

(Lovari, 1999), in linea con l'evoluzione organizzativa presente nel sistema delle imprese, è il ricorso a competenze diversificate, provenienti da ambiti professionali e da percorsi formativi diversi. Tale soluzione consente di organizzare il lavoro per processi garantendo alti livelli di efficienza ed efficacia. L'utilizzo di competenze distintive diverse consente, inoltre, di instaurare sinergie in grado di rispondere alle esigenze interne ed esterne all'Ateneo.

La mission del Liaison Office è quella di stabilire un dialogo proficuo e continuativo tra il mondo accademico e il mondo imprenditoriale/istituzionale per la crescita del territorio. Due sono gli obiettivi del Liaison Office: da un lato rispondere al bisogno, proprio delle piccole e medie imprese, di accedere alla ricerca universitaria e di usufruire dei vantaggi del trasferimento tecnologico; dall'altro incentivare modalità di studio e di formazione on the job che permettano a studenti e laureati dell'Ateneo di accedere a stage ed opportunità lavorative offerte da aziende ed enti.

All'interno del Liaison Office la comunicazione rappresenta un valore critico, una leva fondamentale tramite la quale far crescere il triangolo virtuoso.

La comunicazione non è un semplice fattore esornativo ma la chiave di volta che permette al Liaison di mettere in contatto l'Università con il territorio e i suoi attori economici e sociali.

Per raggiungere tale obiettivo il Liaison Office si è dotato di un insieme di strumenti di comunicazione che permettono la circolazione delle informazioni nel territorio in grado di generare, strutturare e sedimentare una rete complessa di collaborazioni e sinergie utili a sostenere lo sviluppo della Toscana Centro Meridionale. Nello specifico è stato individuato e realizzato un communication mix che tiene conto dei diversi interlocutori e delle loro specifiche esigenze: un sito Internet contenente i servizi e le attività svolte dal Liaison e un database in cui è riportata la mappatura dell'offerta di ricerca universitaria; una newsletter "Le News di Liaison" in cui sono raccolte informazioni utili per gli imprenditori, le istituzioni e il corpo accademico; un numero verde per stimolare i diversi target a interagire sistematicamente con la struttura. Nell'ottica della relazione vengono, inoltre, organizzati eventi, conferenze, seminari per la crescita delle competenze e per conoscere le novità nor-

mative. Un mezzo vincente di contatto con gli operatori del territorio è inoltre l'utilizzo di tecniche di direct marketing, tramite visite porta a porta. Quest'ultima modalità di relazione permette infatti di conoscere i bisogni delle imprese, ricevendo indietro un feedback utile in termini di messa a punto delle strategie comunicative e dei servizi offerti.

### **Problemi di traduzione**

La creazione del triangolo è sicuramente un elemento essenziale per la crescita del territorio. Ma questo progetto che nasce, stimolato e coordinato dal Liaison Office, si propone di rendere virtuosa questa rete di rapporti. Infatti legami tra Università, imprese e istituzioni sono stati a lungo oggetto di continui dibattiti, ambiente per tentativi più o meno riusciti di dialogo.

Gestire il rapporto vuole dire far dialogare questi tre soggetti in maniera sistematica ed efficiente: ma attivare un processo di comunicazione tra questi tre sistemi non è certo semplice. I sistemi per propria natura tendono ad essere autosufficienti, limitando al minimo le relazioni con l'ambiente extra-sistema. Nel momento in cui questi sistemi decidono di aprirsi all'esterno, per ne-