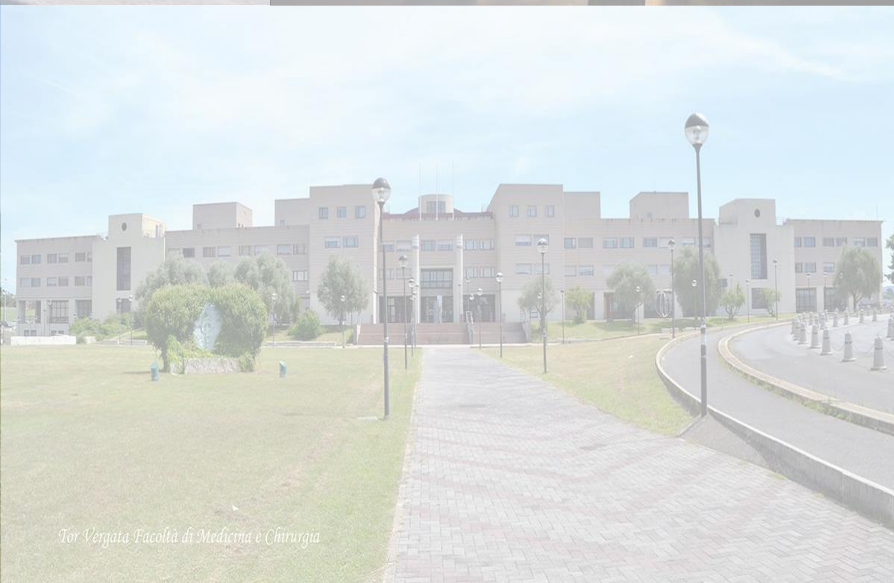


# TOR VERGATA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA

## PIANO STRATEGICO

### 2020 – 2022



“La missione dell’Ateneo è la capacità di generare e diffondere conoscenza e cultura nel tessuto sociale ed economico del Paese, al fine di promuovere il ruolo dell’Università come cardine del progresso e dello sviluppo sostenibile, indipendente ed autonoma da condizionamenti esterni.”

Il Magnifico Rettore, Prof. Orazio Schillaci

## Sommario

[Introduzione](#) - 1

[Il Processo di Pianificazione Strategica](#) - 4

[Rappresentazione della organizzazione strategica esistente](#) - 4

[Definizione di Visione e Missione](#) - 6

[Gli Stakeholder](#) - 8

[Analisi strategica](#) - 11

[Il Processo di Pianificazione Strategica](#) - 12

[Analisi del Contesto esterno](#) - 13

[Analisi del Contesto interno](#) - 16

[Esiti dell’analisi SWOT](#) - 17

[Finalità strategiche](#) - 18

[SAI – Schede Anagrafiche Indicatori](#) - 27

[Indicatori di sostenibilità](#) - 30

[Indice di sostenibilità](#) - 31

## INTRODUZIONE

Since  
**1982**

L'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA  
"TOR VERGATA" RAPPRESENTA OGGI  
UNA DELLE ECCELLENZE ITALIANE NELLA RICERCA E NELLA  
DIDATTICA.



**106 CORSI DI  
LAUREA**

**32 CORSI DI  
DOTTORATO**

**49 SCUOLE DI  
SPECIALIZZAZIONE**

**97 MASTER E CORSI  
DI  
PERFEZIONAMENT  
O**

**34.500 STUDENTI**

**8.800 NUOVI  
INGRESSI ALL'ANNO**

**730 BORSE DI  
MOBILITÀ  
INTERNAZIONALE**



6 BIBLIOTECHE D'AREA

350 AULE PER LA DIDATTICA

29 LABORATORI INFORMATICI

Particolarmente qualificata, e crescente nel tempo, è anche la dimensione internazionale dell'Ateneo.

Molti corsi di dottorato sono tenuti in inglese di cui 10 corsi di dottorato sono effettuati in collaborazione con altri atenei europei (joint degree).

L'Ateneo ha più di 500 accordi bilaterali e di cooperazione culturale/scientifica con università partner in tutto il mondo per la promozione di programmi di ricerca congiunti e scambi accademici.



L'Ateneo è membro di EUA (European University Association), network che rappresenta istituti di istruzione superiore e le conferenze dei rettori di 47 paesi europei

L'Ateneo è l'unico ateneo italiano membro della rete YERUN (Young European Research Universities



Network), composta da 18 giovani atenei europei che si sono distinti per i risultati conseguiti in alcune delle più prestigiose classifiche delle università a livello internazionale.



L'Ateneo è l'unico ateneo italiano membro della rete YUFE composta da 6 giovani atenei europei che hanno il comune

obiettivo di contribuire a un'Europa più competitiva e unita. Queste università sottolineano la necessità di aumentare l'occupabilità e i programmi di mobilità integrata per studenti e personale, promuovere l'istruzione superiore inclusiva e investire nell'apprendimento attivo delle lingue europee.



- L'Ateneo è entrato nel ranking THE-times higher education delle top 200 università in europa, classificandosi al 92° posto nelle top 150 università under 50.



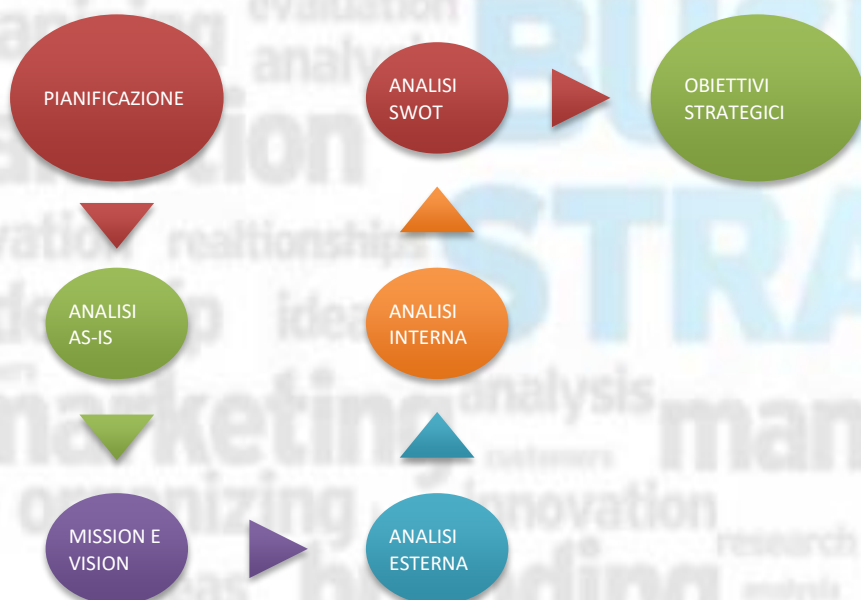
- Nel 2016, l'Ateneo si è unito al Venice International University (VIU), una rete di

università di tutto il mondo che condividono un campus comune sull'isola di San Servolo, nella laguna di Venezia, per elaborare programmi di studio collegiali che preparino gli studenti ad affrontare le sfide globali di oggi: sviluppo sostenibile, cambiamento climatico, invecchiamento, crescita urbana, etica globale, eredità culturale.

## IL PROCESSO DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Il processo di Pianificazione Strategica si articola nei seguenti passi operativi:

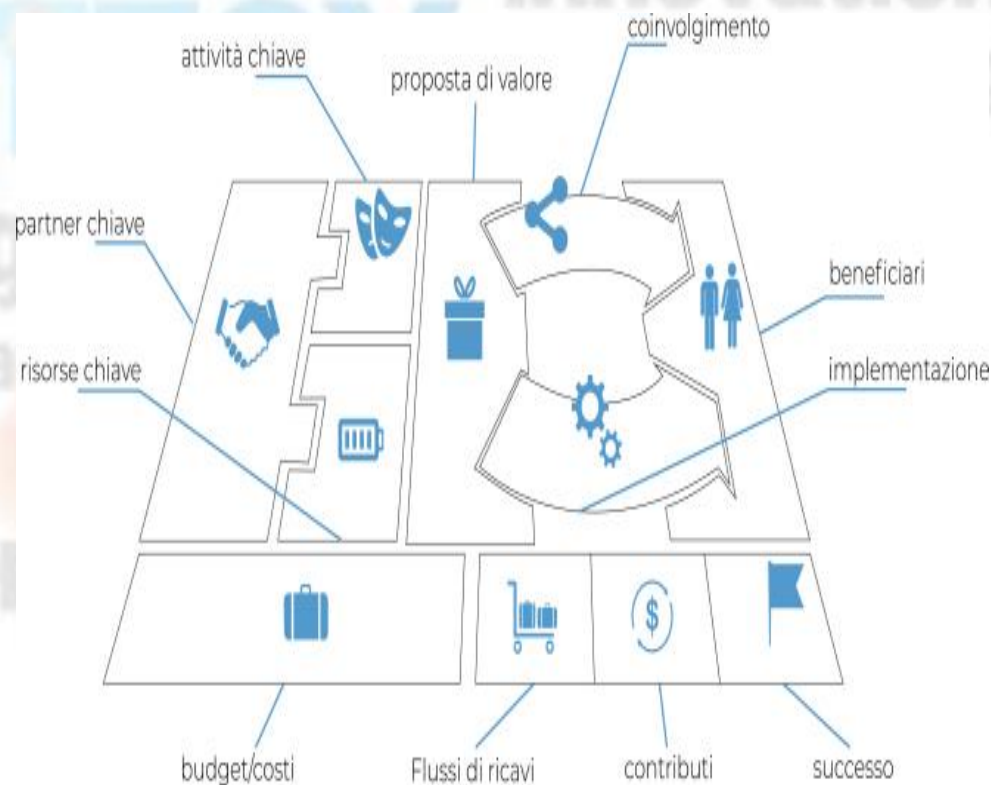
La Programmazione Triennale contribuisce ad integrare e definire le scelte strategiche dell'Ateneo.



## RAPPRESENTAZIONE DELLA ORGANIZZAZIONE STRATEGICA ESISTENTE (AS-IS)

Analizzare la situazione attuale (as-is) dell'AQteneo è il punto di partenza per raccogliere elementi utili a definire la strategia complessiva. Di fatti, prima di programmare cambiamenti è necessario conoscere lo stato presente di processi e attività per poter poi evidenziare le aree di miglioramento.

L'Ateneo ha fatte proprie le indicazioni contenute nel rapporto CEV inviato ad ottobre 2019 a seguito della visita avvenuta a maggio 2018, pianificando le opportune azioni di miglioramento.





**Partner chiave**  
**Regione Lazio**  
**MIUR**  
**YERUN**  
**(IUFE)**  
**VIU**  
**UNICA**  
**RETE**  
**PARTNER**  
**ERASMUS**  
**CAMPUS X**  
**RUS**

**Attività chiave**

- Costruzione di una offerta formativa di qualità, che pone attenzione anche ai percorsi di sviluppo professionale.
- Razionalizzazione dei corsi e contenimento dei costi
- Efficienza nella gestione amministrativa

**Risorse chiave**

- Patrimonio derivante da donazioni
- Personale Docente e Amministrativo
- Sede dell'Università

**Proposte di valore**

- La sostenibilità al centro della identità istituzionale
- Alta qualità della formazione universitaria ad un costo contenuto.
- Servizi agli studenti accessibili, coordinati e performanti

**Relazioni con gli utenti**

- Assistenza personale presenza di un addetto ai rapporti con gli studenti che diventa il loro supporto nel momento in cui si richiede aiuto
- Co-creazione con la istituzione di una sezione trasversale di docenti, personale e studenti in un processo collaborativo per rivedere la definizione della mission dell'Ateneo

**Canali**

- Focus primario sui mezzi di stampa;
- Ufficio centralizzato per rispondere alle esigenze degli studenti;
- Banner con temi legati alla missione;

**Segmenti di Studenti**

- Studenti universitari con il bisogno di pianificare la propria istruzione in vista di future carriere
- Studenti interessati ad ottenere qualità formativa a costi contenuti
- Studenti con esigenze di un'offerta di servizi facilmente accessibile ed informazioni esaustive

**Struttura dei costi**  
**Costi Fissi**

- spese per il personale amministrativo
- spese per il personale docente
- spese sostegno agli studenti
- spese per servizi gestionali (compresa la manutenzione)
- **Costi variabili**
- spese adeguamento e ampliamento delle strutture
- spese per variazioni personale amm./docente
- costi per trasferimento ai partner della ricerca
- spese di marketing

**Flussi di ricavi**

- Tasse di iscrizione
- Canone d'uso per l'utilizzo delle residenze
- FFO
- Finanziamento esterno dei progetti di ricerca
- Altri contributi

## DEFINIZIONE DI VISIONE E MISSIONE

La **vision** consiste nell'esplicitazione degli scopi più alti che l'attività dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" vuole raggiungere: agisce sul futuro, sintetizza "ciò che intendiamo offrire ai nostri stakeholder in base ai loro desideri", fissa degli obiettivi e disegna, in sintesi, una previsione.



L'Ateneo ha eletto il nuovo Magnifico Rettore Prof. Orazio Schillaci il 15/10/2019 con decorrenza 1/11/2019.

Il Rettore ha definito fin dalla stesura del programma elettorale la visione verso cui rivolgere l'azione dell'Ateneo attraverso obiettivi strategici chiari e definiti per ognuno degli ambiti caratterizzanti l'Università:

- Didattica;
- Ricerca;
- Terza Missione.

La chiara volontà di mettere a disposizione conoscenza e competenza dell'Ateneo al servizio del Paese attraverso la definizione e il perseguimento di obiettivi comuni e condivisi.

Obiettivi raggiungibili fuggendo la retorica dell'eccellenza individuale ma, al contrario, attraverso il sentire comune, valorizzando il contributo di tutti ai vari livelli e con l'orgoglio di essere parte di una azione collettiva con obiettivi chiari, indirizzi precisi e una organizzazione efficiente.

La visione di un Ateneo che:

*si confronti a livello internazionale, orgoglioso della sua identità e forte della conoscenza e competenza che può vantare, dell'entusiasmo e della capacità di collaborare di tutte le persone che ne fanno parte*

*è in grado di influenzare il contesto locale e nazionale grazie alla sua capacità di attuare una strategia integrata di didattica, ricerca terza missione*

*affronti unito le sfide del futuro, sapendo valorizzare le varie competenze ed i diversi punti di vista al suo interno per individuare sempre le soluzioni in grado di garantire il risultato migliore possibile per l'intera comunità universitaria*

*attragga talenti attraverso un'offerta formativa ampia, innovativa e sempre rispondente alle esigenze del contesto locale, nazionale e internazionale*



Possiamo sintetizzare la nostra comune visione attraverso le seguenti parole chiave

- E** • EFFICIENZA
- M** • MISSIONE
- P** • PARTECIPAZIONE
- A** • AGGREGAZIONE
- T** • TRASPARENZA
- I** • INNOVAZIONE
- C** • COMUNICAZIONE
- I** • INFRASTRUTTURE



realizzarli.

*L'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", nella sua missione e visione di sviluppo della cultura della sostenibilità, ha aderito alla rete delle università italiane "sostenibili" recentemente costituita dalla Conferenza dei Rettori delle Università Italiane (CRUI). Inoltre il 3 febbraio del 2016 su iniziativa dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" e della Fondazione Unipolis è nata L'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS), con l'obiettivo di far crescere nella società italiana, nei soggetti economici e nelle istituzioni la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda globale e degli Obiettivi*



La **mission**, strettamente correlata alla vision, traduce in concetti pratici il modo più opportuno per

*di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs nell' acronimo inglese) da raggiungere entro il 2030.*

*Il Magnifico Rettore, Prof. Orazio Schillaci*



## GLI STAKEHOLDER

*Stakeholder «qualsiasi gruppo o individuo che influenza o è influenzato dal raggiungimento degli obiettivi dell'organizzazione».*

*R. E. Freeman*

Il principio di Sostenibilità viene declinato come parametro per ridefinire le linee di sviluppo dell'Università. In questo contesto per sostenibilità vogliamo intendere la capacità di orientare le proprie azioni istituzionali alle esigenze del contesto interno/esterno, degli stakeholder interni/esterni, del territorio così come della gestione economica e delle risorse umane. Nell'analisi periodica dei risultati sono presi in esame gli indicatori di outcome (incremento di benessere di breve e lungo periodo, soddisfazione degli utenti) piuttosto di soffermarsi esclusivamente sulla quantità/qualità delle singole prestazioni.

Sono gli interlocutori attivi consapevoli e interessati al dialogo con l'organizzazione perché le sue attività producono su di loro conseguenze e/o le proprie attività producono conseguenze sull'organizzazione.



### Stakeholder Interni

- Risorse Umane
- Rappresentanze del personale dipendente
- Rappresentante studentesche
- Enti, Fondazioni, Consorzi direttamente controllate

### Stakeholder Esterni

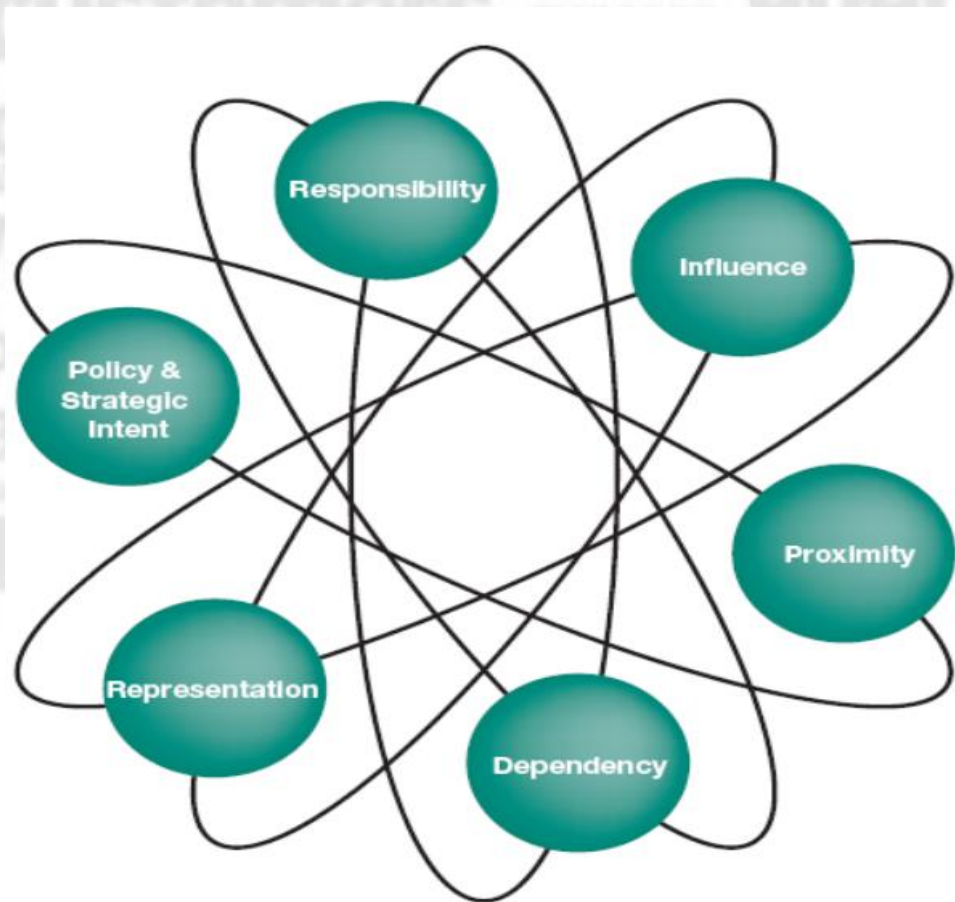
- Mass Media
- Altre Università
- Miur
- Autorità locali
- Enti
- Associazioni
- Consorzi
- Fondazioni
- Scuole secondarie
- Mondo produttivo
- Org. Professionali (albi)
- Fornitori di servizi
- Alumni
- Laziodisu
- Famiglie studenti

Le categorie di stakeholder individuate sono state differenziate per contesto di appartenenza e per il tipo di relazione che stabiliscono con l'Ateneo.

La prima analisi differenzia gli stakeholder Interni ed Esterni.



Il secondo livello di analisi, invece, determina le relazioni che intercorrono tra i stakeholder e l'Ateneo. Tale analisi orienta la scelta su alcune alternative strategiche valutando il grado di influenza sull'Ateneo di ciascun gruppo di stakeholder individuato.



- **Responsibility:** *Risorse Umane - Enti, Fondazioni, Consorzi direttamente controllate.*

Ovvero gli stakeholder verso i quali l'organizzazione ha, o potrebbe avere, responsabilità legali, finanziarie ed operative sotto forma di regolamenti, contratti, politiche o codici di comportamento.

- **Influence:** *Autorità locali - Mass Media - Org. Professionali - Mondo Produttivo.*

Ovvero gli stakeholder con potere di influenza o di decisione

- **Proximity:** *Laziodisu - Fornitori di servizi - Famiglie studenti - Enti - associazioni - Consorzi - Fondazioni.*

Ovvero gli stakeholder con cui l'organizzazione interagisce maggiormente, compresi gli stakeholder interni (ad esempio, lavoratori in outsourcing, le comunità locali), quelli con cui esistono relazioni consolidate (ad esempio, i business partner) e quelli dai quali l'organizzazione dipende per le proprie operazioni quotidiane (ad esempio, le autorità locali, i fornitori locali, i fornitori di infrastrutture locali)

- **Dependency**

Ovvero gli stakeholder che, direttamente o indirettamente, dipendono dalle attività e dall'operatività dell'organizzazione, sia in termini

economici/finanziari (ad esempio, se l'organizzazione è l'unica fonte di impiego sul posto o il solo fornitore di beni di prima necessità), sia in termini di infrastrutture regionali o locali (ad esempio, scuole, ospedali). Fanno parte di questa categoria anche gli stakeholder che dipendono dall'organizzazione in quanto, direttamente o indirettamente, essa è l'unica fonte di fornitura di beni che soddisfano bisogni primari (ad esempio, medicine, acqua, elettricità).

- **Representation**

Ovvero gli stakeholder che, attraverso la regolamentazione o per consuetudine e cultura possono legittimamente farsi portavoce di un'istanza (ad esempio, le ONG, particolari gruppi di interesse, compresi i "senza voce" - ovvero persone o cose incapaci di rappresentare loro stessi, come l'ambiente e le generazioni future - , rappresentanti sindacali, leader delle comunità locali).

- **Policy and strategic intent**

Ovvero gli stakeholder con cui l'organizzazione direttamente o indirettamente ha a che fare per via delle proprie politiche e scelte (ad esempio, i consumatori, le comunità locali, il management dei lavoratori in outsourcing e franchising), inclusi coloro che possono fornire indicazioni su tematiche e rischi emergenti (ad esempio, gli attivisti, le organizzazioni della società civile, il mondo accademico).

## ANALISI STRATEGICA



*La formulazione consapevole delle linee strategiche d'ateneo prevede l'identificazione del proprio posizionamento strategico.*

*La matrice SWOT si rivela uno strumento utile a valutare il posizionamento dell'Ateneo, mettendo in luce i suoi punti di forza e di debolezza, le opportunità che può cogliere derivanti dalla situazione di mercato e le minacce a cui deve invece porre particolare attenzione.*

*La definizione degli Obiettivi Strategici ha come necessario atto preliminare una puntuale Analisi Interna e Esterna.*

*L'analisi del contesto di interno/esterno non è un processo statico che avviene in un determinato periodo dell'anno, ma un processo dinamico continuo attuato con il continuo confronto che coinvolge il rettore, i prorettori e i delegati, presidi e direttori di dipartimento, direttore generale, dirigenti, personale docente e tecnico attraverso confronti che avvengono periodicamente. Tale confronto consente sia di focalizzare l'attenzione sugli obiettivi da perseguire, sia attuare processi di monitoraggio costanti e periodici, sia attuare idonei correttivi ove sia possibile e/o necessario (gestione trad-off).*

## IL PROCESSO DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA

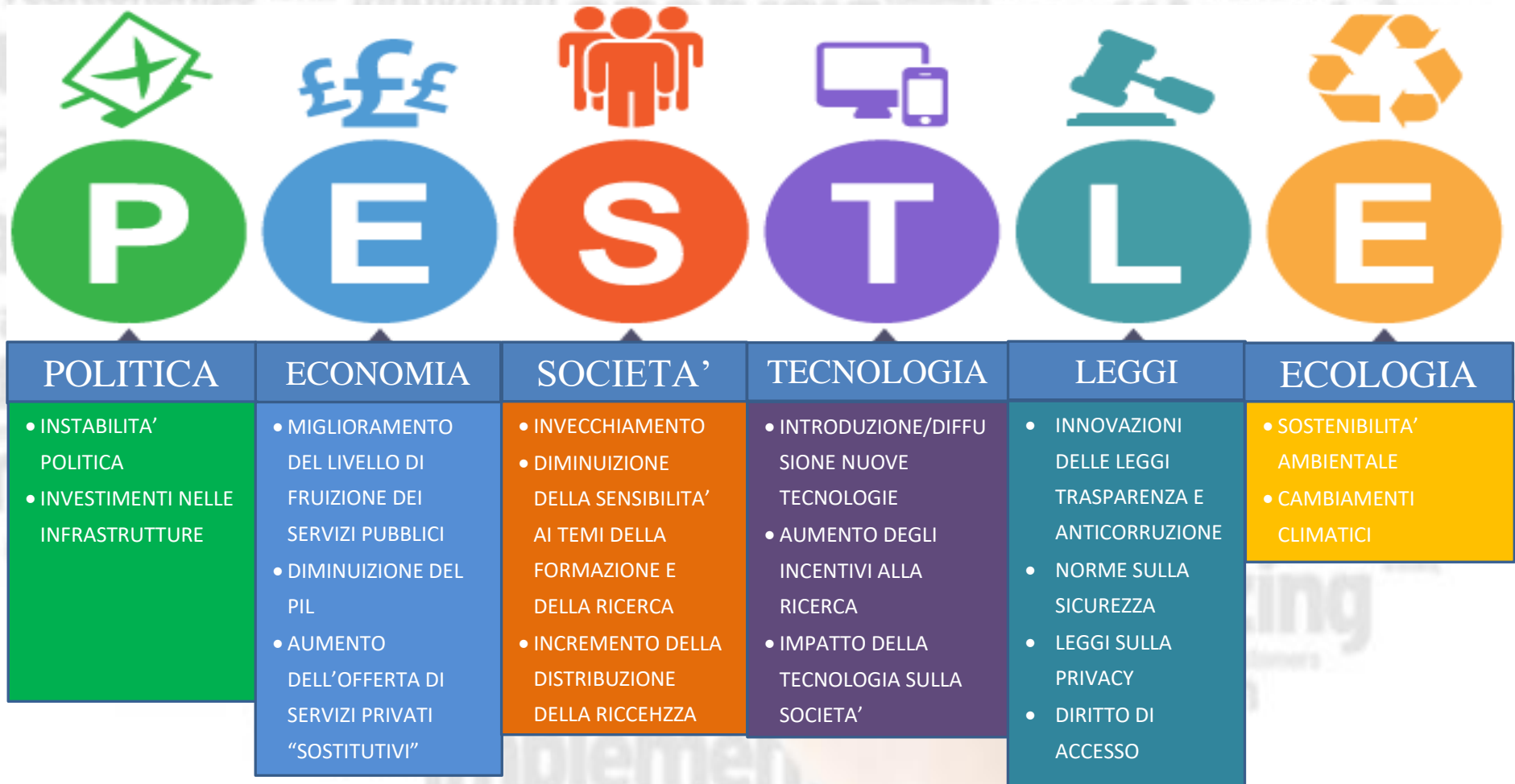
*Per declinare però la missione e la visione in scelte strategiche è necessario effettuare le analisi dei punti di forza e debolezza interni e delle opportunità e le minacce che vengono dall'ambiente esterno.*

La sintesi dei punti di forza e debolezza e delle opportunità e delle minacce è rappresentata nella matrice SWOT.





## ANALISI DEL CONTESTO ESTERNO



*Identificati tutti i possibili fattori devono ora essere attribuiti delle % di accadimento e un punteggio per ogni fattore in relazione al suo impatto per l'Ateneo nei prossimi 3 - 5 anni.*

*La scala per misurare l'impatto è:*

*-5: impatto estremamente negativo (forte minaccia)*

*+5: impatto estremamente positivo (forte opportunità)*

*Attribuiti i punteggi, i fattori più positivi e quelli maggiormente negativi verranno inseriti all'interno della matrice SWOT.*

*Infine i fattori vengono tracciati in base all'indice di impatto unitamente alla percentuale di accadimento.*

*Ciò ci aiuta ad orientare le successive scelte strategiche verso i fattori di maggiore impatto e con una percentuale di accadimento considerevole*

AMBITI	FATTORI	% di acc.	IMPATTO -5/+5
POLITICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INSTABILITA' POLITICA</li> </ul>	50	-2
ECONOMIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MIGLIORAMENTO DEL LIVELLO DI FRUIZIONE DEI SERVIZI PUBBLICI</li> </ul>	40	+3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AUMENTO DELL'OFFERTA DI SERVIZI PRIVATI "SOSTITUTIVI"</li> </ul>	90	-3
SOCIETA'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INVECCHIAMENTO</li> </ul>	80	-2
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIMINUIZIONE DELLA SENSIBILITA' AI TEMI DELLA FORMAZIONE E DELLA RICERCA</li> </ul>	50	-4
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INCREMENTO DELLA DISTRIBUZIONE DELLA RICCHEZZA</li> </ul>	20	+3
ECOLOGIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AUMENTO DELLA SENSIBILITÀ SULLA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE</li> </ul>	50	+3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PEGGIORAMENTO DI FENOMENI LEGATI AL CAMBIAMENTI CLIMATICI</li> </ul>	90	-3
TECNOLOGIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INTRODUZIONE/DIFFUSIONE NUOVE TECNOLOGIE</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AUMENTO DEGLI INCENTIVI ALLA RICERCA</li> </ul>	90	+5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IMPATTO DELLA TECNOLOGIA SULLA SOCIETA'</li> </ul>	60	+5



## ANALISI DEL CONTESTO INTERNO

*Questo tipo di analisi consente all'Ateneo di individuare i propri Punti di Forza e Aree di debolezza attraverso l'analisi dei risultati raggiunti/non raggiunti e degli scostamenti con i risultati ottenuti nell'anno precedente e contenuti nella Relazione Annuale.*

*Individuati questi due dati, potremmo inserirli all'interno della Matrice SWOT e pianificare le azioni strategiche più opportune tenendo conto delle minacce ed opportunità del contesto esterno.*

# WEAKNESS

### Punti di Debolezza

- Posizionamento Ranking Internazionali
- Sostenibilità dei Corsi di Laurea Magistrale
- Servizi agli Studenti
- Efficienza delle Strutture
- Studenti Stranieri Iscritti ai Corsi di Studio in lingua inglese
- Iniziative di inclusione Sociale
- Definizione dei processi interni
- Comunicazione delle azioni intraprese
- Monitoraggio intermedio della attività

# STRENGTH

### Punti di Forza

- Qualità del Reclutamento degli studenti
- Qualità delle pubblicazioni
- Internazionalizzazione
- Finanziamento dei Progetti di Ricerca
- Trasferimento Tecnologico
- Placement
- Qualità offerta formativa
- Accreditamento ANVUR per 5 anni di Sede e Corsi di Studio
- Accordi di Cooperazione Internazionale
- Sostegno agli studenti diversamente abili



## ESITI DELL'ANALISI SWOT

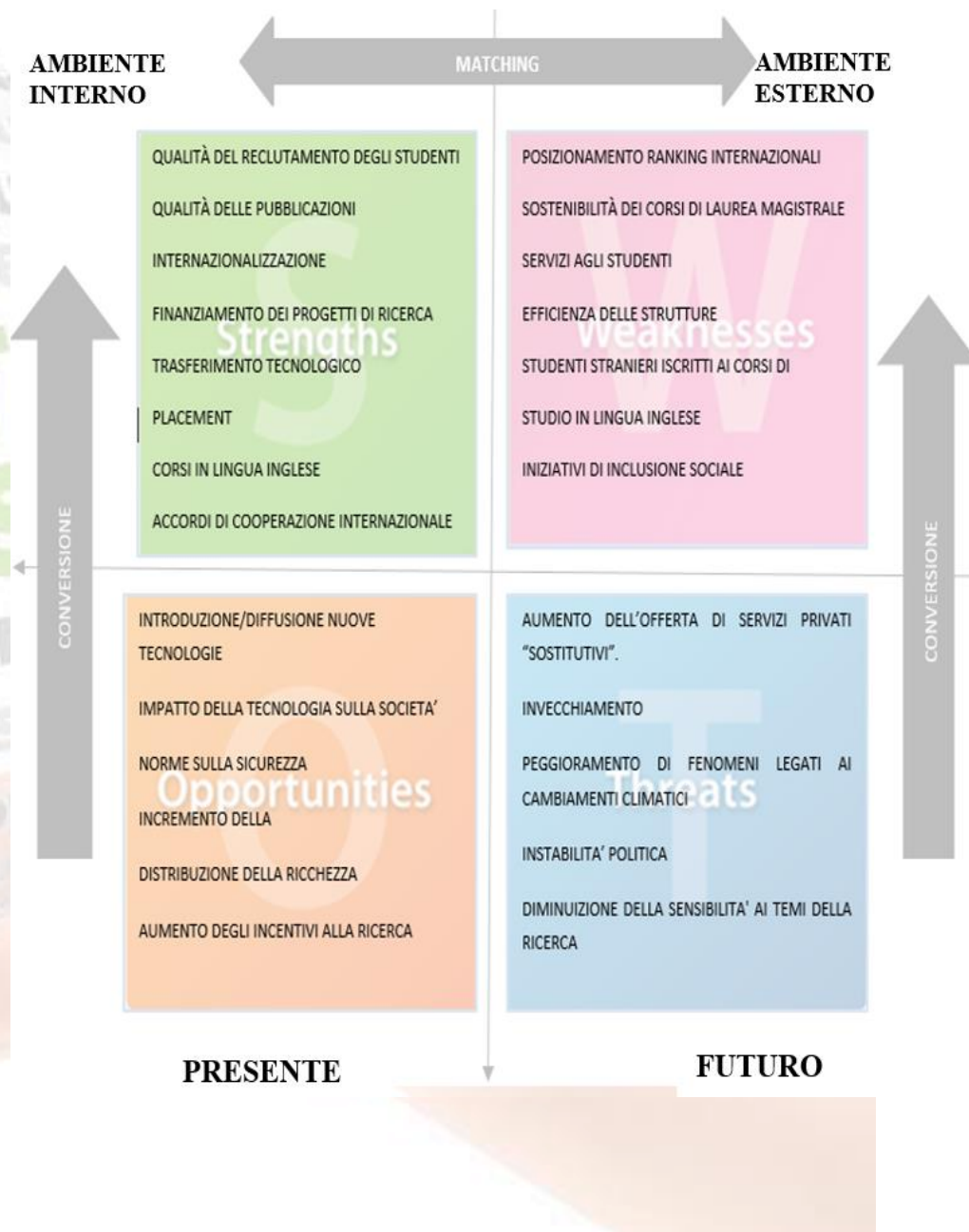
Lo scopo dell'analisi è quello di definire le opportunità di sviluppo di un'area territoriale o di un settore o ambito di intervento, che derivano da una valorizzazione dei punti di forza e da un contenimento dei punti di debolezza alla luce del quadro di opportunità e rischi che deriva, di norma, dalla congiuntura esterna.

La Matrice SWOT evidenzia i principali fattori, interni ed esterni al contesto di analisi, in grado di influenzare il successo di un programma/piano.

Consente di analizzare scenari alternativi di sviluppo Supporta l'impostazione di una strategia coerente rispetto al contesto su cui si interviene.

La matrice è organizzata in quattro sezioni che raccolgono le caratteristiche identificate come punti di forza, punti di debolezza, opportunità e rischi.

Grazie al matching tra opportunità e punti di forza, e minacce e punti di debolezza, può essere orientata, con questo strumento metodologico, la scelta delle alternative strategiche che risulteranno utili per cogliere le opportunità del contesto esterno utilizzando i punti di forza individuati interni all'Ateneo, e nel contempo, sterilizzare le possibili minacce intervenendo sulle aree di debolezza.



# FINALITA' STRATEGICHE

In base alle evidenze che emergono da:

- *Relazione della Performance e Rapporto di Sostenibilità*
- *Piano Integrato e Programmazione Economica Finanziaria,*
- *Valutazioni della CEV*
- *Indicazioni della nuova Governance di Ateneo*
- *Linee di indirizzo del MIUR per la Programmazione Triennale*
- *Analisi del contesto esterno/interno in accordo con i stakeholder di riferimento individuati con l'analisi operata fin qui;*

si è giunti alla definizione delle finalità e obiettivi strategici.

Fornire opportunità di apprendimento per tutti, garantendo pari opportunità per le persone diversamente abili e uguaglianza di genere, valorizzando le diversità culturali a favore di uno sviluppo sostenibile

**i** Servizi agli studenti

**Didattica**

Sviluppare la qualità e dell'efficacia promuovendo l'internazionalizzazione e la didattica sostenibile

**ORGANIZZAZIONE E AMBIENTE DI LAVORO**

Valorizzare l'integrità e l'efficace utilizzo del personale assicurando adeguate condizioni di lavoro, minimizzando l'impatto ambientale.

**TERZA MISSIONE**

Adottare linee di attività con le quali attivare processi di interazione diretta con la società civile e il tessuto imprenditoriale con l'obiettivo di promuovere uno sviluppo socio-economico sostenibile

Sviluppare la qualità e l'efficacia della ricerca promuovendo l'internazionalizzazione e la ricerca





## OBIETTIVI STRATEGICI

*Successivamente alla definizione delle finalità strategiche, vengono definiti gli obiettivi necessari al raggiungimento delle finalità.*

### RICERCA

#### *R.1: Potenziare la ricerca di base e incentivare la ricerca applicata.*

*Tra i suoi obiettivi principali, l'Ateneo si propone di incrementare la produttività scientifica dei professori e dei ricercatori, di promuovere l'impatto della ricerca scientifica e di incentivare la trasferibilità e la produttività delle scoperte scientifiche all'interno del più ampio contesto socio - economico.*

#### *Azioni*

- Potenziare la struttura del **Grant Office** per fornire ai Dipartimenti il necessario supporto amministrativo e gestionale per lo scouting e la gestione dei finanziamenti alla ricerca, e per consentire ai professori e ai ricercatori di meglio focalizzarsi sulle loro attività core, per supportarli e renderli maggiormente efficaci e competitivi, nel contesto nazionale e internazionale. Inoltre, il Grant Office dovrà configurarsi come un hub che favorisca l'incontro tra le competenze tecnico-amministrative e quelle scientifiche dell'Ateneo per meglio intercettare le diverse tipologie di finanziamento sia nazionali che internazionali.

- Attivare e potenziare le **infrastrutture di ricerca comuni**, che consentano l'espressione del potenziale di diversi gruppi e l'ottimizzazione degli investimenti sulle grandi attrezzature. Tali infrastrutture contribuiranno ad attrarre studenti e competenze, a potenziare i prodotti della ricerca, a promuovere la cooperazione tra macroaree, a realizzare sinergie anche all'esterno dell'Ateneo con organismi di ricerca e con le imprese e, nel caso dei Dipartimenti della Facoltà di Medicina e Chirurgia, con diverse strutture del Sistema Sanitario Nazionale.
- Promuovere e potenziare il sistema di competenze, esperienze e progetti che possano favorire lo sviluppo del territorio attraverso la valorizzazione di un prestigioso ed autorevole **Polo della Ricerca** di fatto già esistente. Infatti ai 18 Dipartimenti del nostro campus si accompagnano, sia all'interno sia nei territori limitrofi, il Policlinico Tor Vergata, l'Agenzia Spaziale Italiana, il Consiglio Nazionale delle Ricerche, l'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare e la Banca d'Italia.
- Rivestire un ruolo centrale nel progetto del Distretto dell'Economia della Scienza per una Smart City Sostenibile, recentemente promosso dal MIUR proponendoci come hub nella rete dei centri di ricerca, per contribuire alla progettazione di una "città intelligente", in cui si applichi la scienza per promuovere il progresso sociale ed economico di un territorio periferico disagiato.
- Rafforzare la struttura dedicata al **Public Engagement**.



## R.2: Internazionalizzare la ricerca.

*L'Ateneo intende potenziare ulteriormente i processi di internazionalizzazione nella ricerca, attraverso il sostegno alla partecipazione a progetti di ricerca europea e internazionali, e alla promozione della mobilità internazionale dei ricercatori, dei professori e dello staff amministrativo.*

Azioni

- **Considerato il ruolo strategico dell'internazionalizzazione** per la ricerca, essa va programmata sia con iniziative di sostegno ad esperienze internazionali, sia attraverso l'accoglienza di studenti e visiting professors provenienti da Università straniere, sia lavorando attivamente all'interno e all'esterno dell'Ateneo per favorire il flusso in entrata di ricercatori. Al fine di tutelare le peculiarità e le esigenze di ciascuna area, le risorse destinate alle iniziative di internazionalizzazione saranno pertanto attribuite ai Dipartimenti del nostro Ateneo, al fine di sostenere uno sviluppo armonico e omogeneo di tutta l'Università.

## R.3: Finanziare la ricerca.

Azioni

- **I finanziamenti di Ateneo alla ricerca scientifica** sono importanti strumenti di promozione della ricerca ed imprescindibili meccanismi perequativi a supporto delle attività di ciascun docente. Tuttavia le attività di ognuno si

caratterizzano in modo differente in relazione alla natura della ricerca realizzata, e una gestione centralizzata che non tenga conto delle peculiarità di ciascuna area rischia di essere inefficiente. Pertanto, i finanziamenti per la ricerca scientifica di Ateneo siano assegnati ai Dipartimenti in base a specifici criteri, esigenze e priorità.

DIDATTICA

### D.1: Aumentare l'attrattività dell'offerta formativa migliorandone gli sbocchi occupazionali.

*Questo obiettivo strategico comprende le principali attività volte a migliorare l'offerta formativa rendendola moderna, interdisciplinare e adatta alle nuove esigenze del mondo del lavoro e del sistema delle imprese, a promuovere l'orientamento e a facilitare l'inserimento dei laureandi e dei laureati nel mondo del lavoro. In particolare, l'Ateneo, coerentemente con la sua missione/visione, intende innovare la sua offerta formativa (anche seguendo il criterio dell'interdisciplinarietà) in modo da adattarla alle mutate/mutevoli richieste del mondo del lavoro.*

Azioni

- Attivazione di nuovi percorsi di studio che dovranno superare il concetto di interdisciplinarietà inteso come somma di competenze singolarmente riconducibili a diverse discipline. I nuovi corsi dovranno ispirarsi al concetto di **cross fertilization**, in cui una disciplina portante viene mantenuta ma resa

permeabile e “fertilizzata” da altre discipline su temi specifici di frontiera, in maniera aderente alla domanda sociale e produttiva garantendo l’eccellenza.

## ***D.2 Favorire i processi di apprendimento.***

*Questo obiettivo strategico fa riferimento alle attività volte a organizzare attività didattiche di qualità. Per raggiungere tale obiettivo in modo da facilitare la regolarità delle carriere degli studenti nel rispetto di una rigorosa valutazione degli stessi, verranno messe in atto strategie volte ad aumentare la sostenibilità dei corsi di studio.*

### *Azioni*

- **Razionalizzare ed innovare l’offerta formativa** in termini di tecnologie e metodi di insegnamento, favorendo lo sviluppo di una didattica più partecipata in grado di stimolare maggiormente creatività, capacità critiche e di risoluzione dei problemi.

## ***D.3: Internazionalizzare la didattica.***

*Nel contesto di una “competizione globale alla caccia di talenti” e allo scopo di aumentare gli sbocchi occupazionali dei suoi corsi di studio (offrendo ai laureati gli strumenti per accedere al mercato internazionale del lavoro), l’Ateneo intende impegnarsi a promuovere e favorire la dimensione internazionale degli studi, per la creazione di un campus internazionalizzato anche nella didattica. In questa ottica, il principale strumento che si intende utilizzare è la promozione di titoli*

*congiunti, volta a favorire la mobilità internazionale di docenti e studenti, e l’ammissione e la formazione di studenti stranieri.*

### *Azioni*

- Perseguire gli obiettivi definiti dalla partnership strategica costituita con 8 giovani atenei europei attraverso l’accordo YUFE.
- **Internazionalizzare** l’offerta formativa non significa meramente erogare Corsi di Studio in lingua inglese. È un concetto più profondo che deve permeare il modo di fare didattica: dall’identificazione dei bisogni formativi alla progettazione delle attività di formazione fino all’erogazione della didattica e alla sua valutazione. Coniugare il contesto internazionale con le necessità del territorio e le nostre vocazioni naturali, è dunque un obiettivo che dovrebbe riguardare tutti i Corsi di Studio. Per aumentare l’attrattività della nostra offerta formativa per gli studenti stranieri e per gli studenti italiani proiettati in un contesto internazionale, è fondamentale assicurare lo sviluppo in maniera razionale di una didattica in lingua inglese, prendendo a riferimento le lezioni apprese dai Corsi di Laurea che in questi anni hanno mostrato la maggiore capacità di attrarre studenti internazionali.
- incentivare e sostenere anche le opportunità di istituzione di percorsi formativi in grado di rilasciare un doppio titolo o un titolo congiunto con Università estere.
- favorire le **occasioni di contatto con studenti internazionali**, sostenendo l’adesione degli studenti ai programmi Erasmus (in entrata ed in uscita), stabilendo canali di comunicazione in

lingua inglese efficaci (ad es. sito web) e agevolando i visiting professors (in entrata ed in uscita) attraverso una semplificazione dei relativi processi di attivazione e riconoscimento del percorso formativo sostenuto.

## TERZA MISSIONE

### **TM.1: Potenziare le azioni di supporto alla ricerca di Terza Missione.**

*L'obiettivo strategico si propone di supportare e potenziare lo sviluppo di attività e progetti di ricerca nazionali e internazionali tipici della Terza Missione universitaria. I progetti di ricerca, dovranno sviluppare e valorizzare attività di ricerca innovativa e multidisciplinare e realizzare il trasferimento tecnologico in grado di determinare un impatto economico e sociale sul territorio rispetto alle esigenze del mercato promuovendo la definizione di nuovi partenariati.*

### **TM.2: Potenziare le azioni di supporto allo sviluppo economico e sociale - sviluppo di servizi innovativi per la comunità universitaria e il territorio.**

*L'Ateneo intende valorizzare al meglio il suo ruolo di "erogatore" di saperi e conoscenze, attuando in maniera sinergica, azioni caratterizzanti attività di trasferimento tecnologico e altresì di trasformazione produttiva delle conoscenze, nell'ottica del processo di sviluppo sostenibile in contribuendo a determinare un generale miglioramento globale complessivo dal punto di vista economico, sociale e ambientale.*

## Azioni

È strategico per un Ateneo del terzo millennio, rendere organiche e strutturate le molteplici attività di trasferimento delle conoscenze, consolidando il ruolo di riferimento culturale dell'Ateneo, affinché possa incidere sulla società interagendo con essa.

- Promuovere **l'interazione con il mondo produttivo costruendo** con esso rapporti di collaborazione strutturati
- Massimizzare la valorizzazione economica dei risultati della ricerca, attraverso l'accesso ai finanziamenti, gli spin off e lo sfruttamento della proprietà intellettuale.
- Incentivare la commercializzazione dei brevetti con il supporto degli Uffici preposti
- Incrementare la ricerca applicata su temi che rispecchiano la domanda di ricerca delle aziende e, attraverso le conoscenze multidisciplinari presenti nell'Ateneo, accelerando la diffusione di innovazioni, agevolando l'accesso a strumenti di supporto finanziario.
- Coinvolgere il mondo produttivo nella didattica, così da facilitare l'acquisizione, da parte degli studenti, di competenze trasversali, funzionali all'attività di ricerca e all'inserimento nel mondo del lavoro.
- Potenziare il rapporto con gli ordini professionali, assicurando il loro coinvolgimento nella progettazione e verifica dei corsi di studio, didattica, supporto alla preparazione degli esami di



abilitazione alla professione, attività di placement e gestione di progetti di ricerca.

## SERVIZI AGLI UTENTI

### *S.1: Migliorare i servizi agli utenti.*

*L'Ateneo si vuole impegnare nel continuo miglioramento dei servizi offerti a tutti i suoi utenti: non soltanto gli studenti, ma anche il personale docente e il personale tecnico-amministrativo e bibliotecario, le imprese e gli enti della pubblica amministrazione, la comunità che insiste sul territorio di riferimento e, più in generale, la società civile e il cittadino che in qualche modo potrebbe interfacciarsi con l'università.*

#### *Azioni*

- Incrementare gli spazi per le sale studio e per i luoghi di aggregazione socio-culturale
- Rilanciare i servizi bibliotecari, soprattutto pubblicizzando i servizi digitali ancora limitatamente conosciuti tra gli studenti.
- Completare il processo di semplificazione e digitalizzazione delle attività di segreteria.
- Favorire i servizi di accoglienza per gli studenti fuori sede, per favorire il loro inserimento nel territorio e nel nostro Ateneo
- Migliorare la comunicazione con tutti i nostri studenti, sfruttando sempre di più strumenti multimediali e social media in maniera adeguata ad un contesto accademico.

- Migliorare i servizi di orientamento in ingresso in modo da renderli efficaci ma anche razionalizzando l'utilizzo delle risorse, avendo la capacità anche in questo caso di agire uniti e coordinati nella ricerca del risultato migliore possibile per l'intero Ateneo.
- Ricercare **formule di orientamento in itinere e di tutoraggio** sempre più efficaci in modo da contenere il numero di abbandoni, anche attraverso un servizio di counseling psicologico. In particolare, gli studenti devono essere maggiormente coinvolti in questo processo, aiutando a definire le strategie più efficaci e promuovendo azioni di orientamento da parte degli studenti degli anni successivi verso quelli dei primi anni.
- Potenziare le iniziative per l'inclusione degli studenti diversamente abili, affinché possano trovare strutture adeguate a favorire le loro quotidiane attività di studio e di convivenza garantire servizi di job placement che contribuiscano ad assicurare i lusinghieri risultati occupazionali dei nostri laureati, stabilendo collaborazioni di lungo periodo con aziende ed enti pubblici a livello locale e nazionale e sviluppando rapporti anche a livello internazionale.

## ORGANIZZAZIONE E AMBIENTE DI LAVORO

### *OA.1: Migliorare l'efficienza delle spese.*

*L'Ateneo si pone l'obiettivo di razionalizzare le spese correnti e di adottare misure volte al contenimento delle spese di gestione, al fine di liberare nuove risorse da investire in azioni considerate particolarmente strategiche.*



## Azioni

- Adeguare le risorse disponibili al soddisfacimento delle necessità di formazione rilevate. Definire percorsi formativi trasversali, essendo tali le competenze richieste al personale, e potenziare i percorsi dedicati a funzioni specialistiche richieste per alcune categorie.

### **OA.2: Migliorare servizi ai dipendenti e welfare aziendale**

*Per welfare aziendale si intende l'insieme delle prestazioni non monetarie a sostegno del dipendente. Un pacchetto di possibilità in affiancamento alla classica retribuzione nella forma di agevolazioni e rimborsi, che si traducono in benefit significativi per il dipendente. Obiettivo dell'Ateneo è ampliare le opportunità per i propri dipendenti migliorando il clima organizzativo e aumentando l'efficacia e l'efficienza dei processi amministrativi.*

## Azioni

- Favorire il benessere lavorativo anche sostenendo progetti di telelavoro, nell'accezione moderna di "e-work", per favorire il benessere lavorativo rendendo dinamico e innovativo il modello di gestione del personale, basato su criteri di efficienza e produttività.
- Assicurare percorsi formativi in linea con le attività svolte e le esigenze emerse a seguito della mappatura delle competenze, essendo la formazione del personale strumento strategico per il raggiungimento degli obiettivi.

- Staff mobility: Erasmus+ promuove la mobilità internazionale per attività didattica (staff mobility for Teaching) e di formazione del personale docente e non docente degli Istituti di Istruzione Superiore, ivi comprese le Università. Nell'ambito di un progetto di mobilità dello staff presentato dall'Istituto di appartenenza il personale docente, lo staff tecnico-amministrativo, il personale dell'Ufficio relazioni internazionali potranno partecipare a periodi di docenza e/o formazione all'estero presso un'Università o altro Istituto d'Istruzione Superiore partner per periodi compresi tra 2 giorni e 2 mesi con la copertura delle spese di viaggio e di soggiorno per il personale coinvolto nell'iniziativa.

### **OA.2: Prevenire la corruzione attraverso la promozione della trasparenza e dell'integrità.**

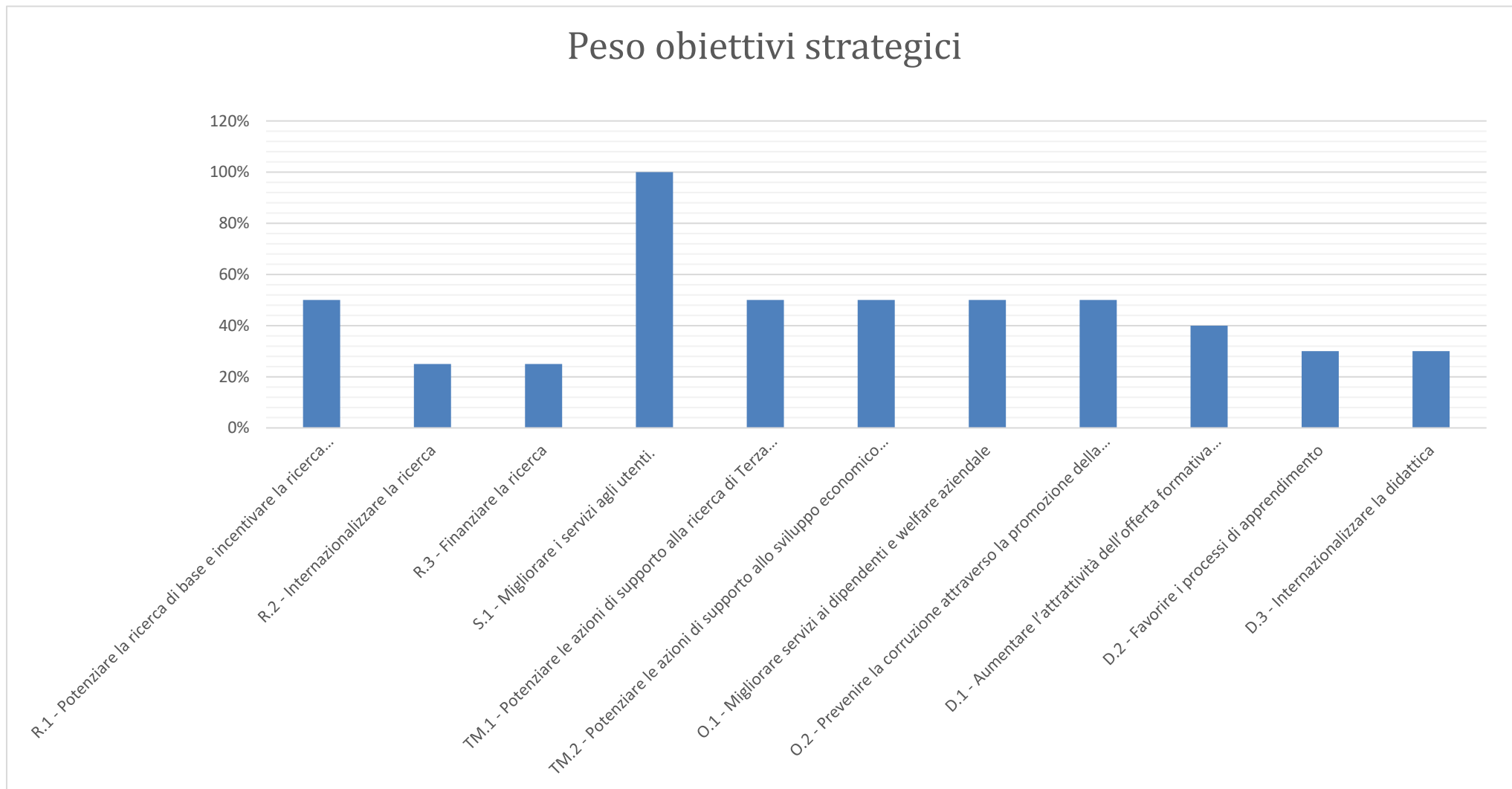
*L'Ateneo rende accessibile ogni tipo di informazione relativa all'organizzazione, alla gestione e all'utilizzo delle risorse con l'obiettivo di favorire forme diffuse di controllo e di partecipazione nel rispetto dei principi di buon andamento e di imparzialità, anche attraverso un piano di azione diretto a contrastare potenziali rischi di corruzione in tutti gli ambiti, dalle attività amministrative a quelle didattiche e scientifiche.*

## Azioni

- Semplificare, razionalizzare e digitalizzare i processi interni puntando alla realizzazione di un Campus Digitale.

- Valorizzare ulteriormente la professionalità e la competenza del personale tecnico amministrativo e bibliotecario, ottimizzando l'organizzazione, anche per rendere l'ambiente di lavoro più stimolante e gratificante in modo da consentire a tutti di migliorare la qualità della propria professione.
- Sviluppare una governance basata sull'indicazione di obiettivi, sulla programmazione e valutazione a posteriori dei risultati, responsabilizzando le strutture di governo esistenti ai vari livelli, garantendo un adeguato decentramento decisionale coerentemente alle linee di indirizzo e alla programmazione strategica di Ateneo.
- Assicurare un adeguato supporto amministrativo dedicato ai Coordinatori di Corsi di Studio e Dottorato, che possa aiutarli a rispondere alle crescenti richieste per l'Assicurazione della Qualità dei corsi che va assolutamente perseguita favorendo procedure efficaci ma snelle.
- Costituire un "Digital Transformation Office" (DTO) che potrebbe essere il punto di riferimento per il personale che desidera lanciare nuove idee, proporre miglioramenti organizzativi e, in generale, partecipare attivamente a questa grande sfida di rinnovamento e crescita.
- Adeguare le competenze informatiche per consentire la semplificazione dei processi e la digitalizzazione delle attività amministrative.

Inoltre, si è proceduto alla preventiva definizione di un sistema di “pesatura” per le finalità strategiche e per i relativi obiettivi, come sintetizzato nella tabella 1.



## SAI - SCHEDE ANAGRAFICHE INDICATORI

Al fine di poter classificare gli indicatori utilizzati per monitorare e valutare la performance organizzativa, l'Ateneo ha predisposta una banca dati contenente tutte le informazioni relativi ad ogni singolo indicatore.

Codice Indicatore	XX.XX.XX
Nome Indicatore	Titolo dell'indicatore
Riferimento codice obiettivo operativo	XX.XX
Descrizione Indicatore	Dettaglio dell'indicatore (riferimento normativo)
Data di rilevazione intermedia	Periodo della rilevazione intermedia
Frequenza rilevazione	Se annuale - semestrale
Scadenza monitoraggio	Può differire in relazione all'indicatore o ai dati necessari
Data di rilevazione finale	Periodo della rilevazione finale
Target	A che livello di performance si vuole arrivare
Fonte del dato	Banca dati di riferimento se interna o esterna e descrizione
Formula di calcolo	Se quantitativo, come è calcolato / Se qualitativo, quel

	è la formula/ Qual è l'unità di misura utilizzata
Condivisione con struttura dipartimentale	Se utilizzato da strutture dipartimentali
Azioni	Quali azioni sono necessarie per ottenere l'obiettivo fissato misurato con l'indicatore proposto
Baseline	Dato di partenza
Anno di riferimento	L'anno di riferimento del dato: anno solare/ a.a.
Responsabile della Performance dell'indicatore	Struttura/Delegato Responsabile dell'andamento della performance dell'indicatore
Direzioni o Strutture coinvolte	Strutture coinvolte direttamente nella performance dell'indicatore
Altre Strutture coinvolte	Altre strutture che collaborano parzialmente al raggiungimento del target di riferimento
Unità responsabile del calcolo dell'indicatore	Responsabile Della raccolta del dato e del calcolo dell'indicatore
Unità responsabile dell'indicatore e del target	Responsabile del monitoraggio della performance del target/indicatore



Target definiti a livello nazionale	Riferimenti a livello nazionale per medesimo indicatore.
Fonte Dato target nazionale	Se indicatore utilizzato a livello nazionale per eventuali benchmark
Azioni correttive	Dettaglio delle azioni per colmare eventuali gap rilevati con monitoraggi intermedi

Poter contare su questa serie di informazioni consente di avere un controllo costante non soltanto sugli obiettivi cui gli indicatori fanno riferimento ma sugli indicatori stessi, in modo da poter aumentare il livello di analisi in sede di pianificazione strategica, pianificazione della performance e della valutazione organizzativa e di struttura.

Inoltre sempre nella SAI è contenuto il riferimento della tipologia cui fa riferimento.

Sono state individuate quattro differenti aree:

- Efficacia
- Efficienza
- Stato delle Risorse
- Impatto

Ogni area è poi dettagliata per specificare in modo puntuale la natura dell'indicatore.

<b>Efficacia</b>	<b>esprime l'adeguatezza dell'output realizzato rispetto alle aspettative e necessità degli utenti (interni ed esterni) e possono essere misurati sia in termini quantitativi che qualitativi</b>
<i>quantitativa</i>	<u>quantità erogata</u> : esprime la quantità erogata di output (n. servizi prodotti) e può essere accresciuta tramite iniziative di incremento dei servizi (ex. documentazione online)
	<u>quantità fruita</u> : esprime la quantità dei destinatari diretti degli output (n. fornitori) e può essere accresciuta tramite iniziative di allargamento del numero di beneficiari dei servizi. Il numero dei fruitori effettivi può anche essere rapportato al numero di fruitori potenziali.
<i>qualitativa</i>	<u>qualità erogata</u> : esprime la qualità erogata degli output attraverso parametri oggettivi (ex. tempo di pagamento) secondo la prospettiva dell'amministrazione, e può essere migliorata tramite iniziative d'innalzamento e di presidio degli standard dei servizi
	<u>qualità percepita</u> : esprime la qualità percepita degli output, secondo la prospettiva dei fruitori (livello di soddisfazione);
<b>Efficienza</b>	<b>esprime la capacità di utilizzare le risorse umane, economico-finanziarie, strumentali (input) in modo sostenibile e tempestivo nella</b>

	<b>realizzazione delle varie attività dell'amministrazione (output).</b>
<i>economica</i>	esprime il costo (o la spesa) di gestione di un'attività e/o di erogazione di un servizio (risorse economiche/ quantità servizi o utenti serviti) e può essere incrementata attraverso iniziative di miglioramento organizzativo
<i>produttiva</i>	esprime lo sforzo organizzativo per svolgere un'attività o un processo o per erogare un servizio e può essere espresso in termini di Full Time Equivalent (FTE) impiegabili (FTE/ quantità servizi) e può essere incrementata attraverso iniziative di miglioramento organizzativo.
<b>Stato delle risorse</b>	<b>quantificano e qualificano le risorse dell'amministrazione e possono essere misurate in termini sia quantitativi (n° risorse umane, n° pc) sia qualitativi (profili risorse umane, livello di aggiornamento delle infrastrutture informatiche)</b>
<i>umane</i>	quantità e distribuzione delle risorse umane per posizione; per fascia di età e categoria
<i>economico-finanziarie</i>	risorse stanziare; risorse per tipologia di finanziamento
<i>tangibili</i>	valore del patrimonio disponibile; indice di indebitamento economico; indice di liquidità
<i>intangibili</i>	<u>salute organizzativa</u> : livello di benessere organizzativo

	<u>salute professionale</u> : quantità di persone laureate/ formate/ aggiornate; % profili professionali presenti rispetto alle necessità dei vari ruoli organizzativi
	<u>salute di genere</u> : rapporto donne/uomini; % di donne presenti in ruoli apicali
	<u>salute relazionale</u> : quantità/tipologia di utenti coinvolti nel processo di programmazione o valutazione;
	<u>salute etica</u> : quantità di processi oggetto di valutazione del rischio
	<u>salute digitale</u> : % servizi digitalizzati
<b>Impatto</b>	<b>esprime l'effetto atteso o generato (outcome) da una politica o da un servizio sui destinatari diretti o indiretti, nel medio-lungo termine.</b>
<i>sociale</i>	l'impatto indotto sulle varie componenti della società e sulle relative condizioni sociali
<i>economico</i>	l'impatto indotto sulle varie componenti della società del tessuto economico
<i>ambientale</i>	l'impatto indotto sulle varie componenti del contesto geo-morfologico in cui opera l'Ateneo

Questa attività consente in sede di valutazione di monitorare su quale delle quattro aree l'Ateneo sta investendo maggiori risorse umane ed economiche.

Inoltre in sede di pianificazione strategica sarà possibile determinare su quale area investire maggiormente per il triennio successivo alla luce anche dei risultati di performance conseguiti nel triennio precedente.

## INDICATORI DI SOSTENIBILITA'

Al fine di misurare i risultati raggiunti in ogni area strategica in riferimento alla sostenibilità definita come Mission d'Ateneo, sono stati individuati gli Indicatori di sostenibilità.

Gli indicatori di sostenibilità inoltre, consentono di definire il legame con obiettivi e target attraverso l'algoritmo che genera l'indice di sostenibilità.

In questo contesto definiamo gli indicatori necessari per monitorare i progressi ottenuti.

Area Strategica		2. Ricerca
<b>Finalità Strategica di Area</b>		<i>Sviluppare la qualità e l'efficacia della ricerca promuovendo l'internazionalizzazione e la ricerca sostenibile</i>
<b>INDICATORI</b>	<b>I.2.1</b>	Progetti in materia di sostenibilità presentati (PRIN, FIRB, UE) da docenti e ricercatori/Totale progetti presentati
	<b>I.2.2</b>	Risorse finanziarie acquisite per progetti in materia di sostenibilità /Totale risorse acquisite per progetti di ricerca
	<b>I.2.3</b>	Numero pubblicazioni in materia di sostenibilità /Numero totale pubblicazioni
	<b>I.2.4</b>	Numero di dottorandi provenienti da Paesi in via di sviluppo/numero totale di dottorandi
	<b>I.2.5</b>	Incremento di iniziative ed eventi in materia di sostenibilità da parte di esperti green

Area Strategica		1 . Didattica
<b>Finalità strategica della Didattica:</b>		<i>Sviluppare la qualità e l'efficacia della didattica promuovendo l'internazionalizzazione e la didattica sostenibile</i>
<b>INDICATORI</b>	<b>I.1.1</b>	Percentuale di corsi di studio (L,LM, LMCU) con tematiche di sostenibilità (ambito sociale e ambientale)
	<b>I.1.2</b>	Percentuale di insegnamenti che esprimono affinità con le tematiche di sostenibilità (ambito sociale e ambientale)
	<b>I.1.3</b>	Numero CFU erogati riferibili alla sostenibilità (ambito sociale e ambientale) / Totale CFU erogati nell'anno
	<b>I.1.4</b>	Incremento mobilità degli studenti in entrata da paesi in via di sviluppo
	<b>I.1.5</b>	Percentuale di tesi di laurea, dottorato di ricerca in materia di sostenibilità (ambientale e sociale)

Area Strategica		3. Servizi agli Studenti
<b>Finalità Strategica di Area</b>		<i>Fornire opportunità di apprendimento per tutti garantendo pari opportunità per le persone diversamente abili e uguaglianza di genere, valorizzando la diversità culturale a favore di uno sviluppo sostenibile</i>
<b>INDICATORI</b>	<b>I.3.1</b>	Numero borse a favore degli studenti provenienti dai paesi in via di sviluppo in particolare dai paesi meno sviluppati, dai

		piccoli Stati insulari in via di sviluppo e dai paesi africani;
	<b>I.3.2</b>	Numero di interventi a favore di studenti in situazione di disabilità;
	<b>I.3.3</b>	Numero di eventi criminosi posti in essere nelle aree dell'ateneo

	<b>I.4.5</b>	Numero di accessi, da parte dei cittadini maggiormente disagiati con dimora nel territorio, a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità nell'anno t/t-1
--	--------------	---

Area Strategica		4 . Terza Missione
<b>Finalità Strategica di Area</b>		<i>Adottare linee di attività con le quali attivare processi di interazione diretta con la società civile e il tessuto imprenditoriale con l'obiettivo di promuovere uno sviluppo socio-economico sostenibile</i>
<b>INDICATORI</b>	<b>I.4.1</b>	Tasso di efficienza energetica nel Campus, anno t/Tasso di efficienza energetica nel Campus, anno t-1
	<b>I.4.2</b>	Numero di azioni orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione e che favoriscano la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari nell'anno t/ t-1
	<b>I.4.3</b>	Numero delle azioni volte a integrare i valori di ecosistema e di biodiversità nella pianificazione locale nell'anno t/t-1
	<b>I.4.4</b>	Numero delle attività a salvaguardia del patrimonio culturale e naturale del territorio nell'anno t/t-1

Area Strategica		5 . Organizzazione e ambiente di lavoro
<b>Finalità Strategica di Area</b>		<i>Valorizzare l'integrità e l'efficace utilizzo del personale assicurando adeguate condizioni di lavoro, minimizzando l'impatto ambientale, garantendo la sostenibilità economica dell'Ateneo</i>
<b>INDICATORI</b>	<b>I.5.1</b>	ISEF
	<b>I.5.2</b>	CARBON FOOTPRINT
	<b>I.5.3</b>	Numero corsi di formazione attivati nell'anno per il personale

## INDICE DI SOSTENIBILITA'

L'uso degli indicatori di sostenibilità ambientale è sempre più praticato da enti, organizzazioni ed istituzioni, a livello locale o globale (ONU, OCSE, UE, Comuni, Aziende, ecc.) che intendono intervenire con logiche di sviluppo sostenibili.

A tal fine l'Università ha voluto introdurre all'interno della Programmazione Strategica l'indice di Sostenibilità al fine di monitorare e indirizzare la propria azione di miglioramento organizzativo.



L'indicatore strategico è calcolato attribuendo un peso ad ogni area strategica determinata in base a quanto stabilito dagli Organi Politici di Ateneo, e raccogliendo i dati sugli indicatori di impatto individuati. Al termine della rilevazione, fissati i target di Area, è possibile stabilire la collocazione dell'Organizzazione. Il monitoraggio continuo a breve, a medio e a lungo termine ci permetterà di valutare il raggiungimento degli obiettivi.

L'indicatore di sostenibilità è stato costruito a partire dalle cinque finalità strategiche di area: didattica, ricerca, servizi agli studenti, terza missione e amministrazione e ambiente di lavoro. Ciascuna finalità strategica al suo interno ha una serie di fattori di impatto, ciascuno dei quali viene valutato con l'uso di una scala di misurazione, con punteggi che vanno da - 5 a 5. Il punteggio è attribuito a ciascun fattore di impatto, misurando in termini percentuali quanto il valore attuale si discosta da quello dell'anno precedente.

<b>%(+/-)</b>	<b>0</b>	<b>&gt;0 e &lt;=20</b>	<b>&gt; 20 e &lt;=40</b>	<b>&gt; 40 &lt;= 60</b>	<b>&gt;60 e &lt;=80</b>	<b>&gt;80 e &lt;=100</b>
<b>Punteggio (+/-)</b>	0	1	2	3	4	5

L'indice complessivo descrive il miglioramento rispetto alla situazione preesistente.

La scelta di questa scala di misura tiene conto sia di un sostanziale numero di modalità, sia di valori negativi, per consentire al decisore un ampio margine di valutazione. A ciascuna finalità strategica è assegnato peso 1, che poi è ripartito per il numero di indicatori di impatto di ciascuna finalità strategica. La valutazione pesata si ottiene dal prodotto della valutazione dell'indicatore ed il relativo peso (esempio Tabella 1). Come output i è stato pensato un semaforo, il verde indica miglioramento, il giallo situazione invariata, il rosso peggioramento.

A titolo esplicativo

area	finalità strategica	valutazione indicatore (su scala da -5 a 5)	Indicatori di impatto	pesi	valutazione pesata
didattica	Sviluppare la qualità e l'efficacia della didattica promuovendo l'internazionalizzazione e la didattica sostenibile	-3	1.1 - Percentuale di corsi di studio (LIM, LMCU) con tematiche di sostenibilità (ambito sociale e ambientale)	0,20	-0,60
		4	1.2 - Percentuale di insegnamenti che esprimono affinità con le tematiche di sostenibilità (ambito sociale e ambientale)	0,20	0,80
		5	1.3 - Percentuale di tesi di laurea, dottorato di ricerca in materia di sostenibilità (ambientale e sociale)	0,20	1,00
		-4	1.4 - Incremento mobilità degli studenti in entrata da paesi in via di sviluppo	0,20	-0,80
		-2	1.5 - Numero CFU erogati riferibili alla sostenibilità (ambito sociale e ambientale) / Totale CFU erogati nell'anno	0,20	-0,40
ricerca	Sviluppare la qualità e l'efficacia della ricerca promuovendo l'internazionalizzazione e la ricerca sostenibile	3	2.1 - Progetti in materia di sostenibilità presentati (PRIN, FIRB, UE) da docenti e ricercatori / Totale progetti presentati	0,20	0,60
		-4	2.2 - Risorse finanziarie acquisite per progetti in materia di sostenibilità / Totale risorse acquisite per progetti di ricerca	0,20	-0,80
		3	2.3 - Numero pubblicazioni in materia di sostenibilità / Numero totale pubblicazioni	0,20	0,60
		-5	2.4 - Numero di dottorandi provenienti da Paesi in via di sviluppo / numero totale di dottorandi	0,20	-1,00
		2	2.5 - Incremento di iniziative ed eventi in materia di sostenibilità da parte di esperti green.	0,20	0,40
servizi agli studenti	Fornire opportunità di apprendimento per tutti garantendo pari opportunità per le persone diversamente abili e uguaglianza di genere, valorizzando la diversità culturale a favore di uno sviluppo sostenibile	5	3.1 - Numero borse a favore degli studenti provenienti dai paesi in via di sviluppo in particolare dai paesi meno sviluppati, dai piccoli Stati insulari in via di sviluppo e dai paesi africani	0,25	1,25
		3	3.2 - Numero di interventi a favore di studenti in situazione di disabilità	0,25	0,75
		0	3.3 - Aumento della mobilità out	0,25	0,00
		-1	3.4 - Numero di eventi criminosi posti in essere nelle aree dell'ateneo	0,25	-0,25
terza missione	Fornire opportunità di apprendimento per tutti garantendo pari opportunità per le persone diversamente abili e uguaglianza di genere, valorizzando la diversità culturale a favore di uno sviluppo sostenibile	4	4.1 - Tasso di efficienza energetica nel Campus, anno t / Tasso di efficienza energetica anno t-1	0,20	0,80
		-1	4.2 - numero azioni orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione e che favoriscono la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari nell'anno t / numero di azioni ... anno t-1	0,20	-0,20
		-5	4.3 - numero delle azioni volte a integrare i valori di ecosistema e di biodiversità nella pianificazione locale nell'anno t	0,20	-1,00
		0	4.4 - numero delle attività a salvaguardia del patrimonio culturale e naturale del territorio nell'anno t / numero delle attività a salvaguardia del patrimonio culturale e naturale del territorio nell'anno t-1	0,20	0,00
		4	4.5 - numero degli accessi, da parte dei cittadini maggiormente disagiati con dimora nel territorio, a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità nell'anno t / numero degli accessi, da parte dei cittadini maggiormente disagiati con dimora nel territorio, a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità nell'anno t-1	0,20	0,80
organizzazione e ambiente di lavoro	Valorizzare l'integrità e l'efficace utilizzo del personale assicurando adeguate condizioni di lavoro, minimizzando l'impatto ambientale, garantendo la sostenibilità economica	-2	5.1 ISEF (indicatore di sostenibilità economico-finanziaria)	0,33	-0,67
		3	5.2 - Carbon Footprint	0,33	1,00
		3	5.3 - Numero corsi di formazione attivati nell'anno per il personale	0,33	1,00

