

SCHEDA DI MONITORAGGIO DIPARTIMENTO TERZA MISSIONE 2023

Responsabilità

La realizzazione delle azioni di Terza Missione / Impatto Sociale /TM/IS) è affidata alla programmazione degli organi di governo dell'Ateneo, del Direttore di Dipartimento e alla cura della delegata di TM/IS.

Strutture dedicate

Sono al momento assenti strutture amministrative esclusivamente dedicate alla TM/IS, a parte una EP (Susanna Bruni) impegnata anche nella Comunicazione dell'Ateneo e una amministrativa del Dipartimento che coordina l'organizzazione e le spese dei progetti finanziati con i 20000 euro assegnati dal Dipartimento nel corso del 2023 alla TM/IS. Vi è inoltre il gruppo di lavoro TM/IS, composto da docenti (Veronica Ricotta, Christian Satto, Paris Orlando e Alessandra Giannotti nominati il 21 settembre 2023)

Comunicazione

Un'apposita sezione del sito web dell'Ateneo illustra l'attività di TM/IS: https://www.unistrasi.it/1/655/Terza_Missione.htm

Monitoraggio

Il presente documento è stato redatto articolandolo in quadri e sezioni entro cui il gruppo di lavoro della TM/IS ha organizzato, in forma aggregata, i dati, attinti da:

- le schede di TM/IS delle ricercatrici e dei ricercatori del Dipartimento
- le attività di TM/IS comuni a più ricercatori/docenti di Ateneo segnalate dai Delegati e dalle Delegate la cui sfera di competenza ricade sotto la Terza Missione/Impatto Sociale di Ateneo, e dai Direttori e dalle Direttrici dei Centri.

Il monitoraggio delle attività svolte dalle ricercatrici e dai ricercatori del Dipartimento realizzate all'insegna del dialogo tra la lingua e la cultura italiana e le lingue e le culture straniere, secondo un approccio preferibilmente interdisciplinare e volto alla valorizzazione dell'integrazione e al multiculturalismo nel rispetto della diversità, ha tenuto conto, per il 2023, di una rilevazione dati ben più ricca di quella promossa negli anni precedenti e ha riguardato:

- le ricerche e gli scavi archeologici dell'importante progetto del Bagno Grande di San Casciano dei Bagni che ha fornito l'occasione di co-progettare numerose attività con realtà del territorio (misurazione in percentuale), dello stato (misurazione in percentuale) e internazionali (misurazione in percentuale);
- le 14 iniziative di formazione continua, che hanno puntato a promuovere l'integrazione degli stranieri nel nostro paese, per lo più da un punto di vista linguistico, quella dei carcerati e dei non vedenti. In tale contesto si è voluto evidenziare, anche qui in percentuale, il tipo dei pubblici coinvolti, con una attenzione per le istituzioni pubbliche, in particolare le scuole con i suoi docenti, e il terzo settore;
- i 93 progetti di Public engagement distribuiti entro quattro nuclei generali (attività culturali di pubblica utilità, iniziative che hanno coinvolto i cittadini nella ricerca, divulgazione scientifica dedicata al pubblico non accademico erogata in forma editoriale o attraverso altri canali social, coinvolgimento e interazione col mondo della scuola).

Fino al luglio 2023 il monitoraggio delle azioni di TM/IS è stato svolto, data la particolare situazione di ateneo mono dipartimento di Unistrasi, senza separare i dati dell'ateneo da quelli del dipartimento. Solo in concomitanza con la richiesta ANVUR Prot. N. 0017715 del 13.06.2023 (Nota integrazione dati indicatori quantitativi a supporto della valutazione AVA3) abbiamo avviato la separazione delle iniziative di formazione continua e di public engagement dell'ateneo da quelle del dipartimento (intervenendo anche su parte dello storico). Tale divisione, nei suoi processi, deve essere ancora perfezionata ed è quanto si sta provvedendo a fare proprio a seguito delle disposizioni imposte da AVA3. Attualmente i docenti del Dipartimento coincidono esattamente con quelli dell'Ateneo.

Per la prima volta nel corso del 2023 è stata messa a bilancio da parte del Dipartimento una apposita somma da destinare alla TM/IS di 20.000 euro.

Il 21 febbraio 2023 la commissione, composta dal direttore di Dipartimento, dalla Delegata alla Ricerca e dalla Delegata alla TM/IS ha valutato i progetti proposti per l'ottenimento del finanziamento relativo alle attività di TM/IS. Nel rispetto di quanto previsto nelle linee programmatiche 2023 della TM/IS, sono stati privilegiati i progetti volti alla realizzazione di iniziative preferibilmente a carattere strutturale, disposti entro cornici reiterabili, in grado di recepire anche le quattro priorità dei programmi europei (transizione green, transizione digitale, equilibrio di genere e contrasto alle disuguaglianze) oltre all'applicazione e alla divulgazione delle linee di ricerca principali condotte presso Unistrasi.

PRODUZIONE DI BENI PUBBLICI

1.5 Gestione del patrimonio e attività culturali

1.5.a Ricerche e scavi archeologici

1. Denominazione del sito: Bagno Grande di San Casciano dei Bagni
2. Il sito è, ai sensi del D. lgs. 42/2004: • un'area archeologica: sì/no • un parco archeologico: sì/no
3. Soggetto con cui si è in convenzione o che autorizza la ricerca e/o scavo: Comune di San Casciano dei Bagni, Decreto di Concessione di Scavo triennale MIC - Direzione Generale ABAP rep n. 759 del 13.06.2022
4. Finalità della convenzione/autorizzazione • Servizio di gestione della fruizione del sito archeologico (aperture al pubblico) • Servizio didattico • Altre finalità (specificare): il ruolo dell'UNISTRASI è il Coordinamento Scientifico dello scavo, della ricerca e di tutte la attività didattiche di terza missione (Accordo siglato a dicembre 2021)
5. Budget impegnato per la gestione dell'attività segnalata al punto 4 nell'anno: 1500 euro per le attività didattiche. Progetto OPENParc
6. Importo dei finanziamenti esterni ottenuti per la realizzazione della ricerca e/o scavo (in riferimento all'intero programma di ricerca e/o scavo): • Unione Europea: _NO_ • Stato: 139.000 euro per il progetto di Comunicazione (Direzione Generale Bilancio MIC - tramite Cinecittà) • Enti locali: 110.000 euro (Comune di San Casciano dei Bagni) • Altri Enti pubblici: - (specificare) _____ - (specificare) _____ - (specificare) _____ • Privati: Fondazione Friends of Florence (70.000 euro); Gruppo Ergon (80.000 euro); Vaseppi (30.000 euro); Società Banfi (25.000 euro); Castello di Fighine (10.000 euro).
7. Il sito è aperto e fruibile: • sei giorni su sette • solo durante i giorni feriali • solo nei fine settimana • su richiesta • altro: (specificare) tutti i mercoledì e i sabati mattina. Aperture operate dall'Associazione Archeologica Eutyche Avidiena
8. Quale tipo di fruizione è prevista (è possibile indicare più risposte): • iniziative didattiche • iniziative culturali e divulgative • sono disponibili forme di fruizione, anche a distanza, mediante supporti multimediali • altro: (specificare) _____)
9. Presenza di un sistema di rilevazione delle presenze • Sì (rispondere alle domande 8a, 8b) • No (rispondere alla domanda 9)
9a. N. ro dei visitatori nell'anno (la fonte deve essere accertabile)
9b. Entrate da visitatori paganti nell'anno (la fonte deve essere accertabile): sì/no
10. C'è stata una catalogazione dei reperti rinvenuti nello scavo? sì/no in corso di catalogazione

11. I reperti rinvenuti sono fruibili in una o più strutture museali? sì/no **presso le Stanze Cassianensi. Predisposizione di un progetto di fattibilità per il Museo Archeologico Nazionale che è stato acquistato dal Ministero della Cultura, Direzione Generale Musei**

12. Sito web, newsletter, pagine social e/o canale youtube: <https://www.sancascianoliving.it>; <https://www.facebook.com/people/Il-Santuario-Ritrovato-San-Casciano-dei-Bagni/100083214106816/>

13. Riconoscimenti o premi (specificare) **Premio Khaled Assad - Borsa Italiana del turismo Mediterraneo**

1.7. Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

Nel 2023 i 14 corsi erogati hanno puntato a promuovere l'integrazione degli stranieri in Italia al fine di superare le diversità e promuovere una società multiculturale consapevole.

Allo stesso modo sono stati promossi anche corsi per i carcerati, per i non vedenti, per i rifugiati e i richiedenti asilo.

I corsi tenuti sono stati per lo più relativi all'insegnamento dell'italiano L2 a stranieri, sia per una competenza di I e II livello, che per una certificata competenza da docente.

Sono stati inoltre somministrati corsi di cultura generale italiana legati alla scrittura critica declinata nei campi delle recensioni di danza, degli spettacoli teatrali e musicali e corsi d'italiano per stranieri sulle tradizioni senesi.

Sono stati organizzati corsi per somministratori di esami CILS, corsi di ludolinguistica, sui contesti migratori, i diritti dei migranti, l'immigrazione straniera in Italia, l'ospitalità e gli italiani nel mondo.

Sono stati avviati corsi nelle scuole del territorio locale e nazionale al fine di promuovere il plurilinguismo e dialogare con docenti, famiglie, mediatori, amministratori locali e studenti.

1.7.a Attività di formazione continua

1. Numero totale di corsi erogati: 14
• di cui corsi a pagamento: 11
• di cui corsi svolti con oltre il 75% delle ore erogate a distanza (esclusi i corsi MOOC): 11
• di cui corsi di aggiornamento per insegnanti di scuola: 11
2. Numero totale di CFP/CFU erogati (se riconosciuti) : 85
3. Numero totale di ore di didattica assistita complessivamente erogate: 329
4. Numero totale di partecipanti: 327
• di cui di istituzioni pubbliche: 327
• di cui di imprese
• di cui di terzo settore
5. Numero totale di docenti coinvolti: 84
• di cui docenti esterni all'ateneo: 22
Numero e tipologia di soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione dei corsi (inseriti nella convenzione o comunque citati negli atti formali) (è possibile inserire più risposte): 12

- di cui appartenenti a istituzioni pubbliche: **9**
- di cui appartenenti a imprese: **1**
- di cui appartenenti a organizzazioni del terzo settore: **3**
- 7. Introiti complessivi dei programmi: **50.000,87**
- importi delle convenzioni: **45.687**
- quote di iscrizione: **2.864**
- altre entrate: **1449,87**
- 8. Quota percentuale degli introiti complessivi provenienti da finanziamenti pubblici europei
- 9. Quota percentuale degli introiti complessivi provenienti da finanziamenti pubblici nazionali

1.7.e MOOC

I 5 MOOC erogati nell'anno 2023 hanno coinvolto pubblici di vari paesi del mondo. Hanno avuto luogo MOOC gratuiti erogati on line, per insegnare la lingua italiana, la letteratura e le specificità dei linguaggi legali, economici, scientifici e matematici italiani e per finire l'inglese accademico. Spesso è possibile il rilascio di una certificazione a pagamento; il un solo caso il conseguimento di CFU. Sono stati coinvolti in totale 11 docenti.

1. Numero totale di corsi MOOC erogati: **5**

- di cui corsi in inglese: **0**
- di cui corsi che rilasciano una certificazione: **0**
- di cui corsi che rilasciano una certificazione a pagamento: **4**
- di cui corsi che rilasciano CFU/CFP: **1**
- di cui corsi in collaborazione con organizzazioni esterne (istituzioni pubbliche, imprese, terzo settore): **0**

2. Numero totale di partecipanti: **open access (non quantificati)**

3. Numero totale di docenti coinvolti: **11**

4. Introiti complessivi dei MOOC: **0**

5. Quota percentuale degli introiti complessivi provenienti da finanziamenti pubblici europei

6. Quota percentuale degli introiti complessivi provenienti da finanziamenti pubblici nazionali

1.8 Public engagement

Le iniziative di Public Engagement realizzate dai docenti e dai ricercatori del Dipartimento di Studi Umanistici sono state in tutto 93 e sono state riunite nel programma denominato "Lingua, cultura, tradizioni e società: disseminazione della ricerca"; esse sono state svolte prevalentemente in presenza e solo in parte on line. Gli interventi, spesso organizzati con o per associazioni, librerie, musei e festival letterari sono stati rivolti al territorio cittadino e regionale e ai contesti nazionali e internazionali. Le proposte fatte si sono segnalate per una straordinaria varietà tematica (lingue, italiano, linguistica, arte, storia, psicologia, archeologia, geografia, cinema) e sono state declinate in conferenze, presentazioni, articoli su riviste di

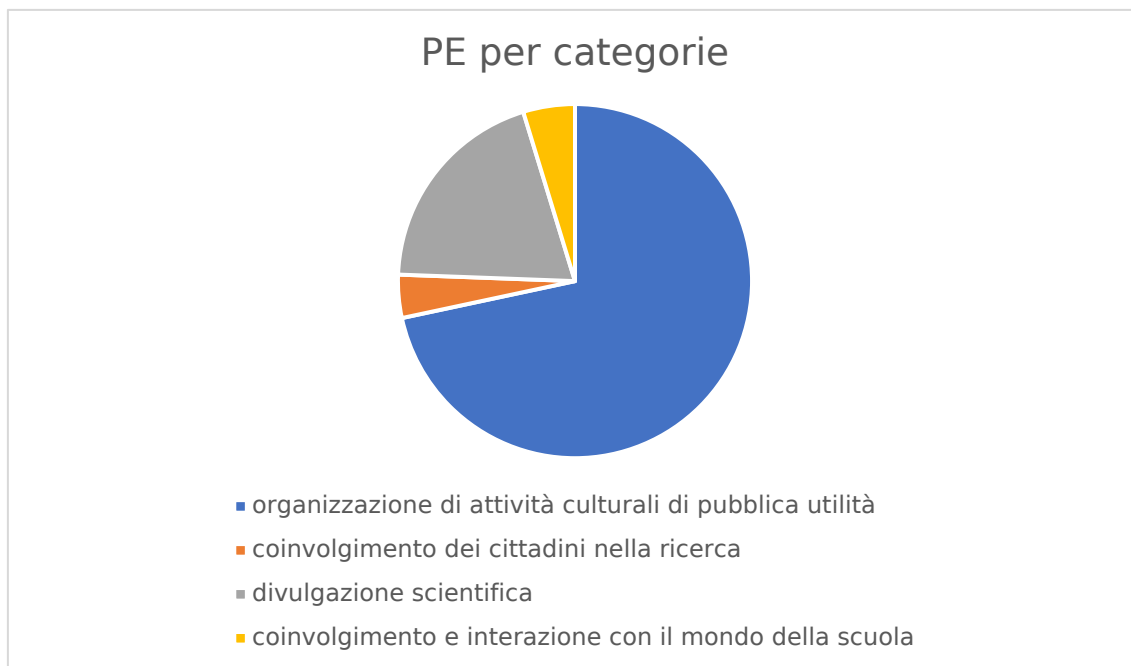
grande divulgazione e quotidiani, registrazioni per radio, interventi teatrali e televisivi, podcast, mostre, interventi sul web open access. Interlocutori privilegiati sono stati gli studenti e i docenti delle scuole e gli iscritti ad associazioni culturali nazionali e internazionali, i cittadini interessati alla conoscenza di altre lingue e culture. Molte proposte hanno acquisito nel tempo una maggiore organicità divenendo veri e propri appuntamenti annuali.

Di particolare interesse sono state le iniziative rivolte alla tutela dei rifugiati, dei disabili, delle pari opportunità e delle questioni di genere. Le iniziative sono comunicate a tutta la comunità accademica mediante lo strumento di un Notiziario inviato via mail ogni lunedì dal Delegato per la democrazia accademica.

Delle iniziative, 10 si sono svolte grazie al finanziamento che il Dipartimento ha ripartito previa presentazione di progetti selezionati da una apposita commissione.

Di séguito si raggruppano le tipologie di PE che si sono svolte:

- La maggior parte delle attività rientrano nella categoria dell'organizzazione di attività culturali di pubblica utilità (presentazioni di libri; conferenze aperte alla comunità).
- 5 iniziative rientrano tra quelle di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca (Festival POPSOPHIA di Pesaro; Festival Firenze Rivista; Noir Film Festival; Festival Eccentriche).
- 21 iniziative riguardano la divulgazione scientifica dedicata al pubblico non accademico (si rimanda alla scheda della Ricerca) e la pubblicazione e gestione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica (per esempio gestione del sito www.atliteg.com; AtLiTeG pagina Facebook e Instagram sito PaTos <https://www.centropatos.it/>), oltre a 3 interventi in trasmissioni radiofoniche e televisive con la presentazione di progetti o di volumi (*Fahreheit; Il Ramo d'oro*).
- 6 attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. Prospettive su lingue e culture dell'Asia orientale e altri laboratori con scuole di ogni ordine e grado)



La Terza Missione ha visto inoltre l'ateneo impegnato in una significativa campagna di orientamento coordinata dall'omonimo Delegato del Rettore, e di job placement, progettata dal rispettivo Delegato.

I.8a Selezione di iniziative di Public Engagement

1) Festival del Cinema Giapponese in Toscana

1. Data di svolgimento: **21-24/09/2023**
2. Edizione nr. **1**
3. Titolo: **Festival del Cinema Giapponese in Toscana**
4. Categoria prevalente di PE (è possibile una sola risposta)
 - **organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità**
5. Obiettivi (max 500 battute)

Rinforzare la presenza in Toscana dell'Università per Stranieri di Siena come polo degli studi giapponesi; Diffondere la conoscenza del cinema giapponese in Toscana; Contribuire agli scambi culturali e commerciali tra Italia e Giappone, sia come implementazione delle

possibilità offerte dall'Accordo di Libero Scambio Europa-Giappone, sia in vista del perfezionamento dell'Accordo di Co-Produzione Cinematografica Italia-Giappone, soprattutto in prossimità di eventi come il Giubileo 2025 e l'Expo 2025 di Ōsaka.

6. Aree scientifiche coinvolte (è possibile inserire più risposte): **10 - Scienze dell'Antichità, Filologico-letterarie e Storico-artistiche 11 - Scienze Storiche, Filosofiche, Pedagogiche e Psicologiche**

7. Dipartimenti coinvolti (scegliere dalla lista di dipartimenti attivi nell'ateneo; è possibile inserire più risposte): **Dipartimento di Studi Umanistici DISU**

8. Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione (è possibile inserire più risposte)

L'attività è stata svolta con finanziamenti in cash o kind ottenuti da Centri diversi dell'Ateneo e da organizzazioni esterne, pubbliche e private.

Hanno sostenuto l'iniziativa per l'Ateneo: Terza Missione e PE del Dipartimento DISU (cash); Centro di Eccellenza della Ricerca (cash); Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne (kind: pubblicizzazione dell'evento in Toscana e raccolta rassegna stampa); Ufficio Accoglienza (kind: noleggio bus per trasporto studenti e tirocinanti Siena-Firenze-Siena per il giorno 21/09/2023); Centro CLUSS (kind: noleggio bus per trasporto studenti e tirocinanti Siena-Firenze-Siena per il giorno 22/09/2023); Centro CLASS (kind: pubblicizzazione dell'evento sui canali ufficiali del Centro); Segreteria e Amministrazione Dipartimento DISU (kind: organizzazione alloggi e trasporti per i relatori; gestione e rendicontazione dei fondi).

La Fondazione Sistema Toscana della Regione Toscana ha sostenuto in kind l'evento, ospitandolo gratuitamente presso il Cinema La Compagnia (Firenze), garantendone la pubblicizzazione su media nazionali e regionali, realizzando le grafiche e la stampa dei materiali pubblicitari cartacei e digitali e sostenendo i costi di affitto del proiettore 16 mm, nonché del compenso per i proiezionisti che si sono alternati alla macchina per la durata del Festival.

L'ente pubblico giapponese The Japan Foundation, per il tramite dell'Istituto Giapponese di Cultura di Roma, ha sostenuto l'evento in kind, concedendo gratuitamente le otto pellicole utilizzate per le proiezioni dei giorni 21-24/09/2023.

La ditta giapponese Seitoku Meijo ha sostenuto l'evento in kind, offrendo il sake utilizzato nelle tre degustazioni gratuite che si sono tenute nei giorni 21, 22 e 23 settembre in occasione del Festival.

L'Ambasciata del Giappone presso la Repubblica Italiana, la Fondazione Italia Giappone e il Comune di Kanra (Certaldo) hanno concesso il gratuito patrocinio e diffuso la notizia dell'evento in Italia e in Giappone.

.

9. Dimensione geografica

- **locale**
- **regionale**
- **nazionale**
- **internazionale**

10. Pubblici coinvolti (è possibile inserire più risposte, la fonte deve essere accertabile):

- istituzioni pubbliche (inserire numero): **6**
- imprese (inserire numero): _____
- istituzioni terzo settore (inserire numero): _____
- scuole:
 - - studenti (inserire numero): **16**
 - - insegnanti (inserire numero): **2**
- partecipanti individuali (inserire numero): **1250**

- di cui bambini e giovani (inserire numero): **almeno 12** • altro (specificare e inserire numero):

11. Presenza di un sistema di valutazione: **sì/no**

(Se presente) Descrivere brevemente strumenti e metodi utilizzati (max 250 battute) **2 contapersone; QR Code con questionario di gradimento predisposto dall'Istituto Giapponese di Cultura.**

(Se presente) Descrivere brevemente risultati ottenuti in termini di raggiungimento degli obiettivi prefissati e gradimento ed efficacia dell'iniziativa (max 300 battute)

In fase di progettazione, sulla base delle statistiche fornite dal Cinema La Compagnia per la prima edizione di eventi gratuiti del genere " rassegna cinematografica" con proiezioni programmate nella mattinata e nel pomeriggio, si era prevista una media di circa 80 presenze per proiezione. Il numero di presenze è stato ampiamente superato (oltre 1260 presenze)

12. Breve descrizione (1000 battute)

Nel settembre 2023, il Cinema La Compagnia (Firenze) ha ospitato il primo Festival del Cinema Giapponese in Toscana. Otto pellicole in 16 mm, introdotte da studiosi ed esperti di cinema giapponese, hanno declinato il tema: "Il Giappone come set cinematografico: Narrazioni e territorio, tra iper sviluppo e tradizione". In programma anche il ricordo di Mario Verdone e del suo legame con il Giappone, attraverso una piccola esposizione di cimeli e pubblicazioni concessi in prestito dalla famiglia. Uno spazio dedicato alla città di Kanramachi e alla produzione del sake ha arricchito l'evento di degustazioni gratuite. L'evento è stato ad ingresso gratuito.

13. Personale interno coinvolto:

- numero di docenti in ETP : **5 interni (+ 5 esterni)**
- numero di amministrativi in ETP: **2**
- numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti)
- numero di studenti e dottorandi: **18**

14. Budget complessivo utilizzato

- di cui finanziamenti esterni

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale youtube (se disponibili): **<http://wp.unistrasi.it/21-24-9-2023-festival-del-cinema-giapponese-in-toscana-edizione-inaugurale-2023/>**

16. Eventuale allegati di approfondimento (ad es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa,...)

2) Passeggiate Archeologiche "Il Santuario Ritrovato" - Progetto OPEN PARC

1. Data di svolgimento: **1 gennaio-31 dicembre 2023**

2. Edizione nr. **1**

3. Titolo: **Passeggiate Archeologiche "Il Santuario Ritrovato" - Progetto OPEN PARC4. Categoria prevalente di PE (è possibile una sola risposta)**

- **organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità**

5. Obiettivi (max 500 battute)

Presentazione partecipata del:

-paesaggio archeologico di San Casciano dei Bagni
-sito termale del Bagno Grande
-santuario ritrovato

6. Aree scientifiche coinvolte (è possibile inserire più risposte): **10 - Scienze dell'Antichità, Filologico-letterarie e Storico-artistiche**

7. Dipartimenti coinvolti (scegliere dalla lista di dipartimenti attivi nell'ateneo; è possibile inserire più risposte): **Dipartimento di Studi Umanistici DISU**

8. Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione (è possibile inserire più risposte)

Gruppo Archeologico Eutyche Avidiena
Comune di San Casciano dei Bagni
Gruppo Ergon
Fondazione Friends of Florence
Vaseppi Trust
Società Banfi
Castello di Fighine

9. Dimensione geografica

- **locale**
- **regionale**
- nazionale
- internazionale

10. Pubblici coinvolti (è possibile inserire più risposte, la fonte deve essere accertabile):

- istituzioni pubbliche (inserire numero): _____
- imprese (inserire numero): _____
- istituzioni terzo settore (inserire numero): _____
- scuole:
 - - studenti (inserire numero): _____
 - - insegnanti (inserire numero): _____
- partecipanti individuali (inserire numero): **3250**

- di cui bambini e giovani (inserire numero): _____ • altro (specificare e inserire numero): _____

11. Presenza di un sistema di valutazione: **sì/no**
(Se presente) Descrivere brevemente strumenti e metodi utilizzati (max 250 battute) **L'impatto è misurato tramite il libro firma dei partecipanti presso le Stanze Cassianensi. A livello social agisce il profilo Facebook del Santuario Ritrovato.**

(Se presente) Descrivere brevemente risultati ottenuti in termini di raggiungimento degli obiettivi prefissati e gradimento ed efficacia dell'iniziativa (max 300 battute)

Il progetto scientifico ipotizzato ha trovata completa realizzazione nel percorso comunicativo delle passeggiate archeologiche

12. Breve descrizione (1000 battute)

Passeggiate archeologiche nei giorni di mercoledì e sabato presso il sito archeologico del Bagno Grande di San Casciano dei Bagni, guidate in loco dall'Associazione Archeologica Eutyche Avidiena, formata dal team di ricerca dell'Università per Stranieri di Siena

13. Personale interno coinvolto:

- numero di docenti in ETP: **1**
- numero di amministrativi in ETP
- numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti): **4**
- numero di studenti e dottorandi

14. Budget complessivo utilizzato
 • di cui finanziamenti esterni

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale youtube (se disponibili):
<https://www.sancascianoliving.it>

<https://www.facebook.com/people/Il-Santuario-Ritrovato-San-Casciano-dei-Bagni/100083214106816/>

<https://www.facebook.com/p/Gruppo-archeologico-Eutyche-Avidiena-100070277588930/>

16. Eventuale allegati di approfondimento (ad es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa,...)

3) GeoNight 2023 - The Night (and day!) of Geography

1. Data di svolgimento: **14/04/2023**

2. Edizione nr. **1**

3. Titolo: **GeoNight 2023 - The Night (and day!) of Geography**

4. Categoria prevalente di PE (è possibile una sola risposta)

- **organizzazione di concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità**

5. Obiettivi (max 500 battute)

La Geo Night si impegna a promuovere la consapevolezza geografica e a diffondere al vasto pubblico le conoscenze sulla terra, le culture e l'ambiente. L'obiettivo è quello di incentivare il dialogo su tematiche di pressante attualità come cambiamenti climatici e sostenibilità, incoraggiando l'interesse e la comprensione delle dinamiche globali.

6. Aree scientifiche coinvolte (è possibile inserire più risposte): **11 - Scienze Storiche, Filosofiche, Pedagogiche e Psicologiche**

7. Dipartimenti coinvolti (scegliere dalla lista di dipartimenti attivi nell'ateneo; è possibile inserire più risposte): **Dipartimento di Studi Umanistici DISU**

8. Soggetti terzi coinvolti nell'organizzazione (è possibile inserire più risposte)

**Association of Geographical Societies in Europe (EUGEO)
 Unione Geografica Internazionale (IGU)**

9. Dimensione geografica

- locale
- regionale
- nazionale
- **internazionale**

10. Pubblici coinvolti (è possibile inserire più risposte, la fonte deve essere accertabile):

- istituzioni pubbliche (inserire numero): _____
- imprese (inserire numero): _____
- istituzioni terzo settore (inserire numero): _____
- scuole:
 - - studenti (inserire numero): _____
 - - insegnanti (inserire numero): _____
- partecipanti individuali (inserire numero): **6850 circa**

- di cui bambini e giovani (inserire numero): _____ • altro (specificare e inserire numero):

11. Presenza di un sistema di valutazione: **si/no**

(Se presente) Descrivere brevemente strumenti e metodi utilizzati (max 250 battute) **Questionario somministrato via Google Moduli** (Se presente) Descrivere brevemente risultati ottenuti in termini di raggiungimento degli obiettivi prefissati e gradimento ed efficacia dell'iniziativa (max 300 battute)

Sono stati impiegati questionari mirati per raccogliere dati qualitativi e quantitativi, valutando la soddisfazione e l'efficacia dell'evento. Sono stati anche utilizzati strumenti di analisi dati per elaborare le risposte e trarre conclusioni, consentendo un approccio dettagliato e informativo nella valutazione dei risultati.

La Geo Night ha superato le aspettative, collegando con successo 274 eventi correlati e generando un notevole aumento dell'interesse e della consapevolezza geografica. Il feedback positivo e il vasto pubblico raggiunto sottolinea l'efficacia dell'iniziativa nel promuovere la comprensione delle sfide globali e delle dinamiche ambientali.

12. Breve descrizione (1000 battute)

La Geo Night 2023, celebrata in molteplici città globali, è un evento globale coinvolgente. Attraverso conferenze, workshop e mostre interattive, promuove la geografia come strumento cruciale per comprendere le sfide globali. Coinvolgendo partecipanti di diverse età e background, evidenzia l'importanza universale della geografia nel contesto di un mondo in continua evoluzione. L'iniziativa è stata proposta per la prima volta dal CNFG (Comitato Nazionale per la Geografia Francese) a livello nazionale nel 2017 e, dal 2018, estesa a livello europeo e mondiale grazie alla partecipazione dell'Association of Geographical Societies in Europe (EUGEO) e dell'Unione Geografica Internazionale (IGU). Dal 2022 partecipo, insieme al prof. Massimiliano Tabusi (coordinatore), alla dott.ssa Sara Carallo, al dott. Arturo Gallia, al prof. Daniele Mezzapelle e alla dott.ssa Sara Nocco, al gruppo di coordinamento internazionale. Il gruppo si occupa di allestire la piattaforma gestionale dell'evento e presiede al coordinamento dei progetti promossi dai comitati locali, ne indirizza la promozione e ne monitora i risultati.

13. Personale interno coinvolto:

- numero di docenti in ETP: **3 (+ 3 esterni)**
- numero di amministrativi in ETP
- numero di altro personale di ricerca (assegnisti, collaboratori, borsisti)
- numero di studenti e dottorandi

14. Budget complessivo utilizzato

- di cui finanziamenti esterni

15. Sito web o newsletter, pagine social e/o canale youtube (se disponibili): <https://www.geonight.net/>; <https://www.geonight.net/geonight-2023-provisional-events-map/>

16. Eventuale allegati di approfondimento (ad es. report di valutazione, documentazione fotografica e altre immagini, rassegna stampa,...)

1.8.b Monitoraggio delle attività di Public Engagement

A partire dal 2023, in attesa dell'acquisto già programmato per il 2024 delle funzioni IRIS terza missione, si è cominciato ad acquisire i dati analitici, come da linee guida ANVUR (compilazione scheda unica annuale SUA-TM/IS del 7.11.2018), ai fini del monitoraggio per l'autovalutazione. La forma adottata per il reperimento delle informazioni sul Public engagement nel 2023 ha previsto l'invio di una scheda appositamente approntata dal gruppo di lavoro terza missione e somministrata a tutti gli strutturati dalla delegata alla terza missione, rispedita, una volta compilata, entro il 10 gennaio 2024, al nuovo indirizzo monitoraggio.terzamissione@unistrasi.it. Per quanto attiene le sezioni I.5a, I.7a e I.7c, previste dalle Linee guida per la compilazione della scheda Unica Annuale Terza Missione e Impatto sociale SUA-TM/IS per le università (del 7.11.2018), la delegata alla terza missione ha inviato inoltre la richiesta delle informazioni suddette al responsabile del parco archeologico di San Casciano dei Bagni, ai direttori dei centri di ateneo e ai delegati la cui sfera d'azione rientra nell'ambito della terza missione e impatto sociale. Tali informazioni sono state restituite, entro il 10 gennaio 2024, alla stessa delegata.

Nonostante il monitoraggio abbia cominciato ad essere messo a sistema in modo organico solo dal 2023, sono state avviate dettagliate azioni di recupero dati anche per gli anni precedenti (creazione storico attività dal 2014 a oggi), programmando inoltre analiticamente le azioni future.

Tale sistema è stato affiancato alla campagna di rilevazione delle attività di PE precedente, per cui ciascun strutturato, due volte all'anno (fine giugno e fine dicembre), inviava il report delle attività svolte all'indirizzo terzamissione@unistrasi.it.

La valutazione dei risultati delle attività è possibile per quelle iniziative in cui è censita l'analisi di visitatori e fruitori degli eventi e dei destinatari delle pubblicazioni e delle produzioni radiotelevisive (lettori, visitatori web). Il monitoraggio e l'analisi del gradimento e dell'efficacia delle iniziative attraverso questionari è in via di implementazione e finora disponibile solo per alcune attività.

È invece attivo il monitoraggio dell'impegno da parte del personale interno coinvolto e delle risorse economiche impiegate, dal momento che il Dipartimento mette a disposizione un importo dedicato alle attività di PE per cui fare domanda attraverso la presentazione di un

progetto. Ciò permette anche di monitorare il raggiungimento degli obiettivi prefissati e la programmazione relativa al PE.

1. Il dipartimento conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement? • Sì (rispondere alla domanda 1a) • No
1a. Numero complessivo di attività di PE condotte nell'anno: 93
2. Budget allocato per le attività di PE nell'anno: 20.000 euro
3. Il Dipartimento organizza attività di formazione e aggiornamento sui temi della comunicazione della ricerca e del Public Engagement sì/ no ma sono in via di organizzazione momenti di aggiornamento e formazione
3a (Se sì) Destinatari coinvolti: <ul style="list-style-type: none">• docenti (inserire numero)• amministrativi (inserire numero)• altro personale di ricerca non strutturato (inserire numero)• studenti e dottorandi (inserire numero)

Siena, 30.03.2024

Delegata del Rettore alla Terza
Missione
Alessandra Giannotti

Gruppo di lavoro alla Terza Missione
Veronica Ricotta
Christian Satto
Orlando Paris