

**Documento di Mandato 2016-18**  
**Prof. Giovanni Cannata**

*Quando arriva il tempo in cui si potrebbe, è passato quello in cui si può.*  
Marie Freifrau von Ebner-Eschenbach (1830 – 1916)

Nel quadro dei processi di riorganizzazione in atto siamo chiamati a costruire un cambio di paradigma nei criteri di reclutamento e valorizzazione delle risorse umane, nella progettazione delle attività didattiche e di ricerca, nel ripensamento delle strutture, nell'intenzione di un'apertura ai territori che consenta di affermare il valore della didattica e della ricerca.

Il documento individua nelle quattro linee programmatiche di intervento (ricerca, didattica, terza missione, organizzazione) il quadro delle attività e delle iniziative verso cui muovere per conseguire alcuni degli obiettivi identificati. In considerazione della rapidità dei mutamenti che caratterizzano lo scenario in atto, con riferimento all'evoluzione della situazione dei mercati, del contesto competitivo, delle condizioni strutturali dell'Ateneo, le specifiche azioni e iniziative articolate per il prossimo biennio vanno considerate in chiave dinamica e potrebbero dover essere adattate alle circostanze.

*Sommario*

1. *Analisi di contesto*
2. *Start up, innovazione territoriale e cultura d'impresa*
3. *Obiettivi strategici*
4. *La ricerca*
5. *La didattica*
6. *Terza missione*
7. *I rapporti con il sistema camerale*
8. *I Dialoghi di Mercatorum*

## 1. Analisi di contesto

Le profonde trasformazioni sociali economiche e ambientali che investono la contemporaneità si inseriscono all'interno di un processo di cambiamento e di riforma del sistema universitario, a livello nazionale e internazionale. La consapevolezza di lavorare in un quadro d'inedita complessità - connessa alla fragilità dei sistemi sociali, economici e ambientali - impone di orientare gli obiettivi entro direttrici condivise con i nuovi sviluppi e la missione dell'Universitas Mercatorum all'interno di un progetto unitario di carattere culturale e scientifico che sviluppi e integri le direttrici di ricerca, l'articolazione degli assetti didattici, e non ultimo, i percorsi di accreditamento e valutazione.

I rapporti tra la complessità delle interazioni tra codici culturali, il ruolo dell'innovazione, le opportunità di accesso alle informazioni, le molteplici dimensioni dei localismi, la connessione globale dei sistemi produttivi e dei mercati e, dall'altro i temi connessi alle condizioni di rischio legate ai fattori naturali come alle crescenti disuguaglianze e ai divari sociali e urbani, impongono una rinnovata riflessione sui significati e sui ruoli di un'istituzione di formazione e ricerca nelle sue composite articolazioni e potenzialità.

Per affrontare tali sfide e innovare le prospettive di ricerca e formazione, l'Ateneo deve caratterizzarsi per un tasso elevato d'innovazione, legato alla possibilità di recuperare una dimensione dinamica e critica della ricerca e della formazione all'interno di una struttura privata orientata al mercato che riconosce la propria responsabilità sociale.

L'impostazione tematica si colloca nel quadro degli orientamenti che la Commissione Europea premette alla presentazione di Horizon 2020: *"Since the launch of the Seventh Framework Programme (FP7), the economic context has changed dramatically. (...) Smart investment, notably in research and innovation, is vital in order to maintain high standards of living while dealing with pressing societal challenges such as climate change, an ageing population, or the move towards a more resource-efficient society. (...) Research and innovation help deliver jobs, prosperity, quality of life and global public goods. (...) Research and innovation have therefore been placed at the centre of the Europe 2020 strategy to promote smart, sustainable and inclusive growth."*

L'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha nell'ottobre 2015, approvato l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, tra i nuovi obiettivi si sottolineano tre elementi che costituiscono un riferimento nel quadro degli sviluppi di un'istituzione di ricerca e formazione:

- I. La necessità di *integrare le dimensioni della sostenibilità sociale, economica e ambientale, agendo per rallentare l'allarmante degradazione ambientale ed il cambiamento climatico;*
- II. L'importanza di *assicurare buon governo e istituzioni efficienti: trasformare il sistema economico per il lavoro e avviare una crescita inclusiva. Una profonda trasformazione economica può porre fine alla povertà, e migliorare il sostentamento attraverso innovazioni, tecnologia e business; l'obiettivo è creare più economie diversificate per garantire opportunità eque per tutte.*
- III. Il valore di una *nuova partnership globale: un nuovo spirito di solidarietà, cooperazione e responsabilità mutuale, basata su una comune comprensione, un'umanità condivisa, reciproco rispetto e reciproco beneficio. Una partnership fondata sulle persone, che includa le organizzazioni della società civile, le istituzioni multilaterali, governi locali e nazionali, comunità accademiche e scientifiche, imprese, organizzazioni di filantropia private.*

## 2. Start up, innovazione territoriale e cultura d'impresa

Le Open University rappresentano una realtà consolidata nel mondo anglosassone, dove sono nate per favorire un più ampio accesso alla formazione universitaria, anche attraverso l'uso di tecnologie avanzate. In Italia, il D.M. del 17.04.2003 del MIUR ha definito i criteri e le procedure di accreditamento dei corsi di studio a distanza delle Università statali e non statali e delle istituzioni universitarie abilitate a rilasciare titoli accademici.

Quale dimensione identitaria per l'Universitas Mercatorum?

A partire dalla prima comparsa in Italia della parola startup – in un articolo di Riccardo Luna su "la Repubblica" del febbraio 2012 – i temi e le direttrici di sviluppo connessi hanno conosciuto un vivace fermento.

Come istituzione universitaria UniMercatorum è impegnata a promuovere attraverso le proprie attività di formazione e ricerca la crescita sostenibile e l'occupazione, in particolare giovanile, congiuntamente – con il centrale coinvolgimento del sistema camerale - lo sviluppo di una cultura imprenditoriale anche connessa alla microimprenditoria e alle start up, contribuendo alla

costruzione un ecosistema maggiormente incline all'innovazione, in grado di attrarre, formare e sostenere talenti, territori e capitali.

Alcune istituzioni universitarie italiane sono impegnate nella costruzione di percorso variamente connessi alle start up.

1. LUISS ENLABS – The Startup Factory, nato nel 2012 con la joint venture tra EnLabs S.r.L. e l'Università LUISS Guido Carli. Primi operatori di Seed Venture Capital quotati al mondo, il primo e unico al MTA di Borsa Italiana. L'attività ha come obiettivo quello di creare valore investendo e supportando la crescita di startup digitali a elevato potenziale, per portarle al successo sul mercato. Le startup del sono seguite in modo proattivo e sono costantemente supportate da un team di specialisti nel processo di espansione e consolidamento sul mercato.

L'attività di investimento si articola su due fronti: microseed (fino a 60 mila euro) per le startup nelle fasi iniziali di sviluppo, e seed (fino a 250 mila euro) nelle startup uscite con successo dal programma di accelerazione e in ulteriori startup in fase più matura selezionate sul mercato.

2. SPEED MI UP è un'iniziativa che rientra nell'Accordo per il sostegno a Occupazione e Imprenditorialità sottoscritto da Camera di Commercio di Milano e Comune di Milano. Il consorzio Speed Mi Up, costituito da Camera di Commercio di Milano e Università Bocconi, si occupa della sua realizzazione.

Rispetto ai competitor attivi nel quadro nazionale in tema di incubatori o acceleratori di start up connessi a università italiane, Unimercatorum può e deve connotare la propria posizione sul mercato e i propri riferimenti identitari.

L'Ateneo ha un duplice vantaggio competitivo: come Open University si avvale degli strumenti connessi alle nuove tecnologie per il trasferimento a distanza delle informazioni e l'apertura delle relazioni; attraverso il ruolo che il sistema camerale svolge nell'Università si apre ai territori, ai sistemi produttivi e agli attori sociali ed economici per favorire l'innovazione, anche sul piano sociale, istituzionale e ambientale, nella consapevolezza che esiste ancora un potenziale divario da colmare fra i percorsi di generazione e di riproduzione della conoscenze e la domanda potenziale di innovazione e formazione nei territori.

### **3. Visione e obiettivi strategici**

*Vogliamo costruire un'istituzione di formazione e ricerca che declini una dimensione artigianale del proprio ruolo, che sia curiosa, generosa, eterodossa, democratica e ribelle; che abbia a cuore lo studio e il lavoro, conosca i territori e le comunità, che accompagni e sostenga le imprese, che abbia la testa fra le nuvole, i piedi per terra, lo spirito di squadra.*

Il riconoscimento della dimensione artigianale del proprio ruolo di istituzione di formazione e ricerca si declina nel connubio tra arte, tecnica, perizia e sapienza del lavoro, ovvero del ruolo dell'innovazione e del talento, dello spazio sociale del laboratorio come luogo di apprendistato e mentoring. Tale dimensione si accompagna all'immagine della mercatura nella sua natura polisemica e nel suo valore per le comunità e i territori; infine, trova spazio il ruolo della conoscenza e della collaborazione negoziativa (Sennett, 2008), come dimensione sociale costitutiva della cultura d'impresa, come meccanismo omeostatico fra settori economici, ambiti territoriali e dimensioni civiche.

I cambiamenti in atto ci inducono ad aggiornare i nostri interessi come istituzione scientifica e culturale e ricalibrare il nostro ruolo nel rispetto di alcune compatibilità sistemiche.

Il nostro Ateneo quale comunità di studenti, docenti e personale amministrativo, intende riconoscere l'importanza di tutte le proprie componenti nel perseguire gli obiettivi comuni nella ricerca e nella formazione.

L'Universitas Mercatorum come istituzione di formazione vuole garantire agli studenti e ai ricercatori le migliori opportunità per lo studio e la ricerca orientando i talenti verso obiettivi ambiziosi sul piano formativo e professionale, proponendosi di migliorare la ricerca, la didattica e il trasferimento di conoscenze a vantaggio della società, nelle sue articolazioni locali, nazionali e internazionali.

Il ruolo di un'istituzione universitaria è non solo di elaborare e trasmettere conoscenza ma di anticipare domande e valori inediti, per i quali non si dispone di elementi, strategie o indicatori noti: non possiamo conoscere il futuro, ma possiamo elaborare indirizzi, strategie e obiettivi in un contesto di riferimento.

L'Universitas Mercatorum promuove e genera innovazione, sostiene la progettualità degli attori socioeconomici, favorisce l'apertura verso la dimensione territoriale, ai diversi livelli: locale,

nazionale e internazionale al fine di consolidare la qualità e la sostenibilità economica e socio-ambientale. L'Ateneo valorizzando il ruolo del sistema camerale come catalizzatore di processi di sviluppo territoriale, si configura come agente territoriale di innovazione, interagendo in modo sistemico e sinergico con le imprese e con gli altri attori del territorio nella costruzione di una governance condivisa, con un impegno costantemente teso ad accompagnare gli attori socioeconomici e i loro territori di riferimento in una dimensione di crescente competizione internazionale.

L'impegno dell'Ateneo per il prossimo biennio è teso a:

- Garantire l'attrattività dell'Ateneo presso i potenziali iscritti, aumentando in maniera significativa il numero di immatricolati.
- Programmare il reclutamento del personale e i percorsi di carriera al fine di valorizzare il merito e assecondare le scelte strategiche dell'Ateneo e delle strutture, nel quadro del processo di valutazione Miur.
- Sviluppare e potenziare le attività di ricerca condotte e la capacità di presentare candidature a programmi di ricerca nazionali, europei e internazionali.
- Consolidare le relazioni con altri atenei e partner pubblici e privati qualificati a livello nazionale e internazionale.
- Valorizzare il ruolo del sistema camerale come catalizzatore di processi di sviluppo territoriale, configurandosi come agente territoriale di innovazione, interagendo in modo sistemico e sinergico con le imprese e con gli altri attori del territorio nella costruzione di una governance condivisa.
- Dotarsi di una strategia di internazionalizzazione di lungo periodo.
- ...

Il percorso scientifico didattico e strategico concepito guarda al Mediterraneo come il riferimento territoriale e cognitivo delle proprie linee di ricerca, del quadro di orientamento strategico, con riferimento sia agli sviluppi progettuali connessi alla ricerca applicata e alla programmazione comunitaria, sia alla valorizzazione di specifici assetti formativi indirizzati ad attori pubblici e privati stranieri.

#### **4. La ricerca**

L'Universitas Mercatorum lavora al fine di favorire lo sviluppo e la diffusione della conoscenza, con una profonda attenzione alle istanze dei territori e al tessuto produttivo perseguendo il miglioramento costante della qualità della ricerca. L'Ateneo sostiene la propria comunità di ricercatori e la incoraggia. L'istituzione di un dipartimento è considerato un fattore chiave per lo sviluppo delle ricerche dell'Universitas Mercatorum.

##### *Obiettivi*

- Aumentare la produttività scientifica dei ricercatori, con particolare attenzione verso i giovani.
- Innalzare la produzione scientifica dell'Ateneo, anche attraverso un rafforzamento della sua capacità di attrarre e trattenere ricercatori di qualità.
- Promuovere l'indipendenza scientifica.
- Istituire un Dipartimento.
- Rafforzare la posizione competitiva dell'Universitas Mercatorum ampliando la capacità dell'Ateneo di reperire fondi di ricerca e partecipare a progetti e programmi europei nazionali e internazionali e migliorando la sua capacità di rete con gli Atenei pubblici e privati italiani e le reti di ricerca e le istituzioni e agenzie estere.
- Rafforzare l'interdisciplinarietà e la transdisciplinarietà e l'interazione fra ricercatori di aree e strutture differenti.
- Garantire e sostenere la più ampia diffusione possibile presso la collettività e dei risultati della ricerca.
- ...

##### *Azioni*

- Promuovere progetti di ricerca che prevedano la cooperazione con l'Università Pegaso, privilegiando la partecipazione di giovani ricercatori, lo sviluppo di aree di ricerca e di filoni di indagine che abbiano un significativo impatto economico, ambientale, sociale, in particolare su temi e filoni di indagine ancora poco esplorati nell'Universitas Mercatorum;
- Istituire premi e programmi di sostegno alle start-up.
- Assistere i ricercatori di Ateneo per massimizzare l'accesso ai finanziamenti per la ricerca in ambito nazionale, europeo e internazionale.
- Promuovere collaborazioni di ricerca nazionali e internazionali di elevata qualità attraverso l'avvio e il consolidamento di accordi e convenzioni.
- Costruire partnership strategiche con potenziali finanziatori, con particolare riguardo a iniziative connesse all'innovazione e al territorio.
- Promuovere l'empowerment dei giovani ricercatori.
- Favorire e sostenere l'organizzazione di summer/winter schools e workshop e la partecipazione dei ricercatori di altri atenei.
- Promuovere un calendario di iniziative a carattere seminariale su temi di interesse per la comunità scientifica e il dibattito pubblico (vedi documento allegato).
- ...

#### *Indicatori*

- Numero di monografie e di articoli su riviste scientifiche a diffusione nazionale e internazionale;
- Numero di citazioni cumulative dei ricercatori afferenti all'Ateneo registrate dalle banche dati internazionali.
- Produttività scientifica dei giovani ricercatori di Ateneo.
- Ritorno degli investimenti di ricerca: produttività scientifica o impatto del risultato scientifico rapportato all'investimento.
- Numero di candidature presentate per progetti di rilevanza nazionale, europea e internazionale.
- Numero e importo di finanziamenti alla ricerca provenienti da programmi di ricerca nazionali, europei e internazionali.
- Numero di progetti di ricerca e collaborazioni attivate con qualificati soggetti esterni.
- Numero di iniziative seminariale organizzate.
- Numero di docenti ed esperti esterni coinvolti nelle iniziative a carattere seminariale e non.
- ...

### **5. La didattica**

L'Universitas Mercatorum mira a formare laureati competenti, con conoscenze adeguate, consapevoli, curiosi. L'Ateneo è impegnato a favorire l'innalzamento della qualità della didattica attraverso approcci didattici innovativi che contribuiscano a rendere l'esperienza formativa degli studenti più ricca e orientata alle necessità dei contesti nei quali saranno chiamati a operare dopo la laurea.

#### *Obiettivi*

- Progettare e attuare il metodo didattico "Learn Act" con l'obiettivo di farlo diventare elemento distintivo di Universitas Mercatorum
- Sviluppare l'offerta didattica dell'Ateneo attraverso la promozione di iniziative formative triennali, anche in lingua inglese e in grado di attrarre studenti partecipanti dal contesto europeo e internazionale, con particolare attenzione alla sponde settentrionali e meridionali del Mediterraneo.
- Rafforzare l'interdisciplinarietà e l'interazione tra le aree di ricerca in particolare nelle lauree triennali, coinvolgendo gli studenti in uno studio critico e nella ricerca sul campo come

elementi del loro processo formativo.

- Identificare modalità di cooperazione e di scambio con enti privati e istituzioni a carattere territoriale (10 Camere di Commercio) potenziali datori di lavoro per laureati nei diversi ambiti disciplinari, attivando commissioni di riferimento di soggetti qualificati e competenti in grado di fornire utili suggerimenti, informazioni e feedback sulle necessità del tessuto produttivo.
- Assicurare l'approccio alla qualità privilegiando interventi che si configurano come elementi di miglioramento sostanziale della didattica, anche in una ottica di accrescimento della percentuale di laureati in regola con il corso di studio.
- Ampliare l'offerta formativa post laurea e post-diploma, anche in collegamento con le Camere di Commercio

#### *Azioni*

- Attivare ulteriori corsi di laurea, interamente fruibili in lingua inglese e con accesso selettivo calibrato sui tempi della domanda internazionale di formazione;
- Strutturare la fruizione in azienda di parte dei percorsi didattici in conformità al metodo "Learn Act"
- Attivare ulteriori corsi di laurea congiunti con altre istituzioni formative.
- Aderire a una piattaforma MOOC
- Monitorare costantemente, anche facendo ricorso a valutatori esterni, i singoli corsi e l'offerta didattica dell'Universitas Mercatorum nel suo complesso.
- Incentivare la progettazione e l'attivazione di attività didattiche di tipo laboratoriale, che consentano agli studenti di confrontarsi con problemi e metodi di lavoro molteplici, anche intensificando le occasioni (seminari, conferenze) di dibattito intorno ai temi di interesse.
- Valorizzare la possibilità di sostituire il percorso di redazione della tesi di laurea con attività all'interno di un gruppo di ricerca, o di azienda o di un Ente esterno
- Realizzare un sistema di monitoraggio degli sviluppi professionali dei laureati.  
Numero di master e corsi attivati relativo numero di studenti formati.

#### *Indicatori*

- Numero di studenti iscritti ai corsi di laurea;
- Numero di studenti impegnati nel percorso Act in azienda
- Numero di studenti iscritti ai corsi di Master, anche in lingua inglese;
- Numero nuovi corsi di laurea congiunti con altre istituzioni;
- Numero di start up e iniziative imprenditoriali sviluppate da studenti laureati presso l'Universitas Mercatorum.
- Numero di insegnamenti offerti interamente con la modalità di tipo MOOC;
- Numero di insegnamenti che adottano metodi di didattica attiva (case study, sessioni di discussione);
- Esito delle analisi finalizzate a verificare il livello di soddisfazione degli studenti
- Numero di laboratori curriculari nei corsi di laurea in tutte le discipline, in particolare in quelle tradizionalmente non aperte a questo tipo di esperienza;
- Numero di studenti che svolgono attività in ambito imprenditoriale (avvio Start up) o di ricerca come parte integrante della prova finale del corso di laurea;
- Numero di seminari e altre occasioni di dibattito aperte agli studenti;
- Percentuale di attività formative che non fanno riferimento a competenze strettamente disciplinari;
- Numero di stage e tirocini attivati;
- Numero di commissioni di riferimento attivate per la valutazione sulle necessità del tessuto territoriale produttivo (cfr 10 Camere di Commercio);
- Dati sugli esiti occupazionali dei laureati e degli studenti di Master.
- ...

## **6. Terza missione e Progettualità**

L'Universitas Mercatorum considera strategico per l'Ateneo contribuire allo sviluppo territoriale e all'innovazione attraverso le proprie distintive competenze, rafforzate dal ruolo delle istituzioni camerali.

L'Ateneo qualificandosi come agente territoriale innovazione si impegna a sviluppare attraverso l'autonoma progettualità e il sostegno alla progettualità dei territori, anche sviluppando una solida rete tra gli attori coinvolti nei contesti territoriali e le istituzioni ai diversi livelli di governo.

L'Ateneo mira a potenziare i rapporti costruiti nel tempo con le istituzioni, gli enti e gli attori che operano sul territorio ai diversi livelli, con il mondo imprenditoriale, con le organizzazioni sociali, nel quadro di una solida integrazione tra ricerca e didattica al centro di un progetto di territorio e di comunità.

### *Obiettivi*

- Valorizzare le attività di trasferimento tecnologico e di servizio al territorio tradizionale attitudine degli enti camerali, attraverso la partecipazione e gestione delle convenzioni e dei contratti di ricerca con enti pubblici e privati e, più direttamente, adottando meccanismi per la creazione di imprese e l'incentivazione dell'imprenditorialità attraverso spin-off.
- Collaborare in modo sistemico e sinergico con il mondo produttivo per l'attivazione di nuovi strumenti di aggregazione per raccogliere stimoli dalle imprese e dagli enti interessati a cooperare con l'Ateneo nell'individuazione e nel perseguimento di finalità comuni.
- Considerare lo sviluppo di un programma ad hoc, anche con l'istituzione di comitati di programma, dedicato a un numero selezionato di imprese consapevoli del valore dell'innovazione, dell'educazione e della ricerca al fine di promuovere un dialogo costante e una collaborazione articolata tra mondo accademico e sistema produttivo, con l'obiettivo di realizzare progetti innovativi su temi di reciproco interesse, sviluppare azioni di networking e advocacy, sostenere programmi di finanziamento di progetti di ricerca degli Atenei Mercatorum e Pegaso.
- Garantire e sostenere la più ampia diffusione possibile presso la collettività e dei risultati della ricerca, anche della cosiddetta letteratura grigia.
- Consolidare le azioni di public engagement, quali ad esempio il supporto a Unioncamere per l'interlocuzione con il Governo per la valutazione dell'impatto delle riforme normative.
- Attivare collaborazioni con il mondo scolastico con l'obiettivo primario di diffondere la "cultura all'autoimprenditorialità" che può trovare nel metodo "learn Act" il suo compimento.
- ...

### *Azioni*

- Promuovere progetti di ricerca, privilegiando la partecipazione di giovani ricercatori, e delle imprese dentro quadri di governance condivisa.
- Istituire premi e programmi di sostegno alle start-up.
- In particolare è ipotizzabile lo sviluppo di un Programma ad hoc con le imprese nel quadro di una collaborazione di tipo carer service tra i due Atenei, attraverso il quale le aziende possono usufruire di particolari agevolazioni nei servizi di stage e placement.
- Predisporre paper e audizioni per l'interlocuzione con il Governo
- Redazione annuale del "portfolio dei progetti cantierabili" da attivare con partner privati e pubblici con l'obiettivo di individuare terreni progettuali inesplorati (as esempio welfare aziendale)
- Presentazione presso le scuole del Contest dell'Ateneo sull'autoimprenditorialità

### *Indicatori*

- Numero di progetti e collaborazioni svolte.
- Numero di ricercatori e partner coinvolti.
- Numero di pubblicazioni (letteratura grigia) redatte.

- Numero di audizioni redatte
- Numero di progetti di public engagement realizzati
- Numero di progetti cantierabili realizzati

## 7. I rapporti con il sistema camerale

Nella nuova vision di Universitas Mercatorum le Camere di Commercio sono al centro del rapporto virtuoso che lega le imprese e lo sviluppo del capitale umano anche attraverso l'analisi e la valorizzazione di giacimenti informativi ancora inesplorati.

Lo studente è al centro di un sistema formativo in cui le Camere di Commercio sono i terminali sul territorio capaci di mettere in contatto lo studente con l'impresa. L'accordo di joint venture ha previsto l'apertura di 10 sedi partner gold, di fatto veri e propri sportelli territoriali di collaborazione con Universitas Mercatorum, presso altrettante Camere di Commercio o loro articolazioni territoriali (aziende speciali o unioni regionali).

Il lavoro già avviato articolato in un'agenda di lavoro e riassunto all'interno del documento "Spunti per una collaborazione con Unioncamere e le Camere di Commercio", cui si rimanda per i contenuti di dettaglio, ha consentito l'individuazione di alcune azioni strategiche sulle quali nel corso dei prossimi mesi sarà avviata un'azione robusta di sviluppo e monitoraggio su:

1. Orientamento e supporto placement e alternanza
2. Osservatorio start up innovative
3. Osservatorio crisi di impresa
4. Concorso nazionale "racconta la tua storia di successo"
5. Scuola nazionale imprenditoriale
6. Organizzazione di servizi formativi e di ricerca applicata per le imprese su temi dell'Ateneo.
7. Progetto di sviluppo imprenditoriale per l'indotto "Economia del Mare"

## 8. I DIALOGHI DI UNIMERCATORUM 2016 CERTE IDEE DI START UP

L'Ateneo potrebbe inaugurare la prima edizione dei *Dialoghi di Unimercatorum*, un calendario di seminari tematici che si inserisce tra le iniziative pubbliche che affiancano le attività didattiche e di ricerca dell'Ateneo.

Per l'anno accademico 2015/16 *Unimercatorum* ha scelto come tema dei *Dialoghi* "Una certa idea di start up", un fitto programma di incontri che indagheranno i rapporti tra innovazione, microimprenditoria, start up e territori. *I Dialoghi* si articolano intorno alla discussione con il pubblico di un interlocutore accademico, di un imprenditore e di un comunicatore. Ciascun incontro è disponibile in streaming, è videoregistrato ed utilizzabile per la didattica. E' prevista la pubblicazione di un instant book per ciascuno dei *Dialoghi* in calendario.

Unimercatorum attraverso *I Dialoghi* intende costruire uno spazio sociale di scambio e di incontro, luogo di apprendistato e mentoring per praticare un sapere aperto in grado di attrarre, formare e sostenere talenti, territori e capitali in una rete che si comporrà nel corso degli incontri di questo anno accademico e dei futuri. Le persone indicate sono state in parte contattate manifestando grande interesse

1. **Start up e prospettive dell'innovazione**  
*Riccardo Varaldo* (professore emerito alla Scuola Sant'Anna di Pisa)  
*Annibale D'Elia* (Bollenti spiriti e politiche giovanili in Puglia)  
*Riccardo Luna* (Giornalista)
2. **Start up a Sud**  
*Marcello De Cecco* (Università Luiss Guido Carli)  
*Nicholas Caporusso* (Qiris)  
*Carlo Borgomeo* (Presidente della Fondazione Con il Sud)
3. **Start up da condividere: le imprese nell'economia della condivisione**  
*Rural Hub* (Innovazione sociale applicata alla ruralità)



*Oliver Page* (Scooterino)

*Enrico Graziopini* (giornalista e autore di “Il bene di tutti. L'economia della condivisione per uscire dalla crisi”)

**4. Chiudere il cerchio: le start up nell'economia circolare**

*Marco Frey* (Scuola Sant'Anna)

*Adriana Santanocito e Enrica Arena* (Orange Fiber) o *Federico Garcea* o *Tommaso Speroni* (Treedom, progetti di riforestazione nel mondo)

... (Fondazione Sviluppo Sostenibile)

**5. Start up e turismo**

*Agostino Riitano* (Ruralhub)

*Dario Riccobono, Francesca Vannini Parenti e Edoardo Zaffuto* (Addiopizzo Travel).

*Tiziana Pompei* (Vice Segretario Nazionale Unioncamere su Rete dei Comitati per l'Imprenditoria femminile)

**6. Start up per mangiare di cultura (come impresa che produce cultura)**

*Stefano Consiglio* (Università Federico II di Napoli).

*Andrea Bartoli o Florinda Saieva* (Farm cultural Park, Favara).

*Alessandro Rimassa* (autore di Generazione Mille Euro e La Repubblica degli Innovatori).

**7. Start up e altri mondi. Innovazione e cooperazione**

*Massimiliano Ferrara o Roberto Mavilia* (Università Mediterranea di Reggio Calabria)

*Letizia Moratti* (Cofondatrice Fondazione San Patrignano)

*Fabrizia Fagnoni* (Presidente dei Comitati per l'Imprenditoria femminile)

**8. Start up da esportazione. Quale ruolo per il made in Italy?**

*Stefano Micelli* (Università Ca' Foscari)

*Enrico Colavita* (Oleifici Colavita spa e Colavita Center for Italian food).

*Daniele Di Stefano o Deborah Di Lucia* (Ufficio comunicazione Fondazione Symbola)