

ARTEC

Caso n. 1- Un gruppo di 5 ricercatori, di cui 3 dell'Università di Bologna e 2 del CNR, ha realizzato un'invenzione in campo chimico e chiede all'ARTEC di tutelarla mediante il deposito di una domanda di brevetto. Prima di avviare la procedura di deposito, è necessario regolare il rapporto con l'altro contitolare, il CNR, per la tutela, la gestione e la valorizzazione del brevetto. Se fosse dirigente ARTEC:

- Quali elementi fondamentali inserirebbe nell'accordo con il CNR?
- Che grado di formalità darebbe all'accordo e quali interlocutori interni ed esterni individuerrebbe nella negoziazione con il CNR?
- Gestirebbe diversamente l'accordo se il contitolare fosse stato un ateneo italiano? E se fosse stato un ateneo americano?
- A margine di questa istruttoria, il DG le chiede di impostare un piano di comunicazione interna per sensibilizzare i docenti e i ricercatori sulla necessità di corretta tutela della proprietà intellettuale, diffondendo le policy di Ateneo e prevenendo comportamenti non corretti. Indichi come imposterebbe la campagna, indicandone gli strumenti e i principali contenuti

Caso n. 2 - L'Università di Bologna ha un ragguardevole portafoglio brevetti, che cresce al ritmo di circa 20 nuove domande di brevetto all'anno. Ogni domanda viene depositata da un mandatario brevettuale, inoltre le domande esistenti richiedono di essere mantenute ed estese a livello internazionale. Se fosse dirigente ARTEC:

- Come gestirebbe gli affidamenti degli incarichi ai mandatarari brevettuali?
- In base a quali caratteristiche sceglierebbe i mandatarari per i vari brevetti?
- Quali servizi aggiuntivi chiederebbe ai mandatarari, oltre al servizio standard di deposito?
- A fronte di costi crescenti per la tutela della proprietà intellettuale, il Direttore Generale chiede un'analisi di sostenibilità delle azioni poste in essere, considerando i proventi derivanti dalla valorizzazione della stessa. Indichi come svilupperebbe tale analisi e quali prospettive indicherebbe al DG.
- Il Direttore generale le chiede inoltre di impostare una campagna di comunicazione rivolta ai docenti e ricercatori sulle policy di Ateneo in materia di tutela della proprietà intellettuale, inquadrandola nell'ambito delle strategie di Ateneo. Indichi gli elementi essenziali della stessa e gli strumenti che adotterebbe.

Caso n. 3 – Il portafoglio brevetti dell'Università di Bologna include molti brevetti ancora validi e suscettibili di essere valorizzati economicamente mediante accordi di vario tipo con le imprese. Se fosse dirigente ARTEC:

- Come imposterebbe la strategia di valorizzazione dei brevetti dell'Università di Bologna?
- Ricorrerebbe, e in quali casi, al supporto di società o professionisti esterni all'Università?
- Quali strategia di comunicazione imposterebbe per far conoscere alle imprese i brevetti dell'Università?
- In un ambito brevettuale dove la valorizzazione della proprietà intellettuale appare particolarmente promettente, le viene presentata la richiesta di registrare uno specifico brand commerciale di Ateneo. Come istruisce la richiesta e quali rischi e opportunità ravvisa nello sviluppo della stessa?

Caso n. 4 – Una domanda di brevetto dell'Università di Bologna in campo farmaceutico interessa ad una società spin-off dell'Ateneo, il cui fondatore e socio al 20% è anche uno degli inventori del brevetto. Lo spin-off sta per ricevere un sostanzioso finanziamento da un fondo di venture capital, condizionato al fatto che la società sia proprietaria del brevetto (non semplicemente licenziataria). Se fosse dirigente ARTEC:

- Che tipo di contratto negozierebbe con lo spin-off?
- Che ruolo avrebbe nella negoziazione il docente inventore e fondatore dello spin-off?
- Che procedura adotterebbe per garantire al CdA che l'Università ottenga il massimo valore possibile dalla cessione del brevetto?
- Il Direttore Generale, inoltre, le trasmette una percezione di inefficacia della comunicazione di Ateneo relativa alla creazione di impresa e le chiede di presentare uno specifico piano al riguardo. Come

affronterebbe il tema con gli interlocutori interni ed esterni all'Area e come imposterebbe la proposta per superare le eventuali carenze riscontrate?

Caso n. 5 – Un'impresa multinazionale operante nel settore dell'energia è interessata ad avviare un'ampia collaborazione di ricerca con l'Università di Bologna su temi scientifici che coinvolgono almeno una decina di gruppi di ricerca afferenti a diversi dipartimenti. La multinazionale propone all'Università di sottoscrivere un accordo quadro di carattere generale, seguito da accordi operativi con i vari dipartimenti. Se fosse dirigente ARTEC:

- Quali aspetti tratterebbe nell'accordo quadro e quali lascerebbe all'autonomia dei dipartimenti per la trattazione negli accordi operativi?
- Come coinvolgerebbe nella negoziazione dell'accordo quadro i dipartimenti e i gruppi di ricerca interessati? Indichi inoltre quali azioni adotterebbe e a quali interlocutori si rivolgerebbe qualora uno o più dipartimenti manifestassero contrarietà, rivolgendosi al Rettore, riguardo alla sottoscrizione dell'accordo quadro.
- Accetterebbe nell'accordo quadro una clausola che stabilisce che i brevetti derivanti dalle attività di ricerca commissionata sono di esclusiva proprietà della multinazionale? A fronte di un atteggiamento di chiusura della multinazionale sul tema della proprietà intellettuale, come condurrebbe la trattativa?
- Come tratterebbe la richiesta della multinazionale di poter utilizzare il nome e il logo dell'Ateneo nella comunicazione esterna delle attività sviluppate nell'ambito dell'accordo quadro?

Caso n. 6 – Nell'ambito della rilevazione annuale di customer satisfaction sui servizi di Ateneo l'unico ambito che segna un calo del gradimento è quello dei servizi di placement.

- Il Direttore generale e il Prorettore di riferimento le chiedono un'analisi dalla quale evincere le motivazioni e le conseguenti proposte per migliorare la percezione di efficacia del servizio.
- Indichi come imposterebbe l'analisi, quali interlocutori individuerrebbe e quali azioni coerenti proporrebbe.
- Indichi anche come imposterebbe una campagna di comunicazione fra gli studenti sui servizi offerti, indicandone strumenti e contenuti.

Caso n. 7 – Il regolamento degli spin-off dell'Università di Bologna consente all'Ateneo di acquisire una partecipazione societaria in uno spin-off, direttamente o tramite un soggetto designato, e di tenerla per 5 anni, salvo proroghe decise dal CdA. Se fosse dirigente ARTEC:

- In quali casi raccomanderebbe al CdA di acquisire una partecipazione in un nuovo spin-off?
- In quali casi raccomanderebbe al CdA di dismettere (o di non prorogare) una partecipazione in uno spin-off esistente?
- Che procedura seguirebbe per dismettere una partecipazione e quali disposizioni propone per disciplinare la gestione dell'eventualità che un fondo di venture capital intenda acquisire una quota maggioritaria dello spin off.
- Quali azioni assumerebbe per comunicare efficacemente la strategia e le azioni di ateneo in materia di creazione di impresa, distinguendo fra i diversi interlocutori ai quali è rivolta.

Caso n. 8 – È stato pubblicato il bando della VQR 2015-2019. Con riferimento alla valutazione delle attività di ricerca e terza missione, se fosse dirigente ARTEC:

- Come coinvolgerebbe le varie strutture dell'Università nella scelta dei casi di studio da conferire?
- Come gestirebbe il rapporto con l'Anvur e con il Cineca?
- Come gestirebbe il rapporto con la governance dell'Ateneo?
- Con riferimento all'ambito della Terza Missione, il Direttore Generale le chiede di elaborare una ricognizione delle strategie e degli obiettivi di Terza Missione dei Dipartimenti in base alle indicazioni ANVUR e al Piano Integrato di Ateneo, anche al fine di valutare le azioni di supporto gestionale più

opportune. Esponga come imposterebbe il documento, indicando alcuni esempi di supporto gestionale, con particolare riferimento all'ambito della gestione del patrimonio e delle attività culturali.

Caso n. 9 – Nell'ambito del prossimo Programma Quadro Europeo per la Ricerca e l'Innovazione per il periodo 2021-2027, Horizon Europe, è stato introdotto un terzo pilastro denominato Innovative Europe.

- Tenuto conto degli obiettivi perseguiti da tale pilastro e degli obiettivi strategici dell'Ateneo, il candidato indichi come imposterebbe un piano per cogliere le opportunità di Horizon Europe, illustrando in particolare:
 - gli interlocutori interni ed esterni all'Ateneo con i quali rapportarsi;
 - le azioni che si prefiggerebbe di porre in essere, sia di tipo comunicativo che organizzativo.

Caso n. 10 - L'Ateneo di Bologna si caratterizza per la propria dimensione multicampus, comprendente, fra le altre previsioni statutarie e regolamentari, il riconoscimento di specifiche autonomie alle sedi della Romagna nei rapporti con il sistema territoriale e gli stakeholders locali. A seguito della costituzione dell'Area della Terza missione e comunicazione e del nuovo piano strategico di Ateneo, il Direttore Generale la informa che i Campus della Romagna hanno chiesto un rafforzamento del supporto gestionale delle iniziative di terza missione rientranti negli ambiti di autonomia degli Organi dei campus e delle strutture presenti nelle rispettive sedi.

- Il candidato indichi come affronterebbe l'argomento, per consentire al DG di dare un riscontro ai Presidenti dei Campus.