

PUBLIC ENGAGEMENT

Dalla ricerca al territorio: l'impatto sociale di UniTo

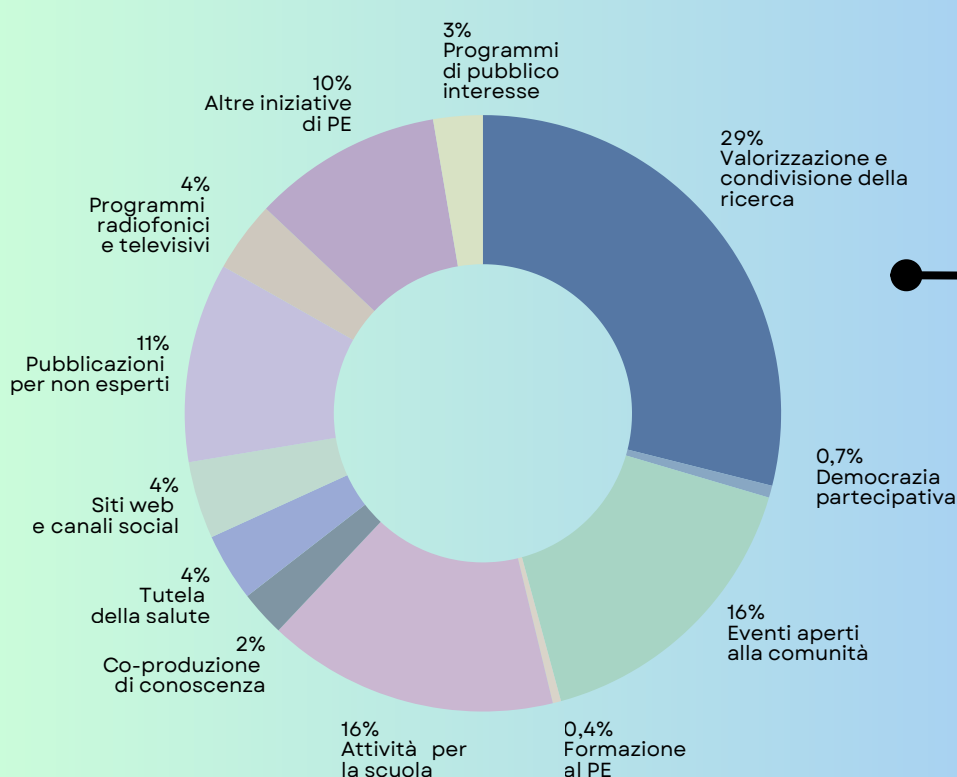
Crescono gli eventi utili per la comunità e le collaborazioni con enti e imprese: l'Ateneo è sempre più connesso con il territorio e aperto alla co-creazione.

LE ATTIVITÀ

4.445

iniziative di Public Engagement monitorate.

Un dato stabile e in linea con l'elevato impegno degli anni precedenti.



CATEGORIE DI PE

Quali sono i **pilastri** del dialogo tra università e società?

29%

Iniziative che fanno **conoscere** e **valorizzano** la ricerca, mettendola al servizio della comunità.

16%

Eventi aperti alla cittadinanza, pensati per portare la conoscenza fuori dall'università.

16%

Attività rivolte al mondo della **scuola**.

ALTRI DATI

57
strutture coinvolte

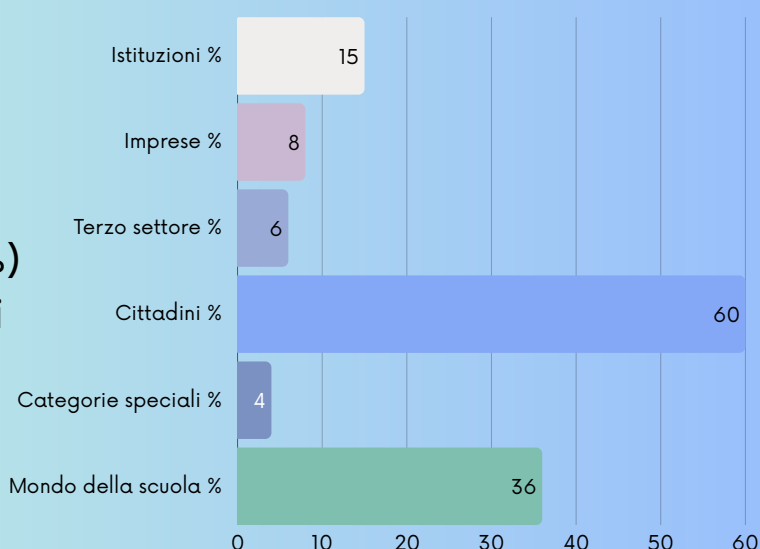
140.000
ore dedicate

3,17 milioni €
budget complessivo

+700
partner coinvolti

DESTINATARI

Cittadinanza (60%), mondo della scuola (36%) e istituzioni ed enti locali (15%) sono i principali protagonisti del Public Engagement.



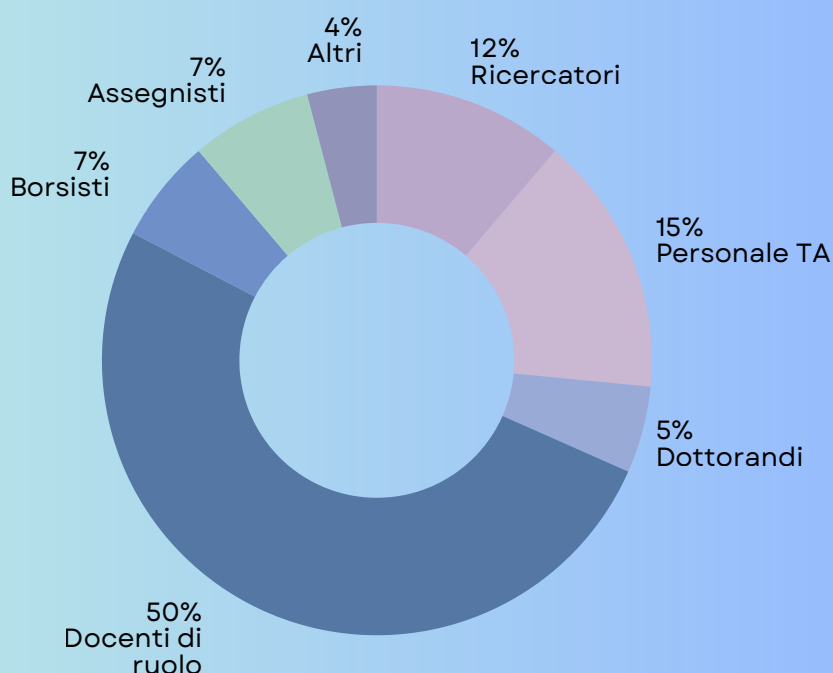
PUBLIC ENGAGEMENT

Dalla ricerca al territorio: l'impatto sociale di UniTo

Dalla collaborazione con il territorio emerge un ecosistema solido e diversificato, capace di unire mondi diversi – istituzioni, imprese e realtà sociali – in progetti condivisi. Un modello di apertura e co-creazione che rafforza il legame dell'Ateneo con la comunità e ne amplia l'impatto.

CHI PARTECIPA AL PE

All'interno dell'ateneo sono i **docenti** (50%) a dedicare più tempo al public engagement, seguiti dal **personale tecnico amministrativo** (15%) e dai **ricercatori** (12%).



ALL'ESTERNO

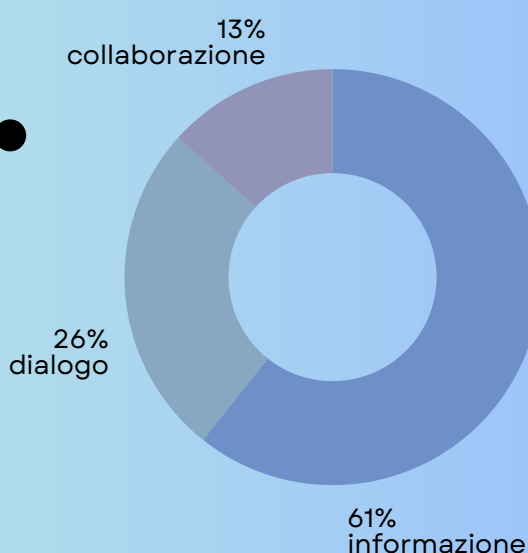
1/4 delle iniziative di public engagement nasce dalla **coprogettazione** con enti e aziende (23% delle attività mappate), segno di una rete collaborativa viva e diversificata.

PROTAGONISTI DELLA COPROGETTAZIONE

- * A guidare le collaborazioni è il **terzo settore** (46%), con una forte presenza di associazioni e fondazioni
- * Chiudono gli **enti pubblici** (32%) – in primo piano scuole e università – insieme a una rete di collaborazioni con il mondo della ricerca e con le istituzioni del territorio.
- * Seguono le **imprese private** di medie e grandi dimensioni (22%), soprattutto attive nella divulgazione, nella comunicazione scientifica e nei servizi tecnologici.

TIPO DI COINVOLGIMENTO

Le iniziative di UniTo favoriscono sempre più l'**informazione** (61%), l'**ascolto** e il **dialogo** (26%) e la **collaborazione** (13%).



IMPATTO GEOGRAFICO

Le attività di PE di UniTo hanno un forte impatto a livello **nazionale** (36%) e **locale** (31%), distinguendosi inoltre a livello regionale (22%) e internazionale (11%).