversalmente in tutte le attività**, in particolare:
  - nella promozione e nella disseminazione degli eventi;
  - nel supporto organizzativo e logistico;
  - nel **monitoraggio e nella rendicontazione** delle iniziative di public engagement, in coerenza con gli standard ANVUR.

### Conclusione

Questa operazione rappresenta un primo passo significativo verso una governance consapevole delle attività ad impatto sociale, coinvolgendo l'intero sistema universitario.

I documenti raccolti costituiranno una base utile per il sistema AQ, per la rendicontazione pubblica, la comunicazione strategica e per le attività di valutazione nazionale.

### Prossimi Passi

- ✓ Condivisione del documento con i Referenti delle Scuole e delle Aree coinvolte;
- ✓ Costruzione di una banca dati interna delle attività di impatto sociale/terza missione programmate e svolte;
- ✓ Raccordo tra PQA e strutture per il consolidamento della programmazione e l'inserimento in AQ e per la fase di monitoraggio e valutazione delle azioni da mettere in atto;
- ✓ Coordinamento con l'Area Comunicazione per la valorizzazione sul portale e nei canali ufficiali;
- ✓ Raccordo con le iniziative nazionali di rilevazione e valutazione (MIUR, ANVUR, USTAT).

---

### Allegati:

1. Tabelle di sintesi delle SCHEDE proposte da Scuole e Aree T\_A.
2. Documenti completi di progettazione 2025-2026 delle singole strutture.

## Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria

### Introduzione, Obiettivi generali

La Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria intende contribuire alla società con alcune azioni di terza missione impegnandosi a mettere in campo le capacità dei propri afferenti al fine di produrre valore per la collettività, agendo come volano di sviluppo socio-economico, culturale e tecnologico. Prendendo come riferimento l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, le azioni proposte mirano a valorizzare le competenze di docenti, ricercatori e tecnici attraverso azioni che consentano di interagire in modo efficace con la comunità locale, le imprese e gli altri stakeholders presenti sul territorio, per coinvolgerli e stimolarli su aspetti legati alla educazione ambientale, al benessere dell'uomo, degli animali e dell'ambiente secondo l'approccio "One Health". Per il biennio 2025-26, le azioni proposte intendono realizzare una serie di seminari, incontri e sperimentazioni con il coinvolgimento diretto delle categorie di soggetti pubblici e privati per comunicare e diffondere conoscenza sulle tematiche suddette

### Analisi del Contesto

Le azioni proposte rispondono alle esigenze del territorio in merito a: l'educazione ambientale; problemi come il riscaldamento globale, la sostenibilità ambientale, l'interazione tra animali domestici e selvatici, l'uso di antibiotici e vaccini, il rispetto del benessere animale, le attività di caccia/pesca, sono spesso divisivi e creano fronti contrapposti di pensiero; proponendoli però come spunti di ragionamento in seno a temi di più ampio respiro, in modo da contestualizzare gli specifici problemi, potrebbero evitare o quantomeno attutire i possibili conflitti tra le parti contrapposte. Collaborazioni con: Festa di Scienza e Filosofia di Foligno/Fabriano, FOSFORO la Festa della Scienza, Passaggi Festival, SHARPER; la salvaguardia della salute dell'uomo e degli animali: il Centro del sonno, l'impiego di integratori probiotici, prebiotici, sinbiotici e postbiotici per l'uomo e gli animali saranno al centro di azioni che le imprese, così come altri stakeholders del territorio (Enti locali, Regione Marche), hanno più volte richiesto sollecitando interventi volti a migliorare la salute e il benessere delle persone e dei lavoratori, in un'ottica di prevenzione e promozione della salute. Collaborazioni con: imprese, Enti locali, regione Marche. -l'ambiente: la gestione di aree naturali in termini di supporto alle Amministrazioni Comunali per il monitoraggio delle specie vegetali di maggiore valenza per la biodiversità e la supervisione delle specie alloctone per valutarne lo stato di invasività, e la gestione di precisione di un apiario didattico presso l'OVUD di Matelica, mediante il monitoraggio digitalizzato del comportamento delle api, rappresentano le principali azioni che verranno messe in campo per contribuire a salvaguardare l'ambiente nelle sue molteplici sfaccettature. Collaborazioni con: Comuni, Enti locali, Regione Marche, Associazioni Apicoltori

Attività proposte	Titolo	Tematica	Indicatori/monitoraggio	Responsabile/i	in collaborazione con
1	Studio di integratori alimentari per il benessere dell'uomo e dell'animale.	I. Trasferimento tecnologico; Imprenditorialità Accademica.	Risultati ottenuti dal Dottorato di ricerca	Stefania Silvi	Synbiotec
2	Promozione e gestione del: Centro Ricerche Floristiche dell'Appennino e Orto Botanico presso il Parco Nazionale del Gran Sasso; Arboretum Apenninicum.	II. PRODUZIONE, GESTIONE DI BENI PUBBLICI; Produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali.	Numero di visitatori, numero di scuole o associazioni interessate, schede di gradimento delle visite, Monitoraggio siti internet. Predisposizione di schede per valutare l'apprendimento e il gradimento delle varie esperienze effettuate dalla collettività.	Fabio Conti, Giandiego Campetella	Parco Nazionale del Gran Sasso Monti della Laga
3	Promozione e gestione della Riserva naturale dello Stato Montagna di Torricchio.	II. PRODUZIONE, GESTIONE DI BENI PUBBLICI; Produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali.	Numero di ricerche/progetti/gruppi di ricerca che svolgono le loro attività di indagine nella riserva, Monitoraggio siti internet. Pubblicazioni e progetti in essere	Canullo, Campetella	Regione Marche
4	Corsi per Carabinieri Forestali ed operatori botanici coinvolti nell'Inventario Forestale Nazionale 2025-2030	II. PRODUZIONE, GESTIONE DI BENI PUBBLICI; campo d'azione: apprendimento permanente e didattica aperta	Indicatori sull'impatto di queste attività emergeranno dalle prime analisi dei dati e dal livello di difficoltà incontrato dai rilevatori durante la campagna./	Canullo, Campetella	CUFA (Carabinieri Forestali) e Crea
5	Rapporto UNICAM - Riserva naturale Sentina	II. PRODUZIONE, GESTIONE DI BENI PUBBLICI; Produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali	Attività di monitoraggio indicate nel progetto/Il sistema di monitoraggio si basa sul numero e tipologia di progetti secondari che scaturiscono dal rapporto UNICAM – Riserva Sentina, facendo riferimento a progettualità relativa a bandi regionali, nazionali ed europei. Rispetto alla biodiversità, il monitoraggio può basarsi sulla quantificazione nel tempo delle risorse presenti e se queste sono mantenute o subiscono variazioni (ad esempio, la superficie degli habitat, il numero di specie complessive, il numero di specie di interesse conservazionistico, il numero di specie aliene invasive, ecc.)	Chelli, Conti	Comune di San Benedetto
6	Registro Tumori Regione Marche	IV. Scienze della vita e salute	L'attività viene monitorata in modo bimestrale tramite meeting interni tra i membri del personale coinvolto nell'attività	Valerio Napolioni	Agenzia Regionale Sanitaria – Regione Marche
7	Ripristino e ottimizzazione del Registro Tumori Animali RTA – Regione Marche, per promuovere la sostenibilità ambientale e la sicurezza alimentare	IV. Scienza della Vita e salute; Salute Ambientale e Sicurezza Alimentare.	Numero di campioni ricevuti e loro progressivo incremento (costanza – trend di incremento); -Dati epidemiologici e loro elaborazione; - Interviste sul territorio sulla conoscenza di questo strumento epidemiologico e sua importanza per la salute pubblica, tramite sondaggio (interviste e tramite moduli lasciati a disposizione presso le sale di aspetto delle Cliniche/strutture veterinarie del territorio. -Approntamento schede di valutazione del Servizio da inviare periodicamente all'utenza (cliniche, laboratori, ambulatori, ospedali veterinari) per rilevare la "customer satisfaction"; -Indagini telefoniche presso l'utenza per rilevamento della "customer satisfaction".	Rossi Giacomo, Gian Enrico Magi, Mariotti Francesca, Gavazza Alessandra	OVUD; Ufficio Comunicazione ed Immagine UNICAM; Regione Marche.
8	Moderna Gestione dell'Allevamento delle Api per promuovere la sostenibilità ambientale e la sicurezza alimentare	IV. SCIENZE DELLA VITA E DELLA SALUTE; Salute Ambientale e Sicurezza Alimentare	Numero contatti apicoltori e associazioni; Compilazione di una scheda che verrà predisposta nei prossimi mesi per raccogliere i consensi, gli interessi e verificare l'ampliamento conseguente di tale attività nel territorio.	Rossi Giacomo, Galosi Livio, Roncarati Alessandra	
9	Ottimizzazione/implementazione del "Sistema Centro di Recupero Animali Selvatici Regionale" (CRAS Marche) in un'ottica protezionistico-divulgativa finalizzata all'educazione al rispetto ed al recupero del patrimonio floro-faunistico Regionale	V. Sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze	-Dati epidemiologici e loro elaborazione; -Interviste sul territorio sulla conoscenza di questo sistema di gestione della Fauna selvatica e affiliazione di volontari o sostenitori delle tematiche faunistico-ambientali; -Numero di visitatori ricevuti al Centro e loro progressivo incremento (costanza – trend di incremento); - Numero di iscritti ai Corsi di Laurea MV, TeBAP, AgriNat, interessati al lavoro in ambito faunistico e alla conservazione ambientale; - Affiliazione di sponsor pubblici e privati; richiamo della stampa e dell'informazione pubblica generalista e scientifica per la tipologia di attività svolte e per la realizzazione di attività documentaristiche specifiche. - Sondaggi (interviste dirette e tramite moduli lasciati a disposizione presso il Centro) sulla percezione del Servizio da parte della popolazione e del territorio. Approntamento schede di valutazione del Servizio da mantenere in sede e da far compilare ai visitatori; schede di valutazione da far compilare agli studenti dei corsi di laurea coinvolti in attività tirocinale; Schede di valutazione per rilevare la "customer satisfaction"; -Indagini telefoniche presso l'utenza (privati che trovando animali feriti, caduti dal nido o in cattive condizioni di salute si interfacciano con il Centro) per rilevamento della "customer satisfaction".	Rossi Giacomo, Alessio Angorini, Angela Palumbo Piccionello, Silvia Preziuso, Andrea Catorci, IVSA, INVSA.	Regione Marche; Sezione della Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria di UNICAM; OVUD; Ufficio Comunicazione ed Immagine UNICAM
10	Centro del sonno UNICAM	IV. Scienze della vita e della salute; Sperimentazione clinica	Numero e tipologia di fruitori coinvolti. Raggio di azione (provinciale, regionale). Capacità attrattiva di finanziamenti. Numero di sponsor/partner. Rassegna stampa (numero articoli, servizi sui media). · Miglioramento del contesto esterno: Creazione di processi di scambio con gli ospedali e le cliniche regionali (numero convenzioni). Incremento delle sponsorizzazioni esterne. Miglioramento della visibilità di UNICAM. · Bisogni sociali intercettati e interpretati: innovazione e miglioramento dei servizi sanitari al cittadino. Comunicazione e istruzione del territorio. · Miglioramento del contesto interno: valorizzazione delle infrastrutture di ateneo	Michele Bellesi (Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria), Luisa de Vivo (Scuola del Farmaco)	scuola del Farmaco e dei Prodotti della Salute

# Scuola di Giurisprudenza

## Introduzione, Obiettivi generali

La Scuola di Giurisprudenza ha dedicato un Internal Meeting degli Stati Generali alla Terza Missione per delineare al meglio obiettivi e contenuti di questo compito fondamentale affidato alle università dal quadro regolatorio nazionale e internazionale. La Terza Missione per la Scuola di Giurisprudenza costituisce una straordinaria opportunità di valorizzazione di un concetto di innovazione sociale adeguato alle discipline e alle competenze presenti nella Scuola. La Scuola di Giurisprudenza ha una tradizione risalente di interazione tra discipline appartenenti a aree scientifiche differenti costituite non solo dall'area legale, ma anche da aree che esprimono discipline di carattere economico, sociologico, storico, politologico e medico-legale. L'eterogeneità disciplinare permette un dialogo a tutto campo con la società e rende realizzabile un impegno della Scuola a favore della cittadinanza, degli studenti anche in età scolare, di enti pubblici e privati, profit e non profit. Obiettivi dell'azione nell'arco temporale 2025-26 sono i seguenti:- realizzare uno stabile dialogo con il territorio di riferimento avvalendosi di contatti e relazioni che si confida sprigioneranno dall'open meeting della Scuola di Giurisprudenza previsto per il 26 maggio su cui costruire un tavolo stabile di confronto con portatori di interesse specificamente interessati alle attività della Scuola di Giurisprudenza UNICAM- sviluppare iniziative aperte al grande pubblico- uscire dai propri locali per contaminare con le proprie attività di studio e di ricerca luoghi delle città del territorio favorendo una partecipazione attiva delle comunità interessate- aumentare la visibilità della Scuola e contribuire a delineare la sua identità e riconoscibilità caratterizzandola con un evento che biennialmente la proponga come incubatore culturale

## Analisi del Contesto

La Scuola di Giurisprudenza dedicherà il prossimo 26 maggio un Open Meeting all'individuazione delle esigenze della comunità locale, delle imprese e più in generale allo scambio di informazioni con portatori di interesse dal quale si ricaverà un aggiornato elenco di bisogni, ma i continui rapporti con il territorio innescati da anni permettono già di individuare esigenze formazione, di trasferimento delle conoscenze, di collaborazione. Le collaborazioni in corso sono numerosissime anche se al momento declinate su singoli docenti o gruppi di ricerca e dopo l'open meeting si avvierà una strategia di consolidamento e di ampliamento delle collaborazioni orientata alla realizzazione di attività e obiettivi strategici della Scuola che saranno definiti entro giugno 2025. Si menzionano a titolo esemplificativo le seguenti collaborazioni suggerite da accordi: Ordine degli Avvocati di Macerata; Consorzio Osimo; Tribunali marchigiani, Corte di Appello, Ordine dei Medici, Parco Nazionale Sibillini, Unione Nazionale Camere Civili, Questura di Macerata, Comando Generale Carabinieri; Comando Generale Guardia di Finanza; Federconsumatori Nazionale; Fondazione Alta Formazione Giuridica, ENSIEL; Toyo University – Tokyo; Università San Paolo (BR) Collaborazioni con Confindustria per visite in azienda, Fondazione Cluster Marche, Fondazione Visionando; Bottega del Terzo Settore.

Attività proposte	Titolo	Tematica	indicatori/monitoraggio	Responsabile/i	in collaborazione con
1	Cineforum dal titolo "Oltre i confini: l'impatto delle frontiere sulla vita"	III. public engagement V: inclusione e contrasto alle disuguaglianze	Numero spettatori Partecipazione al dibattito Analisi dei feedback dei partecipanti (tramite questionari/brevi interviste). Somministrazione di un test pre- e post- proiezione per misurare le acquisite conoscenze sui temi trattati.	Agostina Latino Stefano Testa- Bappenheim	Comune e Pro-Loce
2	Cineforum "Ri/vivere le Terre Alte"	III. Public engagement V - Inclusione e contrasto alle disuguaglianze	Numero di proiezioni effettuate; numero di partecipanti; numero di 'uscite' delle notizie sui media locali pre e post proiezione. Questionario autosomministrato (gradimento, comprensione delle tematiche affrontate); brevi interviste ex post ai partecipanti	Marco Giovagnoli	Associazionismo (es. Iononcrolo o altri soggetti grassroot)
3	Festival dei doveri	III. Public engagement V. Sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze	Numero Cittadini/numero studenti di ogni ordine scolastico/numero enti coinvolti, Numero di eventi organizzati e partecipanti, Feedback e questionari di soddisfazione dei partecipanti, Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali, Questionari di gradimento	Gruppo di Lavoro Terza Missione - Direttore- Coordinatori Corsi di Laurea	ACIM; ADIQ e ARIT di UNICAM
4	Podcast "Il fatto della settimana"	III. Public engagement	Download: Numero di volte in cui un episodio viene scaricato Durata media di ascolto: Tempo medio in cui un episodio viene ascoltato Retention: Percentuale di ascoltatori che completano l'ascolto di un episodio Interazione sui social media: Numero di commenti, condivisioni, ecc. Contatti: Numero di persone che contattano il podcaster tramite email, social media o altre piattaforme Feedback: Opinioni degli ascoltatori sul podcast e sui suoi contenuti / Strumenti di analisi forniti dalle piattaforme di podcasting che permettono di conoscere i dati sugli ascolti, affinché, analizzando questi dati, sia possibile capire se il podcast sta raggiungendo il target e se i contenuti sono efficaci.	Agostina Latino	Area Comunicazione
5	"Le case dei libri"	III. Public engagement	Numero di eventi organizzati e partecipanti, Numero di libri distribuiti o consultati nelle "Case dei libri" (temporanee e non), Feedback e questionari di soddisfazione dei partecipanti, Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali del territorio. Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report mensili, incontri di feedback con i partner	Docenti componenti il Gruppo di Lavoro Terza Missione	Enti locali (comune, pro-loce, biblioteche pubbliche e di Ateneo), associazioni culturali, librerie indipendenti
6	Collaborative Programme Toyo University Summer camp	III. Public engagement V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze	Numero di eventi organizzati, Numero di partecipanti, Feedback e questionari di soddisfazione dei partecipanti, Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali del territorio/ Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report, incontri di feedback con la Toyo University	Lucia Ruggeri	Enti locali (comune, pro-loce, biblioteche pubbliche e di Ateneo), associazioni ACIM
7	La Costituzione aperta a tutti	III. tematica relativa al public engagement V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze	numero studenti scuole superiori partecipanti/ Raccolta dati tramite questionari	Paolo Bianchi e Sara Spuntarelli	Direzione Scolastica Regionale
8	Boost the Sustainable Transition	III. tematica relativa al public engagement V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze	Numero partecipanti eventi Numero download da siti progettuali UNICAM (ESCOP4Green e ECPE) Numero reazioni su social Numero download pubblicazioni open access / Raccolta dati tramite questionari	Lucia Ruggeri	Direzione Scolastica Regionale

# Scuola di Scienze e Tecnologie

## Introduzione, Obiettivi generali

Il Piano Strategico di Ateneo specifica che "L'obiettivo di UNICAM è quello di consolidare e potenziare le peculiarità distintive dell'Ateneo, migliorare la qualità della didattica e della ricerca, ..... omissis ..... e contribuire attivamente alla ripresa economica e sociale delle aree colpite dal sisma del 2016. .... omissis .... Unicam contribuirà alla ripresa del territorio sviluppando progetti di ricerca con aziende locali ed enti pubblici per stimolare innovazione e crescita economica, partecipando attivamente ai progetti di rigenerazione urbana e organizzando corsi di formazione per la popolazione locale, contribuendo alla riqualificazione professionale ed all'inclusione sociale".

La Scuola di Scienze e tecnologie è fortemente impegnata nelle attività di terza missione, che costituiscono un naturale sviluppo in campo applicativo delle competenze presenti nelle cinque sezioni della Scuola e delle ricerche scientifiche in esse sviluppate. In particolare, la presenza delle discipline STEM, l'insieme delle discipline scientifico-tecnologiche, e i relativi campi di studio, ha permesso nel tempo lo sviluppo di forti interazioni con le realtà produttive del territorio oltre che con enti di ricerca quali CNR, ENEA, INGV e associazioni di categoria quali Confindustria, Confapi, CNA, ecc.

Obiettivi dell'azione svolta nell'arco temporale 2025-26 sono:

- rafforzare il legame di collaborazione con il territorio di riferimento avvalendosi di contatti e relazioni già instaurate negli anni precedenti per sviluppare nuovi accordi di ricerca e sviluppo con enti pubblici e privati
- sviluppare iniziative aperte al grande pubblico in collaborazione con le altre scuole di ateneo
- aumentare la visibilità della Scuola di Scienze e Tecnologie per contribuire a delinearne la sua identità e riconoscibilità caratterizzandola con una pervasiva campagna sui social media

## Analisi del Contesto

Le molteplici collaborazioni sviluppate negli anni dai docenti della Scuola di Scienze e Tecnologie con gli enti pubblici e privati permettono già di delineare i bisogni del territorio e di individuare le esigenze nella formazione, nel trasferimento delle conoscenze e competenze nonché nella collaborazione in ricerca e sviluppo nei settori tecnologici e produttivi principali, quali la Manifattura e il Made in Italy, la Domotica, l'Industria 4.0, IA & Data Analytics, blockchain per la gestione dei dati aziendali e la CyberSecurity, l'Agroalimentare e il Turismo, ma i continui rapporti con il territorio innescati permettono già di individuare esigenze che sono di formazione, di trasferimento delle conoscenze, di collaborazione.

La Scuola di Scienze e Tecnologie ha contribuito negli ultimi anni con un ruolo prevalente, in collaborazione con altri enti pubblici e privati (Regione Marche, UnivPM, UniUrb, CNR, ENEA, e diverse aziende della regione Marche), allo sviluppo delle seguenti piattaforme tecnologiche, che stanno operando a servizio del territorio:

- Laboratorio MARLIC (per il supporto alle imprese nella transizione green, promozione di un a rete collaborativa di sinergie tra aziende, università ed enti di ricerca per promuovere processi di innovazione aziendale attenta alla sostenibilità) a Camerino (MC)

- iLabs Industry (primo per la ricerca, il trasferimento tecnologico e la formazione sul tema industria 4.0) a Jesi (AN)

- iLabs Smart Environment (primo per la ricerca collaborativa nel settore della demotiva e delle tecnologie per gli ambienti di vita) a Jesi (AN)

- FermoTech (per l'innovazione tecnologica nei processi di ideazione, progettazione e commercializzazione dei prodotti del Made in Italy) a Fermo (FM)

Nell'ambito delle collaborazioni di ricerca e sviluppo, nell'anno solare 2024 sono state sviluppate collaborazioni di ricerca applicata con realtà produttive del territorio, enti pubblici e privati, per un totale di 33 contratti/convenzioni di ricerca per un ammontare di 925.000,00 euro.

La Scuola di Scienze e Tecnologie ha contribuito alla nascita di Knoway Systems, startup innovativa fondata nel 2023 come spin-off dell'Università degli Studi di Camerino, che opera nei campi dell'informatica, dell'architettura e del design, con l'obiettivo di creare soluzioni tecnologiche per la cultura e il turismo.

Nella Scuola di Scienze e Tecnologie sono stati sviluppati negli ultimi 4 anni n. 7 brevetti nazionali/internazionali.

La Scuola ST contribuisce da anni ad eventi di orientamento al lavoro come il Career Day e a competizioni di formazione all'imprenditorialità come il Business Game e la Start Cup regionale. Inoltre, molte Sezioni della Scuola ST partecipano al Piano Nazionale Lauree Scientifiche.

La Scuola di Scienze e Tecnologie contribuisce, assieme ad altre scuole di ateneo, a molti eventi di Public Engagement (Fosforo, Scienza in Festa, La notte dei Ricercatori, "Passaggi Festival", Sharper, Festival di Scienze e Filosofia, ecc.)

La Scuola di Scienze e Tecnologie contribuisce inoltre a molteplici attività di orientamento con le istituzioni scolastiche del territorio (Giochi della Chimica, Premio Asimov, ecc.) e ai PF60 e PF30, cioè i percorsi di formazione per l'abilitazione all'insegnamento nella scuola secondaria di I e II grado, in particolare nelle classi A020, A026, A027, A032; A034, A041, A047, B014, B016.

Attività proposte	Titolo	Tematica	indicatori/monitoraggio	Responsabile/i	in collaborazione con
1	Attività di coinvolgimento ed interazione con il mondo della Scuola	III. Public engagement	Numerosità della partecipazione e verifica della frequenza. Somministrazione di questionari		Regione Marche; Enti pubblici e Privati; Associazioni APS.
2	Scuola della Ricostruzione e Resilienza (SECURE)	I. Trasferimento tecnologico; III. Public engagement; V. Sostenibilità ambientale	Partecipazione studenti / Il monitoraggio viene realizzato attraverso la somministrazione di schede di monitoraggio e dalla verifica della frequenza	Loreti	ENEA, INGV; UNIVPM,
3	Cartografia geologica e geomorfologica CARG	I. Trasferimento tecnologico III. Public engagement V. Sostenibilità ambientale	Fruitori cartografia (Enti Locali, Liberi professionisti; Ricercatori e Docenti universitari; Studenti universitari; Ricercatori Enti o Aziende pubbliche e private) / Il monitoraggio viene realizzato attraverso un Contatore visite o accessi. In tal modo sarà possibile la verifica dell'utilizzo della cartografia geologica e geomorfologica sia come base degli strumenti urbanistici delle PA sia come materiale utilizzato dai liberi professionisti o da Associazioni per la tutela dell'ambiente.	Sezione di Geologia della Scuola ST	ISPRA, Regione Marche; ORG Marche;
4	EDIH4Marche	I. Trasferimento tecnologico	1. Numero di organizzazioni supportate: conteggio delle PMI e delle pubbliche amministrazioni che hanno beneficiato dei servizi offerti, suddivise per settore, dimensione e tipologia di supporto ricevuto. (errin.eu) 2. Incremento della maturità digitale: valutazione del progresso nella maturità digitale delle organizzazioni assistite, utilizzando strumenti come il Digital Maturity Assessment (DMA) che analizza sei dimensioni: strategia digitale, prontezza digitale, gestione dei dati, automazione e intelligenza artificiale, digitalizzazione verde e digitalizzazione centrata sull'uomo. (European Commission) 3. Investimenti attivati: quantificazione degli investimenti aggiuntivi ottenuti dalle organizzazioni supportate, inclusi finanziamenti pubblici e privati. 4. Collaborazioni interregionali e transnazionali: numero di partnership e progetti con altri EDIH e stakeholder a livello nazionale ed europeo. (errin.eu) 5. Sostenibilità e impatto ambientale: misurazione delle riduzioni nelle emissioni di CO <sub>2</sub> e miglioramenti nell'efficienza energetica derivanti dall'adozione di tecnologie digitali. (edih4marche.eu) / Per garantire un monitoraggio efficace dei risultati, è fondamentale adottare un sistema strutturato basato su indicatori chiave di performance (KPI) e strumenti di valutazione riconosciuti a livello europeo. Di seguito, si delineano i criteri principali per tale sistema: Strumenti di Monitoraggio •Digital Maturity Assessment (DMA): strumento standardizzato per valutare la maturità digitale delle organizzazioni, fornendo un'analisi dettagliata e comparativa rispetto a benchmark settoriali e regionali. •Reportistica periodica: raccolta e analisi trimestrale dei dati relativi ai KPI, con aggiornamenti regolari per monitorare l'andamento del progetto. •Dashboard interattive: piattaforme digitali per la visualizzazione in tempo reale dei progressi, facilitando la comunicazione tra i partner e la condivisione delle informazioni. Criteri di Valutazione •Rilevanza: allineamento degli obiettivi del progetto con le esigenze del territorio e le priorità strategiche regionali ed europee. •Efficacia: capacità del progetto di raggiungere gli obiettivi prefissati, misurata attraverso i KPI definiti. •Efficienza: utilizzo ottimale delle risorse disponibili per massimizzare i risultati ottenuti. •Impatto: effetti a lungo termine sulle organizzazioni supportate e sul sistema economico regionale. •Sostenibilità: capacità del progetto di mantenere i risultati raggiunti nel tempo, promuovendo una cultura dell'innovazione continua. Implementando questi criteri e strumenti, EDIH4Marche potrà monitorare efficacemente i propri risultati, garantendo trasparenza, responsabilità e un impatto positivo duraturo sul territorio marchigiano.	Diletta Romana Cacciagrano	Partner principali: Confindustria Marche, DIH regionali (Confartigianato Imprese Marche, CNA Marche e Compagnia delle Opere, Confcommercio Marche, Legacoop Marche e Confcooperative Marche), Università (Università Politecnica delle Marche e Università di Camerino), Laboratori e centri di competenza (i-Labs Industry, ARTES 4.0 e MADE, Istituzioni (Camera di Commercio delle Marche).
5	Summer School "Scuola di Rilevamento geomorfologico" - SIRG	III. Public engagement; V. Sostenibilità ambientale	Numero di partecipanti; Feedback e questionari sulla soddisfazione dei partecipanti. Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali del territorio / Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report, incontri di feedback	Sezione di Geologia	AIGEO; ISPRA; CNG; AIGAA
6	Scavo geoarcheologico "Grotta dei Baffoni" a Genga (AN)	II. Produzione, Gestione Beni Pubblici	Numero di partecipanti; Feedback e questionari sulla soddisfazione dei partecipanti. Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali del territorio / Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report, incontri di feedback	Sezione di Geologia	Sovrintendenza Archeologica delle Marche; Regione Marche; Parco Frasassi; Consorzio Frasassi; Comunità Montana dell'Esino; Comune di Genga, Serra San Quirico, Fabriano.
7	Brevetti	I. Trasferimento tecnologico	Collaborazioni attivate con Aziende del territorio; Utilizzo del brevetto		Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report, incontri di feedback

# Scuola del Farmaco e dei Prodotti della Salute

## Introduzione, Obiettivi generali

Le attività della Scuola di Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute evidenziano un impegno multidisciplinare volto a promuovere e a tutelare la SALUTE umana, in un'ottica ONE HEALTH. La parola SALUTE caratterizza ogni attività di ricerca, di didattica e di terza missione della Scuola, con l'obiettivo di puntare a progettare azioni di innovazione sostenibile e progresso scientifico che abbiano un significativo impatto sociale.

La Scuola promuove ed organizza seminari, eventi, convegni di tipo scientifico-divulgativo negli ambiti che fanno riferimento alle attività di ricerca e didattica proprie della Scuola, principalmente nel settore sanitario e di tutela della salute e che toccano tematiche legate a farmaci, integratori, cosmetici, alimentazione, neuroscienze, telemedicina, agrochimica, sostenibilità alimentare ed ambientale, tecnologie digitali (AI), con l'obiettivo di divulgare, stimolare dibattiti e fornire competenze promuovendo la crescita professionale e la qualità dei servizi rivolti alla persona, il tutto in chiave nazionale e internazionale. In ambito formativo, oltre ai Corsi di Laurea, la Scuola consolida un'offerta didattica avanzata nel campo dell'alta formazione attraverso la Scuola di Specializzazione in Farmacia Ospedaliera, master di I e II livello, corsi di perfezionamento e aggiornamento professionale nel settore sanitario-farmaceutico e alimentare.

Tutte queste attività ad alto impatto sociale poggiano le basi su rapporti consolidati con aziende, enti, associazioni, società scientifiche, ordini professionali (farmacisti), strutture sanitarie (AST), associazioni sportive che sono di fondamentale supporto per l'organizzazione e la programmazione del tutto.

La Scuola per il prossimo anno, attraverso il consolidamento e il potenziamento di tutte queste attività, si pone gli obiettivi di:

- Organizzare eventi, seminari e convegni che portino sempre di più l'opinione pubblica a comprendere la cruciale importanza delle azioni a difesa della salute pubblica in chiave sostenibile per il cittadino
- Organizzare eventi, seminari e convegni che stimolino sempre di più la politica a capire lo strategico ruolo delle Università nei processi di formazione culturale della società e dei giovani, con l'obiettivo di difendere e potenziare allo stesso tempo questo immenso patrimonio culturale della nostra nazione
- Organizzare eventi, seminari e convegni che possano far avvicinare e far conoscere le attività che si svolgono all'interno delle aule e dei laboratori dell'Università con lo scopo di favorire nelle persone la "sete" di cultura e formazione.

Tra i vari luoghi in cui verranno organizzate tali attività (in sede, fuori sede) ci sarà l'ex Polo di Chimica, dotato di laboratori e aule particolarmente adatti ad ospitare tali iniziative, come ad esempio la Farmacia didattica, il Food lab, il laboratorio del sonno.

## Analisi del Contesto

La Scuola di Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute promuove iniziative strategiche per rispondere ai bisogni emergenti del territorio, integrando salute pubblica, sostenibilità, formazione e ricerca scientifica. Il territorio su cui insiste la Scuola e l'Università stessa, si configura come un bacino in cui sono presenti aziende prevalentemente di taglio medio-piccolo con qualcuna (ad esempio le farmaceutiche come Pfizer e Angelini, oppure le alimentari come Fileni) di taglio grande. Sono costanti anche i contatti con gli ordini professionali (Ordine dei farmacisti, Federfarma), le associazioni di categoria (Confcommercio, Confartigianato, Confapi, Confindustria ecc.), i comuni, le scuole superiori principalmente ma anche quella primaria e secondaria (primo livello), le AST, gli istituti di ricerca (CREA, ENEA, CNR ecc.), con cui la Scuola dialoga per costruire principalmente progettualità che possono essere di ricerca, (adesione congiunta a bandi), di formazione (strutturazione percorsi alta formazione), sponsorship per organizzazione eventi, seminari, convegni e così via. Di norma i bisogni del territorio e dei propri stakeholders nei confronti dell'Università fanno riferimento alle attività sopra citate. Gli ambiti tematici su cui la Scuola costruisce tali interazioni si collocano nel settore sanitario e di tutela della salute e toccano le tematiche legate a farmaci, integratori, cosmetici, alimentazione, neuroscienze, telemedicina, agrochimica, sostenibilità alimentare ed ambientale, tecnologie digitali (AI).

Sono attive collaborazioni con:

- aziende del settore farmaceutico e biomedicale (Pfizer, Angelini, GSK, Naturneed ed altre) per un totale di più di 60
- aziende del settore agroalimentare (Fileni, Simonelli Group, Sabelli, Baldi, Colfiorito, New Flavours, Tipicità, Pieralisi ed altre) per un totale di più di 50
- aziende ingegneristiche e varie (Feel Good Plus srl, Eagleprojects SpA, Skilla srl, Soroptimist, VRAI Lab ed altre)
- aziende sanitarie ed ospedaliere: AST Macerata, Ancona, San Benedetto del Tronto, Ospedale "Papa Giovanni XXIII" Bergamo, Azienda Ospedaliera di rilievo nazionale "Antonio Cardarelli" ed altre
- Società Scientifiche: SCI, SIF, SIFO, ETS ed altre
- Fondazione Maria Guarino Onlus, Fondazione CARIMA ed altre
- Strutture sanitarie: EURICAM, ICAMP Milano, Venus Medicine Clinic
- Scuole secondarie superiori: licei, istituti alberghieri, istituti tecnici, istituti professionali e molte altre

Attività proposte	Titolo	Tematica	Indicatori/monitoraggio	Responsabile/i	In collaborazione con
1	Dalla brevettazione all'immissione in commercio dei prodotti sviluppati dalla Scuola ( <b>attività</b> : Sottomissione di brevetti e commercializzazione di prodotti nei settori della cosmesi e degli integratori alimentari)	I. Trasferimento tecnologico, II. Produzione, gestione di beni pubblici	Impatto rilevante applicato a diversi contesti (accademico, industriale, sanitario, ambientale e sociale); Applicazione dei brevetti a livello internazionale; Un impatto economico ed un incremento delle sponsorizzazioni e collaborazioni con enti pubblici e privati, attraverso la valorizzazione ed il rafforzamento dell'immagine dell'Ateneo. / Un monitoraggio geografico tenendo traccia dei paesi in cui il brevetto è stato depositato; Rilevamento delle citazioni brevettuali; Applicazione di strumenti che offrono analisi semantiche dell'attività brevettuale. Vendita prodotti e sorveglianza post-marketig dopo la loro immissione nel mercato. Raccolta dati e analisi della qualità dei prodotti da parte dei consumatori.	Dr.ssa Germana Borsetta; Prof.ssa Roberta Censi; Prof. Sauro Vittori; Dr. Matteo Tiecco; Prof.ssa Giulia Bonacucina; Prof. Diego Perinelli, Prof. Marco Cespi	
2	Applicazione dell'intelligenza artificiale e del machine learning in ambito sanitario, energetico e nella didattica innovativa	I. Trasferimento tecnologico, II. Produzione, gestione di beni pubblici	Numero dei Pazienti coinvolti; Coinvolgimento delle associazioni sportive; applicazione della didattica innovativa anche in altre facoltà all'interno dell'Ateneo. Comunicazione e istruzione del territorio. Raccolta dati e valutazione periodica delle prestazioni e l'affidabilità del modello predittivo e delle applicazioni sviluppate. Report periodici e integrazione di feedback da utenti per ottimizzazione continua dei sistemi di machine learning.	Prof. Andrea Perali, Prof. Enea Traini; Prof.ssa Beatrice Morelli	AST Macerata, Ospedale di Civitanova Marche; Ospedale Santa Maria La Gruccia (Montevarchi, Arezzo); AOUI Verona; VRAI Vision Robotics & Artificial Intelligence Lab.
3	Erogazione di Master di I e II livello e Percorsi abilitanti di formazione professionale	II. Produzione, gestione di beni pubblici	Più di 2000 iscritti provenienti da tutte le regioni italiane (Studenti Post-Laurea in ambito sanitario; Dirigenti di strutture sanitarie; docenti in ambito sanitario e agroalimentare). / Esame finale; Questionari di valutazione; Monitoraggio di life-long learning per valutare l'efficacia dei programmi formativi.	Prof. Carlo Cifani, Prof. Ivan Nabissi, Dr. Giulio Nittari e altri docenti della Scuola del Farmaco	Società Italiana di Farmacia Ospedaliera (SIFO); Società Italiana di Farmacologia (SIF); Ospedale "Papa Giovanni XXIII" Bergamo che rappresenta uno degli Ospedali più tecnologici a livello europeo; Dr.ssa Antonietta Iasiello, (Clinica Spinedi, Orselina, Svizzera), Università di Torino.
4	"Brain Un Viaggio Meraviglioso"	III. Public engagement-IV. Scienze della vita e salute – V. Sostenibilità ambientale, Inclusione, contrasto alle disuguaglianze	Coinvolgimento di 120 docenti degli istituti comprensivi C. Urbani di Moie (AN) e Coldigioco Mestica di Cingoli (MC). Coinvolgimento di 300 studenti delle scuole superiori secondarie del territorio marchigiano (Fabriano, Camerino, Senigallia, Ancona, Cupramarittima, Matelica). Coinvolgimento di 192 alunni dell'istituto comprensivo Coldigioco-Mestica di Cingoli- sede di Apiro / Raccolta di dati quantitativi (numero di partecipanti, scuole coinvolte, ore di attività, materiali prodotti) e qualitativi (osservazioni dei docenti, focus group). È valutato l'engagement sulle attività scientifiche e STEM degli studenti, l'efficacia didattica per i docenti.	Prof. Roberto Ciccocioppo, Dott.ssa Laura Soverchia, Dott.ssa Esi Domi, Prof. Massimo Ubaldi	Formazione post laurea UNICAM, Tutorato orientamento placement UNICAM, IC Coldigioco- Mestica di Cingoli (MC), IC Carlo Urbani di Moie di maiolati Spontini (AN), Sistema bibliotecario di Ateneo UNICAM
5	Partecipazione a TIPICITA' Festival 2025	III. Public engagement	Coinvolgimento 10000 persone partecipanti con un'estensione geografica non solo territoriale ma anche internazionale con anche il coinvolgimento dei mass-media / Interazioni allo stand con il pubblico, partecipazione alle attività da parte del pubblico, like e commenti a post sui social	Gianni Sagratini	Area Comunicazione
6	Azioni nell'ambito della Settimana Mondiale sull'Antimicrobico Resistenza	IV. Scienze della vita e salute	In collaborazione con le agenzie preposte allo scopo, si stanno raccogliendo dati sul consumo territoriale di antimicrobici. Attraverso studi statistici si cercherà di valutare nel tempo (quinquennio) l'eventuale contributo positivo di tali attività sui parametri di prescrizione e consumo a livello territoriale. Partecipazione delle diverse fasce della popolazione coinvolte (numero partecipanti)	Prof. Vitali Luca Agostino (SSFPS), Prof.ssa Petrelli Dezemona (SBMV)	Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria (UNICAM) e l'UO di Medicina Interna dell'Ospedale di Camerino (AST Macerata)
7	Centro del sonno	IV. Scienze della vita e salute	vedi attività 10 Scuola BMV		

# Scuola di Architettura e Design

## Introduzione, Obiettivi generali

La Scuola di Ateneo Architettura e Design (SAAD) svolge attività di Terza Missione attraverso ricerca applicata e collaborazioni territoriali. Le competenze principali spaziano dalla progettazione architettonica e pianificazione urbanistica all'innovazione tecnologica e sostenibilità degli edifici, includendo il rilievo e restauro dei beni architettonici e il design di oggetti, servizi e della comunicazione.

L'impegno si concretizza attraverso mostre, eventi divulgativi, collaborazioni con archivi e biblioteche, formazione continua e partecipazione a convegni. La Scuola promuove lo sviluppo sostenibile mediante tavoli di lavoro permanenti e partnership con imprese locali.

Il Centro Laboratori Integrati Condivisi (CLIC) rappresenta il fulcro operativo attraverso cinque laboratori specializzati: LAB#ENERGY per il controllo ambientale ed energetico, LAB#DIAGNOSTICS per rilievo e restauro, LAB#MULTIMEDIA per la comunicazione digitale, LAB#AUTOMATION per la domotica e LAB#PROTOTYPE per modelli e prototipi. (link: <https://saad.unicam.it/scuola/sedi-e-strutture/laboratori-clic>)

Tre Spin-off attivi sul territorio arricchiscono l'offerta: EcoDesignLab nell'eco-innovazione, PEnSy nell'efficienza energetica, ed EcCOItaly nell'edilizia sostenibile (<https://saad.unicam.it/scuola/impresa-e-territorio/spin>).

Le diverse tipologie di borse – PON D.M. 1061, PNRR (D.M. 351/352, D.M. 118/119), Dottorati Innovativi Regione Marche, Dottorati di Interesse Nazionale, borse previste da accordi-quadro con Atenei esteri, borse cofinanziate da imprese, enti o consorzi – sono monitorate e supportate con strumenti e procedure consolidati.

## Analisi del Contesto

### Analisi dei Bisogni del Territorio Marchigiano

Gli attori del territorio marchigiano esprimono esigenze diversificate che richiedono risposte integrate e multidisciplinari. I distretti manifatturieri storici e le PMI manifestano necessità di supporto per l'innovazione dei processi produttivi, la digitalizzazione e l'efficientamento energetico delle strutture, mentre il settore dell'artigianato cerca soluzioni per valorizzare le tecniche tradizionali in chiave contemporanea. Le imprese edili richiedono competenze specifiche per l'implementazione di soluzioni costruttive innovative e sostenibili.

Gli enti locali e le istituzioni evidenziano la necessità di strumenti per la pianificazione urbanistica e territoriale integrata e la gestione del patrimonio pubblico, insieme all'esigenza di sviluppare strategie efficaci per il contrasto allo spopolamento delle aree interne e politiche di rigenerazione urbana sostenibile. Le comunità locali, dal canto loro, esprimono una forte domanda di spazi pubblici inclusivi e accessibili, servizi innovativi per migliorare la qualità della vita e soluzioni per preservare l'identità culturale del territorio.

Questi bisogni si traducono in ambiti di intervento specifici che spaziano dalla progettazione architettonica, con focus sulla riqualificazione dei centri storici e la gestione delle pressioni turistiche nelle aree costiere, all'innovazione tecnologica per l'efficientamento energetico e la sicurezza sismica, alla pianificazione urbanistica, territoriale e paesaggistica, ai piani di adattamento climatico. Il settore del restauro richiede tecniche innovative per la tutela del patrimonio storico, mentre l'ambito del design è chiamato a supportare l'innovazione dei processi produttivi, sviluppare servizi per l'inclusione sociale e definire strategie di comunicazione per la valorizzazione territoriale.

La complessità di queste esigenze richiede un approccio sistemico che sappia integrare competenze diverse e creare sinergie tra gli attori del territorio, promuovendo uno sviluppo sostenibile e inclusivo che rispetti e valorizzi le peculiarità locali.

Attualmente La SAAD ha in attivo diverse partnership con enti, aziende, scuole e organizzazioni territoriali che sono state censite fino al 2023 in occasione dei seminari "La ricerca in SAAD" (v. allegato).

Attività proposte	Titolo	Tematica	Indicatori/monitoraggio	Responsabile/i	in collaborazione con
1	<b>Censimento digitale e valorizzazione online delle attività di Public Engagement della Scuola di Architettura e Design</b> <i>Attività prevista</i> : Il censimento prevede la raccolta sistematica e la documentazione strutturata delle attività di Public Engagement sul nuovo sito web della SAAD, attraverso schede descrittive standardizzate. L'aggiornamento continuo della sezione dedicata e l'ottimizzazione dei contenuti per i canali digitali della Scuola garantiranno maggiore visibilità alle iniziative, amplificando la capacità di coinvolgimento degli stakeholder e potenziando l'impatto sociale delle attività	III. Public Engagement e comunicazione digitale	Numero di attività pubblicate sul sito Completezza delle schede informative Regolarità degli aggiornamenti Statistiche di accesso alla sezione dedicata Qualità e uniformità della documentazione online Verifica trimestrale dell'inserimento delle attività sul sito web della SAAD Controllo della qualità e completezza delle informazioni pubblicate Supervisione dell'aggiornamento della sezione dedicata Valutazione dell'efficacia comunicativa dei contenuti	Responsabile e delegati per la Terza Missione SAAD Responsabile Comunicazione SAAD	Delegato alla comunicazione SAAD Personale tecnico amministrativo della SAAD
2	<b>Laboratorio della qualità dell'abitare (QuAbit)</b> <i>Attività prevista</i> : Potenziamento dell'attività di trasferimento tecnologico sul piano regionale, nazionale e internazionale attraverso la fondazione del Laboratorio della qualità dell'abitare (QuAbit). QuAbit sarà un'infrastruttura tecnologica multidisciplinare strutturata intorno ad un nucleo già presente all'interno della SAAD, rappresentato dai laboratori CLIC, oggi prevalentemente utilizzati per scopi didattici e solo parzialmente per la ricerca. Il laboratorio QuAbit, oltre a favorire lo sviluppo delle attività interdisciplinari della Scuola, dovrà stabilire interazioni con gli altri laboratori presenti nell'Ateneo di Camerino, con i "Cluster tecnologici della Regione Marche", ma soprattutto dovrà offrire al territorio piceno una struttura tecnologicamente avanzata in grado di dare una forte spinta all'innovazione e allo sviluppo del territorio, offrendo servizi di alto livello, favorendo, la qualità dei prodotti (materiali e immateriali), intesi alle diverse scale, che incidono sulla qualità dell'abitare. Il nucleo centrale, Osservatorio per la Qualità dell'Abitare supporterà la progettazione e la pianificazione strategica attraverso lo sviluppo di una piattaforma operativa in grado di raccogliere, archiviare, elaborare, mappare, spazializzare ed integrare i dati provenienti dai differenti ambiti (morfologico, demografico, materico, climatico, ambientale, sanitario, etc) dell'ecosistema urbano, rendendoli accessibili agli operatori e portatori di interesse. Il Laboratorio, in un primo momento, si avvarrà del CLIC (Centro Laboratori Integrati e Condivisi). Successivamente, in forma di gemmazione, le attrezzature all'interno dei singoli Laboratori, dovranno trasformarsi in Ambienti Digitali Avanzati (ADA), fortemente interconnessi e trasversali tra loro, forniti di equipaggiamenti adatti a realizzare test, prove e verifiche, secondo le diverse caratteristiche e competenze disciplinari, con dispositivi per il controllo, monitoraggio, elaborazione, simulazione visualizzazione e comunicazione delle informazioni.	III. Public Engagement e I. Trasferimento tecnologico	Numero di attività pubblicate sul sito Completezza delle schede informative Regolarità degli aggiornamenti Statistiche di accesso alla sezione dedicata Qualità e uniformità della documentazione online Monitoraggio: Monitoraggio trimestrale delle fasi di realizzazione del laboratorio secondo cronoprogramma Monitoraggio delle richieste di servizi da parte del territorio Report sulle attività svolte e sui progetti realizzati Valutazione dell'impatto sul territorio attraverso feedback degli stakeholder Verifica dell'aggiornamento dei contenuti sulla piattaforma web dedicata Analisi annuale degli indicatori di performance del laboratorio (numero progetti, collaborazioni, servizi erogati)	Personale tecnico amministrativo della SAAD	Responsabili QuAbit
3	<b>Aggiornamento delle attività di ricerca della SAAD 2023-2026.</b> <i>Attività</i> : Seminario sulla ricerca sviluppata nella SAAD, dedicati alle ricerche finanziate con bandi competitivi (europei, nazionali, regionali), alle attività e ai progetti, con uno spazio dedicato anche agli interessi di ricerca delle ricercatrici e dei ricercatori della SAAD	III. Public Engagement e I. Trasferimento tecnologico	Nuovi progetti e collaborazioni generate a seguito dei seminari. Monitoraggio: Raccolta feedback dai partecipanti Analisi dell'impatto comunicativo Verifica delle ricadute in termini di networking e nuove collaborazioni	Delegati alla ricerca	Delegato alla comunicazione della SAAD

## Area Infrastrutture e Servizi Informatici

### Introduzione, Obiettivi generali Analisi del Contesto

L'Area Infrastrutture e Servizi Informatici dell'Ateneo contribuisce alla Terza Missione attraverso la progettazione e l'erogazione di percorsi formativi rivolti a enti pubblici del territorio. In un contesto in cui l'evoluzione normativa (PNRR, CAD, NIS2) impone nuove competenze, Collaborazioni in Corso: Esistono relazioni attive con INPS per la realizzazione dei corsi ValorePA. Corsi ed eventi potrebbero essere resi disponibili anche su piattaforme di ateneo. L'esperienza pregressa dell'area in ambito formativo, anche grazie alla gestione diretta della

Attività proposte	Titolo	Tematica	indicatori/monitoraggio	Responsabile/i	in collaborazione con
1	<p><b>Percorsi formativi per enti pubblici: Transizione Digitale, Sicurezza Informatica e AI. Attività prevista :</b></p> <p>Progettazione ed erogazione di 3 moduli formativi (ibridi o online):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transizione digitale e adempimenti normativi</li> <li>2. Cybersecurity nella PA e NIS2</li> <li>3.AI e automazione nei servizi pubblici</li> </ol> <p>Ogni modulo può comprendere lezione, laboratorio pratico e materiale didattico</p>	II. Produzione, gestione di beni pubblici	N. enti coinvolti, n. partecipanti, feedback post-attività, download materiali	Responsabile Area ICT	Area Comunicazione, Area Persone, Scuola di Scienze e tecnologie

## Area Ricerca e Trasferimento Tecnologico

### Introduzione, Obiettivi generali Analisi del Contesto

UNICAM è profondamente impegnata nella Terza Missione, favorendo un dialogo sempre più intenso tra ricerca, didattica e società. L'intento è quello di produrre ricadute concrete e quantificabili sul piano sociale, economico e culturale, contribuendo in modo attivo allo Il territorio in cui opera l'Università di Camerino è caratterizzato da una forte identità culturale, da un tessuto economico costituito prevalentemente da piccole e medie imprese, e da una vivace rete di enti locali, scuole e realtà del terzo settore. Dopo gli eventi sismici del 2016 e

Attività proposte	Titolo	Tematica	indicatori/monitoraggio	Responsabile/i	in collaborazione con
1	<p><b>Start Cup Marche 2025 – Incentivi all'Innovazione Attività prevista :</b></p> <p>Start Cup Marche 2025 è una competizione tra progetti ad alto contenuto di conoscenza formalizzati in un business plan e finalizzati alla nascita e/o insediamento di imprese nel territorio della Regione Marche. La competizione si articolerà in più tappe che porteranno i vincitori alla finale nazionale "Premio Nazionale per l'Innovazione – PNI 2025", organizzata da PNICube.</p>	I. Trasferimento tecnologico	Numero degli studenti e delle aziende coinvolte, numero degli eventi formativi preparatori, quantità di studenti provenienti da UNICAM e dalle altre Università coinvolte. Sottomissioni di questionari valutativi riguardo all'organizzazione e alle attività dell'evento.	Riccardo Strina e Delegato Prof. Fabio Marchetti	L'iniziativa è organizzata e promossa dall'Università di Camerino in collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche, l'Università di Macerata e l'Università di Urbino. Supporto richiesto all'Area Comunicazione, Organi Accademici e Public Engagement per promozione e organizzazione dell'iniziativa.
2	<p><b>UNICAM Business Game in sinergia con il bando della Regione Marche "Impresa in Aula" Attività prevista :</b></p> <p>UNICAM Business Game è un'iniziativa destinata a promuovere la cultura imprenditoriale e l'innovazione all'interno della comunità universitaria. L'obiettivo principale è stimolare la presentazione di idee imprenditoriali innovative orientate al mercato, con un forte focus sulla sostenibilità in tutte le sue sfaccettature (ambientale, economica e sociale). Questo progetto si sviluppa in sinergia con il bando della Regione Marche "Impresa in Aula", che ha come scopo l'introduzione di elementi di formazione imprenditoriale nelle attività didattiche universitarie, indipendentemente dalla disciplina. L'iniziativa mira a valorizzare la collaborazione tra università, studenti, docenti e imprese regionali.</p>	I. Trasferimento tecnologico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di partecipanti (studenti, docenti, aziende coinvolte).</li> <li>- Numero di progetti presentati.</li> <li>- Numero di eventi di formazione organizzati e ore di formazione complessive.</li> <li>- Successo dei progetti (es. progetti avviati, premi ottenuti, collaborazioni con aziende).</li> <li>- Sottomissione di survey ai partecipanti per raccogliere feedback sulle attività formative e sull'esperienza complessiva.</li> <li>- Monitoraggio continuo dei progressi dei gruppi di lavoro e dei progetti imprenditoriali.</li> <li>- Survey di valutazione delle attività da sottomettere ai partecipanti a seguito di ogni seminario formativo.</li> <li>- Monitoraggio delle iscrizioni e partecipazioni attraverso il sistema di registrazione online.</li> <li>- Raccogliere dati sui partecipanti per migliorare la pianificazione dei futuri seminari (es. necessità di approfondire tematiche specifiche).</li> <li>- Analisi dei risultati raggiunti dai partecipanti (es. impatto dei progetti sul territorio, avvio di nuove imprese, collaborazioni con aziende).</li> </ul>	Riccardo Strina e Delegato Prof. Fabio Marchetti	Imprese della regione Marche; Università di Ancona, di Urbino e di Macerata. Coinvolgimento di altre aree Unicam come Area Comunicazione, Organi Accademici e Public Engagement per promozione e organizzazione dell'iniziativa e Area Pianificazione, Didattica e Sistemi Qualità per eventuale riconoscimento attività formative agli studenti partecipanti al progetto e gestione contrattualizzazione dei docenti e tutor incaricati.
3	<p><b>Seminari formativi. Attività prevista :</b></p> <p>Seminari tenuti da specialisti del settore su temi di attualità riguardanti la tutela dei diritti di Proprietà Intellettuale ed Industriale. Le tematiche specifiche saranno: "Segreto industriale e Pubblicazioni Scientifiche" e "Intelligenza Artificiale, Diritto d'Autore e Proprietà Industriale nella Ricerca Scientifica". Questi seminari mirano a fornire approfondimenti pratici e teorici e pratici, oltre a best practices per i ricercatori.</p>	I. Trasferimento tecnologico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di partecipanti agli eventi formativi.</li> <li>- Grado di soddisfazione dei partecipanti (misurato tramite survey).</li> <li>- Applicazione pratica dei concetti appresi, ad esempio con la creazione di casi studio o simulazioni.</li> <li>- Feedback qualitativo su come i seminari hanno influenzato il lavoro e le attività di ricerca dei partecipanti.</li> <li>- Survey di valutazione delle attività da sottomettere ai partecipanti a seguito di ogni seminario formativo.</li> <li>- Monitoraggio delle iscrizioni e partecipazioni attraverso il sistema di registrazione online.</li> <li>- Raccogliere dati sui partecipanti per migliorare la pianificazione dei futuri seminari (es. necessità di approfondire tematiche specifiche).</li> </ul>	Riccardo Strina e Delegata Prof.ssa Serena Gabrielli	Esperti del settore legale, del diritto d'autore, e della protezione dei dati (professori universitari, avvocati specializzati, consulenti). Supporto richiesto all'Area Comunicazione, Organi Accademici e Public Engagement per promozione e organizzazione dell'iniziativa.

# Sistema Museale d'Ateneo – Staff del Polo Museale

## Introduzione, Obiettivi generali

Il Sistema Museale dell'Università di Camerino (formato da Museo delle Scienze e Orto botanico "Carmela Cortini") sta per riguadagnare i propri spazi nel Complesso San Domenico, gravemente danneggiato dal sisma del 2016 e oggi in fase di restauro.

## Analisi del Contesto

Come già detto, la Città di Camerino necessita di un punto di aggregazione culturale, oggi più che mai. Recuperare il Complesso San Domenico significa poter offrire sale espositive rinnovate e, soprattutto, esposizioni temporanee che riescano ad esercitare interesse e forza di

Attività proposte	Titolo	Tematica	indicatori/monitoraggio	Responsabile/i	in collaborazione con
1	Attività di diffusione della Cultura scientifica. <b>Attività prevista:</b> Realizzazione di attività educative con Istituti scolastici di ogni ordine e grado ed incontri con il pubblico generico, allo scopo di diffondere la Cultura scientifica.	III, Public Engagement	Numero di gruppi classe o di gruppi generici raggiunti. Numero persone partecipanti. Valutazione del gradimento dell'attività mediante semplici schede.	Alessandro Blasetti	Area Comunicazione, Scuole di Ateneo interessate.



## SCUOLA DI SCIENZE E TECNOLOGIE

### Pianificazione delle Attività di Terza Missione

Anni 2025-2026

#### 1. Introduzione e Obiettivi Generali

*Specificare in una sintesi discorsiva qual è la visione e come la Scuola di Ateneo intende contribuire alla società attraverso la terza missione descrivendo gli obiettivi principali per l'anno successivo*

*MAX 2000 caratteri spazi inclusi*

*Il Piano Strategico di Ateneo specifica che "L'obiettivo di UNICAM è quello di consolidare e potenziare le peculiarità distintive dell'Ateneo, migliorare la qualità della didattica e della ricerca, ..... omissis ..... e contribuire attivamente alla ripresa economica e sociale delle aree colpite dal sisma del 2016. .... omissis .... Unicam contribuirà alla ripresa del territorio sviluppando progetti di ricerca con aziende locali ed enti pubblici per stimolare innovazione e crescita economica, partecipando attivamente ai progetti di rigenerazione urbana e organizzando corsi di formazione per la popolazione locale, contribuendo alla riqualificazione professionale ed all'inclusione sociale".*

*La Scuola di Scienze e tecnologie è fortemente impegnata nelle attività di terza missione, che costituiscono un naturale sviluppo in campo applicativo delle competenze presenti nelle cinque sezioni della Scuola e delle ricerche scientifiche in esse sviluppate. In particolare, la presenza delle discipline STEM, l'insieme delle discipline scientifico-tecnologiche, e i relativi campi di studio, ha permesso nel tempo lo sviluppo di forti interazioni con le realtà produttive del territorio oltre che con enti di ricerca quali CNR, ENEA, INGV e associazioni di categoria quali Confindustria, Confapi, CNA, ecc.*

*Obiettivi dell'azione svolta nell'arco temporale 2025-26 sono:*

- rafforzare il legame di collaborazione con il territorio di riferimento avvalendosi di contatti e relazioni già instaurate negli anni precedenti per sviluppare nuovi accordi di ricerca e sviluppo con enti pubblici e privati*
- sviluppare iniziative aperte al grande pubblico in collaborazione con le altre scuole di ateneo*
- aumentare la visibilità della Scuola di Scienze e Tecnologie per contribuire a delinearne la sua identità e riconoscibilità caratterizzandola con una pervasiva campagna sui social media*



## 2. Analisi del Contesto

- *Analisi dei Bisogni del Territorio: Identificare le esigenze della comunità locale, delle imprese e di altri stakeholder.*
- *Collaborazioni in Corso: Elencare eventuali partnership con enti, aziende, scuole, organizzazioni non profit, ecc.*

### *MAX 2000 caratteri spazi inclusi*

*Le molteplici collaborazioni sviluppate negli anni dai docenti della Scuola di Scienze e Tecnologie con gli enti pubblici e privati permettono già di delineare i bisogni del territorio e di individuare le esigenze nella formazione, nel trasferimento delle conoscenze e competenze nonché nella collaborazione in ricerca e sviluppo nei settori tecnologici e produttivi principali, quali la Manifattura e il Made in Italy, la Domotica, l'Industria 4.0, IA & Data Analytics, blockchain per la gestione dei dati aziendali e la CyberSecurity, l'Agroalimentare e il Turismo, ma i continui rapporti con il territorio innescati permettono già di individuare esigenze che sono di formazione, di trasferimento delle conoscenze, di collaborazione.*

*La Scuola di Scienze e Tecnologie ha contribuito negli ultimi anni con un ruolo prevalente, in collaborazione con altri enti pubblici e privati (Regione Marche, UnivPM, UniUrb, CNR, ENEA, e diverse aziende della regione Marche), allo sviluppo delle seguenti piattaforme tecnologiche, che stanno operando a servizio del territorio:*

- *Laboratorio MARLIC (per il supporto alle imprese nella transizione green, promozione di una rete collaborativa di sinergie tra aziende, università ed enti di ricerca per promuovere processi di innovazione aziendale attenta alla sostenibilità) a Camerino (MC)*
- *iLabs Industry (primo per la ricerca, il trasferimento tecnologico e la formazione sul tema industria 4.0) a Jesi (AN)*
- *iLabs Smart Environment (primo per la ricerca collaborativa nel settore della domotica e delle tecnologie per gli ambienti di vita) a Jesi (AN)*
- *FermoTech (per l'innovazione tecnologica nei processi di ideazione, progettazione e commercializzazione dei prodotti del Made in Italy) a Fermo (FM)*

*Nell'ambito delle collaborazioni di ricerca e sviluppo, nell'anno solare 2024 sono state sviluppate collaborazioni di ricerca applicata con realtà produttive del territorio, enti pubblici e privati, per un totale di 33 contratti/convenzioni di ricerca per un ammontare di 925.000,00 euro.*

*La Scuola di Scienze e Tecnologie ha contribuito alla nascita di Knoway Systems, startup innovativa fondata nel 2023 come spin-off dell'Università degli Studi di Camerino, che opera nei campi dell'informatica, dell'architettura e del design, con l'obiettivo di creare soluzioni tecnologiche per la cultura e il turismo.*

*Nella Scuola di Scienze e Tecnologie sono stati sviluppati negli ultimi 4 anni n. 7 brevetti nazionali/internazionali.*

*La Scuola ST contribuisce da anni ad eventi di orientamento al lavoro come il Career Day e a competizioni di formazione all'imprenditorialità come il Business Game e la Start Cup regionale. Inoltre, molte Sezioni della Scuola ST partecipano al Piano Nazionale Lauree Scientifiche.*

*La Scuola di Scienze e Tecnologie contribuisce, assieme ad altre scuole di ateneo, a molti eventi di Public Engagement (Fosforo, Scienza in Festa, La notte dei Ricercatori, "Passaggi Festival", Sharper, Festival di Scienze e Filosofia, ecc.)*

*La Scuola di Scienze e Tecnologie contribuisce inoltre a molteplici attività di orientamento con le istituzioni scolastiche del territorio (Giochi della Chimica, Premio Asimov, ecc.) e ai PF60 e PF30, cioè i percorsi di formazione per l'abilitazione all'insegnamento nella scuola secondaria di I e II grado, in particolare nelle classi A020, A026, A027, A032; A034, A041, A047, B014, B016.*



### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n. 1</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Attività di coinvolgimento ed interazione con il mondo della Scuola
<b>Tematica di riferimento<sup>1</sup></b>	Public engagement
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Realizzazione di attività di educazione della cittadinanza e seminari scientifici: Festival della Scienza e Filosofia; Caffè scientifici; Olimpiadi nelle materie STEM; Canali di comunicazione e divulgazione scientifica; ecc.
<b>Target/Risultati attesi<sup>2</sup></b>	Partecipazione cittadinanza; Aumento della conoscenza culturale; Consapevolezza dei temi sociali;
<b>Indicatori</b>	Numerosità della partecipazione e verifica della frequenza
<b>Responsabile/i</b>	Scuola di Scienze e Tecnologie
<b>Personale coinvolto<sup>3</sup></b>	Interno (personale docente e tecnico)
<b>Tempistiche<sup>4</sup></b>	Le attività vengono svolte all'interno dell'anno accademico 2025-26 e 2026-27
<b>Sistema di monitoraggio<sup>5</sup></b>	Somministrazione di questionari
<b>Budget previsto</b>	
<b>Fonti di Finanziamento<sup>6</sup></b>	Fondi Nazionali e Regionali
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>7</sup></b>	Sito web di Ateneo; Sito web della regione Marche, Radio di Ateneo; Pubblicazioni su giornali locali e regionali
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>8</sup></b>	Regione Marche; Enti pubblici e Privati; Associazioni APS,

- <sup>1</sup>
- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
  - II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
  - III. tematica relativa al public engagement
  - IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
  - V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>2</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>3</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>4</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>5</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>6</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>7</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>8</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 2</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Scuola della Ricostruzione e Resilienza (SECURE)
<b>Tematica di riferimento<sup>9</sup></b>	I. Trasferimento tecnologico; III. Public engagement; V. Sostenibilità ambientale
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Il progetto ha come obiettivo quello di erogare attività didattiche nell'ambito della formazione Universitaria, dell'alta formazione specialistica e della formazione terziaria professionalizzante legate tutte al tema della Ricostruzione post sisma. Le attività formative del progetto SECURE si articoleranno in tre linee principali: (i) Formazione Universitaria; (ii) Aggiornamento e Riqualficazione Professionale; (iii) Comunicazione e Disseminazione.
<b>Target/Risultati attesi<sup>10</sup></b>	
<b>Indicatori</b>	Partecipazione studenti
<b>Responsabile/i</b>	Prof. Loreti - Informatica
<b>Personale coinvolto<sup>11</sup></b>	Interno (personale docente) ed esterno (ENEA – INGV - UNIVPM)
<b>Tempistiche<sup>12</sup></b>	Le attività termineranno nel 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>13</sup></b>	Il monitoraggio viene realizzato attraverso la somministrazione di schede di monitoraggio e dalla verifica della frequenza
<b>Budget previsto</b>	
<b>Fonti di Finanziamento<sup>14</sup></b>	Fondi nazionali
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>15</sup></b>	Giornali locali; Web Radio Unicam;
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>16</sup></b>	ENEA, INGV; UNIVPM,

- <sup>9</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle diseguglianze

<sup>10</sup> **10** Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>11</sup> **11** Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>12</sup> **12** Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>13</sup> **13** Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>14</sup> **14** Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>15</sup> **15** Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>16</sup> **16** Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 3</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Cartografia geologica e geomorfologica CARG
<b>Tematica di riferimento<sup>17</sup></b>	I. Trasferimento tecnologico III. Public engagement V. Sostenibilità ambientale
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Realizzazione di carte geologiche e geomorfologiche alla scala 1:50.000 del territorio ricadente all'interno delle regioni Marche, Umbria e Abruzzo.
<b>Target/Risultati attesi<sup>18</sup></b>	Annualità 2024-2025-2026
<b>Indicatori</b>	Fruitori cartografia (Enti Locali, Liberi professionisti; Ricercatori e Docenti universitari; Studenti universitari; Ricercatori Enti o Aziende pubbliche e private)
<b>Responsabile/i</b>	Sezione di Geologia della Scuola ST
<b>Personale coinvolto<sup>19</sup></b>	Interno (personale docente) ed esterno (professionisti e società di servizi)
<b>Tempistiche<sup>20</sup></b>	Annualità 2025-2028
<b>Sistema di monitoraggio<sup>21</sup></b>	Il monitoraggio viene realizzato attraverso un Contatore visite o accessi. In tal modo sarà possibile la verifica dell'utilizzo della cartografia geologica e geomorfologica sia come base degli strumenti urbanistici delle PA sia come materiale utilizzato dai liberi professionisti o da Associazioni per la tutela dell'ambiente.
<b>Budget previsto</b>	600.000€
<b>Fonti di Finanziamento<sup>22</sup></b>	Fondi nazionali
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>23</sup></b>	Sito web Ateneo, sito web dell'Ordine dei Geologi della Regione Marche; sito web della Regione Marche; Convegni e Seminari di studio;

- <sup>17</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>18</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>19</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>20</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>21</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>22</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>23</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).



Organizzata in collaborazione con<sup>24</sup> ISPRA, Regione Marche; ORG Marche;

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n. 4</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	EDIH4Marche
<b>Tematica di riferimento<sup>25</sup></b>	Trasferimento tecnologico
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>EDIH4Marche è un hub europeo per l'innovazione digitale, co-finanziato dalla Commissione Europea, con l'obiettivo di accompagnare imprese e pubbliche amministrazioni del territorio nella transizione digitale.</p> <p>Il progetto offre servizi di formazione, test-before-invest (TBI), consulenza tecnologica e accesso a finanziamenti, promuovendo il trasferimento di conoscenze, l'adozione di tecnologie emergenti (AI, HPC, cybersecurity) e la crescita sostenibile del sistema produttivo regionale. L'iniziativa rappresenta un chiaro esempio di terza missione, rafforzando il ruolo dell'università come motore di innovazione e sviluppo locale.</p> <p>UNICAM è direttamente coinvolta nell'erogazione dei servizi TBI basati su tecnologie e metodologie di Cybersecurity, Artificial Intelligence ed Sostenibilità energetica.</p> <p><b>Rilevanza territoriale e impatto:</b></p> <p>L'attività ha un impatto diretto sul sistema produttivo marchigiano, contribuendo a colmare il divario digitale e a rendere più competitivo il tessuto economico locale, con una forte ricaduta in termini di occupazione qualificata, digitalizzazione e sostenibilità.</p>
<b>Target/Risultati attesi<sup>26</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Coinvolgimento diretto di PMI e PA locali in percorsi di innovazione</li><li>● Attivazione di servizi digitali avanzati e percorsi di formazione</li><li>● Rafforzamento del ruolo dell'università nel sistema regionale dell'innovazione</li></ul>
<b>Indicatori</b>	<p><b>Indicatori Chiave di Performance (KPI)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Numero di organizzazioni supportate:</b> conteggio delle PMI e delle pubbliche amministrazioni che hanno beneficiato dei servizi offerti, suddivise per settore, dimensione e tipologia di supporto ricevuto. (<a href="http://errin.eu">errin.eu</a>)</li><li>2. <b>Incremento della maturità digitale:</b> valutazione del progresso nella maturità digitale delle organizzazioni assistite, utilizzando strumenti come il Digital Maturity Assessment (DMA) che analizza sei dimensioni: strategia digitale, prontezza digitale, gestione dei dati, automazione e</li></ol>

<sup>24</sup>24 Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>25</sup>25 I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>26</sup>26 Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

	<p>intelligenza artificiale, digitalizzazione verde e digitalizzazione centrata sull'uomo. (<a href="#">European Commission</a>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. <b>Investimenti attivati:</b> quantificazione degli investimenti aggiuntivi ottenuti dalle organizzazioni supportate, inclusi finanziamenti pubblici e privati.</li> <li>4. <b>Collaborazioni interregionali e transnazionali:</b> numero di partnership e progetti con altri EDIH e stakeholder a livello nazionale ed europeo. (<a href="#">errin.eu</a>)</li> <li>5. <b>Sostenibilità e impatto ambientale:</b> misurazione delle riduzioni nelle emissioni di CO<sub>2</sub> e miglioramenti nell'efficienza energetica derivanti dall'adozione di tecnologie digitali. (<a href="#">edih4marche.eu</a>)</li> </ol>
<b>Responsabile/i</b>	Prof.ssa Diletta Romana Cacciagrano – Informatica
<b>Personale coinvolto<sup>27</sup></b>	Interno (Cacciagrano, Culmone, Perali, Spuntarelli) ed esterno (altri partner)
<b>Tempistiche<sup>28</sup></b>	I servizi di TBI verranno erogati per tutta la durata del 2024 e del 2025.
<b>Sistema di monitoraggio<sup>29</sup></b>	<p>Per garantire un monitoraggio efficace dei risultati, è fondamentale adottare un sistema strutturato basato su indicatori chiave di performance (KPI) e strumenti di valutazione riconosciuti a livello europeo. Di seguito, si delineano i criteri principali per tale sistema:</p> <p><b>Strumenti di Monitoraggio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Digital Maturity Assessment (DMA):</b> strumento standardizzato per valutare la maturità digitale delle organizzazioni, fornendo un'analisi dettagliata e comparativa rispetto a benchmark settoriali e regionali.</li> <li>● <b>Reportistica periodica:</b> raccolta e analisi trimestrale dei dati relativi ai KPI, con aggiornamenti regolari per monitorare l'andamento del progetto.</li> <li>● <b>Dashboard interattive:</b> piattaforme digitali per la visualizzazione in tempo reale dei progressi, facilitando la comunicazione tra i partner e la condivisione delle informazioni.</li> </ul> <p><b>Criteri di Valutazione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Rilevanza:</b> allineamento degli obiettivi del progetto con le esigenze del territorio e le priorità strategiche regionali ed europee.</li> <li>● <b>Efficacia:</b> capacità del progetto di raggiungere gli obiettivi prefissati, misurata attraverso i KPI definiti.</li> <li>● <b>Efficienza:</b> utilizzo ottimale delle risorse disponibili per massimizzare i risultati ottenuti.</li> <li>● <b>Impatto:</b> effetti a lungo termine sulle organizzazioni supportate e sul sistema economico regionale.</li> <li>● <b>Sostenibilità:</b> capacità del progetto di mantenere i risultati raggiunti nel tempo, promuovendo una cultura dell'innovazione continua.</li> </ul> <p>Implementando questi criteri e strumenti, <b>EDIH4Marche</b> potrà monitorare efficacemente i propri risultati, garantendo trasparenza, responsabilità e un impatto positivo duraturo sul territorio marchigiano.</p>

<sup>27</sup>27 Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>28</sup>28 Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>29</sup>29 Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti



<b>Budget previsto</b>	UNICAM: 297.139 euro Totale Progetto: 3.510.242 euro
<b>Fonti di Finanziamento<sup>30</sup></b>	Fondi europei e nazionali.
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>31</sup></b>	<p>Il progetto EDIH4Marche adotta una strategia di comunicazione multicanale e integrata, mirata a coinvolgere attivamente le piccole e medie imprese (PMI), le pubbliche amministrazioni (PA) e gli stakeholder regionali. Questa strategia si articola su tre assi principali:</p> <p><b>Strategia di Comunicazione</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>1. Comunicazione istituzionale e di progetto</b> EDIH4Marche utilizza il sito ufficiale <a href="http://edih4marche.eu">edih4marche.eu</a> come hub informativo centrale, fornendo dettagli sui servizi offerti, eventi in programma, corsi di formazione e opportunità di finanziamento. Questa piattaforma è supportata da comunicazioni attraverso i canali dei partner, come Confindustria Marche e la Camera di Commercio delle Marche, per amplificare la diffusione delle informazioni.</li><li><b>2. Eventi territoriali e webinar</b> Il progetto organizza regolarmente eventi, sia in presenza che online, per promuovere la trasformazione digitale su misura per le PMI.</li><li><b>3. Formazione e disseminazione</b> EDIH4Marche propone corsi di formazione finanziati per sviluppare competenze digitali tra imprenditori e dipendenti.</li></ol> <p><b>Canali di Comunicazione Utilizzati</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Sito ufficiale:</b> <a href="http://edih4marche.eu">edih4marche.eu</a></li><li>● <b>Portali dei partner</b></li><li>● <b>Social media:</b> Canali Telegram e Facebook per aggiornamenti e interazioni rapide</li><li>● <b>Newsletter:</b> Invio periodico di aggiornamenti su eventi, corsi e opportunità</li><li>● <b>Media locali e nazionali:</b> Collaborazione con testate giornalistiche per la diffusione di notizie e articoli(<a href="http://ANSA.it">ANSA.it</a>)</li></ul> <p>Questa strategia di comunicazione integrata consente a EDIH4Marche di raggiungere efficacemente il suo pubblico target, promuovendo la digitalizzazione e l'innovazione nel tessuto economico delle Marche.</p>
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>32</sup></b>	<p><b>Partner principali:</b> Confindustria Marche, DIH regionali (Confartigianato Imprese Marche, CNA Marche e Compagnia delle Opere, Confcommercio Marche, Legacoop Marche e Confcooperative Marche), Università (Università Politecnica delle Marche e Università di Camerino), Laboratori e centri di competenza (i-Labs Industry, ARTES 4.0 e MADE, Istituzioni (Camera di Commercio delle Marche).</p>

<sup>30</sup>30 Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>31</sup>31 Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>32</sup>32 Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 5</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Summer School “Scuola di Rilevamento geomorfologico” - SIRG
<b>Tematica di riferimento<sup>33</sup></b>	III. Public engagement V. Sostenibilità ambientale
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Organizzazione di laboratori ed escursioni, poster exhibition delle ricerche, realizzazione di confronti con amministratori locali e associazioni impegnate nella difesa del territorio.
<b>Target/Risultati attesi<sup>34</sup></b>	Coinvolgimento di studenti, assegnisti, dottorandi, liberi professionisti e pubblici dipendenti; Aumento della sensibilità verso una buona governance post disastri; Creazione di reti di collaborazione tra l’Università, enti locali e associazioni culturali
<b>Indicatori</b>	Numero di partecipanti; Feedback e questionari sulla soddisfazione dei partecipanti. Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali del territorio
<b>Responsabile/i</b>	Sezione di Geologia
<b>Personale coinvolto<sup>35</sup></b>	Docenti della Scuola di Scienze e Tecnologie, Dottorandi e assegnisti; Personale tecnico ed amministrativo; Docenti esterni.
<b>Tempistiche<sup>36</sup></b>	Maggio 2025 – Luglio 2025
<b>Sistema di monitoraggio<sup>37</sup></b>	Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report, incontri di feedback
<b>Budget previsto</b>	10.000€
<b>Fonti di Finanziamento<sup>38</sup></b>	Fondi di Ateneo; Fondi regionali e nazionali, sponsorizzazioni di aziende partner

- <sup>33</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>34</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato ‘qualitativo’ di quanto programmato e realizzato)

<sup>35</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>36</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>37</sup> Indicare come si intende monitorare l’andamento dell’attività e con quali strumenti

<sup>38</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni



<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>39</sup>	Utilizzo dei social media di Ateneo, comunicati stampa, collaborazione con media locali
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>40</sup>	AIGEO; ISPRA; CNG; AIGAA

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 6</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Scavo geoarcheologico "Grotta dei Baffoni" a Genga (AN)
<b>Tematica di riferimento</b> <sup>41</sup>	II. Produzione, Gestione Beni Pubblici
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Attività di scavo geoarcheologico e di laboratorio geoarcheologico; workshop ed escursioni, poster exhibition delle ricerche, coinvolgimento nelle iniziative di studenti, dottorandi e ricercatori UNICAM, realizzazione di confronti con amministratori locali e associazioni impegnate nella difesa del territorio e della sua valorizzazione e rivitalizzazione.
<b>Target/Risultati attesi</b> <sup>42</sup>	Coinvolgimento di studentesse e studenti afferenti ai Corsi di Studio nei Beni culturali (Classe L43), nelle Scienze della Terra (L34 e LM74) e nelle Scienze naturali (L32 e LM76) Incremento della sensibilizzazione sulle strategie di rilancio territoriale Aumento della sensibilità verso una buona governance del patrimonio culturale Creazione di reti di collaborazione tra Università, Enti locali e Associazioni culturali
<b>Indicatori</b>	Numero di partecipanti; Feedback e questionari sulla soddisfazione dei partecipanti. Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali del territorio
<b>Responsabile/i</b>	Sezione di Geologia
<b>Personale coinvolto</b> <sup>43</sup>	Docenti della Scuola di Scienze e Tecnologie, Studenti, Dottorandi e Assegnisti; Personale tecnico ed amministrativo; Docenti esterni.
<b>Tempistiche</b> <sup>44</sup>	Maggio 2025 –Maggio 2027
<b>Sistema di monitoraggio</b> <sup>45</sup>	Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report, incontri di feedback

<sup>39</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>40</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>41</sup> I tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle diseguglianze

<sup>42</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>43</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>44</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>45</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti



<b>Budget previsto</b>	50.000
<b>Fonti di Finanziamento<sup>46</sup></b>	Fondi di Ateneo; Fondi regionali e nazionali, sponsorizzazioni di aziende partner
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>47</sup></b>	Utilizzo dei social media di Ateneo, comunicati stampa, collaborazione con media locali, Videodocumentari;
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>48</sup></b>	Sovrintendenza Archeologica delle Marche; Regione Marche; Parco Frasassi; Consorzio Frasassi; Comunità Montana dell'Esino; Comune di Genga, Serra San Quirico, Fabriano.

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 7</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Brevetti
<b>Tematica di riferimento<sup>49</sup></b>	I. Trasferimento tecnologico
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	
<b>Target/Risultati attesi<sup>50</sup></b>	Incremento della sensibilizzazione sulle strategie di rilancio territoriale; Valorizzazione della proprietà intellettuale; Creazione di reti di collaborazione tra Università, Enti locali e Aziende
<b>Indicatori</b>	Collaborazioni attivate con Aziende del territorio; Utilizzo del brevetto
<b>Responsabile/i</b>	Scuola di Scienze e Tecnologie
<b>Personale coinvolto<sup>51</sup></b>	Docenti della Scuola di Scienze e Tecnologie, Studenti, Dottorandi e Assegnisti; Personale tecnico ed amministrativo; Docenti esterni.
<b>Tempistiche<sup>52</sup></b>	

<sup>46</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>47</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>48</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>49</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>50</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>51</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>52</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi



<b>Sistema di monitoraggio</b> <sup>53</sup>	Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report, incontri di feedback
<b>Budget previsto</b>	
<b>Fonti di Finanziamento</b> <sup>54</sup>	Fondi di Ateneo; Fondi regionali e nazionali, sponsorizzazioni di aziende partner
<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>55</sup>	Utilizzo dei social media di Ateneo, comunicati stampa, collaborazione con media locali,
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>56</sup>	

---

<sup>53</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>54</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>55</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>56</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



## SCUOLA DI GIURISPRUDENZA

# Pianificazione delle Attività di Terza Missione

Anni 2025-2026

### 1. Introduzione e Obiettivi Generali

*Specificare in una sintesi discorsiva qual è la visione e come la Scuola di Ateneo intende contribuire alla società attraverso la terza missione descrivendo gli obiettivi principali per l'anno successivo*

La Scuola di Giurisprudenza ha dedicato un Internal Meeting degli Stati Generali alla Terza Missione per delineare al meglio obiettivi e contenuti di questo compito fondamentale affidato alle università dal quadro regolatorio nazionale e internazionale. La Terza Missione per la Scuola di Giurisprudenza costituisce una straordinaria opportunità di valorizzazione di un concetto di innovazione sociale adeguato alle discipline e alle competenze presenti nella Scuola.

La Scuola di Giurisprudenza ha una tradizione risalente di interazione tra discipline appartenenti a aree scientifiche differenti costituite non solo dall'area legale, ma anche da aree che esprimono discipline di carattere sociologico, storico, politologico e medico-legale. L'eterogeneità disciplinare permette un dialogo a tutto campo con la società e rende realizzabile un impegno della Scuola a favore della cittadinanza, degli studenti anche in età scolare, di enti pubblici e privati, profit e non profit.

Obiettivi dell'azione svolta nell'arco temporale 2025-26 sono i seguenti:

- realizzare uno stabile dialogo con il territorio di riferimento avvalendosi di contatti e relazioni che si confida sprigioneranno dall'open meeting della Scuola di Giurisprudenza previsto per il 26 maggio su cui costruire un tavolo stabile di confronto con portatori di interesse specificamente interessati alle attività della Scuola di Giurisprudenza UNICAM
- sviluppare iniziative aperte al grande pubblico
- uscire dai propri locali per contaminare con le proprie attività di studio e di ricerca luoghi delle città del territorio favorendo una partecipazione attiva delle comunità interessate
- aumentare la visibilità della Scuola e contribuire a delinearne la sua identità e riconoscibilità caratterizzandola con un evento che biennialmente la proponga come incubatore culturale



## 2. Analisi del Contesto

- *Analisi dei Bisogni del Territorio: Identificare le esigenze della comunità locale, delle imprese e di altri stakeholder.*
- *Collaborazioni in Corso: Elencare eventuali partnership con enti, aziende, scuole, organizzazioni non profit, ecc.*

La Scuola di Giurisprudenza dedicherà il prossimo 26 maggio un Open Meeting all'individuazione delle esigenze della comunità locale, delle imprese e più in generale allo scambio di informazioni con portatori di interesse dal quale si ricaverà un aggiornato elenco di bisogni, ma i continui rapporti con il territorio innescati da anni permettono già di individuare esigenze che sono di formazione, di trasferimento delle conoscenze, di collaborazione.

Le collaborazioni in corso sono numerosissime anche se al momento declinate su singoli docenti oo gruppi di ricerca e dopo l'open meeting si avvierà una strategia di consolidamento e di ampliamento delle collaborazioni orientata alla realizzazione di attività e obiettivi strategici della Scuola che saranno definiti entro giugno 2025.

Si menzionano a titolo esemplificativo le seguenti collaborazioni suggellate da accordi:

Ordine degli Avvocati di Macerata

Comando Generale Carabinieri

Comando Generale Guardia di Finanza

Federconsumatori Nazionale

ENSIEL

Toyo University - Tokyo

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 1</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Cineforum dal titolo "Oltre i confini: l'impatto delle frontiere sulla vita"
<b>Tematica di riferimento<sup>1</sup></b>	III: public engagement V: inclusione e contrasto alle disuguaglianze
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Proiezione di 4 film che raccontino la fatica, gli strappi con la propria patria, le speranze e i viaggi di chi cerca un posto dove ricominciare a vivere in pace
<b>Target/Risultati attesi<sup>2</sup></b>	<i>Partecipazione cittadinanza:</i> Obiettivo di 50 spettatori <i>Miglioramento dell'impatto sociale:</i> Maggiore consapevolezza di temi sociali attraverso i film promossi dal Cineforum <i>Aumento della conoscenza culturale:</i> Maggiore conoscenza del cinema italiano e internazionale, grazie alle proiezioni e alle attività di Cineforum <i>Incoraggiamento del dialogo:</i> Promozione di dibattiti e discussioni stimolanti tra i partecipanti a Cineforum
<b>Indicatori</b>	Numero spettatori Partecipazione al dibattito Analisi dei feedback dei partecipanti (tramite questionari/brevi interviste)
<b>Responsabile/i</b>	Agostina Latino Stefano Testa-Bappenheim
<b>Personale coinvolto<sup>3</sup></b>	Interno (docenti Scuola di Giurisprudenza e personale tecnico-amministrativo)
<b>Tempistiche<sup>4</sup></b>	Autunno 2025 Autunno 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>5</sup></b>	Somministrazione di un test pre- e post- proiezione per misurare le acquisite conoscenze sui temi trattati
<b>Budget previsto</b>	140 + iva a film per diritti SIAE
<b>Fonti di Finanziamento<sup>6</sup></b>	Budget Scuola di Giurisprudenza

<sup>1</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>2</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>3</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>4</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>5</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>6</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni



<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>7</sup>	Pubblicizzare l'iniziativa attraverso i canali social della Scuola e di Ateneo, del Comune e della Pro-loco
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>8</sup>	Comune e Pro-Loco

<b>Attività n.: 2</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Cineforum "Ri/vivere le Terre Alte"
<b>Tematica di riferimento</b> <sup>9</sup>	III - Public Engagement V - Inclusione e contrasto alle disuguaglianze
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Proiezione di almeno 4 film/docufilm sulla questione delle aree interne/Terre Alte nei termini delle problematiche di vita e delle progettualità in essere. Nella misura massima possibile si cercherà di associare alla visione la presenza di un/a autore/autrice dell'opera proiettata.
<b>Target/Risultati attesi</b> <sup>10</sup>	Si attendono almeno 30 partecipanti a ciascuna proiezione, tra la popolazione studentesca e la cittadinanza. I risultati attesi riguardano il rafforzamento della consapevolezza di chi abita e/o opera nel territorio interno, il confronto tra le diverse percezioni ed esperienze, l'analisi del post-sisma, la diffusione e replicabilità di esperienze positive.
<b>Indicatori</b>	Numero di proiezioni effettuate; numero di partecipanti; numero di 'uscite' delle notizie sui media locali pre e post proiezione
<b>Responsabile/i</b>	Marco Giovagnoli
<b>Personale coinvolto</b> <sup>11</sup>	Interno con eventuali ospiti esterni
<b>Tempistiche</b> <sup>12</sup>	Autunno 2026
<b>Sistema di monitoraggio</b> <sup>13</sup>	Questionario autosomministrato (gradimento, comprensione delle tematiche affrontate); brevi interviste ex post ai partecipanti
<b>Budget previsto</b>	Eventuali diritti SIAE (da quantificare); costo di volantini da distribuire in locali pubblici, da quantificare); eventuale ospitalità degli autori (possibilità di co-finanziamento da parte del responsabile) Fino a un massimo di Euro 500 con Budget Scuola Co-finanziamento per ulteriori spese con fondi nella disponibilità del Responsabile

<sup>7</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>8</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>9</sup>

- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
- II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
- III. tematica relativa al public engagement
- IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
- V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>10</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>11</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>12</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>13</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti



<b>Fonti di Finanziamento</b> <sup>14</sup>	Budget di Scuola con eventuale cofinanziamento da parte del responsabile
<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>15</sup>	Social media interni (Scuola-Ateneo); pubblicazioni locali (Appennino Camerte, quotidiani etc.)
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>16</sup>	Associazionismo (es. Iononcrollo o altri soggetti grassroots)

<b>Attività n.: 3</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Festival dei doveri
<b>Tematica di riferimento</b> <sup>17</sup>	III. tematica relativa al public engagement V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- workshop</li><li>- dibattiti</li><li>- visite guidate</li><li>- laboratori</li><li>- spettacoli teatrali</li><li>- giochi</li></ul>
<b>Target/Risultati attesi</b> <sup>18</sup>	Coinvolgimento di almeno 100 partecipanti Incremento della visibilità e attrattività della Scuola Aumento della sensibilità verso la cultura della legalità Creazione di reti di collaborazione tra l'Università, enti locali e associazioni culturali coinvolte Evidenziazione del carattere multidisciplinare della Scuola di Giurisprudenza
<b>Indicatori</b>	Numero Cittadini/numero studenti di ogni ordine scolastico/numero enti coinvolti Numero di eventi organizzati e partecipanti Feedback e questionari di soddisfazione dei partecipanti Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali
<b>Responsabile/i</b>	Gruppo di Lavoro Terza Missione - Direttore- Coordinatori Corsi di Laurea
<b>Personale coinvolto</b> <sup>19</sup>	Ogni afferente alla Scuola di Giurisprudenza-assegnisti e ricercatori a contratto-dottorandi. Management della Scuola di Giurisprudenza

<sup>14</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>15</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>16</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>17</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>18</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>19</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno



<b>Tempistiche<sup>20</sup></b>	Lancio febbraio-marzo 2026 Realizzazione: Estate 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>21</sup></b>	Questionari di gradimento
<b>Budget previsto</b>	€ 10.000 di cui : <ul style="list-style-type: none"><li>- € 5.000 budget UNICAM</li><li>- € 5000 contributi da parte di enti pubblici e privati</li></ul>
<b>Fonti di Finanziamento<sup>22</sup></b>	Budget Scuola di Giurisprudenza e contributi esterni da parte di enti pubblici e privati.
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>23</sup></b>	Sito web dedicato a evento Social media dedicati a evento Conferenza di lancio svolta a livello regionale e nazionale Brochure Poster Video informativi. Canali di Comunicazione: Portale UNICAM, newsletter e mediadegli enti pubblici e privati coinvolti
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>24</sup></b>	ACIM; ADIQ e ARIT di UNICAM

<sup>20</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>21</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>22</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>23</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>24</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



<b>Attività n.: 4</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Podcast “Il fatto della settimana”
<b>Tematica di riferimento<sup>25</sup></b>	III. Public engagement
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Ogni settimana un/una Docente della Scuola di Giurisprudenza commenterà un fatto di cronaca, una novità normativa o una recente sentenza, per facilitarne la comprensione, senza compromettere la correttezza dei principi giuridici sottesi
<b>Target/Risultati attesi<sup>26</sup></b>	Il pubblico di riferimento è costituito dalla componente studentesca delle scuole di Ateneo e la comunità locale
<b>Indicatori</b>	<i>Download:</i> Numero di volte in cui un episodio viene scaricato <i>Durata media di ascolto:</i> Tempo medio in cui un episodio viene ascoltato <i>Retention:</i> Percentuale di ascoltatori che completano l'ascolto di un episodio <i>Interazione sui social media:</i> Numero di commenti, condivisioni, ecc. <i>Contatti:</i> Numero di persone che contattano il podcaster tramite email, social media o altre piattaforme <i>Feedback:</i> Opinioni degli ascoltatori sul podcast e sui suoi contenuti
<b>Responsabile/i</b>	Agostina Latino
<b>Personale coinvolto<sup>27</sup></b>	Interno Scuola di Giurisprudenza e tecnico Ateneo
<b>Tempistiche<sup>28</sup></b>	Novembre 2025-dicembre 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>29</sup></b>	Strumenti di analisi forniti dalle piattaforme di podcasting che permettono di conoscere i dati sugli ascolti, affinché, analizzando questi dati, sia possibile capire se il podcast sta raggiungendo il target e se i contenuti sono efficaci.
<b>Budget previsto</b>	€ 500
<b>Fonti di Finanziamento<sup>30</sup></b>	Budget Scuola di Giurisprudenza
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>31</sup></b>	Canali social Unicom

- <sup>25</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>26</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>27</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>28</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>29</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>30</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>31</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).



UNIVERSITÀ  
DI CAMERINO

<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>32</sup>	Area Comunicazione
--	--------------------

---

<sup>32</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



<b>Attività n.: 5</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	“Le case dei libri”
<b>Tematica di riferimento<sup>33</sup></b>	III. Public engagement
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Organizzazione di eventi culturali, laboratori di lettura, incontri con autrici e autori, workshop nelle biblioteche del territorio, con l’obiettivo di incentivare la lettura e favorire l’inclusione sociale. Verranno inoltre allestite "case dei libri" temporanee in spazi pubblici per facilitare l’accesso ai libri e promuovere la cultura tra diverse fasce di popolazione.
<b>Target/Risultati attesi<sup>34</sup></b>	Coinvolgimento di 50 partecipanti tra studentesse e studenti, famiglie e cittadine/i Incremento della frequentazione delle biblioteche e degli spazi culturali locali Aumento della sensibilità verso la lettura e la cultura tra le comunità coinvolte Creazione di reti di collaborazione tra l’Università, enti locali e associazioni culturali
<b>Indicatori</b>	Numero di eventi organizzati e partecipanti Numero di libri distribuiti o consultati nelle "Case dei libri" (temporanee e non) Feedback e questionari di soddisfazione dei partecipanti Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali del territorio
<b>Responsabile/i</b>	Docenti componenti il Gruppo di Lavoro Terza Missione
<b>Personale coinvolto<sup>35</sup></b>	Docenti della Scuola di Giurisprudenza, studentesse e studenti volontari, bibliotecari, rappresentanti di associazioni culturali, personale amministrativo
<b>Tempistiche<sup>36</sup></b>	Ottobre 2025 -Dicembre 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>37</sup></b>	Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report mensili, incontri di feedback con i partner
<b>Budget previsto</b>	Eventuali spese di missione per copertura spese di missione fino a un massimo di € 800 per intera iniziativa
<b>Fonti di Finanziamento<sup>38</sup></b>	Budget della Scuola di Giurisprudenza, patrocinio di enti locali, sponsorizzazioni di aziende partner
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>39</sup></b>	Utilizzo dei social media di Ateneo, comunicati stampa, newsletter, eventi di presentazione pubblica, collaborazione con media locali

- <sup>33</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>34</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>35</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>36</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>37</sup> Indicare come si intende monitorare l’andamento dell’attività e con quali strumenti

<sup>38</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>39</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).



Organizzata in collaborazione con <sup>40</sup>	Enti locali (comune, pro-loco, biblioteche pubbliche e di Ateneo), associazioni culturali, librerie indipendenti
---	--

<b>Attività n.: 6</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Collaborative Programme Toyo University Summer camp
<b>Tematica di riferimento<sup>41</sup></b>	III. Public engagement V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Organizzazione di escursioni, realizzazione di interviste con amministratori locali, associazioni impegnate nella rivitalizzazione del territorio, eventi culturali, laboratori workshop, poster exhibition delle ricerche, coinvolgimento nelle iniziative di studenti, dottorandi e ricercatori UNICAM
<b>Target/Risultati attesi<sup>42</sup></b>	Coinvolgimento di 30 partecipanti tra studentesse e studenti della Toyo University Coinvolgimento di famiglie e cittadine/i Incremento della sensibilizzazione sulle strategie di rilancio territoriale Aumento della sensibilità verso una buona governance post disastri Creazione di reti di collaborazione tra l'Università, enti locali e associazioni culturali
<b>Indicatori</b>	Numero di eventi organizzati Numero di partecipanti Feedback e questionari di soddisfazione dei partecipanti Collaborazioni attivate con enti e associazioni culturali del territorio
<b>Responsabile/i</b>	Lucia Ruggeri
<b>Personale coinvolto<sup>43</sup></b>	Docenti della Scuola di Giurisprudenza, studentesse e studenti volontari, bibliotecari, rappresentanti di associazioni culturali, personale amministrativo
<b>Tempistiche<sup>44</sup></b>	5 settembre 2025 -10 settembre 2025
<b>Sistema di monitoraggio<sup>45</sup></b>	Raccolta dati tramite questionari, registrazioni di partecipazione, report, incontri di feedback con la Toyo University
<b>Budget previsto</b>	Fino a un massimo di € 800 per intera iniziativa con Budget della Scuola

<sup>40</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>41</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>42</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>43</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>44</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>45</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti



	Costi di viaggio dal Giappone, Costi alloggio degli studenti della Toyo e dei professori della Toyo a carico della Toyo University
<b>Fonti di Finanziamento</b> <sup>46</sup>	Budget della Scuola di Giurisprudenza, patrocinio di enti locali, sponsorizzazioni di aziende partner
<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>47</sup>	Utilizzo dei social media di Ateneo, comunicati stampa, collaborazione con media locali
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>48</sup>	Enti locali (comune, pro-loco, biblioteche pubbliche e di Ateneo), associazioni ACIM

---

<sup>46</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>47</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>48</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



<b>Attività n.: 7</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	La Costituzione aperta a tutti
<b>Tematica di riferimento<sup>49</sup></b>	III. tematica relativa al public engagement V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Incontro con le scuole superiori delle Marche sui temi della Costituzione, in particolare Costituzione e diritto alla salute
<b>Target/Risultati attesi<sup>50</sup></b>	Miglioramento della visibilità della Scuola Incremento dell'attrattività Aumento della caratterizzazione della Scuola come incubatore di cultura giuridica Sperimentazione di network nazionali in cui inserire le attività di dissemination coniugandole con attività di orientamento Miglioramento delle sinergie su scala regionale
<b>Indicatori</b>	500 studenti scuole superiori coinvolti
<b>Responsabile/i</b>	Gruppo di lavoro della Terza Missione + Coordinatori + Direttore
<b>Personale coinvolto<sup>51</sup></b>	Tutta la Scuola
<b>Tempistiche<sup>52</sup></b>	Novembre 2025 - Maggio 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>53</sup></b>	Raccolta dati tramite questionari
<b>Budget previsto</b>	nessuna spesa
<b>Fonti di Finanziamento<sup>54</sup></b>	La copertura delle spese di trasporto degli studenti sarà a cura delle scuole interessate e individuate con Direzione scolastica regionale
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>55</sup></b>	Sito UNICAM e Social UNICAM; sito dell'iniziativa e social della iniziativa

- <sup>49</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>50</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>51</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>52</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>53</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>54</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>55</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).



Organizzata in collaborazione con <sup>56</sup>	Direzione Scolastica Regionale
---	--------------------------------

<b>Attività n.: 8</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Boost the Sustainable Transition
<b>Tematica di riferimento<sup>57</sup></b>	III. tematica relativa al public engagement V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Energy days sul territorio italiano Sustainable Days sul territorio italiano Seminari dedicati organizzati con Visiting UNICAM Lécia Vicente Presentazione libro presso MASE delle attività di ricerca svolte con IFEL Partecipazione a EUSEW 2025 Organizzazione di seminario di ricerca presso Commissione Europea Dissemination congiunta con VUB University
<b>Target/Risultati attesi<sup>58</sup></b>	Coinvolgimento di cittadini Incremento della sensibilizzazione sulle strategie di transizione sostenibile Aumento della sensibilità verso una transizione giusta e sostenibile Creazione di reti di collaborazione tra l'Università, enti locali e associazioni Miglioramento della visibilità anche internazionale della Scuola
<b>Indicatori</b>	Numero partecipanti eventi Numero download da siti progettuali UNICAM (ESCOP4Green e ECPE) Numero reazioni su social Numero download pubblicazioni open access
<b>Responsabile/i</b>	Lucia Ruggeri
<b>Personale coinvolto<sup>59</sup></b>	Ricercatori dei progetti ECPE e ESCOP4Green, ricercatori coinvolti nel progetto IFEL Dottorandi e post doc con tematiche di ricerca su sostenibilità
<b>Tempistiche<sup>60</sup></b>	Giugno 2025 - dicembre 2026

<sup>56</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>57</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>58</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>59</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>60</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi



<b>Sistema di monitoraggio</b> <sup>61</sup>	Raccolta dati tramite questionari
<b>Budget previsto</b>	nessuna spesa sul budget UNICAM
<b>Fonti di Finanziamento</b> <sup>62</sup>	La copertura delle spese avviene con fondi della responsabile o dei ricercatori coinvolti.
<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>63</sup>	Sito UNICAM e Social UNICAM; sito dell'iniziativa e social della iniziativa
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>64</sup>	Direzione Scolastica Regionale

---

<sup>61</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>62</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>63</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>64</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



## SCUOLA DI SCIENZE DEL FARMACO E DEI PRODOTTI DELLA SALUTE

# Pianificazione delle Attività di Terza Missione

Anni 2025-2026

### 1. Introduzione e Obiettivi Generali

*Specificare in una sintesi discorsiva qual è la visione e come la Scuola di Ateneo intende contribuire alla società attraverso la terza missione descrivendo gli obiettivi principali per l'anno successivo*

Le attività della Scuola di Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute evidenziano un impegno multidisciplinare volto a promuovere e a tutelare la **SALUTE** umana, in un'ottica **ONE HEALTH**. La parola **SALUTE** caratterizza ogni attività di ricerca, di didattica e di terza missione della Scuola, con l'obiettivo di puntare a progettare azioni di innovazione sostenibile e progresso scientifico che abbiano un significativo impatto sociale.

La Scuola promuove ed organizza seminari, eventi, convegni di tipo scientifico-divulgativo negli ambiti che fanno riferimento alle attività di ricerca e didattica proprie della Scuola, principalmente nel settore sanitario e di tutela della salute e che toccano tematiche legate a farmaci, integratori, cosmetici, alimentazione, neuroscienze, telemedicina, agrochimica, sostenibilità alimentare ed ambientale, tecnologie digitali (AI), con l'obiettivo di divulgare, stimolare dibattiti e fornire competenze promuovendo la crescita professionale e la qualità dei servizi rivolti alla persona, il tutto in chiave nazionale e internazionale. In ambito formativo, oltre ai Corsi di Laurea, la Scuola consolida un'offerta didattica avanzata nel campo dell'alta formazione attraverso la Scuola di Specializzazione in Farmacia Ospedaliera, master di I e II livello, corsi di perfezionamento e aggiornamento professionale nel settore sanitario-farmaceutico e alimentare.

Tutte queste attività ad alto impatto sociale poggiano le basi su rapporti consolidati con aziende, enti, associazioni, società scientifiche, ordini professionali (farmacisti), strutture sanitarie (AST), associazioni sportive che sono di fondamentale supporto per l'organizzazione e la programmazione del tutto.

La Scuola per il prossimo anno, attraverso il consolidamento e il potenziamento di tutte queste attività, si pone gli obiettivi di:

- a) Organizzare eventi, seminari e convegni che portino sempre di più l'opinione pubblica a comprendere la cruciale importanza delle azioni a difesa della salute pubblica in chiave sostenibile per il cittadino
- b) Organizzare eventi, seminari e convegni che stimolino sempre di più la politica a capire lo strategico ruolo delle Università nei processi di formazione culturale della società e dei giovani, con l'obiettivo di difendere e potenziare allo stesso tempo questo immenso patrimonio culturale della nostra nazione
- c) Organizzare eventi, seminari e convegni che possano far avvicinare e far conoscere le attività che si svolgono all'interno delle aule e dei laboratori dell'Università con lo scopo di favorire nelle persone la "sete" di cultura e formazione.



Tra i vari luoghi in cui verranno organizzate tali attività (in sede, fuori sede) ci sarà l'ex Polo di Chimica, dotato di laboratori e aule particolarmente adatti ad ospitare tali iniziative, come ad esempio la Farmacia didattica, il Food lab, il laboratorio del sonno.

## 2. Analisi del Contesto

- *Analisi dei Bisogni del Territorio: Identificare le esigenze della comunità locale, delle imprese e di altri stakeholder.*
- *Collaborazioni in Corso: Elencare eventuali partnership con enti, aziende, scuole, organizzazioni non profit, ecc.*

La Scuola di Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute promuove iniziative strategiche per rispondere ai bisogni emergenti del territorio, integrando salute pubblica, sostenibilità, formazione e ricerca scientifica. Il territorio su cui insiste la Scuola e l'Università stessa, si configura come un bacino in cui sono presenti aziende prevalentemente di taglio medio-piccolo con qualcuna (ad esempio le farmaceutiche come Pfizer e Angelini, oppure le alimentari come Fileni) di taglio grande. Sono costanti anche i contatti con gli ordini professionali (Ordine dei farmacisti, Federfarma), le associazioni di categoria (Confcommercio, Confartigianato, Confapi, Confindustria ecc.), i comuni, le scuole superiori principalmente ma anche quella primaria e secondaria (primo livello), le AST, gli istituti di ricerca (CREA, ENEA, CNR ecc.), con cui la Scuola dialoga per costruire principalmente progettualità che possono essere di ricerca, (adesione congiunta a bandi), di formazione (strutturazione percorsi alta formazione), sponsorship per organizzazione eventi, seminari, convegni e così via. Di norma i bisogni del territorio e dei propri stakeholders nei confronti dell'Università fanno riferimento alle attività sopra citate. Gli ambiti tematici su cui la Scuola costruisce tali interazioni si collocano nel settore sanitario e di tutela della salute e toccano le tematiche legate a farmaci, integratori, cosmetici, alimentazione, neuroscienze, telemedicina, agrochimica, sostenibilità alimentare ed ambientale, tecnologie digitali (AI).

Sono attive collaborazioni con:

- aziende del settore farmaceutico e biomedicale (Pfizer, Angelini, GSK, Naturneed ed altre) per un totale di più di 60
- aziende del settore agroalimentare (Fileni, Simonelli Group, Sabelli, Baldi, Colfiorito, New Flavours, Tipicità, Pieralisi ed altre) per un totale di più di 50
- aziende ingegneristiche e varie (Feel Good Plus srl, Eagleprojects SpA, Skilla srl, Soroptimist, VRAI Lab ed altre
- aziende sanitarie ed ospedaliere: AST Macerata, Ancona, San Benedetto del Tronto, Ospedale "Papa Giovanni XXIII" Bergamo, Azienda Ospedaliera di rilievo nazionale "Antonio Cardarelli" ed altre
- Società Scientifiche: SCI, SIF, SIFO, ETS ed altre
- Fondazione Maria Guarino Onlus, Fondazione CARIMA ed altre
- Strutture sanitarie: EURICAM, ICAMP Milano, Venus Medicine Clinic
- Scuole secondarie superiori: licei, istituti alberghieri, istituti tecnici, istituti professionali e molte altre

## 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*



<b>Attività n.: 1</b>	
Titolo iniziativa/attività	<b>Dalla brevettazione all'immissione in commercio dei prodotti sviluppati dalla Scuola</b>
Tematica di riferimento	I, II
Attività prevista (descrizione sintetica)	Sottomissione di brevetti e commercializzazione di prodotti nei settori della cosmesi e degli integratori alimentari
Target/Risultati attesi	Accettazione di proposte brevettuali e valorizzazione commerciale nei seguenti ambiti: 1) Formulazione del mangime a partire da scarti agricoli, in linea con gli standard per l'acquacoltura; 2) Utilizzo innovativo dell'albumina nel mangime come formulante e stabilizzante dell'olio di vinaccioli; 3) Metodologia di analisi e quantificazione usata per stabilire la presenza di sostanze bioattive trattenute nelle carni dei pesci alimentati con il mangime; 4) Processi ecosostenibili di riciclo di polimeri poliammidici e poliesteri (Nylon e PET) con solventi ecologici per ottenere dei polimeri che abbiano purezza e proprietà pari al nuovo da materiali di scarto destinato al macero 5) Analisi di prodotti commerciali, formulazione nuovi prodotti, valutazione degli stessi; commercializzazione di prodotti nell'ambito della cosmesi e nel settore alimentare.
Indicatori	Impatto rilevante applicato a diversi contesti (accademico, industriale, sanitario, ambientale e sociale). Applicazione dei brevetti a livello internazionale. Un impatto economico ed un incremento delle sponsorizzazioni e collaborazioni con enti pubblici e privati, attraverso la valorizzazione ed il rafforzamento dell'immagine dell'Ateneo.
Responsabile/i	Dr.ssa Germana Borsetta; Prof.ssa Roberta Censi; Prof. Sauro Vittori; Dr. Matteo Tiecco; Prof.ssa Giulia Bonacucina; Prof. Diego Perinelli, Prof. Marco Cespi
Personale coinvolto	Gruppi di ricerca in Chimica Organica; Chimica degli Alimenti, Tecnologia alimentare, Tecnologia farmaceutica, Docenti ordinari, associati, ricercatori
Tempistiche	2025-2026
Sistema di monitoraggio	Un monitoraggio geografico tenendo traccia dei paesi in cui il brevetto è stato depositato. Rilevamento delle citazioni brevettuali. Applicazione di strumenti che offrono analisi semantiche dell'attività brevettuale. Vendita prodotti e sorveglianza post-marketig dopo la loro immissione nel mercato. Raccolta dati e analisi della qualità dei prodotti da parte dei consumatori.



Budget previsto	20000 euro
Fonti di Finanziamento	Horizon2020-PRIMA Agrl-fiSh; Fondo di Ricerca REDANTEA, Fondi privati
Comunicazione e disseminazione	Sito web dell'Ateneo, Social dell'Ateneo e della Scuola di Scienze del Farmaco e Prodotti della Salute, Brochure, Pubblicazione su social media. Divulgazione presso le industrie del territorio, Newsletter, Eventi pubblici e Materiale Promozionale attraverso video informativi.
Organizzata in collaborazione con	n.a.

<b>Attività n.2</b>	
Titolo iniziativa/attività	<b>Applicazione dell'intelligenza artificiale e del machine learning in ambito sanitario, energetico e nella didattica innovativa</b>
Tematica di riferimento	I, II
Attività prevista (descrizione sintetica)	1) Sviluppo di un'applicazione per computer e cellulare dedicata a pazienti con ritenzione urinaria; 2) Sviluppare un modello predittivo basato sull'apprendimento automatico per valutare l'efficacia dei farmaci nei pazienti affetti da demenza; 3) Sviluppo di una rete neurale predittiva per il fattore di rischio infortuni nell'ambito dello sport agonistico; 4) Predizione dell'effetto delle nuvole nelle fluttuazioni di produzione energetica di impianti fotovoltaici di grandi dimensioni. 5) Applicazione dell'IA nella didattica innovativa basata su chat bot guidati da sistemi di large language model, tipo Chat GPT e Deepseek AI.
Target/Risultati attesi	Diagnosi precoce e identificazione dei pazienti che rispondono al trattamento farmacologico. Sviluppo di un sistema predittivo per la prevenzione personalizzata degli infortuni nello sport. Monitoraggio continuo di parametri fisiologici e biomeccanici tramite wearables e app. Miglioramento dei servizi sanitari al cittadino. Produzione di energia sostenibile. Nell'ambito della didattica un miglior apprendimento attraverso tutor virtuali interattivi.
Indicatori	Numero dei Pazienti coinvolti. Coinvolgimento delle associazioni sportive; applicazione della didattica innovativa anche in altre Scuole all'interno dell'Ateneo. Comunicazione e istruzione del territorio.



Responsabile/i	Prof. Andrea Perali, Prof. Enea Traini; Prof.ssa Beatrice Morelli
Personale coinvolto	Prof. Andrea Perali, Prof. Enea Traini; Prof.ssa Beatrice Morelli, ricercatori Unicam
Tempistiche	2025-2026
Sistema di monitoraggio	Raccolta dati e valutazione periodica delle prestazioni e l'affidabilità del modello predittivo e delle applicazioni sviluppate. Report periodici e integrazione di feedback da utenti per ottimizzazione continua dei sistemi di machine learning.
Budget previsto	348000 euro
Fonti di Finanziamento	Fondi privati di Feel Good Plus srl; Europei, tramite ESA (agenzia spaziale europea), Innovative PhD research scholarships - PR Marche FSE+ 2021-2027; Fondi interni.
Comunicazione e disseminazione	Webinar periodici, Social network, Divulgazione presso centri ospedalieri e associazione sportive della provincia. Pubblicazione sul sito dell'UNICAM.
Organizzata in collaborazione con	AST Macerata, Ospedale di Civitanova Marche; Ospedale Santa Maria La Gruccia (Montevarchi, Arezzo); AOUI Verona; VRAI Vision Robotics & Artificial Intelligence Lab.

<b>Attività n.: 3</b>	
Titolo iniziativa/attività	<b>Erogazione di Master di I e II livello e Percorsi abilitanti di formazione professionale</b>
Tematica di riferimento	II



Attività prevista (descrizione sintetica)	Organizzazione di Master di I e II livello nell'ambito sanitario e farmaceutico: 1) Educazione Sanitaria; 2) Manager di Dipartimenti Farmaceutici; 3) Terapie complementari ed Integrate; 4) Master in Medicina e Terapia Estetica; Erogazione di percorsi abilitanti di formazione per l'abilitazione all'insegnamento rivolti a docenti del settore farmaceutico, sanitario, e del comparto alimentare.
Target/Risultati attesi	Lezioni frontali e di didattica alternativa con una parte applicativa; Viene offerta una didattica di altissimo livello per affrontare la molteplicità di aspetti scientifici e professionali nell'ambito sanitario e nella gestione manageriale dei dipartimenti farmaceutici; Offerta formativa abilitante rivolte ai docenti delle scuole secondarie riguardanti l'ambito sanitario ed agroalimentare.
Indicatori	Piu' di 2000 iscritti provenienti da tutte le regioni italiane (Studenti Post-Laurea in ambito sanitario; Dirigenti di strutture sanitarie; docenti in ambito sanitario e agroalimentare).
Responsabile/i	Prof. Carlo Cifani , Prof. Ivan Nabissi, Dr. Giulio Nittari;Professori associati ed ordinari della Scuola del Farmaco
Personale coinvolto	Docenti, Post-Doc e dottorandi, docenti esterni, personale amministrativo.
Tempistiche	2025-2026
Sistema di monitoraggio	Esame finale; Questionari di valutazione; Monitoraggio di life-long learning per valutare l'efficacia dei programmi formativi.
Budget previsto	466.000 Euro
Fonti di Finanziamento	Sponsorizzazioni e Borse di Studio della Società Italiana di Farmacia Ospedaliera (SIFO)
Comunicazione e disseminazione	Sito e pagine social UNICAM ; Social networks; Newsletter, eventi pubblici. Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, TV).
Organizzata in collaborazione con	Società Italiana di Farmacia Ospedaliera (SIFO); Società Italiana di Farmacologia (SIF); Ospedale "Papa Giovanni XXIII" Bergamo che rappresenta uno degli Ospedali più tecnologici a livello europeo; Dr.ssa Antonietta Iasiello, (Clinica Spinedi, Orselina, Svizzera), Università di Torino.

<b>Attività n.: 4</b>	
Titolo iniziativa/attività	<b>“Brain Un Viaggio Meraviglioso”</b>
Tematica di riferimento <sup>1</sup>	III-IV – V
Attività prevista (descrizione sintetica)	<p>Corso di formazione sulle neuroscienze rivolto ai docenti delle scuola secondaria di primo grado, primaria e dell’infanzia del territorio, finalizzato all’aggiornamento sulle conoscenze neuroscientifiche applicate alla didattica.</p> <p>Seminari -Viaggi della conoscenza- dedicati agli studenti della scuola secondaria, con un focus specifico sul tema delle dipendenze in adolescenza.</p> <p>Percorso PCTO incentrato sulla ricerca preclinica nel campo delle dipendenze, per avvicinare gli studenti alla metodologia sperimentale e al lavoro del ricercatore in neuroscienze.</p> <p>Progetto “Teen_Spots – Neuroscienze e Dipendenze”, rivolto agli studenti della scuola secondaria, per esplorare in modo interattivo e multidisciplinare il funzionamento del cervello e i meccanismi della dipendenza.</p> <p>Presentazione del libro “Brain, che meraviglia!”, pensato e prodotto per la divulgazione delle neuroscienze nei contesti educativi della scuola primaria e dell’infanzia.</p> <p>Raccolta di testi, libri e volumi sulle neuroscienze, pensata per la consultazione da parte di studenti, insegnanti e curiosi, selezionati per approfondire in modo accessibile e scientificamente accurato i principali temi legati al cervello, al comportamento e alla salute mentale.</p>

---

<sup>1</sup>

- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
- II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
- III. tematica relativa al public engagement
- IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
- V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

Target/Risultati attesi <sup>2</sup>	<p>1- Aumentare la consapevolezza degli studenti sul funzionamento del cervello e sui rischi legati alle dipendenze, promuovendo al contempo una gestione più consapevole delle emozioni e la prevenzione dei comportamenti a rischio. A livello culturale e sociale, contribuisce a contrastare stereotipi e pregiudizi legati ai disturbi del comportamento e alla salute mentale, valorizzando un approccio scientifico, empatico e informato.</p> <p>2- Promozione delle discipline STEM, favorita da un approccio pratico e laboratoriale, dal contatto diretto con la ricerca e dall'utilizzo di strumenti scientifici rafforzando la motivazione allo studio e sottolineando l'importanza della ricerca per la società.</p> <p>3- Innovazione della didattica, sostenendo una scuola più attenta alle neuroscienze, all'inclusione e alla valorizzazione delle potenzialità di ciascun alunno.</p> <p>4. Rafforzare il legame tra ricerca scientifica e società, rendendo accessibili i concetti complessi del funzionamento cerebrale e sensibilizzando in particolare sul tema delle dipendenze e sulla gestione delle emozioni, con un'attenzione speciale alla fascia adolescenziale.</p>
Indicatori	<p>Coinvolgimento di 120 docenti degli istituti comprensivi C. Urbani di Moie (AN) e Coldigioco Mestica di Cingoli (MC)</p> <p>Coinvolgimento di 300 studenti delle scuole superiori secondarie del territorio marchigiano (Fabriano, Camerino, Senigallia, Ancona, Cupramarittima, Matelica)</p> <p>Coinvolgimento di 192 alunni dell'istituto comprensivo Coldigioco-Mestica di Cingoli- sede di Apero</p>
Responsabile/i	Prof. Roberto Ciccocioppo, Dott.ssa Laura Soverchia Dott.ssa Esi Domi, Prof. Massimo Ubaldi
Personale coinvolto <sup>3</sup>	Dottorandi del gruppo di ricerca di neuropsicofarmacologia, Dr.ssa Giulia Bianchini.
Tempistiche <sup>4</sup>	2025-2026
Sistema di monitoraggio <sup>5</sup>	Raccolta di dati quantitativi (numero di partecipanti, scuole coinvolte, ore di attività, materiali prodotti) e qualitativi (osservazioni dei docenti, focus group). E' valutato l'engagement sulle attività scientifiche e STEM degli studenti, l'efficacia didattica per i docenti.
Budget previsto	-

<sup>2</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>3</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>4</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>5</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti



Fonti di Finanziamento <sup>6</sup>	Finanziato dal gruppo di ricerca di neuropsicofarmacologia
Comunicazione e disseminazione <sup>7</sup>	Social della Scuola di Scienze del Farmaco e Prodotti della Salute,
Organizzata in collaborazione con <sup>8</sup>	Formazione post laurea UNICAM Tutorato orientamento placement UNICAM IC Coldigioco- Mestica di Cingoli (MC) IC Carlo Urbani di Moie di maiolati Spontini (AN) Sistema bibliotecario di Ateneo UNICAM

<b>Attività n.: 5</b>	
Titolo iniziativa/attività	<b>Partecipazione a TIPICITA' Festival (Fermo) e organizzazione NUTRIMENTE festival (San Benedetto del Tronto)</b>
Tematica di riferimento <sup>9</sup>	III
Attività prevista (descrizione sintetica)	Gestione stand, attività seminariali e divulgative nell'ambito del cibo con partecipazione degli studenti Unicam
Target/Risultati attesi <sup>10</sup>	Consapevolezza da parte del grande pubblico dell'importanza sociale della tematica del cibo, dell'importanza della preparazione e della formazione nel suo settore per la sua divulgazione e promozione.
Indicatori	Coinvolgimento 10000 persone partecipanti con un'estensione geografica non solo territoriale ma anche internazionale con anche il coinvolgimento dei mass-media
Responsabile/i	Gianni Sagratini, Giovanni Caprioli, Cinzia Mannozi
Personale coinvolto <sup>11</sup>	Gruppi di ricerca Chimica degli Alimenti, Tecnologia alimentare, Biochimica della nutrizione ed altri, studenti Scienze gastronomiche e Biologia della Nutrizione, dottorandi, assegnisti di ricerca
Tempistiche <sup>12</sup>	Marzo (Tipicità), settembre (Nutrimente) 2025/2026

<sup>6</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>7</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>8</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>9</sup>

- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
- II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
- III. tematica relativa al public engagement
- IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
- V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>10</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>11</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>12</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

Sistema di monitoraggio <sup>13</sup>	Interazioni allo stand con il pubblico, partecipazione alle attività da parte del pubblico, like e commenti a post sui social
Budget previsto	10.000 euro
Fonti di Finanziamento <sup>14</sup>	Unicam
Comunicazione e disseminazione <sup>15</sup>	Sito web dell'Ateneo, Social dell'Ateneo e della Scuola di Scienze del Farmaco e Prodotti della Salute, brochure
Organizzata in collaborazione con <sup>16</sup>	Area Comunicazione Unicam, Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria

<b>Attività n.: 6</b>	
Titolo iniziativa/attività	<b>Azioni nell'ambito della Settimana Mondiale sull'Antimicrobico Resistenza</b>
Tematica di riferimento <sup>17</sup>	IV
Attività prevista (descrizione sintetica)	Organizzazione e svolgimento di attività di public engagement negli Istituti di Istruzione Superiore, in Università e negli Ospedali
Target/Risultati attesi <sup>18</sup>	Svolgimento seminari nelle scuole e in università Allestimento di punti informativi in università, negli ospedali e in spazi pubblici. Diffusione dell'evento attraverso interviste, servizi radiotelevisivi e la stampa locale/nazionale
Indicatori	In collaborazione con le agenzie preposte allo scopo, si stanno raccogliendo dati sul consumo territoriale di antimicrobici. Attraverso studi statistici si cercherà di valutare nel tempo (quinquennio) l'eventuale contributo positivo di tali attività sui parametri di prescrizione e consumo a livello territoriale.
Responsabile/i	Prof. Vitali Luca Agostino (SSFPS), Prof.ssa Petrelli Dezemona (SBMV)
Personale coinvolto <sup>19</sup>	Docenti interni e professionisti esterni dell'ambito sanitario

<sup>13</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>14</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>15</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>16</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>17</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>18</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>19</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno



Tempistiche <sup>20</sup>	Programmazione: mesi di settembre e ottobre 2025 Realizzazione: mese di novembre 2025
Sistema di monitoraggio <sup>21</sup>	Partecipazione delle diverse fasce della popolazione coinvolte (numero partecipanti) e
Budget previsto	1000 euro
Fonti di Finanziamento <sup>22</sup>	Interni e sponsorizzazioni (AST, Comuni)
Comunicazione e disseminazione <sup>23</sup>	Social media, piattaforme per la fruizione online dell'evento, sito internet Ateneo, brochure, poster e volantini.
Organizzata in collaborazione con <sup>24</sup>	Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria (UNICAM) e l'UO di Medicina Interna dell'Ospedale di Camerino (AST Macerata)

<b>Attività n.: 7</b>	
Titolo iniziativa/attività	<b>Centro del Sonno</b>
Tematica di riferimento <sup>25</sup>	IV
Attività prevista (descrizione sintetica)	Servizio di diagnostica per disturbi del sonno. Actigrafia, Monitoraggio cardio-respiratorio, video-polisonnografia.
Target/Risultati attesi <sup>26</sup>	Apertura del centro Inizio del servizio di diagnostica per i pazienti
Indicatori	Numero e tipologia di fruitori coinvolti Raggio di azione (provinciale, regionale) Capacità attrattiva di finanziamenti Numero di sponsor/partner Rassegna stampa (numero articoli, servizi sui media)
Responsabile/i	Dott.ssa Luisa de Vivo, Prof. Michele Bellesi (Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria)
Personale coinvolto <sup>27</sup>	Interno

<sup>20</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>21</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>22</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>23</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>24</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

<sup>25</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>26</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>27</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno



Tempistiche <sup>28</sup>	Apertura del centro entro autunno 2025 Inizio delle attività di diagnostica Gennaio 2026 Stipula di protocolli di intesa con ospedali entro Dicembre 2026
Sistema di monitoraggio <sup>29</sup>	Miglioramento del contesto esterno: Creazione di processi di scambio con gli ospedali e le cliniche regionali (numero convenzioni). Incremento delle sponsorizzazioni esterne. Miglioramento della visibilità di UNICAM Bisogni sociali intercettati e interpretati: innovazione e miglioramento dei servizi sanitari al cittadino. Comunicazione e istruzione del territorio Miglioramento del contesto interno: valorizzazione delle infrastrutture di ateneo.
Budget previsto	15000 EUR (Costo actigrafi, consumabili, lenzuola, asciugamani, detersivi, elettrodi, cancelleria, brochures)
Fonti di Finanziamento <sup>30</sup>	Da reperire: bandi nazionali, sponsorizzazioni Fondi interni
Comunicazione e disseminazione <sup>31</sup>	Pubblicazione su social media del gruppo di ricerca e di UNICAM, sul sito di ateneo Divulgazione sul sito dell'Associazione Italiana di Medicina del Sonno Media locali (articoli di giornale) Divulgazione presso ospedali e medici di base della provincia Brochure informative
Organizzata in collaborazione con <sup>32</sup>	Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria

<sup>28</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>29</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>30</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>31</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>32</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



## SCUOLA DI ARCHITETTURA E DESIGN

### Pianificazione delle Attività di Terza Missione

Anni 2025-2026

#### 1. Introduzione e Obiettivi Generali

La Scuola di Ateneo Architettura e Design (SAAD) svolge attività di Terza Missione attraverso ricerca applicata e collaborazioni territoriali. Le competenze principali spaziano dalla progettazione architettonica e pianificazione urbanistica all'innovazione tecnologica e sostenibilità degli edifici, includendo il rilievo e restauro dei beni architettonici e il design di oggetti, servizi e della comunicazione.

L'impegno si concretizza attraverso mostre, eventi divulgativi, collaborazioni con archivi e biblioteche, formazione continua e partecipazione a convegni. La Scuola promuove lo sviluppo sostenibile mediante tavoli di lavoro permanenti e partnership con imprese locali.

Il Centro Laboratori Integrati Condivisi (CLIC) rappresenta il fulcro operativo attraverso cinque laboratori specializzati: LAB#ENERGY per il controllo ambientale ed energetico, LAB#DIAGNOSTICS per rilievo e restauro, LAB#MULTIMEDIA per la comunicazione digitale, LAB#AUTOMATION per la domotica e LAB#PROTOTYPE per modelli e prototipi. ([link:https://saad.unicam.it/scuola/sedi-e-strutture/laboratori-clic](https://saad.unicam.it/scuola/sedi-e-strutture/laboratori-clic))

Tre Spin-off attivi sul territorio arricchiscono l'offerta: EcoDesignLab nell'eco-innovazione, PEnSy nell'efficienza energetica, ed EcCOItaly nell'edilizia sostenibile (<https://saad.unicam.it/scuola/impresa-e-territorio/spin>).

Le diverse tipologie di borse – PON D.M. 1061, PNRR (D.M. 351/352, D.M. 118/119), Dottorati Innovativi Regione Marche, Dottorati di Interesse Nazionale, borse previste da accordi-quadro con Atenei esteri, borse cofinanziate da imprese, enti o consorzi – sono monitorate e supportate con strumenti e procedure consolidati.

#### **Obiettivi**

La strategia si sviluppa su due direttrici principali. Sul fronte interno, l'attenzione è rivolta alla valorizzazione della ricerca, allo sviluppo brevettuale, all'incremento delle attività conto terzi e allo stimolo dell'imprenditorialità. Sul versante esterno, ci si concentra sulla diffusione delle conoscenze, sul potenziamento delle strutture e sull'intensificazione degli eventi divulgativi.

La SAAD partecipa attivamente alle Piattaforme tecnologiche e tematiche e ai Cluster Tecnologici Regionali allineati alla Strategia di Specializzazione Intelligente (S3) della regione Marche e sostiene progetti specifici di Ateneo come la Start Cup Marche e l'Unicam Business Game per incentivare lo spirito imprenditoriale dell'intera comunità accademica.

Per coordinare efficacemente queste attività, è stata istituita una Commissione SAAD per la terza missione che opera in sinergia con le funzioni di Orientamento, Promozione e Comunicazione. Questa organizzazione mira a rafforzare il ruolo della SAAD come ponte tra accademia e territorio, promuovendo innovazione e sviluppo sostenibile nella regione Marche.



La SAAD ha organizzato due eventi significativi dal titolo “La ricerca in SAAD” che hanno fornito un quadro generale e una prima mappatura della ricerca all’interno della Scuola. Un seminario (1-2 marzo 2023) riguardante lo stato dell’arte delle ricerche finanziate con bandi competitivi (europei, nazionali, regionali) e un secondo seminario (18-19 luglio 2023) dedicato alle attività e ai progetti in convenzione con enti pubblici, imprese, consorzi o fondazioni e agli interessi di ricerca dei ricercatori (v. allegato). Tali eventi, oltre a rappresentare un momento importante di confronto e di discussione interna alla SAAD e aver reso visibile all’esterno le attività di ricerca della Scuola, hanno offerto un consistente bagaglio di informazioni per la strutturazione del programma delle attività riguardanti la terza Missione della SAAD.

## 2. Analisi del Contesto

### *Analisi dei Bisogni del Territorio Marchigiano*

Gli attori del territorio marchigiano esprimono esigenze diversificate che richiedono risposte integrate e multidisciplinari. I distretti manifatturieri storici e le PMI manifestano necessità di supporto per l’innovazione dei processi produttivi, la digitalizzazione e l’efficientamento energetico delle strutture, mentre il settore dell’artigianato cerca soluzioni per valorizzare le tecniche tradizionali in chiave contemporanea. Le imprese edili richiedono competenze specifiche per l’implementazione di soluzioni costruttive innovative e sostenibili.

Gli enti locali e le istituzioni evidenziano la necessità di strumenti per la pianificazione urbanistica e territoriale integrata e la gestione del patrimonio pubblico, insieme all’esigenza di sviluppare strategie efficaci per il contrasto allo spopolamento delle aree interne e politiche di rigenerazione urbana sostenibile. Le comunità locali, dal canto loro, esprimono una forte domanda di spazi pubblici inclusivi e accessibili, servizi innovativi per migliorare la qualità della vita e soluzioni per preservare l’identità culturale del territorio.

Questi bisogni si traducono in ambiti di intervento specifici che spaziano dalla progettazione architettonica, con focus sulla riqualificazione dei centri storici e la gestione delle pressioni turistiche nelle aree costiere, all’innovazione tecnologica per l’efficientamento energetico e la sicurezza sismica, alla pianificazione urbanistica, territoriale e paesaggistica, ai piani di adattamento climatico. Il settore del restauro richiede tecniche innovative per la tutela del patrimonio storico, mentre l’ambito del design è chiamato a supportare l’innovazione dei processi produttivi, sviluppare servizi per l’inclusione sociale e definire strategie di comunicazione per la valorizzazione territoriale.

La complessità di queste esigenze richiede un approccio sistemico che sappia integrare competenze diverse e creare sinergie tra gli attori del territorio, promuovendo uno sviluppo sostenibile e inclusivo che rispetti e valorizzi le peculiarità locali.

Attualmente La SAAD ha in attivo diverse partnership con enti, aziende, scuole e organizzazioni territoriali che sono state censite fino al 2023 in occasione dei seminari “La ricerca in SAAD” (v. allegato).



### 3. Programmazione attività

<b>Attività n.: 1</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	<b>Censimento digitale e valorizzazione online delle attività di Public Engagement della Scuola di Architettura e Design</b>
<b>Tematica di riferimento<sup>1</sup></b>	Public Engagement e comunicazione digitale
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Il censimento prevede la raccolta sistematica e la documentazione strutturata delle attività di Public Engagement sul nuovo sito web della SAAD, attraverso schede descrittive standardizzate. L'aggiornamento continuo della sezione dedicata e l'ottimizzazione dei contenuti per i canali digitali della Scuola garantiranno maggiore visibilità alle iniziative, amplificando la capacità di coinvolgimento degli stakeholder e potenziando l'impatto sociale delle attività
<b>Target/Risultati attesi<sup>2</sup></b>	Database online completo e aggiornato delle attività di Terza Missione Maggiore visibilità e accessibilità delle iniziative attraverso il sito web Documentazione strutturata e facilmente consultabile Efficace narrazione digitale dell'impatto sociale della SAAD
<b>Indicatori</b>	Numero di attività pubblicate sul sito Completezza delle schede informative Regolarità degli aggiornamenti Statistiche di accesso alla sezione dedicata Qualità e uniformità della documentazione online
<b>Responsabile/i</b>	Responsabile e delegati per la Terza Missione SAAD Responsabile Comunicazione SAAD
<b>Personale coinvolto<sup>3</sup></b>	Responsabile Visual SAAD Gestori del sito web
<b>Tempistiche<sup>4</sup></b>	Inizio giugno 2025- fine dicembre 2026 (aggiornamento continuo)
<b>Sistema di monitoraggio<sup>5</sup></b>	Verifica trimestrale dell'inserimento delle attività sul sito web della SAAD Controllo della qualità e completezza delle informazioni pubblicate Supervisione dell'aggiornamento della sezione dedicata Valutazione dell'efficacia comunicativa dei contenuti
<b>Budget previsto</b>	Attività realizzata con risorse interne, senza budget aggiuntivo
<b>Fonti di Finanziamento<sup>6</sup></b>	Attività realizzata con risorse interne, senza budget aggiuntivo

- <sup>1</sup>
- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
  - II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
  - III. tematica relativa al public engagement
  - IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
  - V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>2</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>3</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>4</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>5</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>6</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni



<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>7</sup>	Sito Web e canali social media della SAAD
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>8</sup>	Delegato alla comunicazione SAAD Personale tecnico amministrativo della SAAD

<b>Attività n.: 2</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	<b>Laboratorio della qualità dell'abitare (QuAbit)</b>
<b>Tematica di riferimento</b>	Public Engagement e trasferimento tecnologico
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>Potenziamento dell'attività di trasferimento tecnologico sul piano regionale, nazionale e internazionale attraverso la fondazione del Laboratorio della qualità dell'abitare (QuAbit). QuAbit sarà un'infrastruttura tecnologica multidisciplinare strutturata intorno ad un nucleo già presente all'interno della SAAD, rappresentato dai laboratori CLIC, oggi prevalentemente utilizzati per scopi didattici e solo parzialmente per la ricerca. Il laboratorio QuAbit, oltre a favorire lo sviluppo delle attività interdisciplinari della Scuola, dovrà stabilire interazioni con gli altri laboratori presenti nell'Ateneo di Camerino, con i "Cluster tecnologici della Regione Marche", ma soprattutto dovrà offrire al territorio piceno una struttura tecnologicamente avanzata in grado di dare una forte spinta all'innovazione e allo sviluppo del territorio, offrendo servizi di alto livello, favorendo, la qualità dei prodotti (materiali e immateriali), intesi alle diverse scale, che incidono sulla qualità dell'abitare. Il nucleo centrale, Osservatorio per la Qualità dell'Abitare supporterà la progettazione e la pianificazione strategica attraverso lo sviluppo di una piattaforma operativa in grado di raccogliere, archiviare, elaborare, mappare, spazializzare ed integrare i dati provenienti dai differenti ambiti (morfologico, demografico, materico, climatico, ambientale, sanitario, etc) dell'ecosistema urbano, rendendoli accessibili agli operatori e portatori di interesse.</p> <p>Il Laboratorio, in un primo momento, si avvarrà del CLIC (Centro Laboratori Integrati e Condivisi). Successivamente, in forma di gemmazione, le attrezzature all'interno dei singoli Laboratori, dovranno trasformarsi in Ambienti Digitali Avanzati (ADA), fortemente interconnessi e trasversali tra loro, forniti di equipaggiamenti adatti a realizzare test, prove e verifiche, secondo le diverse caratteristiche e competenze disciplinari, con dispositivi per il controllo, monitoraggio, elaborazione, simulazione visualizzazione e comunicazione delle informazioni.</p>
<b>Target/Risultati attesi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- accrescere le condizioni di sicurezza, attraverso la valutazione dei rischi connessi a cause naturali o antropiche per favorire ogni azione di prevenzione e pianificazione ottimale delle risorse;</li><li>- favorire un rapporto innovativo tra città e natura e la formazione di un "atlante dinamico" dello spazio antropico attraverso l'elaborazione e l'interpretazione di dati multidimensionali, utili a misurare gli effetti delle interazioni tra attività antropiche e quelle naturali;</li></ul>

<sup>7</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>8</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sviluppare , attraverso l'elaborazione, in tempo reale, di scenari mutevoli ed evolutivi e lo sviluppo di progettazione generativa per consentire l'esplorazione di spazi di progettazione alle diverse scale urbane e territoriali;</li> <li>- produrre, attraverso strumenti digitali avanzati (multimediali e immersivi), la piena valorizzazione dell'ingente patrimonio culturale del territorio, favorendo la consapevolezza sociale dei beni posseduti e diffondendo la conoscenza a favore delle comunità, di scuole e università, degli operatori turistici.</li> </ul>
<b>Indicatori</b>	<p>Numero di attività pubblicate sul sito            Completezza delle schede informative            Regolarità degli aggiornamenti            Statistiche di accesso alla sezione dedicata            Qualità e uniformità della documentazione online</p>
<b>Responsabile/i</b>	<p>Responsabili dei laboratori CLIC/QuAbit            Personale tecnico amministrativo della SAAD</p>
<b>Personale coinvolto</b>	<p>Docenti e tecnici di Laboratorio SAAD</p>
<b>Tempistiche</b>	<p>Inizio giugno 2025- fine dicembre 2026 (aggiornamento continuo)</p>
<b>Sistema di monitoraggio</b>	<p>Monitoraggio trimestrale delle fasi di realizzazione del laboratorio secondo cronoprogramma            Monitoraggio delle richieste di servizi da parte del territorio            Report sulle attività svolte e sui progetti realizzati            Valutazione dell'impatto sul territorio attraverso feedback degli stakeholder            Verifica dell'aggiornamento dei contenuti sulla piattaforma web dedicata            Analisi annuale degli indicatori di performance del laboratorio (numero progetti, collaborazioni, servizi erogati)</p>
<b>Budget previsto</b>	<p>~4.000.000 euro</p>
<b>Fonti di Finanziamento</b>	<p>PNRR Piano complementare nei territori colpiti dal sisma 2009-2016, Sub-misura A4,</p>
<b>Comunicazione e disseminazione</b>	<p>Sito Web Unicam            Sito Web SAAD            Canali social media della SAAD</p>
<b>Organizzata in collaborazione con</b>	<p>Responsabili QuAbit</p>

<b>Attività n.: 3</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	<b>Aggiornamento delle attività di ricerca della SAAD 2023-2026</b>
<b>Tematica di riferimento</b>	Public Engagement e trasferimento tecnologico
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Seminario sulla ricerca sviluppata nella SAAD, dedicati alle ricerche finanziate con bandi competitivi (europei, nazionali, regionali), alle attività e ai progetti, con uno spazio dedicato anche agli interessi di ricerca delle ricercatrici e dei ricercatori della SAAD
<b>Target/Risultati attesi</b>	<p>Maggiore visibilità della ricerca SAAD presso stakeholder e comunità scientifica            Incremento delle collaborazioni interdisciplinari            Potenziamento del networking con enti di ricerca e aziende</p>



	Facilitazione del trasferimento tecnologico Stimolo a nuove progettualità competitive
<b>Indicatori</b>	Nuovi progetti e collaborazioni generate a seguito dei seminari
<b>Responsabile/i</b>	Delegati alla ricerca
<b>Personale coinvolto</b>	Delegati alla ricerca personale tecnico amministrativo ricercatori della SAAD
<b>Tempistiche</b>	entro il 2026
<b>Sistema di monitoraggio</b>	Raccolta feedback dai partecipanti Analisi dell'impatto comunicativo Verifica delle ricadute in termini di networking e nuove collaborazioni
<b>Budget previsto</b>	Attività realizzata con risorse interne, senza budget aggiuntivo
<b>Fonti di Finanziamento</b>	Attività realizzata con risorse interne, senza budget aggiuntivo
<b>Comunicazione e disseminazione</b>	Sito Web Unicam Sito Web SAAD Canali social media della SAAD
<b>Organizzata in collaborazione con</b>	Delegato alla comunicazione della SAAD



## SCUOLA DI BIOSCIENZE E MEDICINA VETERINARIA

# Pianificazione delle Attività di Terza Missione

Anni 2025-2026

### 1. Introduzione e Obiettivi Generali

*Specificare in una sintesi discorsiva qual è la visione e come la Scuola di Ateneo intende contribuire alla società attraverso la terza missione descrivendo gli obiettivi principali per l'anno successivo*

*La Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria intende contribuire alla società con alcune azioni di terza missione impegnandosi a mettere in campo le capacità dei propri afferenti al fine di produrre valore per la collettività, agendo come volano di sviluppo socio-economico, culturale e tecnologico. Verranno intraprese iniziative ricadenti nelle seguenti tematiche relative a:*

- I. trasferimento tecnologico*
- II. produzione, gestione di beni pubblici*
- III. public engagement*
- IV. scienze della vita e salute*

*Prendendo come riferimento l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, le azioni proposte mirano a valorizzare le competenze di docenti, ricercatori e tecnici attraverso azioni che consentano di interagire in modo efficace con la comunità locale, le imprese e gli altri stakeholders presenti sul territorio, per coinvolgerli e stimolarli su aspetti legati alla educazione ambientale, al benessere dell'uomo, degli animali e dell'ambiente secondo l'approccio "One Health".*

*Per il biennio 2025-26, le azioni proposte intendono realizzare una serie di seminari, incontri e sperimentazioni con il coinvolgimento diretto delle categorie di soggetti pubblici e privati per comunicare e diffondere conoscenza sulle tematiche suddette.*

### 2. Analisi del Contesto

- Analisi dei Bisogni del Territorio: Identificare le esigenze della comunità locale, delle imprese e di altri stakeholder.*
- Collaborazioni in Corso: Elencare eventuali partnership con enti, aziende, scuole, organizzazioni non profit, ecc.*

*Le azioni proposte rispondono alle esigenze del territorio in merito a:*

*-l'educazione ambientale: problemi come il riscaldamento globale, la sostenibilità ambientale, l'interazione tra animali domestici e selvatici, l'uso di antibiotici e vaccini, il rispetto del benessere animale, le attività di caccia/pesca, sono spesso divisivi e creano fronti contrapposti di pensiero; proponendoli però come spunti di ragionamento in seno a temi di più ampio respiro, in modo da contestualizzare gli specifici problemi, potrebbero evitare o quantomeno*



*attuire i possibili conflitti tra le parti contrapposte. Collaborazioni con: Festa di Scienza e Filosofia di Foligno/Fabriano, FOSFORO la Festa della Scienza, Passaggi Festival, SHARPER;*

*-la salvaguardia della salute dell'uomo e degli animali: il Centro del sonno, l'impiego di integratori probiotici, prebiotici, sinbiotici e postbiotici per l'uomo e gli animali saranno al centro di azioni che le imprese, così come altri stakeholders del territorio (Enti locali, Regione Marche), hanno più volte richiesto sollecitando interventi volti a migliorare la salute e il benessere delle persone e dei lavoratori, in un'ottica di prevenzione e promozione della salute. Collaborazioni con: imprese, Enti locali, regione Marche.*

*-l'ambiente: la gestione di aree naturali in termini di supporto alle Amministrazioni Comunali per il monitoraggio delle specie vegetali di maggiore valenza per la biodiversità e la supervisione delle specie alloctone per valutarne lo stato di invasività, e la gestione di precisione di un apiario didattico presso l'OVUD di Matelica, mediante il monitoraggio digitalizzato del comportamento delle api, rappresentano le principali azioni che verranno messe in campo per contribuire a salvaguardare l'ambiente nelle sue molteplici sfaccettature. Collaborazioni con: Comuni, Enti locali, Regione Marche, Associazioni Apicoltori.*

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 1</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Studio di integratori alimentari per il benessere dell'uomo e dell'animale.
<b>Tematica di riferimento<sup>1</sup></b>	Trasferimento tecnologico; Imprenditorialità Accademica.
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Dopo ben 20 anni di collaborazione, dalla fondazione dello spin-off SYNBIOTEC da parte di ricercatori UNICAM, si conferma l'interesse a mantenere e sviluppare proficui rapporti di collaborazione con l'azienda per lo svolgimento di iniziative e attività di formazione e di ricerca, sviluppo tecnologico ed innovazione. Questo rapporto verrà realizzato attraverso l'attivazione di collaborazioni scientifiche e/o didattiche su temi specifici di comune interesse, come la salute dell'uomo e degli animali, favorita dall'utilizzo di integratori probiotici, prebiotici, sinbiotici e postbiotici, prodotti funzionali dei quali l'azienda si occupa nel suo obiettivo di ricerca e sviluppo e il cui studio risulta in comune con linee di ricerca di gruppi della scuola. La collaborazione si avrà anche nell'organizzazione di convegni e seminari utili a sensibilizzare anche la popolazione su queste tematiche, inoltre l'azienda è stata e continua ad essere sede di stage, tirocini formativi e di orientamento e di altre attività didattiche e divulgative per gli studenti universitari. Anche l'attivazione di borse di studio e dottorati industriali, o assegni di ricerca sviluppati all'interno di progetti condivisi, potranno essere motivi di ulteriore collaborazione per l'impiego di studenti e giovani laureati.
<b>Target/Risultati attesi<sup>2</sup></b>	Risultati ottenuti per migliorare i prodotti, sviluppo tecnologico ed innovazione.
<b>Indicatori</b>	Risultati ottenuta dal Dottorato di ricerca
<b>Responsabile/i</b>	Stefania Silvi
<b>Personale coinvolto<sup>3</sup></b>	Borsisti e candidati PhD

<sup>1</sup>

- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
- II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
- III. tematica relativa al public engagement
- IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
- V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle diseguaglianze

<sup>2</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>3</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno



<b>Tempistiche<sup>4</sup></b>	Attività di laboratorio per lo studio del Microbiota intestinale dei bambini sino alla fine del 2026.
<b>Sistema di monitoraggio<sup>5</sup></b>	
<b>Budget previsto</b>	25.000 euro
<b>Fonti di Finanziamento<sup>6</sup></b>	Progetti di ricerca, contratti per ricerca e servizi
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>7</sup></b>	Eventuali pubblicazioni dal dottorato
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>8</sup></b>	Symbiotech

---

<sup>4</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>5</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>6</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>7</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>8</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 2</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Promozione e gestione del: Centro Ricerche Floristiche dell'Appennino e Orto Botanico presso il Parco Nazionale del Gran Sasso; Arboretum Apenninicum.
<b>Tematica di riferimento<sup>9</sup></b>	PRODUZIONE, GESTIONE DI BENI PUBBLICI; Produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali.
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>il Centro Ricerche Floristiche dell'Appennino presso il Parco Nazionale del Gran Sasso, nel comune di Barisciano (AQ) presso il monastero di San Colombo è stato fondato dal Prof. Fabio Conti. In questi anni è stato realizzato un erbario di 80.000 reperti dei quali 65.000 determinati, informatizzati e ordinati per famiglie, generi e specie in ordine alfabetico. Nel 2009 è stato inoltre realizzato un Orto Botanico ai piedi del Monastero di San Colombo, del quale abbiamo la supervisione scientifica.</p> <p>Oltre alle attività di ricerca si organizzano eventi di trasferimento delle conoscenze rivolte alle scolaresche, universitari e cittadini attraverso organizzate con il Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga, Società Botanica Italiana, associazioni e pro loco:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- visite guidate al Centro e all'Orto Botanico (centinaia di visitatori di passaggio italiani e stranieri, scolaresche, università);</li> <li>- escursioni guidate per l'osservazione della flora, fioriture particolari, specie di interesse conservazionistico (20-100 persone per ogni escursione);</li> <li>- laboratori per la realizzazione di erbari presso le scuole;</li> <li>- corsi di tintura naturale</li> </ul> <p>L'Arboretum Apenninicum è una collezione in situ di esemplari arborei e arbustivi, aggregati al fine di formare piccole comunità forestali tipiche dell'Appennino. La gestione è affidata alla Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria – Struttura Operativa Biodiversità vegetale e Gestione degli Ecosistemi, sotto la supervisione del Prof. Giandiego Campetella e coordinamento del Dott. Marco Cervellini.</p> <p>L'arboreto è stato impiantato nel 1990, per iniziativa del prof. Franco Pedrotti, nei pressi del villaggio di Tuseggia, a circa 3 km di distanza dal centro storico di Camerino; esso si estende su un'area collinare di 10 ettari compresa fra 495 e 582 metri di quota.</p> <p>Il principale scopo dell'impianto è quello della divulgazione scientifica, ed in particolare mostrare i principali tipi di foresta dell'Appennino, come lecceta, cerreta, faggeta, ma anche altri tipi di formazioni vegetazionali come quelle ripariali. Secondariamente l'arboreto ha uno scopo estetico volto a comunicare la bellezza degli alberi e dei boschi, così come l'importanza ecologica della foresta</p>

<sup>9</sup>

- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
- II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
- III. tematica relativa al public engagement
- IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
- V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze



	per la difesa del suolo e, nel contesto di cambiamenti climatici sempre più incombenti, la mitigazione locale del clima. Recentemente è stato realizzato un percorso didattico che permette di attraversare le principali formazioni forestali impiantate, supportato da pannelli didattici. Sono state effettuate le prime visite guidate.
<b>Target/Risultati attesi<sup>10</sup></b>	I risultati attesi sono quelli relativi alla generazione di un impatto scientifico/culturale sulla collettività, comunicando l'importanza della biodiversità vegetale con approcci di riconoscimento delle specie e relativa caratterizzazione ecologica. Valorizzazione degli ecosistemi forestali in funzione dei loro contributi naturali alla stabilizzazione del territorio e alla lotta ai cambiamenti climatici incipienti.
<b>Indicatori</b>	Numero di visitatori, numero di scuole o associazioni interessate, schede di gradimento delle visite, Monitoraggio siti internet.
<b>Responsabile/i</b>	Prof. Fabio Conti, Prof. Campetella
<b>Personale coinvolto<sup>11</sup></b>	Marco Cervellini, Stefano Chelli
<b>Tempistiche<sup>12</sup></b>	Primavera estate 2025; primavera estate 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>13</sup></b>	Predisposizione di schede per valutare l'apprendimento e il gradimento delle varie esperienze effettuate dalla collettività.
<b>Budget previsto</b>	4000 euro Arboretum Apenninum; 6000 euro Centro Ricerche Floristiche dell'Appennino e relativo Orto Botanico
<b>Fonti di Finanziamento<sup>14</sup></b>	UNICAM - Parco Nazionale del Gran Sasso
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>15</sup></b>	Siti Internet, preparazione di eventi e seminari, escursioni.
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>16</sup></b>	Parco Nazionale del Gran Sasso Monti della Laga

<sup>10</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>11</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>12</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>13</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>14</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>15</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>16</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 3</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Promozione e gestione della Riserva naturale dello Stato Montagna di Torricchio.
<b>Tematica di riferimento<sup>17</sup></b>	PRODUZIONE, GESTIONE DI BENI PUBBLICI; Produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali.
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>La riserva naturale Montagna di Torricchio è un'area naturale protetta di proprietà dell'Università di Camerino, situata nei comuni di Monte Cavallo e Pieve Torina, in provincia di Macerata e che il Consiglio d'Europa ha elevato a riserva biogenetica. Si tratta di un'area inserita nella val di Tazza, affluente del fiume Chienti, tra le pendici del Monte Fema, Monte Cetrognola e Monte Torricchio ad una altitudine che va da 820 metri s.l.m. a 1491 metri in cui sono presenti tutti i tipici elementi della montagna medio appenninica.</p> <p>L'area è una riserva quasi totalmente integrale, per non pregiudicare i processi dinamici della popolazione floristica e faunistica e quindi le attività di studio ad essi connesse, che rappresentano le finalità più importanti dell'area; perciò, non vi si può accedere senza l'autorizzazione dell'ente gestore, la quale viene rilasciata solo per motivi di studio, ricerca e didattici.</p> <p>Sono in corso alcuni interventi finalizzati a dotare la Riserva di strutture idonee da destinare a sede e centro visite, tra le quali la ristrutturazione del Casale Piscini, inoltre sono presenti sentieri con cartellonistica nell'idea di aprire l'area a scuole e gruppi a fini didattici.</p>
<b>Target/Risultati attesi<sup>18</sup></b>	I risultati attesi sono quelli relativi alla generazione di un impatto scientifico/culturale sulla collettività, comunicando l'importanza della riserva stessa come infrastruttura di ricerca che ospita le attività di ricercatori provenienti da diverse istituzioni nazionali ed internazionali. Mantenere la qualità dell'area protetta e favorire lo sviluppo e l'attuazione di progetti innovativi e continui nel tempo, tali da far permanere l'area nel prestigioso LTER-IT (Italian Long-Term Ecosystem Research Network).
<b>Indicatori</b>	Numero di ricerche/progetti/gruppi di ricerca che svolgono le loro attività di indagine nella riserva, Monitoraggio siti internet.
<b>Responsabile/i</b>	Prof. Roberto Canullo, Prof. Campetella
<b>Personale coinvolto<sup>19</sup></b>	Marco Cervellini, Stefano Chelli

<sup>17</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>18</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>19</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno



<b>Tempistiche<sup>20</sup></b>	L'accoglienza dei ricercatori è prevista nel periodo primaverile estivo
<b>Sistema di monitoraggio<sup>21</sup></b>	Pubblicazioni e progetti in essere
<b>Budget previsto</b>	130.000
<b>Fonti di Finanziamento<sup>22</sup></b>	Regione Marche; Ministero dell'Ambiente; UNICAM
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>23</sup></b>	Pubblicazioni
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>24</sup></b>	Regione Marche

---

<sup>20</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>21</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>22</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>23</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>24</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 4</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Corsi per Carabinieri Forestali ed operatori botanici coinvolti nell'Inventario Forestale Nazionale 2025-2030
<b>Tematica di riferimento<sup>25</sup></b>	PRODUZIONE, GESTIONE DI BENI PUBBLICI; campo d'azione: apprendimento permanente e didattica aperta
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>Il monitoraggio delle risorse forestali mediante gli inventari forestali nazionali costituisce una infrastruttura informativa cruciale a livello globale. I dati ottenuti forniscono la base conoscitiva per la politica di gestione del territorio e per una stima approfondita dello stato delle foreste e la valutazione e il reporting nazionale e internazionale delle loro condizioni.</p> <p>Il nuovo Inventario prevede il passaggio da una rilevazione periodica a una continua per produrre stime su base annuale e comprende una maggiore attenzione alla biodiversità forestale e alle utilità ecosistemiche. Il nostro gruppo di ricerca è coinvolto direttamente nella stima della diversità vegetale dell'INVENTARIO, ed è il responsabile degli standard previsti e dei corsi di addestramento per i Carabinieri Forestali del CUFA che effettueranno foto e rilevamenti di alcuni gruppi funzionali (oltre 170 operatori) e di 16 esperti botanici che effettueranno stime di campo più approfondite su un sottocampione di punti.</p>
<b>Target/Risultati attesi<sup>26</sup></b>	Il target è quello di generare un expertise negli operatori in grado di rilevare correttamente le variabili previste seguendo con attenzione il protocollo. Oltre a ciò, l'obiettivo è anche quello di intercalibrare gli osservatori su degli standard di qualità accettabili in modo da ottenere un campione di informazioni rappresentativo.
<b>Indicatori</b>	Indicatori sull'impatto di queste attività emergeranno dalle prime analisi dei dati e dal livello di difficoltà incontrato dai rilevatori durante la campagna.
<b>Responsabile/i</b>	Prof. Canullo, Prof. Campetella
<b>Personale coinvolto<sup>27</sup></b>	Marco Cervellini e due dottorandi
<b>Tempistiche<sup>28</sup></b>	Maggio – Settembre 2025: monitoraggio delle attività degli operatori sul campo; ottobre 2025-Febbraio 2026 analisi dei dati; Marzo 2026 nuovo corso di intercalibrazione; Aprile 2026 – Ottobre 2026 monitoraggio attività di campo della campagna rilevamenti 2026.

<sup>25</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>26</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>27</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>28</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi



<b>Sistema di monitoraggio<sup>29</sup></b>	
<b>Budget previsto</b>	10.000 euro
<b>Fonti di Finanziamento<sup>30</sup></b>	Accordo UNICAM – CUFA per IFNI 2025
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>31</sup></b>	Seminari, Convegni ed attività di disseminazione varie stabilite dal CUFA e dal Crea
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>32</sup></b>	CUFA (Carabinieri Forestali) e Crea

---

<sup>29</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>30</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>31</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>32</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 5</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Rapporto UNICAM - Riserva naturale Sentina
<b>Tematica di riferimento<sup>33</sup></b>	PRODUZIONE, GESTIONE DI BENI PUBBLICI; Produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>Saranno svolte le seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinamento scientifico e raccordo di tutti gli studi e le ricerche (UNICAM e non) da svolgere nell'area della Riserva Naturale Regionale Sentina, comprensiva della parte terrestre e marina del Sito Natura 2000 IT5340001. Gli eventuali studi dovranno essere coordinati e coerenti con il Piano di Gestione della Riserva Sentina, con le Misure di Conservazione terrestri e marine del Sito Natura 2000 e con le vigenti normative regionali e nazionali riguardanti le aree protette;</li> <li>• Contributo alla redazione di ulteriori progetti di ricerca e monitoraggio attraverso la selezione di bandi locali, regionali, nazionali ed europei finalizzati alla conservazione degli ambienti naturali e della biodiversità;</li> <li>• Supporto per la progettualità della Riserva Sentina operando uno stretto legame tra decisori politici, progettisti/tecnici e ricercatori, al fine di applicare le migliori soluzioni progettuali agli interventi in programma così da garantire una maggior tutela di habitat e specie.</li> </ul> <p>2) Monitoraggio floristico</p> <p>Descrizione attività:</p> <p>Si propongono le seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• proseguimento monitoraggio delle specie vegetali reintrodotte/in corso di reintroduzione nella Riserva Naturale Regionale Sentina;</li> <li>• proseguimento del monitoraggio delle specie vegetali di maggiore valenza conservazionistica della Riserva Sentina, già studiate nel progetto Life e relativo AfterLife;</li> <li>• selezione/individuazione di ulteriori specie dunali e retrodunali e/o legate a zone umide, precedentemente estinte dall'area e idonee ad essere reintrodotte;</li> <li>• valutazione ecologica delle specie vegetali attualmente presenti, ma a forte rischio di scomparsa, per poi procedere alla moltiplicazione e alla diffusione (ad opera di collaboratori del Comune e della Riserva);</li> <li>• controllo piante alloctone attraverso valutazione dello status di invasività e supervisione nelle modalità di eradicazione;</li> </ul>

<sup>33</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• proposta e eventuale assistenza scientifica per interventi puntiformi (piccoli scavi) volti alla creazione di variazioni micromorfologiche del terreno al fine di creare le condizioni ambientali idonee per le piante più minacciate;</li> <li>• incontri con agricoltori e operatori locali per segnalare la presenza di piante minacciate di estinzione al fine di salvarle;</li> <li>• assistenza scientifica in opere realizzate nella Riserva Sentina, aventi un impatto diretto/indiretto sulla flora.</li> </ul>
<b>Target/Risultati attesi<sup>34</sup></b>	Implementare conservazione degli ambienti naturali e della biodiversità della riserva Sentina; mantenimento delle specie vegetali di maggiore valenza conservazionistica della Riserva Sentina, già studiate nel progetto Life e relativo AfterLife
<b>Indicatori</b>	Attività di monitoraggio indicate nel progetto
<b>Responsabile/i</b>	Prof. Stefano Chelli, prof. Fabio Conti;
<b>Personale coinvolto<sup>35</sup></b>	Dott. Luca Brachetti
<b>Tempistiche<sup>36</sup></b>	Avvio nel mese di giugno 2025, conclusione nel mese di giugno 2028
<b>Sistema di monitoraggio<sup>37</sup></b>	Il sistema di monitoraggio si basa sul numero e tipologia di progetti secondari che scaturiscono dal rapporto UNICAM – Riserva Sentina, facendo riferimento a progettualità relativa a bandi regionali, nazionali ed europei. Rispetto alla biodiversità, il monitoraggio può basarsi sulla quantificazione nel tempo delle risorse presenti e se queste sono mantenute o subiscono variazioni (ad esempio, la superficie degli habitat, il numero di specie complessivo, il numero di specie di interesse conservazionistico, il numero di specie aliene invasive, ecc.)
<b>Budget previsto</b>	72.000 €
<b>Fonti di Finanziamento<sup>38</sup></b>	Fondi del Comune di San Benedetto del Tronto (Ente Gestore della Riserva Naturale Regionale Sentina) e valorizzazione del personale interno
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>39</sup></b>	
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>40</sup></b>	Comune di San Benedetto

<sup>34</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>35</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>36</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>37</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>38</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>39</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>40</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 6</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Registro Tumori Regione Marche
<b>Tematica di riferimento<sup>41</sup></b>	Epidemiologia Umana; Tumori
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>Il Registro Tumori della Regione Marche fu istituito inizialmente nel 1991 come Registro Tumori della Provincia. L'attuale Registro Tumori della Regione Marche (RTM) si è evoluto fino a coprire dal 2015 l'intera regione, a seguito dell'integrazione con la DGR 1629/2013. Impegnata ad aderire agli standard internazionali, RTM garantisce una rigorosa raccolta e gestione dei dati. Accreditato nel 2020, garantisce la sicurezza e la riservatezza dei dati fornendo al contempo preziosi spunti per monitorare le tendenze relative all'incidenza e alla prevalenza del cancro, supportare la ricerca, valutare programmi di screening e pianificare iniziative di prevenzione. L'RTM svolge un ruolo cruciale nel monitoraggio della patologia regionale, correlando i cambiamenti (mortalità, incidenza, prevalenza) a vari fattori (trend sesso ed età specifici, clustering geografico, esposizione a contaminanti ambientali), valutando le attività di prevenzione e aiutando la pianificazione della sanità pubblica. Attraverso collaborazioni con società scientifiche, migliora la sua capacità di integrare e analizzare dati clinici, genomici e terapeutici, promuovendo così il suo ruolo nella ricerca sul cancro e nella gestione completa delle informazioni relative al cancro.</p>
<b>Target/Risultati attesi<sup>42</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Copertura completa e aggiornata dei dati</b> relativi all'incidenza, prevalenza e mortalità per tumore sull'intero territorio regionale, garantendo la rappresentatività e la qualità dell'informazione epidemiologica.</li> <li>● <b>Rafforzamento della capacità analitica</b> del RTM mediante l'integrazione di dati clinici, genomici e terapeutici, per una migliore comprensione dell'eziologia, della progressione e dell'efficacia terapeutica nei vari tipi di tumore.</li> <li>● <b>Supporto scientifico e operativo alla sanità pubblica</b>, per la valutazione dei programmi di screening oncologico, l'analisi dell'efficacia degli interventi di prevenzione e la pianificazione dei servizi sanitari regionali.</li> <li>● <b>Monitoraggio continuo delle tendenze epidemiologiche</b>, con particolare attenzione alle variazioni per sesso, età, area geografica ed esposizione ambientale, al fine di individuare precocemente eventuali criticità sanitarie.</li> </ul>

<sup>41</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>42</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Produzione regolare di report e pubblicazioni</b> rivolti a decisori pubblici, comunità scientifica e cittadini, per promuovere la trasparenza e l'uso consapevole dei dati.</li> <li>● <b>Mantenimento e miglioramento dell'accreditamento</b> secondo gli standard internazionali di qualità e sicurezza dei dati.</li> <li>● <b>Potenziamento delle collaborazioni scientifiche</b> con enti di ricerca e società scientifiche, per ampliare l'impatto delle attività del RTM nella ricerca oncologica a livello nazionale e internazionale.</li> </ul>
<b>Indicatori</b>	
<b>Responsabile</b>	Prof. Valerio Napolioni
<b>Personale coinvolto<sup>43</sup></b>	Dr. Sonia Manasse (Co.co.co) Dr. Ludovica Di Biagi (Borsista)
<b>Tempistiche<sup>44</sup></b>	Report semestrali da inviare alla Regione Marche
<b>Sistema di monitoraggio<sup>45</sup></b>	L'attività viene monitorata in modo bimestrale tramite meeting interni tra i membri del personale coinvolto nell'attività.
<b>Budget previsto</b>	Finanziamento triennale di 230.000 Euro
<b>Fonti di Finanziamento<sup>46</sup></b>	Agenzia Regionale Sanitaria – Regione Marche
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>47</sup></b>	Canali di Comunicazione nazionali/internazionali (conferenze)
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>48</sup></b>	Scuola Bioscienze e Medicina Veterinaria (UNICAM) - Agenzia Regionale Sanitaria – Regione Marche

<sup>43</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>44</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>45</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>46</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>47</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>48</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 7</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Ripristino e ottimizzazione del Registro Tumori Animali RTA – Regione Marche, per promuovere la sostenibilità ambientale e la sicurezza alimentare
<b>Tematica di riferimento<sup>49</sup></b>	<b>Scienza della Vita e salute;</b> Salute Ambientale e Sicurezza Alimentare.
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>La similitudine tra l'oncologia umana e quella veterinaria ha portato all'idea di istituire il registro tumori animali (RTA), anche nell'ottica <i>One-Health</i>, di ottenere importanti informazioni epidemiologiche utili alla medicina umana.</p> <p>Il registro viene istituito, attraverso il coinvolgimento, del Servizio di Anatomia Patologica e Diagnostica istopatologica della Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria UNICAM, della Regione Marche (assessorato alla Sanità) e degli Ordini Provinciali dei Medici Veterinari della Regione Marche.</p> <p>La collaborazione tecnico-scientifica tra i suddetti attori sarà orientata all'uso integrato del registro con l'obiettivo comune di mappare il territorio regionale marchigiano da un punto di vista della contaminazione ambientale da agenti fisico-chimici-biologici che pongano problematiche di maggior prevalenza di patologia oncologica negli animali da affezione (pets) che condividono l'ambiente con l'uomo e ne rappresentano importanti sentinelle.</p> <p>I medici Veterinari libero-professionisti che esercitano sul territorio regionale inviano i campioni di tessuto patologico prelevato su cani di proprietà, al laboratorio di istopatologia della Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria UNICAM, che effettuerà tutte le analisi e provvederà alla refertazione. I dati anagrafici e clinico-istologici dei singoli casi verranno inseriti dai liberi professionisti utilizzando la sezione informatica del Registro Tumori Animali progettata e in via di realizzazione ad opera della Regione Marche (pre-accettazione verso il laboratorio di istopatologia UNICAM).</p> <p>Al dirigente della P.F. veterinaria e Sicurezza Alimentare dell'Agenzia Regionale Sanitaria è conferito il mandato di individuare, le modalità e le procedure necessarie allo sviluppo del modulo operativo per l'integrazione ei sistemi informatici, la manutenzione e la supervisione del Registro Tumori Animali, e la valutazione epidemiologica.</p>
<b>Target/Risultati attesi<sup>50</sup></b>	<p>I target attesi dalla attuazione di questo progetto sono molteplici ed ambiziosi e si prefiggono di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-rilevare ed elaborare i dati relativi ai tumori riscontrabili nella specie canina e felina;</li> <li>-descrivere la frequenza (incidenza) e gli andamenti temporali della patologia neoplastica;</li> </ul>

<sup>49</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>50</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

	<p>-descrivere la distribuzione geografica dei casi e il loro eventuale addensamento in clusters spaziali;</p> <p>-processare i dati sanitari (animali ed umani) per la mappatura dei casi e la valutazione delle possibili correlazioni con le caratteristiche geografiche e ambientali dei luoghi di vita.</p> <p>-divulgare costantemente con serate e/o incontri tematici sia ai veterinari liberi professionisti operanti sul territorio regionale (e facenti parte essenziale della rete epidemiologica) sia alla popolazione, con incontri e conferenze a tema, l'importanza di una rete di rilevamento della patologia oncologica animale, ai fini di una mappatura della salubrità ambientale in termini di presenza di contaminanti chimici, fisici e biologici ambientali.</p>
<b>Indicatori</b>	<p>-Numero di campioni ricevuti e loro progressivo incremento (costanza – <i>trend</i> di incremento);</p> <p>-Dati epidemiologici e loro elaborazione;</p> <p>-Interviste sul territorio sulla conoscenza di questo strumento epidemiologico e sua importanza per la salute pubblica, tramite sondaggio (interviste e tramite moduli lasciati a disposizione presso le sale di aspetto delle Cliniche/strutture veterinarie del territorio,</p>
<b>Responsabili</b>	Rossi Giacomo, Gian Enrico Magi, Mariotti Francesca, Gavazza Alessandra.
<b>Personale coinvolto<sup>51</sup></b>	Mari Subeide, Grifantini Valentina, Cammertoni Natalina.
<b>Tempistiche<sup>52</sup></b>	Primavera-Estate 2025 e Primavera – Estate 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>53</sup></b>	<p>-Approntamento schede di valutazione del Servizio da inviare periodicamente all'utenza (cliniche, laboratori, ambulatori, ospedali veterinari) per rilevare la "<i>customer satisfaction</i>";</p> <p>-Indagini telefoniche presso l'utenza per rilevamento della "<i>customer satisfaction</i>".</p>
<b>Budget previsto</b>	Da 30.000 a 50.000 euro annui.
<b>Fonti di Finanziamento<sup>54</sup></b>	Si prevede di acquisire fondi regionali che possano divenire strutturali-annualmente rinnovabili, per assicurare la continuità di Servizio, oltreché la partecipazione a bandi e a progetti di ricerca con altri enti di ricerca nazionali ed internazionali.
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>55</sup></b>	Organizzazione serate divulgative con gli Ordini, seminari specialistici, ma anche eventi per comunicazione dei risultati alla popolazione, con coinvolgimento/partecipazione della stampa locale e nazionale e con ampio coinvolgimento della componente studentesca; partecipazione a eventi.
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>56</sup></b>	Sezione della Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria di UNICAM; OVUD; Ufficio Comunicazione ed Immagine UNICAM; Regione Marche.

<sup>51</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>52</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>53</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>54</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>55</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>56</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 8</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Moderna Gestione dell'Allevamento delle Api per promuovere la sostenibilità ambientale e la sicurezza alimentare
<b>Tematica di riferimento<sup>57</sup></b>	SCIENZE DELLA VITA E DELLA SALUTE; Salute Ambientale e Sicurezza Alimentare
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	<p>Diffondere la conoscenza del mondo delle api a livello produttivo con basi scientifiche grazie alla disponibilità dell'apiario dell'Ospedale Veterinario Universitario Didattico (OVUD) sito in Matelica. Grazie alla presenza di un apiario, impiantato nel 2020 e che attualmente conta 12 arnie fornite di sensori digitali che monitorano i parametri vitali delle famiglie di api, un team di docenti e tecnici della Sezione di Medicina Veterinaria ha potuto attivare un modulo di insegnamento di Apicoltura, nell'ambito del Corso su Allevamento delle Specie Zootecniche Minori, attivato nel CdS del Tecnico del Benessere Animale e delle Produzioni (TeBAP).</p> <p>Sulla base delle recenti conoscenze acquisite, proseguiranno le ricerche su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-gli effetti di una miscela probiotica, composta da sette ceppi batterici isolati da una popolazione unica di api mellifere che si trova nella località dell'Abbazia di Roti, Matelica (MC). Tale area è isolata dalle attività umane e dalla contaminazione genetica di altre popolazioni di api mellifere, ed è in grado di contribuire al benessere generale delle api mellifere, migliorando la loro risposta immunitaria e la salute intestinale;</li> <li>-lo studio della qualità dei prodotti dell'alveare;</li> <li>-la digitalizzazione dell'apiario per una moderna gestione dell'allevamento: di fronte ai cambiamenti climatici in atto, l'apicoltore necessita di conoscenze e competenze aggiuntive rispetto ad un'apicoltura che, in passato, era molto più semplice, legata solo alla raccolta dei frutti dell'alveare;</li> <li>-pubblicazioni scientifiche</li> </ul>
<b>Target/Risultati attesi<sup>58</sup></b>	<p>Grazie alla diffusione dell'apicoltura sarà possibile:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-allargare la platea di apicoltori del territorio a partire dagli studenti iscritti al Corso di TeBAP di UNICAM;</li> <li>-promuovere la salute, attraverso la produzione di un miele tipico del territorio;</li> <li>-educare ad un sano stile di vita;</li> <li>-creare nuove opportunità di lavoro, attivando percorsi di crescita professionale a livello imprenditoriale;</li> <li>-valorizzare il territorio, attraverso la riscoperta dei sapori della terra che ci circonda, tutelando le tradizioni</li> </ul>

<sup>57</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>58</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)



<b>Indicatori</b>	Numero contatti apicoltori e associazioni;
<b>Responsabili</b>	Rossi Giacomo, Galosi Livio, Roncarati Alessandra
<b>Personale coinvolto<sup>59</sup></b>	Serri Evelina
<b>Tempistiche<sup>60</sup></b>	Primavera-Estate 2025 e Primavera – Estate 2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>61</sup></b>	Compilazione di una scheda che verrà predisposta nei prossimi mesi per raccogliere i consensi, gli interessi e verificare l'ampliamento conseguente di tale attività nel territorio.
<b>Budget previsto</b>	18.000 euro
<b>Fonti di Finanziamento<sup>62</sup></b>	Si prevede di acquisire fondi regionali e partecipare a progetti di ricerca con altri atenei nazionali ed internazionali
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>63</sup></b>	Organizzazione seminari, partecipazione a eventi, coinvolgere studenti. Prossime attività seminariali già programmate: <ul style="list-style-type: none"><li>- Partecipazione alla giornata <i>"Inaugurazione del Bioparco Apistico Isauro"</i> Belforte sull'Isauro (PU) - 22.05.2025.</li><li>- Partecipazione al Convegno <i>"L'Apicoltura moderna e la valorizzazione del territorio Toscano; eccellenze a confronto"</i>. (PI) - 21.06.2025:</li><li>- Partecipazione al Convegno: <i>"49th APIMONDIA Congress in Copenhagen September; 23-27, 2025"</i> - beekeeping, countries and culture.</li><li>- Partecipazione al Convegno: <i>"Congreso Veterinario de Colombia – Expofuturo - Pereira - 6 to 8 August 2025"</i>.</li><li>- Organizzazione della giornata: convegno regionale <i>"Cambiamenti climatici e tecniche apistiche: effetti sulla qualità del miele"</i> che si terrà il 28.03.2025 presso la sede AMAP di Osimo.</li><li>- 42° EDIZIONE APIMELL - Mostra Mercato Internazionale specializzata nel settore apicoltura -6.7.8 MARZO 2026.</li></ul>
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>64</sup></b>	Sezione della Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria di UNICAM

<sup>59</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>60</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>61</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>62</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>63</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>64</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 9</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Ottimizzazione/implementazione del “ <i>Sistema Centro di Recupero Animali Selvatici Regionale</i> ” (CRAS Marche) in un’ottica protezionistico-divulgativa finalizzata all’educazione al rispetto ed al recupero del patrimonio floro-faunistico Regionale.
<b>Tematica di riferimento<sup>65</sup></b>	<b>V</b>
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	La Regione Marche, dando seguito all’art. 26 bis della legge regionale n. 7/1995, con DGR 1750 del 17 dicembre 2018 ha istituito il <i>Centro di Recupero Animali Selvatici Regionale (CRAS Marche)</i> quale sistema di soccorso e riabilitazione della fauna selvatica rinvenuta in difficoltà, che si attua in più passaggi successivi. A completamento del percorso di costituzione del Sistema CRAS Marche, la Regione ha individuato i Centri Territoriali di Pronto Intervento e Recupero Animali per l’assistenza sanitaria di 1° livello dislocati sul territorio Regionale. In particolare, alla struttura di Pesaro e Urbino di “Cà Girone” è stata riconosciuta la polivalenza come “ <i>Centro del Sistema Regionale</i> ”; “ <i>Centro Territoriale di Pronto Intervento e Recupero Animali di Pesaro e Urbino</i> ” e “ <i>Centro di lungodegenza Regionale</i> ”. Ciò è stato possibile anche in virtù delle caratteristiche del centro di recupero di Cà Girone che insiste in una vasta area – riserva di alto valore faunistico, e che risulta adeguatamente attrezzato con ambulatorio veterinario sotto la diretta responsabilità di un veterinario di comprovata esperienza in materia di fauna selvatica. Dal momento che l’Università ha tra i propri compiti anche il porre in atto una collaborazione organica con altri Enti, al fine di migliorare gli specifici obiettivi formativi e di salute, il Progetto si propone di sviluppare presso la struttura di Cà Girone un centro per la refezione di studenti dei corsi di laurea in Medicina Veterinaria (MV), Tecnico del Benessere Animale e delle Produzioni (TeBAP) e Ambiente e gestione sostenibile delle risorse naturali (AGRiNat) che prevedono la formazione di figure professionali interessate anche alla gestione, a vario titolo, della fauna selvatica e del suo impatto sull’ambiente. Tale servizio di refezione potrebbe dar modo al Centro di ospitare gli studenti per le turnazioni tirociniali e le attività con gli animali ricoverati o quelle da svolgere nell’area faunistica ove ha sede il CRAS. UNICAM potrebbe garantire inoltre il supporto didattico, a tutti i livelli, tramite l’attività di docenti esperti in materie di interesse faunistico, ecologico, zoologico, etologico, anatomo-fisiologico, fisiopatologico, infettivistico e parassitologico, nonché in materie giuridiche per l’organizzazione dei corsi e di tutte le attività divulgative specifiche e di differente livello, sia integrate nell’ambito dell’offerta didattica dei vari corsi di studio (MV, TeBAP, AGRiNat etc.), che rivolte a liberi professionisti, alunni della scuola dell’infanzia, del primo e del secondo ciclo di istruzione, volontari etc. Il Centro, grazie alla stretta collaborazione didattico scientifica con i Docenti UNICAM e alla presenza di studenti dei sopracitati corsi di Laurea, potrebbe quindi organizzare ed erogare corsi di formazione per operatori del settore “ <i>recupero e gestione degli animali selvatici</i> ”, nonché altri percorsi

<sup>65</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle diseguaglianze

	<p>formativi o di natura scientifica legati alla gestione della fauna selvatica concordati con la P.F. regionale competente. UNICAM potrebbe garantire la presenza degli studenti dei corsi di laurea durante le attività assistenziali e l'assistenza tecnico-scientifica di personale qualificato per la progettazione e realizzazione dei percorsi formativi e divulgativi. Va ricordato infatti che ad oggi, il già citato "Centro del Sistema Regionale CRAS Marche", nella struttura di Cà Girone, è individuato dalla Regione come sede in cui si possa svolgere anche la formazione per gli operatori delle strutture territoriali, la formazione sanitaria e veterinaria per i Medici Veterinari operanti nei centri di 1° recupero, la trasmissione del <i>know-how</i> acquisito, la produzione di materiale divulgativo per il pubblico interessato alle attività del CRAS, l'organizzazione di laboratori didattici dedicati agli studenti di tutti i gradi e scuole, sia tramite lezioni frontali in classe, sia presso le aree attrezzate del CRAS, degli Istituti scolastici di ogni grado presenti nella Regione Marche.</p>
<b>Target/Risultati attesi<sup>66</sup></b>	<p>I target attesi dalla attuazione di questo progetto sono molteplici ed ambiziosi e si prefiggono di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-assicurare la presenza costante nel Centro di Cà Girone di studenti in attività tirocinale, dei corsi di laurea MV, TeBAP, AgriNat, interessati al lavoro in ambito faunistico e della conservazione ambientale, in modo da mantenere il Centro in costante attività e capace di soddisfare i fabbisogni assistenziali alla fauna permanentemente ricoverata nel medesimo;</li> <li>- realizzare programmi di formazione sanitaria e veterinaria per i Medici Veterinari operanti nei centri di 1° recupero;</li> <li>-produrre materiale divulgativo per il pubblico interessato alle attività del CRAS;</li> <li>-organizzare laboratori didattici dedicati agli studenti di tutti i gradi e scuole, sia tramite il coinvolgimento diretto dei tirocinanti, che di docenti UNICAM qualificati, anche per tenere lezioni frontali in classe, sia presso le aree attrezzate del CRAS, che degli Istituti scolastici di ogni grado presenti nella Regione Marche;</li> <li>- mantenere il Centro aperto e accogliente anche nei WE o nei periodi festivi, per ricevere visitatori motivati a visite alle strutture del Centro e alla conoscenza etologico-zoologica e sanitaria delle specie ricoverate permanentemente.</li> </ul>
<b>Indicatori</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Dati epidemiologici e loro elaborazione;</li> <li>-Interviste sul territorio sulla conoscenza di questo sistema di gestione della Fauna selvatica e affiliazione di volontari o sostenitori delle tematiche faunistico-ambientali;</li> <li>-Numero di visitatori ricevuti al Centro e loro progressivo incremento (costanza – <i>trend</i> di incremento);</li> <li>- Numero di iscritti ai Corsi di Laurea MV, TeBAP, AgriNat, interessati al lavoro in ambito faunistico e alla conservazione ambientale;</li> <li>- Affiliazione di sponsor pubblici e privati; richiamo della stampa e dell'informazione pubblica generalista e scientifica per la tipologia di attività svolte e per la realizzazione di attività documentaristiche specifiche.</li> <li>- Sondaggi (interviste dirette e tramite moduli lasciati a disposizione presso il Centro) sulla percezione del Servizio da parte della popolazione e del territorio.</li> </ul>
<b>Responsabili</b>	Rossi Giacomo, Alessio Angorini, Angela Palumbo Piccionello, Silvia Prezioso, Andrea Catorci, IVSA, INVSA.
<b>Personale coinvolto<sup>67</sup></b>	Mari Subeide, Grifantini Valentina, Cammertoni Natalina, Paganelli Daniele, Vannucci Filippo, Conti Pamela, Menichelli Mario, Serri Evelina.

<sup>66</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>67</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno



<b>Tempistiche</b> <sup>68</sup>	Estate-Autunno 2025 e Estate- Autunno 2026
<b>Sistema di monitoraggio</b> <sup>69</sup>	-Approntamento schede di valutazione del Servizio da mantenere in sede e da far compilare ai visitatori; schede di valutazione da far compilare agli studenti dei corsi di laurea coinvolti in attività tirocinale; Schede di valutazione per rilevare la "customer satisfaction"; -Indagini telefoniche presso l'utenza (privati che trovando animali feriti, caduti dal nido o in cattive condizioni di salute si interfacciano con il Centro) per rilevamento della "customer satisfaction".
<b>Budget previsto</b>	Da 50.000 a 70.000 euro annui.
<b>Fonti di Finanziamento</b> <sup>70</sup>	Si prevede di acquisire fondi regionali che possano divenire strutturali-annualmente rinnovabili, per assicurare la continuità di Servizio, oltreché la partecipazione a bandi e a progetti di ricerca con altri enti di ricerca nazionali ed internazionali.
<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>71</sup>	Organizzazione di giornate, serate, WE, attività divulgative e seminari specialistici, ma anche eventi per comunicazione dei risultati alla popolazione, con coinvolgimento/partecipazione della stampa locale e nazionale e con ampio coinvolgimento della componente studentesca; partecipazione a eventi.
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>72</sup>	Regione Marche; Sezione della Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria di UNICAM; OVUD; Ufficio Comunicazione ed Immagine UNICAM.

<sup>68</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>69</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>70</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>71</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>72</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...

### 3 Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 10</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Centro del sonno UNICAM
<b>Tematica di riferimento<sup>73</sup></b>	Scienze della vita e della salute; Sperimentazione clinica
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Servizio di diagnostica per disturbi del sonno. Actigrafia, Monitoraggio cardio-respiratorio, video-polisonnografia
<b>Target/Risultati attesi<sup>74</sup></b>	Apertura del centro Inizio del servizio di diagnostica per i pazienti
<b>Indicatori</b>	Numero e tipologia di fruitori coinvolti Raggio di azione (provinciale, regionale) Capacità attrattiva di finanziamenti Numero di sponsor/partner Rassegna stampa (numero articoli, servizi sui media)
<b>Responsabile/i</b>	Michele Bellesi (Scuola di Bioscienze e Medicina Veterinaria), Luisa de Vivo (Scuola del Farmaco)
<b>Personale coinvolto<sup>75</sup></b>	interno
<b>Tempistiche<sup>76</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Apertura del centro entro autunno 2025</li> <li>● Inizio delle attività di diagnostica Gennaio 2026</li> <li>● Stipula di protocolli di intesa con ospedali entro Dicembre 2026</li> </ul>
<b>Sistema di monitoraggio<sup>77</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Miglioramento del contesto esterno: Creazione di processi di scambio con gli ospedali e le cliniche regionali (numero convenzioni). Incremento delle sponsorizzazioni esterne. Miglioramento della visibilità di UNICAM</li> <li>● Bisogni sociali intercettati e interpretati: innovazione e miglioramento dei servizi sanitari al cittadino. Comunicazione e istruzione del territorio</li> <li>● Miglioramento del contesto interno: valorizzazione delle infrastrutture di ateneo</li> </ul>
<b>Budget previsto</b>	15000 EUR (Costo actigrafici, consumabili, lenzuola, asciugamani, detersivi, elettrodi, cancelleria, brochures)

<sup>73</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
 II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
 III. tematica relativa al public engagement  
 IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
 V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>74</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>75</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>76</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>77</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti



<b>Fonti di Finanziamento</b> <sup>78</sup>	Da reperire: bandi nazionali, sponsorizzazioni Fondi interni
<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>79</sup>	Pubblicazione su social media del gruppo di ricerca e di UNICAM, sul sito di ateneo Divulgazione sul sito dell'Associazione Italiana di Medicina del Sonno Media locali (articoli di giornale) Divulgazione presso ospedali e medici di base della provincia Brochure informative
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>80</sup>	La scuola del Farmaco e dei Prodotti della Salute

---

<sup>78</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>79</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>80</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.:</b> 11	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	<b>Citizen Interactive Sustainability Lab. (CIS Lab.)</b>
<b>Tematica di riferimento</b> <sup>81</sup>	Citizen Science
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Cicli di Seminari su tematiche di interesse attuale e legate alla sostenibilità rivolti a Cittadini, Scuole, Associazioni, ecc.
<b>Target/Risultati attesi</b> <sup>82</sup>	Effettiva realizzazione delle attività; Questionari di gradimento
<b>Indicatori</b>	Numero di partecipanti; livello di gradimento
<b>Responsabile/i</b>	Paola Scocco
<b>Personale coinvolto</b> <sup>83</sup>	Studenti, Personale TA, Docenti, Dottorandi; Esterni: esperti su temi attività specifiche
<b>Tempistiche</b> <sup>84</sup>	Organizzazione; Preparazione materiali; Erogazione; elaborazione questionari Da Marzo 2025 a Novembre 2026/Marzo 2027
<b>Sistema di monitoraggio</b> <sup>85</sup>	Questionari erogati prima e dopo le attività proposte
<b>Budget previsto</b>	5000 euro
<b>Fonti di Finanziamento</b> <sup>86</sup>	-Autofinanziato dalle quote partecipative e/o da contratti con i richiedenti attività specifiche (Scuole, Associazioni, ecc); <b>Contributo Scuola BMW</b> ; Sponsorizzazioni da cercare
<b>Comunicazione e disseminazione</b> <sup>87</sup>	Canali social, eventi pubblici. Canali di Comunicazione Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni).
<b>Organizzata in collaborazione con</b> <sup>88</sup>	E-learning; Area Comunicazione, Organi Accademici e Public Engagement

- <sup>81</sup>
- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
  - II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
  - III. tematica relativa al public engagement
  - IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
  - V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>82</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>83</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>84</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>85</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>86</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>87</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>88</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



## Area Ricerca e Trasferimento Tecnologico

# Pianificazione delle Attività di Terza Missione

Anni 2025-2026

### 1. Introduzione e Obiettivi Generali

*Specificare in una sintesi discorsiva qual è la visione e come l'Area intende contribuire alle attività di terza missione descrivendo gli obiettivi principali per l'anno successivo*

UNICAM è profondamente impegnata nella Terza Missione, favorendo un dialogo sempre più intenso tra ricerca, didattica e società. L'intento è quello di produrre ricadute concrete e quantificabili sul piano sociale, economico e culturale, contribuendo in modo attivo allo sviluppo del territorio e al benessere collettivo.

Tutte le componenti, sia accademiche che amministrative, sono coinvolte in modo attivo nella pianificazione e nell'attuazione delle iniziative legate alla Terza Missione.

Il valore di tali attività viene valutato in base al loro impatto su scala locale e globale, rafforzando il rapporto tra l'Ateneo e la comunità e promuovendo uno sviluppo sostenibile e inclusivo.

UNICAM, nella definizione del perimetro delle attività di terza missione, fa proprie le tematiche e i campi d'azione identificati nei documenti e linee guida impostate dall'ANVUR e che specificamente per l'Area Ricerca e Trasferimento Tecnologico sono i seguenti:

- a) valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale (es. brevetti e privative);
- b) imprenditorialità accademica (es. spin off, start up, contamination lab, ecc.);
- c) strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico (es. uffici di trasferimento tecnologico, incubatori, parchi scientifici e tecnologici, ecc.);
- d) iniziative di cross-innovation e di cross-fertilization; collaborazioni Impresa-Università (es. modelli innovativi per la ricerca condotta in sinergia tra università e imprese, anche mediante partenariati, centri di ricerca nazionale ed ecosistemi di innovazione, ecc.);
- e) attività di formazione per promuovere la cultura dell'innovazione (es. nuove tecnologie, trasformazione digitale per la disseminazione della conoscenza, nuovi smart materials, ecc.).

### 2. Analisi del Contesto

*- Analisi dei Bisogni del Territorio: Identificare le esigenze della comunità locale, delle imprese e di altri stakeholder.*

*- Collaborazioni in Corso: Elencare eventuali partnership con enti, aziende, scuole, organizzazioni non profit, ecc.*

Il territorio in cui opera l'Università di Camerino è caratterizzato da una forte identità culturale, da un tessuto economico costituito prevalentemente da piccole e medie imprese, e da una vivace rete di enti locali, scuole e realtà del

terzo settore. Dopo gli eventi sismici del 2016 e la successiva crisi pandemica, è emersa con sempre maggiore evidenza la necessità di rafforzare i legami tra università, comunità e imprese, con l'obiettivo di promuovere la ripresa economica, la resilienza territoriale e l'innovazione sociale.

I principali fabbisogni espressi dal territorio riguardano il trasferimento di conoscenze e tecnologie, la valorizzazione della ricerca applicata a supporto delle imprese e il potenziamento dell'orientamento e della formazione continua per favorire l'occupabilità e la permanenza dei giovani nel territorio. Per questi motivi UNICAM ha promosso in passato, e vuole riproporre per il biennio 2025-2026, iniziative mirate a stimolare l'innovazione, l'imprenditorialità e il trasferimento di conoscenze come il Business Game – iniziativa finalizzata alla promozione della cultura imprenditoriale – in sinergia con il progetto "Impresa in Aula", volto a favorire l'incontro tra studenti e realtà aziendali attraverso laboratori pratici; la competizione Start Cup Marche, finalizzata a valorizzare idee imprenditoriali ad alto contenuto innovativo e seminari formativi nell'ambito della proprietà intellettuale.

In questo contesto, l'Ateneo ha attivato numerose collaborazioni con le altre Università della Regione Marche, Intesa Sanpaolo, i Comuni di Camerino e di Jesi, con l'Unione Montana Alte Valli del Potenza e dell'Esino, con la le fondazioni Carima e Carisap, la Camera di Commercio delle Marche e Confindustria Macerata.

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 1</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Start Cup Marche 2025 – Incentivi all'Innovazione
<b>Tematica di riferimento<sup>1</sup></b>	I
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Start Cup Marche 2025 è una competizione tra progetti ad alto contenuto di conoscenza formalizzati in un business plan e finalizzati alla nascita e/o insediamento di imprese nel territorio della Regione Marche. La competizione si articolerà in più tappe che porteranno i vincitori alla finale nazionale "Premio Nazionale per l'Innovazione – PNI 2025", organizzata da PNICube.
<b>Target/Risultati attesi<sup>2</sup></b>	La Start Cup Marche 2025 intende diffondere la cultura d'impresa nel territorio della Regione Marche, in particolare in quei settori professionali e accademici che hanno ancora poca familiarità con l'attività imprenditoriale e con le tecniche di gestione aziendale, al fine di promuovere una crescita economica duratura, supportando un'imprenditorialità che abbia favorevole impatto sociale e favorendo un'occupazione piena e produttiva oltre che un lavoro dignitoso che valorizzi le competenze e le ambizioni di uomini e donne.

<sup>1</sup>

- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
- II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
- III. tematica relativa al public engagement
- IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
- V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>2</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)



<b>Indicatori</b>	Numero degli studenti e delle aziende coinvolte, numero degli eventi formativi preparatori, quantità di studenti provenienti da UNICAM e dalle altre Università coinvolte.
<b>Responsabile/i</b>	Riccardo Strina e Delegato Prof. Fabio Marchetti
<b>Personale coinvolto<sup>3</sup></b>	Interno ed esterno
<b>Tempistiche<sup>4</sup></b>	Il semestre 2025 – Il semestre 2026 <ul style="list-style-type: none"><li>- Entro prima metà di settembre – iscrizione al bando</li><li>- Seconda metà di settembre-prima metà di ottobre – presentazione dei Business Plan</li><li>- Seconda metà di ottobre – Selezione delle idee finaliste</li><li>- Fine ottobre – Premiazione delle migliori Idee di impresa</li><li>- Dicembre – Fase nazionale PNI</li></ul>
<b>Sistema di monitoraggio<sup>5</sup></b>	Sottomissioni di questionari valutativi riguardo all'organizzazione e alle attività dell'evento.
<b>Budget previsto</b>	<u>Premi Start Cup 13500€ (comprensivi di partecipazione PNI)+ gadget-assegni 500€ + Missioni PNI (Personale TA, vincitori) € 2.500,00 (circa) tot 16.500€</u>
<b>Fonti di Finanziamento<sup>6</sup></b>	Fondi di Area e sponsorizzazioni di enti terzi come ad es. Fondazione CARISAP, Banca Intesa Sanpaolo, Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Macerata e Camerino ed eventuali altri enti da contattare)
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>7</sup></b>	Promozione delle attività tramite i siti e i social istituzionali con specifiche strategie di marketing, pianificate dall'Area Comunicazione, ed uso di materiale promozionale quali brochure e video informativi.
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>8</sup></b>	L'iniziativa è organizzata e promossa dall'Università di Camerino in collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche, l'Università di Macerata e l'Università di Urbino. Supporto richiesto all'Area Comunicazione, Organi Accademici e Public Engagement per promozione e organizzazione dell'iniziativa.

<sup>3</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>4</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>5</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>6</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>7</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>8</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



<b>Attività n.: 2</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	UNICAM Business Game in sinergia con il bando della Regione Marche “Impresa in Aula”
<b>Tematica di riferimento<sup>9</sup></b>	I
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	'UNICAM Business Game è un'iniziativa destinata a promuovere la cultura imprenditoriale e l'innovazione all'interno della comunità universitaria. L'obiettivo principale è stimolare la presentazione di idee imprenditoriali innovative orientate al mercato, con un forte focus sulla sostenibilità in tutte le sue sfaccettature (ambientale, economica e sociale). Questo progetto si sviluppa in sinergia con il bando della Regione Marche “Impresa in Aula”, che ha come scopo l'introduzione di elementi di formazione imprenditoriale nelle attività didattiche universitarie, indipendentemente dalla disciplina. L'iniziativa mira a valorizzare la collaborazione tra università, studenti, docenti e imprese regionali.
<b>Target/Risultati attesi</b>	UNICAM Business Game in sinergia con Impresa in Aula avranno come target gli studenti, le studentesse e i/le docenti delle diverse Università coinvolte. L'obiettivo della sinergia è di sfruttare al massimo le idee imprenditoriali innovative presentate nel Business Game per facilitare la formazione all'imprenditorialità prevista dal progetto Impresa in Aula.
<b>Indicatori</b>	- Numero di partecipanti (studenti, docenti, aziende coinvolte). - Numero di progetti presentati. - Numero di eventi di formazione organizzati e ore di formazione complessive. - Successo dei progetti (es. progetti avviati, premi ottenuti, collaborazioni con aziende).
<b>Responsabile/i</b>	Riccardo Strina e Delegato Prof. Fabio Marchetti
<b>Personale coinvolto</b>	- Interno: docenti universitari, tutor, mentor, personale dell'Area Pianificazione, Didattica e Sistemi Qualità. - Esterno: esperti di imprenditorialità, aziende del territorio, esperti di sostenibilità, enti pubblici (Regione Marche, altre istituzioni).
<b>Tempistiche</b>	I-II Semestre 2026: <i>Business Game</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• I quadrimestre 2026: presentazione delle domande di partecipazione</li><li>• II quadrimestre 2026: lavoro in sinergia con “Impresa in Aula”</li><li>• II semestre 2026: evento finale e premiazione dei progetti a livello regionale.</li></ul> <i>Impresa in Aula</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dicembre 2025 - Gennaio 2026: Attività promozionali; raccolta delle adesioni al progetto da parte delle/dei docenti di ciascun Ateneo.</li></ul>

<sup>9</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Febbraio 2026: Fase 1, formazione delle/dei docenti in comune per tutti gli Atenei (2 giornate).</li><li>• Marzo – Maggio 2026: Fase 2 svolta in autonomia da ciascun Ateneo, e/o in collaborazione tra due o più atenei, applicazione in classe, creazione dei team per lo sviluppo di progetti imprenditoriali con il supporto di tutor, l'eventuale affiancamento di mentor e/o attivazione di altri metodi (es. field visit, studi di caso, ecc.) nel quadro del percorso curricolare, a seconda delle necessità formative.</li><li>• Giugno 2026: Fase 3, presentazione dei progetti sviluppati dalle studentesse e dagli studenti per ciascun Ateneo</li><li>• Luglio 2026: Finale Regionale</li></ul>
<b>Sistema di monitoraggio</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sottomissione di survey ai partecipanti per raccogliere feedback sulle attività formative e sull'esperienza complessiva.</li><li>- Monitoraggio continuo dei progressi dei gruppi di lavoro e dei progetti imprenditoriali.</li><li>- Analisi dei risultati raggiunti dai partecipanti (es. impatto dei progetti sul territorio, avvio di nuove imprese, collaborazioni con aziende).</li></ul>
<b>Budget previsto</b>	€ <u>4.200</u> destinati all'erogazione dei premi + € <u>120</u> per assegni-gadget
<b>Fonti di Finanziamento</b>	Fonti esterne di Finanziamento legate al Progetto "Impresa in Aula" finanziato dalla Regione Marche.
<b>Comunicazione e disseminazione</b>	È prevista la creazione e/o l'ampliamento di canali istituzionali (es. Teams, canali social) per tenere in contatto docenti, studentesse/studenti e tutor al fine di creare una community di soggetti interessati all'ecosistema dell'imprenditorialità che possano interagire e confrontarsi tra loro e per consentire l'utilizzo di strumenti di lavoro condivisi. Accanto a questo canale, verrà creato un sito per comunicare efficacemente alla cittadinanza l'iniziativa, per dare visibilità pubblica ai/alle partecipanti e vincitori/trici.
<b>Organizzata in collaborazione con</b>	Imprese della regione Marche; Università di Ancona, di Urbino e di Macerata. Coinvolgimento di altre aree Unicam come Area Comunicazione, Organi Accademici e Public Engagement per promozione e organizzazione dell'iniziativa e Area Pianificazione, Didattica e Sistemi Qualità per eventuale riconoscimento attività formative agli studenti partecipanti al progetto e gestione contrattualizzazione dei docenti e tutor incaricati.

<b>Attività n.: 3</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Seminari formativi
<b>Tematica di riferimento<sup>10</sup></b>	I

<sup>10</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle diseguglianze



<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Seminari tenuti da specialisti del settore su temi di attualità riguardanti la tutela dei diritti di Proprietà Intellettuale ed Industriale. Le tematiche specifiche saranno: "Segreto industriale e Pubblicazioni Scientifiche" e "Intelligenza Artificiale, Diritto d'Autore e Proprietà Industriale nella Ricerca Scientifica". Questi seminari mirano a fornire approfondimenti pratici e teorici e pratici, oltre a best practices-per i ricercatori.
<b>Target/Risultati attesi</b>	Formazione rivolta a docenti, ricercatori, dottorandi, professionisti del settore e studenti interessati alla proprietà intellettuale e all'impatto dell'intelligenza artificiale. Risultati attesi: aumento delle competenze legali e tecniche tra i partecipanti riguardo la protezione della proprietà intellettuale, con particolare attenzione alla tutela del segreto industriale e alle nuove sfide poste dall'IA.
<b>Indicatori</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Numero di partecipanti agli eventi formativi.</li><li>- Grado di soddisfazione dei partecipanti (misurato tramite survey).</li><li>- Applicazione pratica dei concetti appresi, ad esempio con la creazione di casi studio o simulazioni.</li><li>- Feedback qualitativo su come i seminari hanno influenzato il lavoro e le attività di ricerca dei partecipanti.</li></ul>
<b>Responsabile/i</b>	Riccardo Strina e Delegata Prof.ssa Serena Gabrielli
<b>Personale coinvolto</b>	Interno ed esterno
<b>Tempistiche</b>	Il Semestre 2026: i seminari saranno organizzati sia online che in presenza per permettere una partecipazione più ampia. Ogni seminario avrà una durata di 2-4 ore e si terrà in una o due giornate, a seconda della complessità del tema trattato.
<b>Sistema di monitoraggio</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Survey di valutazione delle attività da sottomettere ai partecipanti a seguito di ogni seminario formativo.</li><li>- Monitoraggio delle iscrizioni e partecipazioni attraverso il sistema di registrazione online.</li><li>- Raccogliere dati sui partecipanti per migliorare la pianificazione dei futuri seminari (es. necessità di approfondire tematiche specifiche).</li></ul>
<b>Budget previsto</b>	Per il momento, il budget è in fase di definizione. Sono previsti costi per la logistica degli eventi (sia online che in presenza), compensi per gli esperti esterni, e costi per la promozione sui canali istituzionali. Costi stimati per € 3.000,00
<b>Fonti di Finanziamento</b>	Budget di Area (fondi destinati alla formazione e alla comunicazione scientifica). Potrebbero essere richiesti ulteriori fondi esterni, attraverso sponsorizzazioni o partnership con enti specializzati nel settore della proprietà intellettuale e dell'IA.
<b>Comunicazione e disseminazione</b>	Comunicazione dei seminari sui siti e social istituzionali, in anticipo rispetto alla data dello stesso per permettere l'iscrizione e la partecipazione del maggior numero possibile di ricercatori, docenti e dottorandi. Pianificazione e organizzazione affidata all'Area Comunicazione di Unicam.
<b>Organizzata in collaborazione con</b>	Esperti del settore legale, del diritto d'autore, e della protezione dei dati (professori universitari, avvocati specializzati, consulenti). Supporto richiesto all'Area Comunicazione, Organi Accademici e Public Engagement per promozione e organizzazione dell'iniziativa.



## Area Infrastrutture e Servizi Informatici

# Pianificazione delle Attività di Terza Missione

Anni 2025-2026

### 1. Introduzione e Obiettivi Generali

*Specificare in una sintesi discorsiva qual è la visione e come l'Area intende contribuire alle attività di terza missione descrivendo gli obiettivi principali per l'anno successivo*

L'Area Infrastrutture e Servizi Informatici dell'Ateneo contribuisce alla Terza Missione attraverso la progettazione e l'erogazione di percorsi formativi rivolti a enti pubblici del territorio. In un contesto in cui l'evoluzione normativa (PNRR, CAD, NIS2) impone nuove competenze, l'obiettivo è quello di trasferire know-how tecnico-operativo su transizione digitale, cybersecurity e intelligenza artificiale, valorizzando l'expertise maturata in ambito accademico. L'intento è favorire una crescita digitale sostenibile e conforme alla normativa, migliorando la qualità dei servizi pubblici e la consapevolezza degli operatori coinvolti.

### 2. Analisi del Contesto

- *Analisi dei Bisogni del Territorio: Identificare le esigenze della comunità locale, delle imprese e di altri stakeholder.*
- *Collaborazioni in Corso: Elencare eventuali partnership con enti, aziende, scuole, organizzazioni non profit, ecc.*

**Analisi dei Bisogni del Territorio:** Gli enti locali più piccoli evidenziano spesso carenze di competenze digitali e criticità nella gestione della sicurezza informatica e dei processi documentali. La transizione digitale è spesso ostacolata da mancanza di personale formato.

**Collaborazioni in Corso:** Esistono relazioni attive con INPS per la realizzazione dei corsi ValorePA. Corsi ed eventi potrebbero essere resi disponibili anche su piattaforme di ateneo. L'esperienza pregressa dell'area in ambito formativo, anche grazie alla gestione diretta della compliance ISO 27001 e della digitalizzazione, costituisce una base solida per un'azione stabile di disseminazione di quanto effettuato..



### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 1</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Percorsi formativi per enti pubblici: Transizione Digitale, Sicurezza Informatica e AI
<b>Tematica di riferimento<sup>1</sup></b>	produzione, gestione di beni pubblici
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Progettazione ed erogazione di 3 moduli formativi (ibridi o online): 1. Transizione digitale e adempimenti normativi 2. Cybersecurity nella PA e NIS2 3. AI e automazione nei servizi pubblici Ogni modulo può comprendere lezione, laboratorio pratico e materiale didattico
<b>Target/Risultati attesi<sup>2</sup></b>	50 operatori PA formati; materiale disponibile per consultazione
<b>Indicatori</b>	N. enti coinvolti, n. partecipanti, feedback post-attività, download materiali
<b>Responsabile/i</b>	Responsabile Area ICT
<b>Personale coinvolto<sup>3</sup></b>	Personale ICT Unicam, docenti collaboratori, esperti esterni
<b>Tempistiche<sup>4</sup></b>	2025/2026
<b>Sistema di monitoraggio<sup>5</sup></b>	Report finale con valutazione ex ante/ex post, questionari, raccolta di buone pratiche
<b>Budget previsto</b>	15000 euro
<b>Fonti di Finanziamento<sup>6</sup></b>	Fondi interni Ateneo, possibili fondi esterni
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>7</sup></b>	Newsletter Ateneo, sito web, social, comunicati ai Comuni e agli URP
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>8</sup></b>	Area Comunicazione, Area Persone, Scuola di Scienze e tecnologie.

- <sup>1</sup>
- I. tematica relativa al trasferimento tecnologico
  - II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici
  - III. tematica relativa al public engagement
  - IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute
  - V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>2</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>3</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>4</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi

<sup>5</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>6</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>7</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>8</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...



## Sistema Museale d'Ateneo – Staff del Polo Museale

# Pianificazione delle Attività di Terza Missione

Anni 2025-2026

### 1. Introduzione e Obiettivi Generali

*Specificare in una sintesi discorsiva qual è la visione e come l'Area intende contribuire alle attività di terza missione descrivendo gli obiettivi principali per l'anno successivo*

Il Sistema Museale dell'Università di Camerino (formato da Museo delle Scienze e Orto botanico "Carmela Cortini") sta per riguadagnare i propri spazi nel Complesso San Domenico, gravemente danneggiato dal sisma del 2016 e oggi in fase di restauro.

Il Complesso ospita dal 2003 il Museo delle Scienze, unico museo scientifico universitario delle Marche, e sta per accogliere aule e laboratori del Corso di Laurea in Tecnologie e Diagnostica per i Beni Culturali. Condividere lo stesso complesso anche con Pinacoteca e Museo Civici di Camerino conferirà al Complesso San Domenico il ruolo di cuore culturale pulsante di un centro cittadino che sta difficoltosamente riaprendosi alla società, bisognosa di punti di aggregazione e senso di appartenenza.

Il Museo delle Scienze rientrerà quindi nella sua storica sede con le proprie raccolte naturalistiche e, soprattutto, con il valore aggiunto di oltre trent'anni di esperienza in campo educativo e didattico, oltre che espositivo: infatti, fino agli eventi sismici, il Museo delle Scienze ha prodotto annualmente almeno una esposizione temporanea destinata agli Istituti scolastici, più una lunga serie di altri eventi di disseminazione della cultura scientifica con la collaborazione dei docenti e ricercatori Unicam.

Vorremmo continuare a trasmettere contenuti permettendo al pubblico di costruire autonomamente il proprio percorso museale, stimolando la fruizione personalizzata, aumentando il ventaglio delle proposte per le varie categorie di pubblico. L'effetto di traino farà sì che l'intera comunità ne possa trarre beneficio in termini di frequentazione delle proprie strutture museali, oltre a costituire un effettivo richiamo anche per gli Istituti scolastici interessati a svolgere visite e attività didattiche nella sede del Complesso San Domenico. Continuerà infine anche l'attività presso le scuole e i festival della scienza, con notevoli effetti di ricaduta sulla fruizione dei Beni Culturali e la diffusione della cultura scientifica.

### 2. Analisi del Contesto

- *Analisi dei Bisogni del Territorio: Identificare le esigenze della comunità locale, delle imprese e di altri stakeholder.*
- *Collaborazioni in Corso: Elencare eventuali partnership con enti, aziende, scuole, organizzazioni non profit, ecc.*

Come già detto, la Città di Camerino necessita di un punto di aggregazione culturale, oggi più che mai. Recuperare il Complesso San Domenico significa poter offrire sale espositive rinnovate e, soprattutto, esposizioni temporanee che riescano ad esercitare interesse e forza di attrazione soprattutto per gli Istituti scolastici, così come avvenuto in passato.

Negli anni di forzata chiusura del Museo, mentre l'Orto botanico continuava con le sue attività con le scuole ed ospitava durante il periodo estivo eventi dedicati a turisti e cittadini, il personale tecnico si è anche dedicato al riallestimento di altri musei scientifici, come il Museo Ittico "Capriotti" di San Benedetto del Tronto (con il quale collabora stabilmente); il Museo Paleontologico di Pioraco;



il Museo Orsini di Ascoli Piceno;  
l'esposizione temporanea "Inattesi ospiti" presso il MuBi (Museo della Biodiversità) di Macerata.  
Continua inoltre l'attività di formazione del personale docente secondo le opportunità offerte dal Centro Multidisciplinare di Formazione Insegnanti di Unicam, dall'ISTAO con il progetto NEXT, dalla convenzione con l'IC Lucatelli di Tolentino per formazione dei docenti di scuola dell'Infanzia e Primaria.  
È sempre stretta la collaborazione con  
l'Associazione "Confluenze" di Senigallia, per attività educative da noi svolte sul fiume Misa;  
il Museo Paleontologico di Montevarchi, che organizza ogni anno, da otto anni, il Festival della Preistoria cui partecipiamo con le nostre attività educative;  
l'Osservatorio di Genere delle Marche, con il quale partecipiamo fin dall'inizio al concorso "Sulle Vie della Parità nelle Marche";  
il Comune di Camerino per l'organizzazione degli eventi estivi all'Orto botanico "Carmela Cortini";  
il Nucleo Carabinieri CITES per la custodia di reperti naturalistici posti sotto sequestro;  
la Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio per le province di Ascoli Piceno, Fermo e Macerata per l'affidamento di collezioni paleontologiche poste sotto sequestro.

### 3. Programmazione attività

*Impostare una tabella come quella seguente per ogni tipologia di attività:*

<b>Attività n.: 1</b>	
<b>Titolo iniziativa/attività</b>	Attività di diffusione della Cultura scientifica
<b>Tematica di riferimento<sup>1</sup></b>	III, Public Engagement
<b>Attività prevista (descrizione sintetica)</b>	Realizzazione di attività educative con Istituti scolastici di ogni ordine e grado ed incontri con il pubblico generico, allo scopo di diffondere la Cultura scientifica.
<b>Target/Risultati attesi<sup>2</sup></b>	Raggiungimento di almeno 100 fra gruppi classe o gruppi partecipanti a eventi, con almeno 1500 persone presenti.
<b>Indicatori</b>	Numero di gruppi classe o di gruppi generici raggiunti. Numero persone partecipanti.
<b>Responsabile/i</b>	Alessandro Blasetti
<b>Personale coinvolto<sup>3</sup></b>	Maria Luisa Magnoni, Giuseppe Crocetti, Marco Montecchiari, Gian Luca Pilli (personale TA)
<b>Tempistiche<sup>4</sup></b>	Incontri con le scuole durante tutto lo svolgimento dell'anno scolastico; pubblico generico durante l'intero corso dell'anno.

<sup>1</sup> I. tematica relativa al trasferimento tecnologico  
II. tematica relativa alla produzione, gestione di beni pubblici  
III. tematica relativa al public engagement  
IV. tematica relativa alle scienze della vita e salute  
V. tematica relativa alla sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle disuguaglianze

<sup>2</sup> Si può inserire un target operativo (effettiva realizzazione di quanto programmato) oppure di impatto (relativo al risultato 'qualitativo' di quanto programmato e realizzato)

<sup>3</sup> Se interno (esempio studente, assegnista, dottorando, docente, tecnico o amministrativo, etc.) o esterno

<sup>4</sup> Indicare almeno le fasi previste e in quali periodi



<b>Sistema di monitoraggio<sup>5</sup></b>	Valutazione del gradimento dell'attività mediante semplici schede.
<b>Budget previsto</b>	.....
<b>Fonti di Finanziamento<sup>6</sup></b>	Fondi interni
<b>Comunicazione e disseminazione<sup>7</sup></b>	Sito web, pagina Fb ed account Instagram del Sistema Museale, eventi pubblici. Brochure in PDF, video informativi. Portale ufficiale Unicam
<b>Organizzata in collaborazione con<sup>8</sup></b>	Area Comunicazione, Scuole di Ateneo interessate.

---

<sup>5</sup> Indicare come si intende monitorare l'andamento dell'attività e con quali strumenti

<sup>6</sup> Fondi interni, bandi regionali/nazionali, sponsorizzazioni

<sup>7</sup> Strategia di Comunicazione: Pianificare come promuovere ciascuna delle attività riportate nella tabella di cui al punto 3 (sito web, social media, newsletter, eventi pubblici). Materiale Promozionale: Brochure, poster, video informativi. Canali di Comunicazione: Universitari (portale ufficiale), locali (media, associazioni), nazionali/internazionali (conferenze).

<sup>8</sup> Nel caso di collaborazioni, la struttura che presenta l'iniziativa si intende assuma il ruolo di capofila - Indicare eventuale altra struttura UNICAM: Scuola, area T-A, altra struttura dell'Ateneo, ...