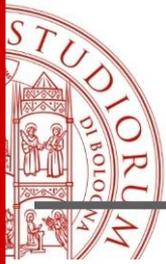


Rapporti con imprese e imprenditorialità: elementi di strategia

Rosa Grimaldi

Full professor of Entrepreneurship and Innovation
Management

*Deputy Rector for Entrepreneurship and collaborations with
companies*



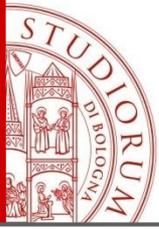
Contesto

Università sempre più attente al trasferimento e valorizzazione delle conoscenze accademiche nel contesto esterno e a generare impatto

- Contributo allo **sviluppo tecnologico, sociale ed economico** del sistema paese
- Attribuzione dei **finanziamenti pubblici** agli Atenei legata in maniera sensibile all'impatto della terza missione
- Ricadute in termini di reputazione (**impatto sociale**)



Crescente importanza della terza missione



Terza Missione

Per Terza Missione si intende l'insieme della attività rivolte alla:

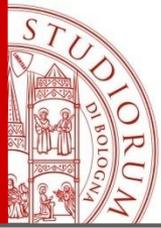
A. valorizzazione della ricerca, ossia *“l'insieme delle attività attraverso le quali la conoscenza originale prodotta dalle università con la ricerca scientifica viene attivamente trasformata in conoscenza produttiva, suscettibile di applicazioni economiche e commerciali”*;

- Gestione della proprietà intellettuale
- Imprese spin-off
- Attività conto terzi

.....

B. produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e culturale, ossia la *“[...] capacità degli atenei di mettere a disposizione della società, nelle sue varie articolazioni, i risultati della propria ricerca e specifiche attività di servizio”*

- Sperimentazione clinica, infrastrutture di ricerca e formazione medica
- Produzione e gestione di beni culturali
- Formazione continua
- Public engagement



Piano strategico UNIBO 2016-2018

Ambiti e Obiettivi Strategici

RICERCA

A.1 Sostenere la ricerca di base e la ricerca applicata per affrontare le grandi sfide in un contesto internazionale

A.2 Investire in *ambiti distintivi* e multidisciplinari per l'Ateneo sul piano nazionale e internazionale

FORMAZIONE

B.1 Promuovere la qualità dell'offerta formativa e investire in *ambiti distintivi* e multidisciplinari per l'Ateneo in relazione alle esigenze della persona e della società

B.2 Migliorare l'attrattività e rafforzare la dimensione internazionale dei contesti formativi

B.3 Potenziare i servizi a supporto degli studenti e sostenere le politiche di diritto allo studio

TERZA MISSIONE

C.1 Promuovere lo sviluppo culturale e l'innovazione economico-sociale

C.2 Potenziare i rapporti con i molteplici interlocutori a livello nazionale e internazionale



Alma2021: Le azioni



FORMAZIONE



RICERCA E INNOVAZIONE



PUBLIC & SOCIAL ENGAGEMENT



COMUNITÀ STUDENTESCA



LAVORARE@UNIBO



NUOVE INIZIATIVE DIDATTICO-SCIENTIFICHE



INTERNAZIONALE



AGENDA DIGITALE



EDILIZIA



FARE IMPRESA



SOSTENIBILITÀ



ALUMNI

ALMA 2021

Azioni di TM



Ricerca e Innovazione

Ricerca Industriale, **Rapporti
Imprese**



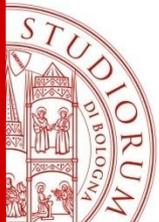
Public&Social Engagement

Sistema museale, Cooperazione allo sviluppo,
Patrimonio bibliotecario, Osservatorio Terza
Missione

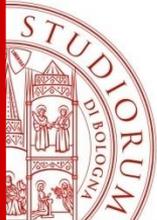


Fare Impresa

Azioni della **strategia su imprenditorialità**
(Hub innovazione e imprenditorialità,
AlmaEClub. Start-up Day, PdAI, ecc.)



Rapporti con le imprese



Strategia e obiettivi

Favorire i rapporti con il tessuto industriale per valorizzare le competenze dell'Alma Mater

- Ampliare e diversificare le opportunità di collaborazione con le imprese (i.e. formazione, ricerca collaborativa, trasferimento tecnologico, imprenditorialità, placement ecc..)
- Facilitare la creazione di relazioni strutturate e continuative
- Favorire rapporti più inclusivi aumentando il coinvolgimento dei ricercatori, anche con una logica multidisciplinare
- Aumentare i volumi di attività dei rapporti con le imprese

Approccio

A. Approccio emergente

B. Approccio pianificato:

1. Ambiti distintivi dell'ateneo (piano strat.)
2. Eccellenze e specificità del territorio
3. Posizionamento atenei competitor



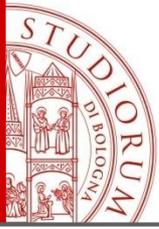
Approccio pianificato ->
Collaborazioni aziende medio-
grandi
Sinergia con le associazioni
Ecosistema dell'innovazione,
logica di filiera



Approccio pianificato ->
Collaborazioni strutturate con
tutte le
grandi imprese nazionali
Industria 4.0



Approccio emergente +
strategia
internazionalizzazione



Strumento e vantaggi

Accordo Quadro

Accordo pluriennale che consente una gestione più efficiente della relazione strutturata con l'impresa

- Negoziazione una tantum delle principali clausole contrattuali
- Condivisione esigenze, aspettative e strategie dell'azienda
- Ampliare le opportunità di collaborazione
- Ampliare il coinvolgimento di ricercatori di varie discipline

Accordi Quadro (AQ) attivi



Accordi Quadro in negoziazione



FEV



DATALOGIC
THE VISION IS YOURS

COESIA



SIEMENS



Contatti per potenziali Accordi Quadro





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

INDUSTRY UNIVERSITY ENGAGEMENT

AT THE UNIVERSITY OF BOLOGNA

The University of Bologna is your partner
for research and innovation.

Discover more.



CONTACTS

Industrial Strategic Partnerships Office
Research and Third Mission Division
industrial.partnerships@unibo.it

Alma Mater Studiorum
Università di Bologna
<http://www.unibo.it/en/business-industry>

Research and Innovation

To benefit from multidisciplinary research competences and infrastructures.

- Joint access to competitive funding programmes at Regional, National and International level
- Sponsored research and industrial consultancy
- Mutual access to research infrastructures and/or joint labs
- Sponsorship of research fellowships or temporary research positions

Technology Transfer

To foster commercial exploitation of research results and knowledge produced within the university.

- Joint patenting
- Licensing
- Brand management
- Joint events planning

Entrepreneurship

To favor the identification of innovative ideas within the university, drawing on both research outcomes and on students programs.

- Scouting of innovative ideas
- Co-design of specific and custom-made corporate pre-incubation, incubation and acceleration services
- Scaling-up of spin off and start up companies



UNIBO related initiatives:

AlmaEClub, StartUp Days, Unibo LaunchPad, FabLab, E-Labs, AlmaCube and other incubators

Collaboration in Education

To fill the gap between university education offer and industry recruiting needs.

- Co-design of undergraduate, graduate and post-graduate programmes (including PhD)
- Thesis and Internships
- PhD scholarships in partnership with businesses
- Participation of industry testimonials in university courses

Professional Development

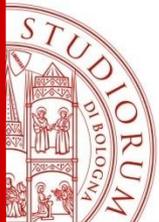
To target individuals with a prior working experience or current companies' employees who wants to advance their knowledge and competencies.

- PhD scholarships for companies' employees (Industrial PhD)
- Apprenticeship contracts for PhD candidates
- Co-designed summer/winter schools, training and lifelong learning courses
- Executive management programmes (BBS - Bologna Business School)

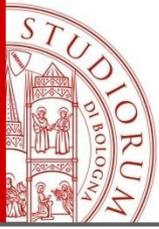
Job Placement

A set of services to match the companies recruiting strategies.

- Customised CV search
- Job advertisements
- Matching events (company presentations, assessments, career days, customised recruiting days)



Imprenditorialità

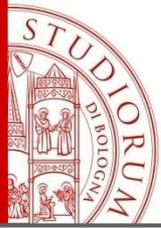


Imprenditorialità accademica

«Valorizzazione dei risultati della ricerca e/o del *know/how* e conoscenza sviluppata nel contesto universitario con finalità commerciali»

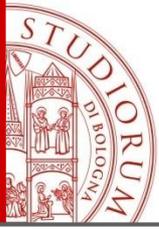
Focus su creazione di nuove imprese

- spin- off della ricerca
- start-up innovative – Imprenditorialità studentesca



Spin-off e Start-up: cosa sono?

- ▶ **Start-up:** le nuove imprese innovative che nascono su iniziativa di giovani studenti, laureati o dottori di ricerca dell'Ateneo e che basano il proprio business su beni e servizi innovativi ideati e sviluppati valorizzando le conoscenze e le competenze acquisite durante il proprio percorso formativo in Ateneo;
- ▶ **Spin-off:** le nuove imprese innovative che nascono su iniziativa di personale dell'Ateneo, strutturato e non (docenti, ricercatori, dottorandi, assegnisti, borsisti, personale tecnicoamministrativo, ecc.) e che basano il proprio business su beni e servizi innovativi ideati e sviluppati valorizzando i risultati delle attività di ricerca svolte in Ateneo.



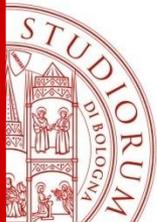
Spin-off accademici: rilevanza in Italia (1)

Dati longitudinali forniti dal database TASTE (DiSA-UniBO), con copertura dal 2000 al 2013, con informazioni sulla popolazione di 95 università italiane, le loro strutture interne, regolamenti, ecc.

1010 spin-off della ricerca in Italia tra il 1978 e il 2013

La maggior parte delle spin-off (53,5%) sono nel nord Italia

Le università più attive sono: l'Università di Bologna (67), l'Università di Padova (58), Politecnico di Torino (50) e Politecnico di Milano (40)



Spin-off accademici: rilevanza in Italia (2)

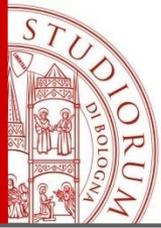
Il capitale umano è altamente formato (46% dei fondatori ha un dottorato di ricerca)

Circa il 42% delle spin-off si basa su una tecnologia brevettata

Dopo 3 anni dalla costituzione il 58% delle imprese è presente sui mercati internazionali

Dalla costituzione 12,3% delle imprese hanno fallito, 1,2% sono state acquisite o oggetto di fusione, 1% è stato trasformato in altra impresa

I ricavi totali delle imprese nate tra il 2000 e il 2012 sono cresciuti costantemente, raggiungendo più di 170 M/Euro nel 2012, con un fatturato medio per impresa di circa 230K/Euro



Start-up: rilevanza in Italia

Dati su 61.115 studenti laureati (laurea e laurea magistrale) tra settembre e dicembre 2014 dalle 64 Università membri del Consorzio AlmaLaurea

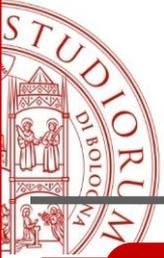
Il 2,7% (1.664) sono studenti imprenditori (studenti che durante il loro percorso di studi hanno creato un'impresa); il 3,8% (2.232) sono imprenditori 'nascenti', studenti che si dicono coinvolti in attività/progetti di creazione di impresa.

Circa il 40% di studenti imprenditori sono donne

Circa il 50% proviene dalle scienze sociali (economia statistica legge, lingue, psicologia, ecc.), il 40% dal STEM (Science Engineering Technology Math and Medicine). Il restante 10% dall'area umanistica



Supporto all'impresditorialità accademica in Alma Mater



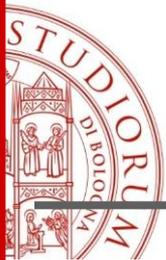
Imprenditorialità in Alma Mater: Vision&Mission

VISION

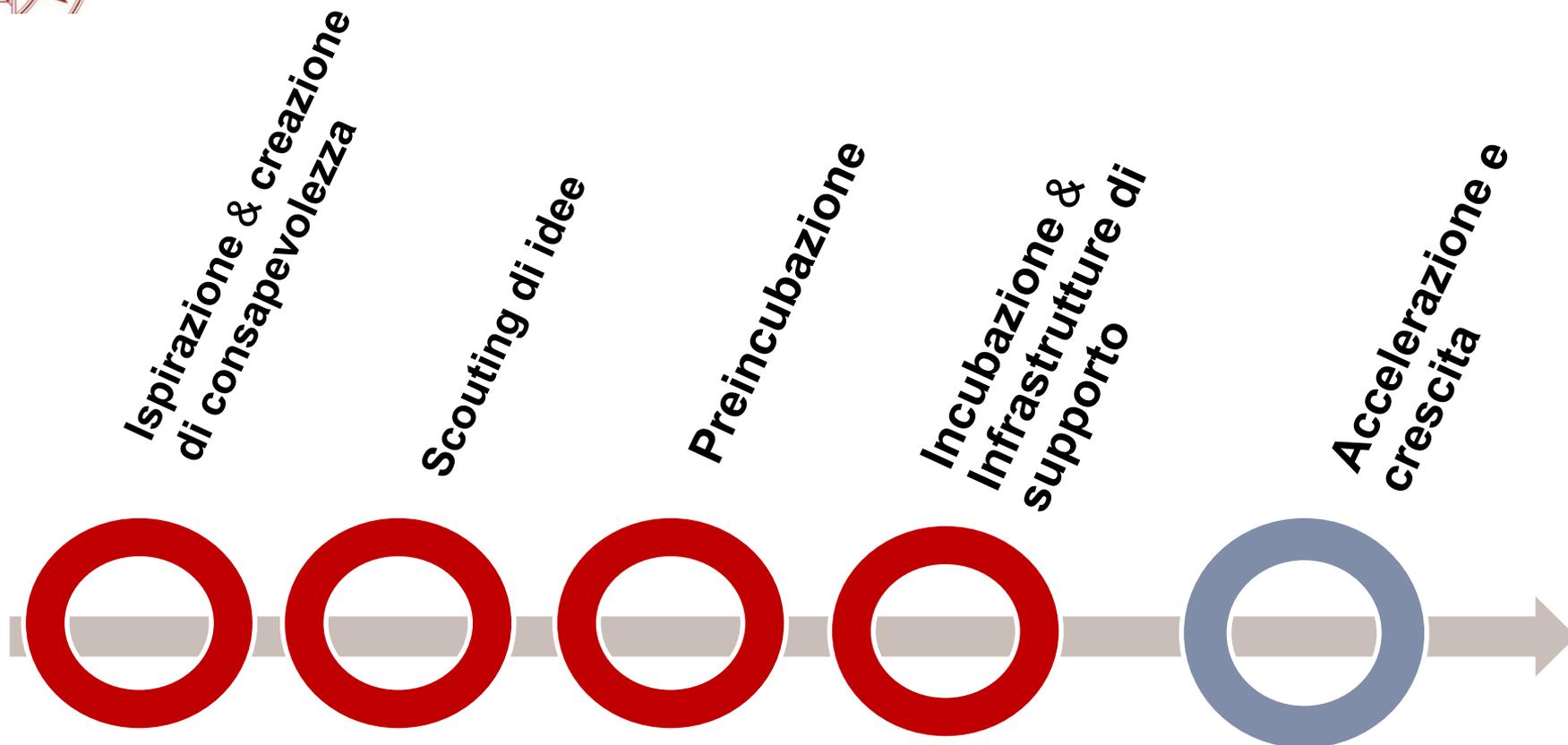
- Alma Mater università di riferimento in Italia sul tema della imprenditorialità accademica

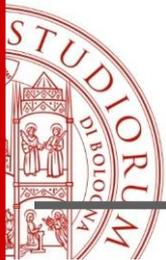
MISSION

- Creare cultura imprenditoriale nell'Alma Mater in tutte le sue sedi
- Promuovere la valorizzazione commerciale dei risultati delle ricerche attraverso la creazione di spin-offs
- Favorire il coinvolgimento di studenti nella creazione di start-ups
- Avere un impatto sulla società



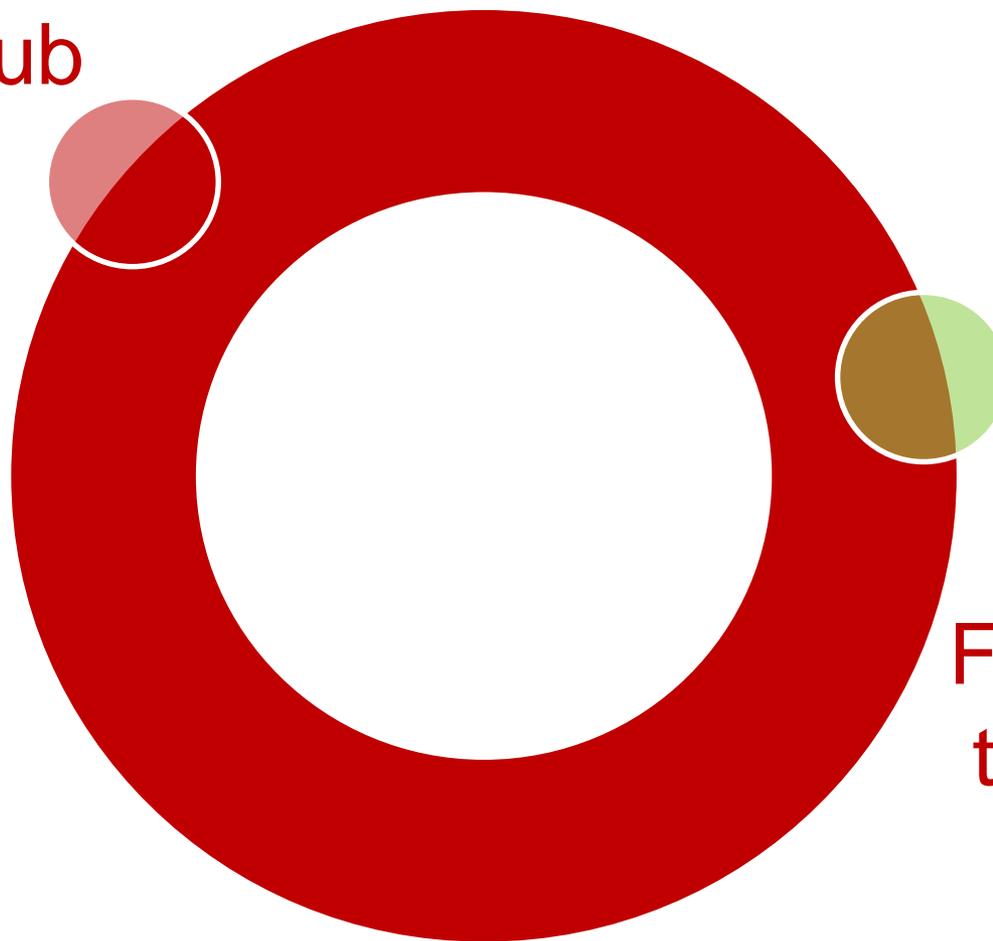
La strategia sull'imprenditorialità



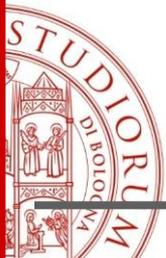


Ispirazione e creazione di consapevolezza

AlmaEClub



Formazione
trasversale



Cosa è

AlmaEClub è il club *aperto e interdisciplinare* di docenti dell'Università di Bologna a supporto dello sviluppo della cultura imprenditoriale in Alma Mater

AlmaEClub promuove occasioni di confronto, apprendimento e progettazione sui temi dell'*imprenditorialità* accademica

La **COMUNITA'** di UNIBO sull' **IMPRENDITORIALITA'** - A E C -

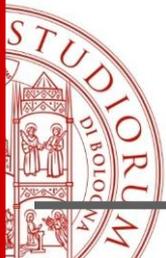


UNIVERSITÀ
Un club di docenti per fare impresa
 UN "CIRCOLO" aperto ai docenti universitari di tutti i dipartimenti per supportare lo sviluppo della cultura imprenditoriale. Questo è AlmaEclub (dove la 'E', sta per 'entrepreneurship'), la nuova comunità dell'Università aperta a tutti i professori e che al suo primo incontro ha visto la partecipazione di oltre 140 docenti. Gli appuntamenti, che avranno cadenza bimestrale, si struttureranno in tre fasi: learning, inspiration e think tank. Le idee o progetti che nasceranno dai gruppi di lavoro verranno sottoposti a Rettore e governance di Ateneo.



CANTIERI

- #1 Supporto e pianificazione finanziaria dell'idea di impresa (proof of concept)
- #2 Alumni e cross-contamination imprenditoriale (crowdfunding)
- #3 Formazione interdisciplinare per lo sviluppo di un mindset imprenditoriale
- #4 Strutture per le relazioni con l'eco-sistema imprenditoriale

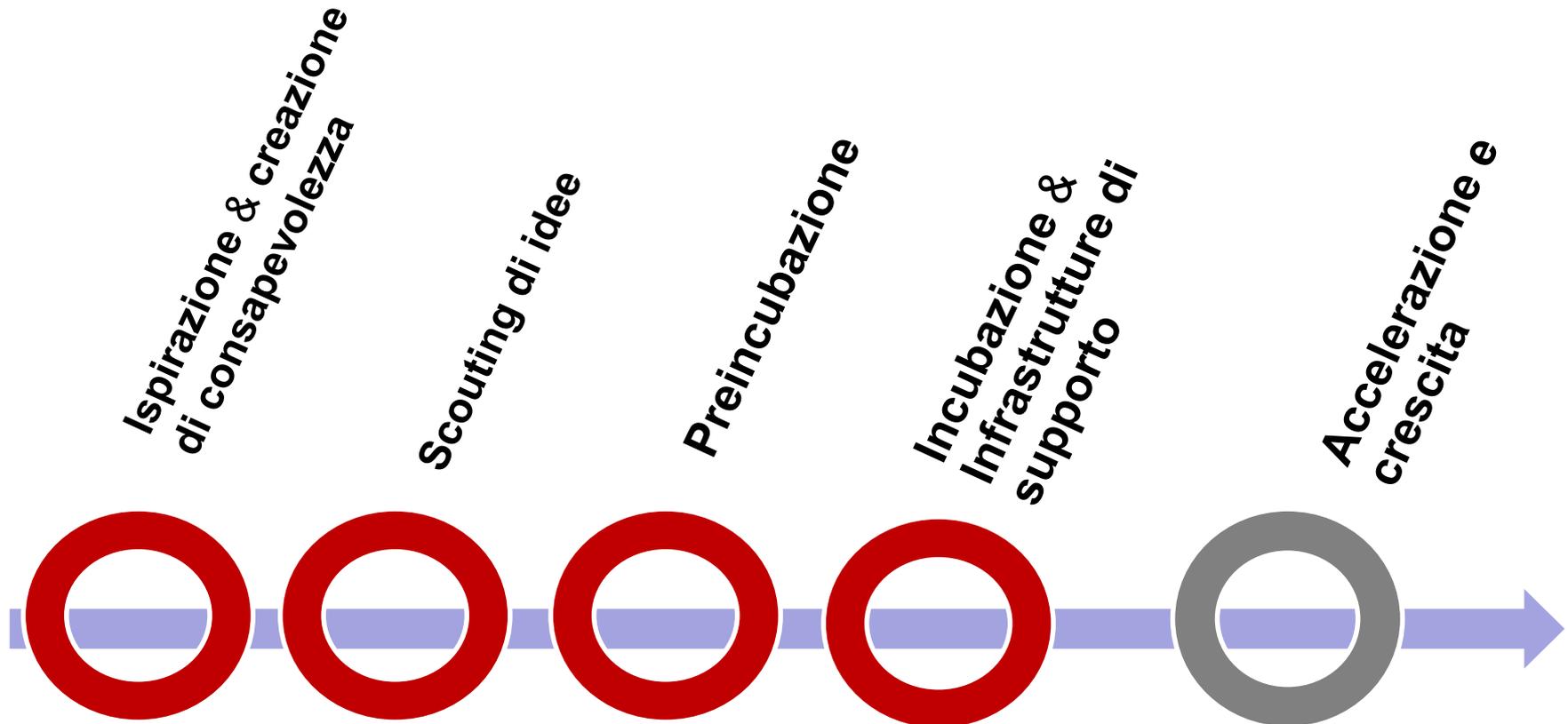


think tank - cantieri

I **cantieri sono gruppi di lavoro autonomo di sviluppo progettuale**, composti dai docenti che decidono di prendervi parte, e costituiscono il cuore dell'attività di *think tank*.

E' nei cantieri che i docenti si raccolgono per condividere idee, esperienze e curiosità, con l'**obiettivo** di sviluppare, in un anno di tempo, **progetti** (sotto forma di dossier-report-studi di fattibilità) che potranno così diventare parte integrante della strategia dell'Università di Bologna o di eventuali altri enti coinvolti.

La strategia sull'imprenditorialità



Scouting di idee

Sportello
Start-up

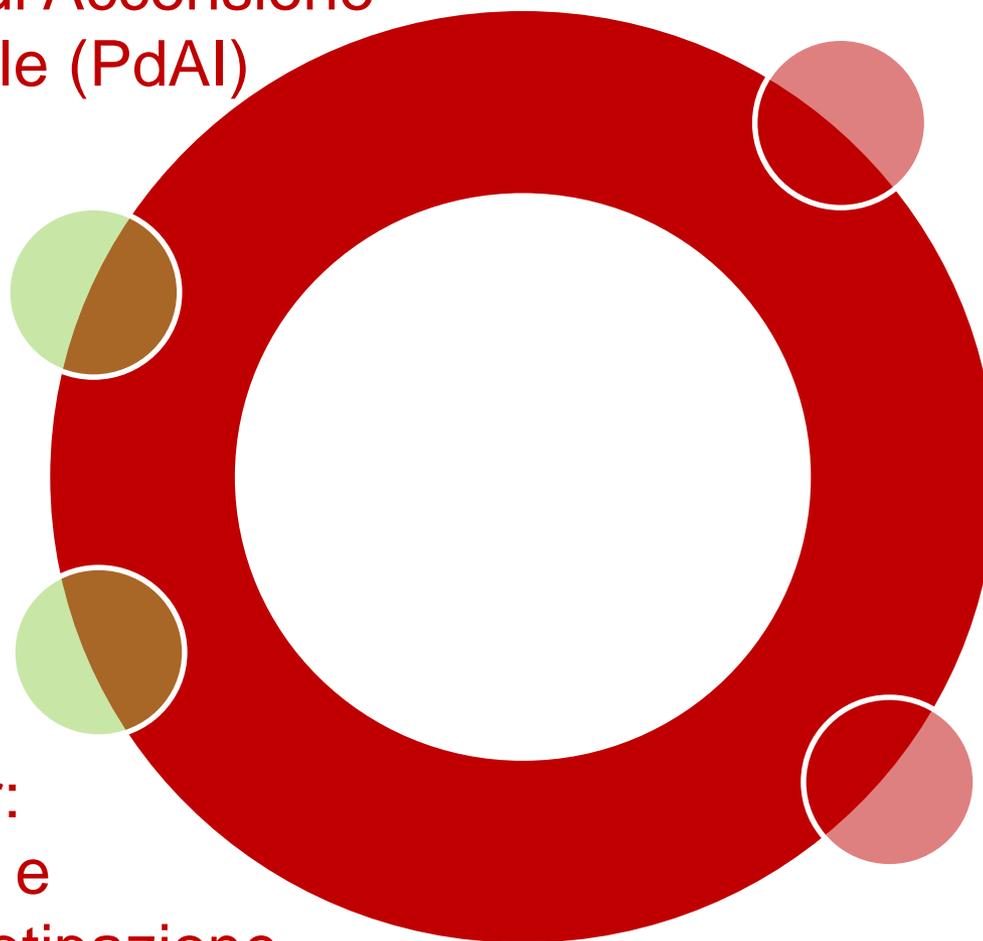
Iniziative di
scouting idee IP
based/PoC

Start-Up Day



Pre-incubazione

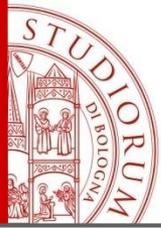
Programma di Accensione
Imprenditoriale (PdAI)



Knowledge
Transfer Office

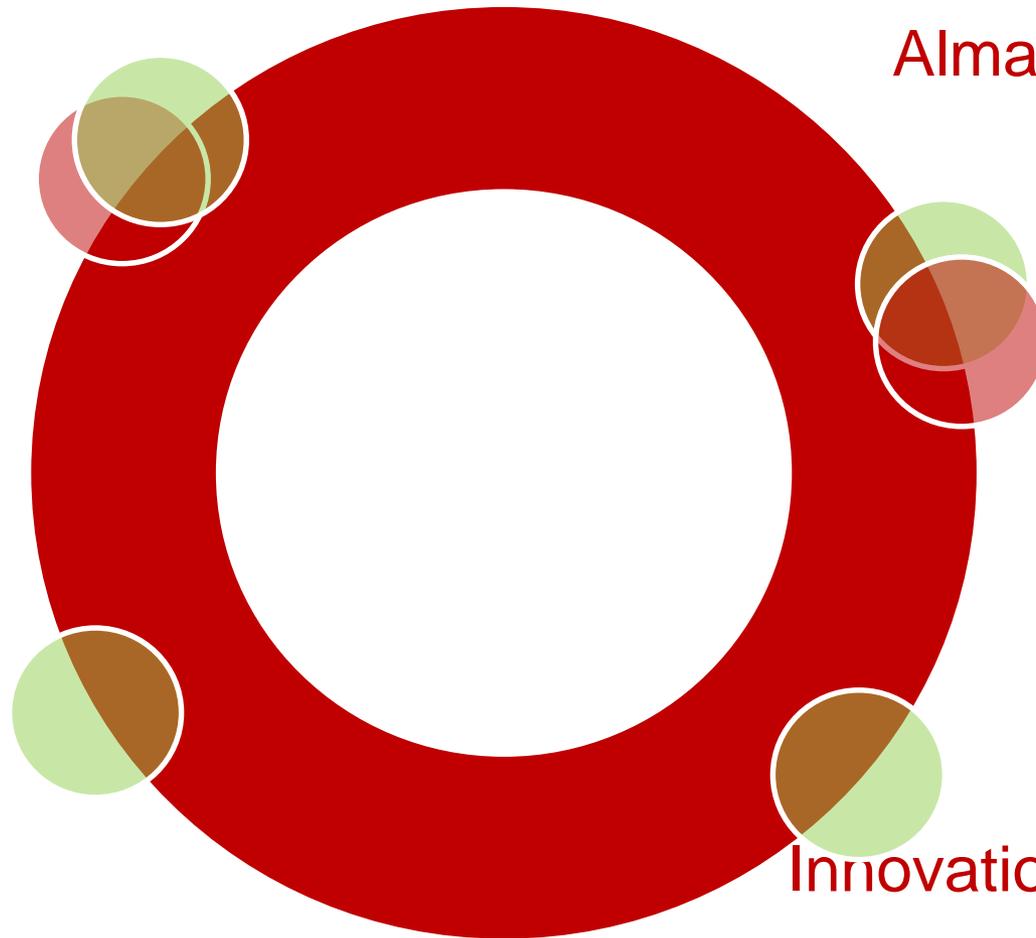
IdeaSquare +
azioni di
valorizzazione
della PI UniBO

AlmaLaBOr:
Co-working e
spazio prototipazione



Incubazione & Infrastrutture di supporto

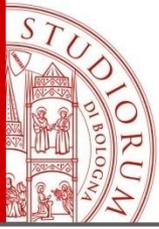
AlmaCube 2.0



CesenaLab

Basement

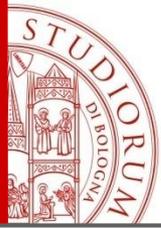
InnovationSquare



Accelerazione e crescita

- Business Angels
- Intesa San Paolo
- Fondazione Golinelli
- ITA tech
- Venture Capitalist
- Materias

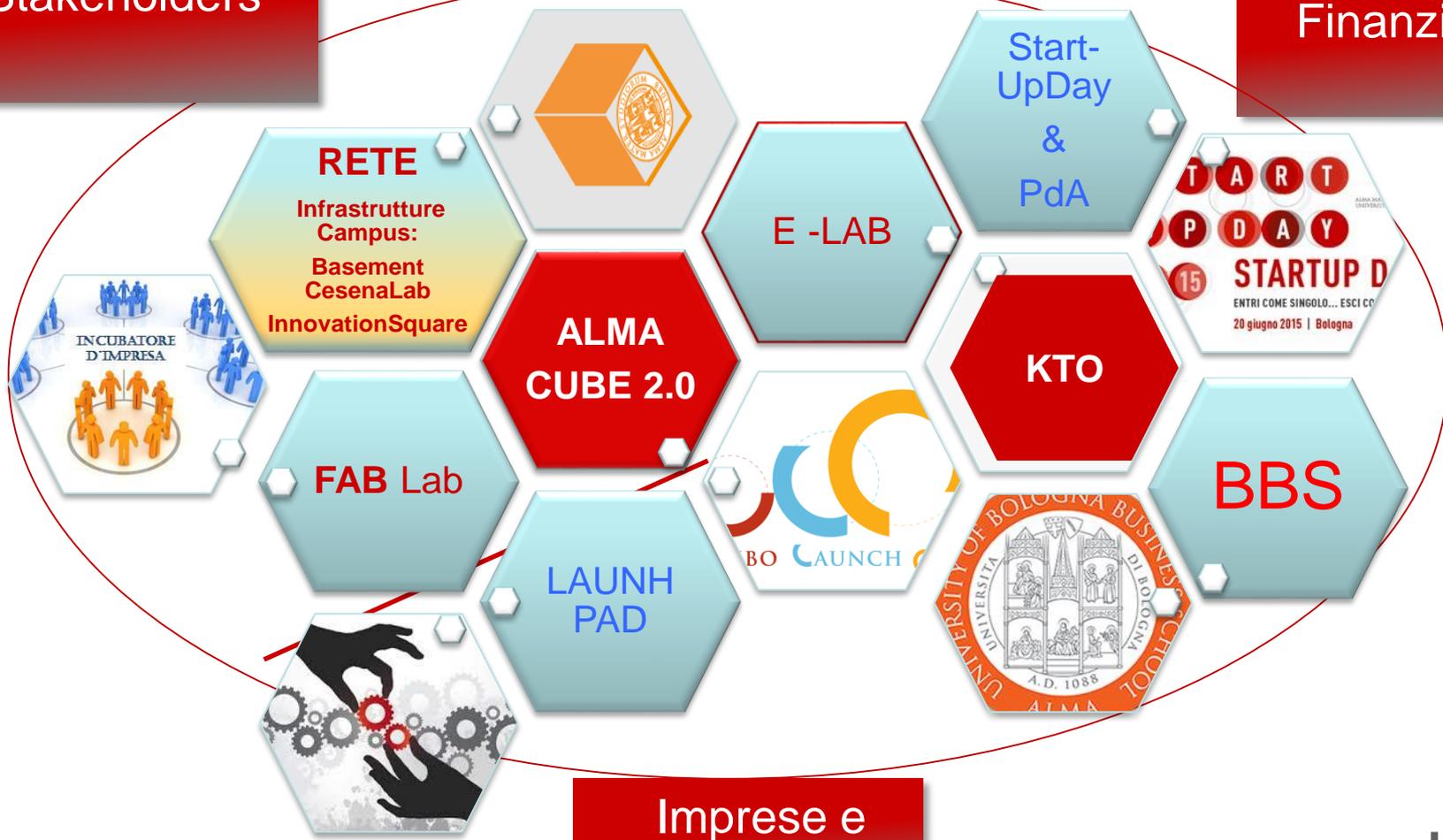
.....



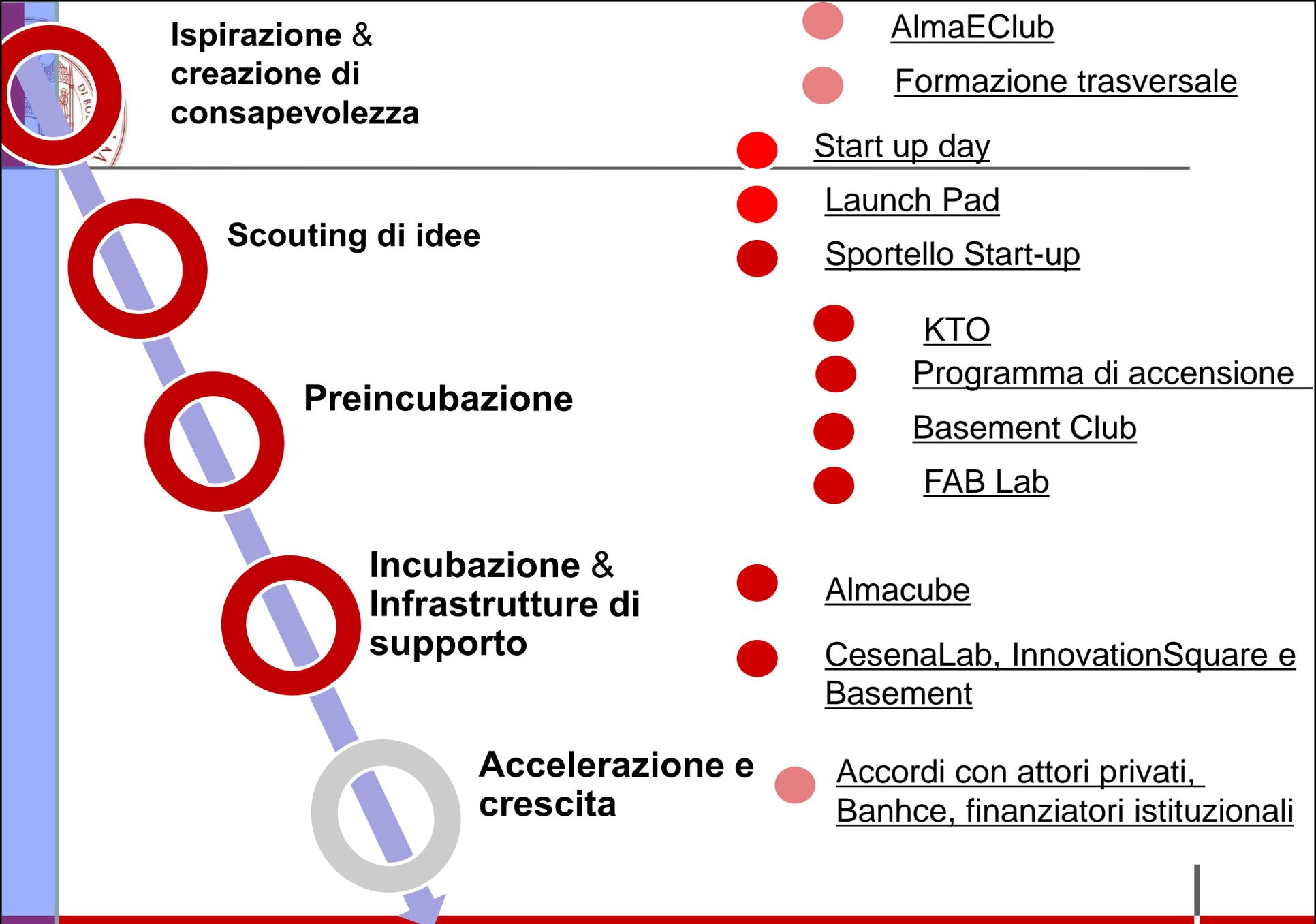
Verso un approccio integrato....

Stakeholders

Finanziatori



Imprese e
associazioni



L' HUB dell'IMPRENDITORIALITA'



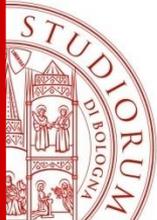
- **800 mq** in Via Ugo Foscolo 7 (nel cuore dell'Università)
- Aperto a **studenti e ricercatori Unibo**
- L'edificio ospita anche **DiPixel** con il Fondo Primo Miglio, una **nuova divisione di AlmaCube**



Spazio di co-working



Fab Lab: spazio design-driven per la fabbricazione digitale



Quale supporto efficace

Azioni a livello di sistema paese (leggi e incentivi)

Azioni a livello di singole università/organizzazioni (creare condizioni istituzionali di supporto e legittimazione)

Azioni a livello di individuo (creazione di consapevolezza/mindset/formazione)



Azioni **s**istematiche, **s**istemiche, **s**ostenibili,
specifiche



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

GRAZIE