



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

AREA
INNOVAZIONE

LA DIRIGENTE

OGGETTO: Sviluppo di iniziative ed attività di Public Engagement promosse dai Dipartimenti – bando “Unibo – Public Engagement 2026” con impegno di spesa euro 310.000.

- VISTO lo Statuto dell’Università di Bologna approvato con D.R. n. 1203 del 13/12/2011 e successive modifiche e integrazioni;
- VISTO il D. Lgs 165/2001 e s.m.i., art. 4 c. 2, in relazione all’adozione degli atti e dei provvedimenti amministrativi di competenza dirigenziale;
- VISTE le delibere del Consiglio d’Amministrazione in data 20/12/2022 con parere positivo del Senato Accademico del 16/12/2022 relative alla proposta di un bando di ateneo per favorire progettualità in materia di terza missione da parte dei dipartimenti, dando avvio al processo di coinvolgimento dei dipartimenti in azioni strutturate e finanziate con fondi di ateneo di terza missione e impegno pubblico;
- VISTE le delibere del Consiglio d’Amministrazione in data 30/04/2024 con parere positivo del Senato Accademico del 23/04/2024 che, partendo dai risultati del primo bando Terza Missione, intervengono sulla proposta di un secondo bando per favorire progettualità in materia di terza missione da parte dei dipartimenti con un’attenzione specifica agli aspetti di public engagement;
- CONSIDERATO l’avvio dei 59 progetti finanziati nel contesto dei due bandi sopra citati con esiti positivi e con il coinvolgimento di tutti i Dipartimenti dell’Ateneo;
- VISTA la delibera del Consiglio d’Amministrazione in data 19/12/2025 con parere positivo del Senato Accademico in data 16/12/2025 che approva il bando Public Engagement di Ateneo per il 2026, in continuità con i bandi degli anni passati e sopracitati;
- VISTE le Linee Guida per l’assicurazione della qualità nelle attività di Public Engagement approvate dal Senato Accademico il 27/03/2025 previo parere favorevole del Consiglio d’Amministrazione espresso in data 18/03/2025;
- ACCERTATA la disponibilità del fondo per finanziare i progetti del “Bando Public Engagement 2026” sul budget 2026 ARIN UA.A.AMM.ARIN, dettaglio n°284986 della scheda di budget n° 212358 e su risorse pregresse 2025, UA.A.AMM.APPC, Progetto contabile 5x1000_ANNO2023
- SENTITA la Delegata per l’Impegno Pubblico, Prof.ssa Maria Letizia Guerra.



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

AREA
INNOVAZIONE

Dispone

Art. 1 - di approvare l'emanazione dell'avviso 2026 per il finanziamento di iniziative ed attività di Public Engagement promosse dai Dipartimenti.

Art. 2 – di dare copertura alla spesa, stimata per 310.000 euro, mediante 120.000 euro sul budget 2026 ARIN UA.A.AMM.ARIN, dettaglio n°284986 della scheda di budget n° 212358 e 190.000 euro su risorse pregresse 2025, UA.A.AMM.APPC, Progetto contabile 5x1000_ANNO2023

Art. 3 - di incaricare il dott. Filippo Sartor Responsabile del Settore Local and Global Engagement, Ufficio Public Engagement dell'esecuzione del presente provvedimento, che verrà registrato nel repertorio generale dei decreti.

Il presente provvedimento acquista efficacia dalla data della sua emanazione.

Contro il presente provvedimento è ammesso ricorso giurisdizionale al Tribunale Amministrativo Regionale competente per territorio entro 60 (sessanta) giorni dall'avvenuta conoscenza dello stesso, secondo le modalità di cui al Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104. Per i cittadini residenti in altro Stato europeo, diverso dall'Italia, il suddetto termine è aumentato di 30 (trenta) giorni. Per i cittadini residenti fuori d'Europa lo stesso termine è aumentato di 90 (novanta) giorni. In alternativa è possibile proporre ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro 120 (centoventi) giorni dallo stesso termine.

Allegati:

Allegato 1 – Avviso

Allegato 2 – Modulo di domanda

LA DIRIGENTE DELL'AREA INNOVAZIONE

Dott.ssa Alice Corradi
(firmato digitalmente)

Quando in questo documento, unicamente a scopo di semplificazione, è usato il maschile, la forma è da intendersi riferita in maniera inclusiva a tutte le persone che fanno parte della comunità accademica.



1 - CARATTERISTICHE GENERALI – FONDI DI ATENEO

L'Università di Bologna dispone l'erogazione di contributi finanziari destinati allo sviluppo di iniziative ed attività di Public Engagement promosse dai Dipartimenti attraverso l'emanazione del presente bando chiamato "Unibo –Public Engagement 2026".

Il bando si propone di favorire lo sviluppo di nuove progettazioni rimandando ad azioni di impatto sociale e collaborazione con il territorio in linea con le tematiche riportate all' art. 9 - valorizzazione delle conoscenze (Terza missione/impatto sociale) del Bando "Valutazione della Qualità della Ricerca 2020-2024" pubblicato dall'Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR) in data 31 ottobre 2023 e riprese e dettagliate nel Manifesto APENET - Per il valore pubblico della conoscenza, pubblicato nel maggio 2025, che inquadra il Public Engagement per le gli Atenei ed Enti di Ricerca italiani.

Il bando, inoltre, si propone di rispondere ai seguenti obiettivi del Piano Strategico di Ateneo 2022/2027: Obiettivo 14 ovvero "valorizzare l'impatto sociale, economico e culturale dell'Alma Mater sul territorio", all'Obiettivo 33 ovvero "incrementare le collaborazioni con realtà pubbliche, private e del terzo settore per favorire lo sviluppo dei territori e valorizzarne le vocazioni" e all'Obiettivo 34, ovvero "incrementare e rendere più efficaci le attività di public engagement".

Infine, il bando fa riferimento ai principi espressi dalle Linee Guida di Ateneo per l'assicurazione della qualità delle iniziative di Public Engagement che prevedono l'interazione dei molteplici interlocutori con cui l'Ateneo interagisce per la valorizzazione delle competenze.

Il bando, infatti, è destinato alla **"co-progettazione di iniziative di Public Engagement"** che nascano in collaborazione con uno o più partner esterni e abbiano come obiettivo lo sviluppo di attività progettuali per un finanziamento complessivo di € 310.000,00 euro e con un importo massimo per ciascun progetto pari € 20.000,00.

Le attività del progetto dovranno concludersi **entro** il 15/06/2028.

2 – AMBITI DELLE PROPOSTE

Le proposte progettuali dovranno comprendere azioni che prioritariamente favoriscano l'inclusione anche in riferimento alle opportunità di accesso alla conoscenza e alla ricerca, l'innovazione sociale, la sostenibilità, la parità di genere e i diritti e che facciano riferimento agli ambiti di intervento descritti nel manifesto per il Public Engagement di APENet che riprendono e chiariscono quelli utilizzati da ANVUR nel bando VQR 2020-2024.

Le proposte dovranno quindi essere associate, in via generale, a una o più delle seguenti quattro aree tematiche che definiscono una visione ampliata di public engagement:

tematica II: produzione, gestione di beni pubblici

tematica III: public engagement

tematica IV: scienze della vita e salute

tematica VI: sostenibilità ambientale, inclusione e contrasto alle disuguaglianze

e dovranno riferirsi a uno o più dei seguenti campi di azione inclusi all'interno delle quattro tematiche:

- a) produzione, gestione e valorizzazione di beni artistici e culturali (es. poli museali, scavi archeologici, attività musicali, immobili e archivi storici, biblioteche ed emeroteche storiche, teatri e impianti sportivi, educazione museale e tutela del patrimonio, ecc.);



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

AREA
INNOVAZIONE

- b) produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione (es. innovazione sociale, formulazione di programmi di pubblico interesse, partecipazione a iniziative di democrazia partecipativa, consensus conferences, citizen panel, ecc.);
- c) progetti di sviluppo territoriale, infrastrutturale e di rigenerazione urbana (es. valorizzazione dei territori, valorizzazione delle città, grandi opere, gestione del rischio, monitoraggio e manutenzione infrastrutture, ecc.);
- d) azioni per lo sviluppo della scienza aperta (es. sensibilizzazione, diffusione, processo innovativo, coinvolgimento, open data, research integrity, ecc.);
- e) organizzazione di attività (es. concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, performance artistiche, eventi sportivi, mostre e altri eventi aperti alla comunità culturali di pubblica utilità, ecc.);
- f) divulgazione scientifica (es. prodotti dedicati al pubblico non accademico, programmi radiofonici e televisivi, ecc.);
- g) divulgazione multimediale (es. blog e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica, escluso il sito istituzionale, pubblicazione e gestione di siti Web, ecc.);
- h) iniziative di coinvolgimento proattivo dei cittadini nella ricerca e/o nell'innovazione anche per favorire la disseminazione e l'implementazione dei risultati della ricerca e dell'innovazione nella società e ridurre disuguaglianze e discriminazioni (es. dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line, citizen science, cliniche legali, ecc.);
- i) attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. esperimenti, simulazioni, giochi didattici e altre attività laboratoriali, educazione alla cittadinanza, ecc.);
- j) iniziative di prevenzione, promozione e tutela della salute pubblica (es. empowerment dei pazienti, medicina di genere, one health, giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione anche in relazione al diritto alle cure; accesso alle cure, accesso al farmaco, cliniche veterinarie, pharmaceutical care, aderenza terapeutica, ecc.);
- k) attività in ambito sanitario, in favore delle categorie fragili (es. malattie rare, disabili, anziani, immigrati, persone in stato di povertà, salute mentale, progettazione nuovi servizi ecc.);
- l) contrasto alla povertà, inclusione e coesione sociale, uguaglianza davanti alla legge, giustizia (es. povertà, fame, lavoro dignitoso, riduzione delle disuguaglianze, uguaglianza di genere, istruzione di qualità, ecc.);
- m) transizione ecologica ed energetica, sostenibilità ambientale e climatica (es. energia pulita e accessibile, consumo e produzione responsabili, economia circolare, green deal, adattamento climatico, città e comunità sostenibili, gestione e tutela delle acque, conservazione e utilizzo sostenibile degli oceani, dei mari e delle risorse marine, utilizzo rispettoso delle risorse naturali, prevenzione e contrasto dell'inquinamento, ecc.);
- n) divulgazione, promozione e diffusione della cultura della legalità e sostenibilità (es. centro di educazione ambientale, ecc.);

Le iniziative progettuali dovranno inoltre rimandare in modo esplicito a uno o più obiettivi **per lo Sviluppo Sostenibile** contenuti nell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Si prevede infine che i progetti integrino una pluralità di attività di valorizzazione delle conoscenze (divulgazione, formazione, workshop, progettazione condivisa, organizzazione eventi ecc.) compresa la possibilità di portare avanti attività di ricerca ma con chiaro orientamento "solution based" e/o di azione e la ricerca si inserisca in un contesto di coinvolgimento della cittadinanza e attori del territorio.



ALMA MATER STUDIORUM | AREA
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA | INNOVAZIONE

3 – STRUTTURE CHE POSSONO PRESENTARE DOMANDA

Possono presentare progetti i Dipartimenti dell'Università di Bologna.

Ogni dipartimento può presentare **al massimo 2 progetti da capofila**, mentre non ci sono limiti alla partecipazione come partner a progetti il cui capofila è rappresentato da un altro dipartimento.

Le proposte devono essere presentate dal Docente coordinatore e sottoscritte dal/la Direttore/Direttrice del Dipartimento e dal/la Delegato/a di Dipartimento per la Terza Missione ed indicare il gruppo di docenti di riferimento. Il docente coordinatore deve far parte del personale strutturato (inclusi i ricercatori a tempo determinato, se il relativo contratto scade oltre il termine delle attività proposte). Si invita a coinvolgere i Responsabili Amministrativi e il personale dell'amministrazione del dipartimento fin dalla fase di progettazione, per verifiche rispetto al budget ed eventuali procedure amministrative necessarie allo svolgimento delle attività.

4 – FINALITA' DELLE PROPOSTE E RUOLO DEI PARTNER ESTERNI

Le proposte di progetto devono partire da un'**attenta e approfondita analisi dei bisogni** rispetto a una **esigenza** di natura sociale, ambientale, tecnologica e culturale maturata in un determinato contesto territoriale. Il progetto deve essere realizzato in co-progettazione con **uno o più partner esterni**. Questi ultimi avranno un ruolo centrale nella condivisione e determinazione dei bisogni. Inoltre, saranno parte attiva del progetto contribuendo a individuare soluzioni che favoriscano trasformazioni positive per la comunità di riferimento del progetto. Le proposte di progetto devono poi valorizzare il dialogo tra tutti i soggetti coinvolti e devono individuare in modo chiaro gli output e i risultati e impatti attesi, identificando quali cambiamenti si possono generare al termine delle attività.

Nel descrivere le diverse fasi della proposta, i Dipartimenti proponenti sono invitati a fare riferimento al ciclo di Deming così come descritto nelle Linee Guida di Ateneo per l'assicurazione della qualità delle iniziative di Public Engagement.

Rispetto al/i **partner esterno/i**, questi ultimi devono essere individuati tra gli enti pubblici, gli enti del terzo settore e le associazioni (per le specifiche si veda la nota¹). Anche imprese private di natura profit possono essere coinvolte nella misura in cui le azioni previste rientrano tra le misure promosse in ambito di responsabilità sociale di impresa.

Si precisa che i partner esterni non possono assumere il ruolo di fornitori di servizi nell'ambito del progetto cui aderiscono, né possono ricevere trasferimenti di fondi da parte del Dipartimento.

Qualora le proposte prevedano il coinvolgimento di servizi forniti da strutture interne all'Ateneo, per esempio il Sistema Museale di Ateneo e le sue collezioni, si invita a coinvolgere queste ultime fin dalla fase di progettazione delle iniziative.

5 - MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DEI PROGETTI

I progetti devono essere inoltrati per posta elettronica all'Ufficio Public Engagement di ARIN, all'indirizzo arin.publicengagement@unibo.it **entro le ore 23.59 del 16/03/2026**, utilizzando il **Modello** allegato (Allegato 3). La richiesta dovrà essere inviata in formato pdf dalla casella di posta elettronica istituzionale e deve chiaramente includere il bando **"Unibo – Public Engagement 2026"** nell'oggetto dell'e-mail.

Il progetto richiede obbligatoriamente il coinvolgimento di partner esterni e pertanto le candidature devono essere corredate da una lettera su carta intestata di adesione del/dei partner.

¹ Enti del Terzo settore di cui all'art. 4 del d.lgs. 3 luglio 2017 n.117 e ss.mm.ii. (Codice del Terzo settore) e di enti associativi non qualificati come enti del Terzo settore di cui alla legge regionale 13 aprile 2023 n. 3

Responsabile del procedimento: dott. Filippo Sartor | email: filippo.sartor@unibo.it |

Area Innovazione | Settore Local and Global Engagement | Ufficio Public Engagement



6 - ASPETTI FINANZIARI RELATIVI AI PROGETTI

La richiesta di contributo finanziario per i progetti non deve superare i 20.000 euro a progetto.

Rispetto al budget da allegare alla proposta di progetto, le spese devono essere effettuate solo dai Dipartimenti dell'Università di Bologna.

Tra le voci di spese ammissibili si indicano le seguenti:

- personale temporaneo/non strutturato a supporto del progetto (incarichi di collaborazione) tra cui anche professionisti esterni e esperti funzionali al raggiungimento degli obiettivi del progetto (es. relatori e/o moderatori di incontri pubblici, attori, musicisti, ecc);
- acquisizione di servizi (es. catering, multimedia, noleggio attrezzature);
- acquisizione di beni (materiali di consumo e attrezzature);
- acquisizione di servizi di promozione e comunicazione e produzione di contenuti multimediali a supporto (stampe materiali, acquisto spazi promozionali, gadget, video, documentari, podcast, vodcast);
- missioni.

Le spese vanno giustificate nel dettaglio e devono essere coerenti e finalizzate agli obiettivi del progetto e devono essere coerenti con quanto indicato dai regolamenti di Ateneo in materia di acquisizione di beni e servizi. Si consiglia di coordinarsi con il/la Responsabile Amministrativo di Dipartimento per opportune verifiche in materia di costi o spese ammissibili.

Il budget del singolo progetto potrà essere rimodulato dalla Commissione di selezione.

Si richiede ai dipartimenti che per ciascun progetto e relativo budget approvato e finanziato venga creato nel sistema contabile U-GOV un progetto ad hoc. Il finanziamento verrà erogato in una sola tranche a titolo di anticipo.

I partner esterni possono contribuire alle iniziative con eventuali co-finanziamenti. In questo caso si invita a indicarne l'ammontare e a specificare, laddove possibile, le spese e le attività coperte già in fase di proposta progettuale.

7 - CRITERI DI VALUTAZIONE E SELEZIONE DEI PROGETTI

I progetti saranno valutati da una Commissione di selezione presieduta dalla Delegata per l'Impegno Pubblico dell'Università di Bologna e nominata con successiva disposizione dirigenziale. La commissione sarà affiancata da un'unità di personale tecnico amministrativo appartenente all'Area Innovazione che svolgerà la funzione di Segretario Verbalizzante.

I criteri e pesi sulla base dei quali saranno valutati i progetti sono i seguenti:

- Rilevanza del progetto rispetto all'analisi dei bisogni, del contesto e della coerenza delle soluzioni prospettate** - massimo 30 punti;
- Qualità della proposta progettuale in termini di innovazione, coinvolgimento attivo di tutti gli attori, e di coerenza tra gli obiettivi, le attività proposte, le risorse e il budget previsto.** - massimo 30 punti;
- Qualità e efficacia della analisi di impatto, considerando gli output, i risultati e impatti previsti, gli indicatori proposti per il monitoraggio in termini di cambiamenti attesi di natura sociale, culturale e economica** - massimo 20 punti;
- Rilevanza del/i partner e loro grado di coinvolgimento nel progetto** - massimo 10 punti;



ALMA MATER STUDIORUM | AREA
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA | INNOVAZIONE

e) Contributo del progetto rispetto agli obiettivi dell'ambito società del piano strategico del dipartimento/i - massimo 10 punti.

Si considerano, inoltre, 5 punti aggiuntivi per quei progetti che prevedono il coinvolgimento degli studenti di uno o più dei tre cicli, compresa la possibilità di organizzare tirocini e tesi di laurea, e 5 punti aggiuntivi per quei progetti che prevedono il coinvolgimento di più dipartimenti, coinvolgimento che si deve evincere in modo puntuale dalla proposta progettuale (e.g. ruolo e competenze di ciascun dipartimento).

Potranno essere finanziati, a concorrenza dei fondi disponibili, i progetti che ottengono un punteggio minimo di 61 punti. I risultati della selezione verranno comunicati presumibilmente entro la fine di aprile 2026.

8 – RELAZIONE INTERMEDIA E FINALE

Si richiede la presentazione di una relazione intermedia e una relazione finale delle attività svolte, che dovranno contenere informazioni sul raggiungimento degli obiettivi e dei risultati attesi di progetto, oltre che un'analisi degli indicatori di impatto e la rendicontazione delle spese. Eventuali differenze rispetto alla proposta di progetto presentata vanno motivate. La relazione intermedia e quella finale dovranno essere firmate dal Direttore del Dipartimento e dal Delegato Terza Missione. In seguito alla rendicontazione finale, gli importi residui, non spesi entro i termini indicati per lo svolgimento delle attività, saranno recuperati sul bilancio universitario.

9 – VALORIZZAZIONE DEI RISULTATI

La valorizzazione dei risultati dei progetti finanziati potrà essere effettuata anche attraverso l'organizzazione di una giornata d'Ateneo durante la quale verranno presentate le attività svolte e i principali risultati raggiunti dai singoli progetti. In aggiunta, potrà essere richiesta la produzione di schede sintetiche di progetto per la pubblicazione sul sito web di Ateneo.

10 - RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

Ai sensi dell'art. 4 nonché degli artt. 7 e 8 della Legge 241 del 7 agosto 1990 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi) si comunica che: responsabile del procedimento è il responsabile del Settore Local and Global Engagement, dott. Filippo Sartor, tel. 051 2082014, email: filippo.sartor@unibo.it

I candidati hanno facoltà di esercitare il diritto di accesso agli atti del procedimento di selezione come previsto dalla norma vigente. La richiesta dovrà pervenire al responsabile del Settore Local and Global Engagement, dott. Filippo Sartor, via Foscolo 7, 40126 Bologna, (filippo.sartor@unibo.it) compilando l'apposito modulo da richiedere all'Ufficio stesso.

Data protection

Informativa ai sensi dell'art. 13 del regolamento UE 2016/679 (General Data Protection Regulation - GDPR)

Ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. 196/2003 (di seguito "Codice Privacy") e dell'art. 13 del Regolamento UE n. 2016/679 (di seguito "GDPR 2016/679"), recante disposizioni a tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali, i dati personali forniti formeranno oggetto di trattamento nel rispetto della normativa sopra richiamata e degli obblighi di riservatezza.



ALMA MATER STUDIORUM | AREA
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA | INNOVAZIONE

Titolare del trattamento dei dati

Il titolare del trattamento dei dati è l'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna, con sede in via Zamboni, 33 – 40126 Bologna – Email: privacy@unibo.it, cui ci si potrà rivolgere per l'esercizio dei diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. 196/2003 e degli articoli dal 15 al 22 del Regolamento UE n. 2016/679. È responsabile del trattamento la Dirigente dell'Area Innovazione, dott.ssa Alice Corradi.

Finalità del trattamento.

L'Università di Bologna procederà al trattamento dei dati forniti esclusivamente per fini istituzionali e nel rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali. In particolare, il trattamento dei dati personali richiesti è finalizzato alla determinazione delle graduatorie per l'assegnazione dei posti scambio e del contributo economico.

Modalità di trattamento e conservazione

Il trattamento dei dati sarà svolto in forma automatizzata e/o manuale, nel rispetto di quanto previsto dall'art. 32 del GDPR 2016/679 e dall'Allegato B del D.Lgs. 196/2003 (artt. 33-36 del Codice) in materia di misure di sicurezza, ad opera di soggetti appositamente incaricati e in ottemperanza a quanto previsto dagli art. 29 GDPR 2016/679. Nel rispetto dei principi di liceità, limitazione delle finalità e minimizzazione dei dati, ai sensi dell'art. 5 21 GDPR 2016/679, i dati personali saranno conservati per il periodo di tempo necessario per il conseguimento delle finalità per le quali sono raccolti e trattati. Tali dati potranno essere trasmessi a soggetti esterni, sia per le procedure di valutazione dei candidati sia per il contributo economico o di ulteriori contributi a sostegno della mobilità.

Diritti dell'interessato ai sensi dell'art. 7 del D.Lgs. 196/2003 e degli artt. 15 - 22 del Regolamento UE n. 2016/679

L'interessato in ogni momento ha diritto di:

- a) chiedere la conferma dell'esistenza o meno di propri dati personali;
- b) ottenere le indicazioni circa le finalità del trattamento, le categorie dei dati personali, i destinatari o le categorie di destinatari a cui i dati personali sono stati o saranno comunicati e, quando possibile, il periodo di conservazione;
- c) ottenere la rettifica e la cancellazione dei dati;
- d) ottenere la limitazione del trattamento;
- e) ottenere la portabilità dei dati, ossia riceverli da un titolare del trattamento, in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico, e trasmetterli ad un altro titolare del trattamento senza impedimenti;
- f) opporsi al trattamento in qualsiasi momento ed anche nel caso di trattamento per finalità di marketing diretto;
- g) chiedere al titolare del trattamento l'accesso ai dati personali e la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che lo riguardano o di opporsi al loro trattamento, oltre al diritto alla portabilità dei dati;
- h) revocare il consenso in qualsiasi momento senza pregiudicare la liceità del trattamento basata sul consenso prestato prima della revoca;
- i) proporre reclamo a un'autorità di controllo.

Per ulteriori informazioni, si può fare riferimento all'Ufficio Public Engagement, Area Innovazione – email: arin.publicengagement@unibo.it.



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

AREA
INNOVAZIONE

Allegato 2 – MODELLO DOMANDA

SVILUPPO DI INIZIATIVE ED ATTIVITÀ DI PUBLIC ENGAGEMENT PROMOSSE DAI DIPARTIMENTI – BANDO “UNIBO –PUBLIC ENGAGEMENT 2026” MODULO DI DOMANDA

Titolo del progetto:

.....

Dipartimento capofila dell’Università di Bologna

.....

Eventuali altri Dipartimenti coinvolti

.....

Docente coordinatore (UNIBO)

.....

Altro personale coinvolto (professori e ricercatori, dottorandi, personale TA)

.....

Partner esterno/i: (indicare il nome completo di partner esterno/i a UNIBO che attraverso la presentazione di una lettera di adesione, contribuiscono, dalla fase di progettazione a quella di sviluppo e implementazione, operativamente al progetto).

.....

Analisi del contesto e dei bisogni: analisi del contesto e dei problemi/sfide a cui il progetto intende rispondere facendo riferimento anche a fonti e report ufficiali; descrivere inoltre come sono stati identificati i problemi/bisogni insieme al/i partner esterno/i e come il progetto intende rispondervi (max 5.000 caratteri spazi inclusi)

.....



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

AREA
INNOVAZIONE

Obiettivi del progetto: indicare obiettivo generale e obiettivi specifici del progetto (max. 3.000 caratteri spazi inclusi)

.....

Attività proposte, relative tempistiche e responsabilità: in relazione agli obiettivi, descrivere le attività proposte, le modalità di co-progettazione con i partner, i loro tempi di svolgimento e chi tra i partner è responsabile della loro realizzazione. Se il progetto coinvolge più Dipartimenti chiarire ruoli e competenze di ciascun dipartimento. Per la progettazione si raccomanda di fare riferimento al Ciclo di Deming (Plan – Do – Check – Act) come da Linee Guida di Ateneo per l'assicurazione della qualità delle iniziative di Public Engagement.

(max. 6.000 caratteri spazi inclusi).

.....

Descrizione del/i partner e motivi della scelta: presentazione delle organizzazioni partner e del loro ruolo nel progetto, a partire dal ruolo attivo nell'identificazione dei bisogni, e motivazione della scelta del/dei partner (max 5.000 caratteri spazi inclusi)

.....

Il progetto coinvolge studenti UniBo? SÌ ☐ NO ☐

Se sì, precisare se studenti del I, II, III ciclo, in che attività sono coinvolti (es. tirocini o tesi di laurea) e come la loro presenza è valorizzata nel contesto del progetto. (max 1.000 caratteri spazi inclusi)

.....



ALMA MATER STUDIORUM | AREA
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA | INNOVAZIONE

Indicare a quale/i tematica/che fa riferimento la proposta tra quelle riportare nell'art.9 – valorizzazione delle conoscenze (Terza missione/impatto sociale) del Bando “Valutazione della Qualità e della Ricerca 2020-2024” pubblicato da ANVUR e in linea con i principi del Piano Strategico dell’Università di Bologna e con il Manifesto APENET.

- ☐ tematica 2: produzione, gestione e valorizzazione di beni pubblici e Impatto Sociale
- ☐ tematica 3: Public Engagement e valorizzazione delle conoscenze
- ☐ tematica 4: scienze della vita e salute
- ☐ tematica 5: sostenibilità ambientale, alla inclusione e al contrasto alle diseguaglianze

Ambiti di azione (rispetto agli ambiti di azione indicati a pag. 4 del bando, indicarne uno o più utilizzando la lettera di riferimento)

☐ a ☐ b ☐ c ☐ d ☐ e ☐ f ☐ g ☐ h ☐ i ☐ j ☐ k ☐ l ☐ m ☐ n

Indicare l’eventuale impatto della proposta relativamente ai 17 Sustainable Development Goals:

- ☐ No
- ☐ Sì, indicare SDG (numero o denominazione)



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

AREA
INNOVAZIONE

GANTT di proposta progettuale (evidenziare o inserire una X nei mesi di lavoro previsti per ciascuna attività)

Attività	Responsabile	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M... ²

² Aggiungere una colonna per ogni ulteriore. mese di attività previsto dal progetto tenendo conto dei tempi entro cui devono concludersi i progetti (cfr. art. 4 del Bando)



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

AREA
INNOVAZIONE

Output, risultati e impatti attesi: in questa sezione è importante fare emergere il valore generato dal progetto attraverso la realizzazione delle attività. Si invita a descrivere i principali output previsti dal progetto e i risultati (outcome) e impatti attesi per target group, evidenziando i cambiamenti prospettati in termini di incrementi, nuovi strumenti, trasformazioni ecc. Per ciascun output e outcome/impatto atteso si invita a indicare gli indicatori per misurare il raggiungimento, facendo riferimento ai cambiamenti di natura culturale, sociale ed economica. Per la compilazione, si suggerisce di utilizzare la seguente tabella e di fare riferimento alla figura 2 delle Linee Guida di Ateneo per l'assicurazione della qualità delle iniziative di Public Engagement che riprende la catena del valore dell'impatto. Oltre alle compilazioni delle tabelle si possono riportare anche delle considerazioni in calce a queste ultime:

.....

.....

.....

Output previsti dal progetto	Target group/beneficiari	Indicatore di misurazione dell'output (es. Nr. interventi formativi realizzati)

.....

.....

.....

Outcome/Impatti previsti dal progetto	Target group/beneficiari	Indicatore di misurazione dell'Outcome/Impatto (es. nr. di persone coinvolte nel progetto che dichiara di avere maggiore consapevolezza rispetto a ...)

.....

.....

.....



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA | AREA
INNOVAZIONE

Per l'identificazione degli outcome e degli impatti attesi si può far riferimento, tra gli altri, ai seguenti ambiti di cambiamento: miglioramento del benessere e degli stili di vita; miglioramento della partecipazione sociale, civile, politica; acquisizione, rafforzamento e sviluppo di conoscenze, competenze e consapevolezza funzionali a “(*specificare ambito*)”; creazione di nuova occupazione qualificata; creazione di nuove opportunità formative e/o professionali; miglioramento dei servizi per il territorio; creazione o diffusione di specifiche proposte culturali; nuovi sviluppi tecnologici, ambientali e industriali; maggiore inclusione e partecipazione di determinati gruppi; miglioramento delle condizioni economico-sociali; accresciute risorse finanziarie.

Principali elementi di innovazione del progetto e delle soluzioni prospettate: descrivere le soluzioni prospettate, le possibili metodologie adottate e le attività proposte (comprese quelle di promozione e divulgazione) che presentano un maggiore elemento innovativo e/o di inclusione anche rispetto al contesto in cui vengono proposte (max 3.000 caratteri spazi inclusi)

.....

Contributo del progetto per il/i dipartimento/i rispetto agli obiettivi in ambito “società” del piano strategico del Dipartimento/dei dipartimenti: (max 2.000 caratteri spazi inclusi)

.....

Durata del progetto (data inizio e data fine)

BUDGET PER TIPOLOGIA DI SPESA

Tipologia di costo	Importo in euro	Note



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

AREA
INNOVAZIONE

Descrizione del budget: descrivere come le risorse richieste servono le attività, precisare se per lo svolgimento delle attività sono necessarie ulteriori risorse, di che tipo e da chi saranno messe a disposizione del progetto (max 2500 caratteri spazi inclusi)

.....

È previsto un co-finanziamento da parte di un eventuale partner?

☐ Sì

☐ No

Se sì quantificare orientativamente la cifra e le principali attività/spese coperte

.....

Firme:

Direttore/Direttrice di Dipartimento _____

Delegato/a di dipartimento per la Terza Missione _____

Ulteriori Allegati: allegare una lettera intestata e firmata di adesione all'iniziativa per ogni soggetto partner coinvolto.