



Consiglio di
Amministrazione

Seduta del

21 MAG. 2013

Nell'anno **duemilatredici**, addì **21 maggio** alle ore **16.05**, presso l'Aula degli Organi Collegiali, si è riunito il Consiglio di Amministrazione, convocato con nota rettorale prot. n. 0029490 del 16.05.2013, per l'esame e la discussione degli argomenti iscritti al seguente ordine del giorno:

..... **O M I S S I S**

Sono presenti: il **rettore**, prof. Luigi Frati; il **prorettore**, prof. Francesco Avallone; i consiglieri: prof. Aldo Laganà, prof. Giorgio Graziani, prof. Alberto Sobrero, prof. Maurizio Saponara (entra alle ore 17.30), prof. Antonio Mussino, prof. Maurizio Barbieri, prof.ssa Roberta Calvano, prof. Marco Merafina, prof. Marco Biffoni, sig. Marco Cavallo, dott. Roberto Ligia, sig. Sandro Mauceri (entra alle ore 16.25), dott. Paolo Maniglio (entra alle ore 16.54), dott. Massimiliano Rizzo (entra alle ore 18.50), sig. Giuseppe Romano (entra alle ore 16.16); il **direttore generale**, Carlo Musto D'Amore, che assume le funzioni di segretario.

E' assente giustificata: dott.ssa Francesca Pasinelli.

Sono assenti: dott.ssa Paola De Nigris Urbani, dott. Pietro Lucchetti.

Il **presidente**, constatata l'esistenza del numero legale, dichiara l'adunanza validamente costituita e apre la seduta.

..... **O M I S S I S**

D.109/13

Aff. PATR.

6/8



Consiglio di
Amministrazione

Seduta del

21 MAG. 2013

Area Patrimonio e Servizi Economici

Il Direttore

Dott. Andrea Bonomolo

WW

PROGETTO DI MERCHANDISING: STATO DI ATTUAZIONE E AMPLIAMENTO DELLE ATTIVITÀ

Il Presidente sottopone all'attenzione del Consiglio di Amministrazione la seguente relazione predisposta dal Settore Valorizzazione del Patrimonio – Ufficio Patrimonio Immobiliare – Area Patrimonio e Servizi Economici.

La Sapienza ha intrapreso negli ultimi anni un percorso di valorizzazione del proprio posizionamento nel panorama delle Università italiane. Questo percorso è stato portato avanti con numerose iniziative, volte in particolare a promuovere l'eccellenza scientifica e didattica, a premiare il merito, a rendere più efficace la valutazione della qualità, ad ampliare la dimensione internazionale, a far crescere i rapporti con il mondo delle imprese. Tali iniziative sono state rafforzate da un ampio lavoro sul piano dell'immagine e della comunicazione. Il restyling del marchio/logotipo avvenuta nel 2006, cui ha fatto seguito l'introduzione graduale di un sistema di identità visiva coerente in tutti gli ambiti della comunicazione, è stato un impegno gravoso per la comunità universitaria, ma ripagato da risultati importanti. Sul medio periodo l'operazione non solo si è rivelata vantaggiosa per i risparmi conseguiti, ma soprattutto ha consentito di associare al marchio Sapienza una serie di funzioni sostanziali, sul piano dell'identità e della coesione interna, della riconoscibilità e credibilità verso gli stakeholders esterni e, non ultimo, sul piano economico-patrimoniale: il brand è passato da mero elemento formale a valore.

Il progetto merchandising ha accompagnato questa evoluzione; attraverso diverse fasi, il merchandising ha contribuito alla diffusione del marchio Sapienza sia all'interno della stessa comunità universitaria che all'esterno. Ciò ha portato alla diversificazione e all'arricchimento del catalogo e – in un contesto di crisi economica – all'aumento degli introiti passati dai 26.883,12 euro del 2008 agli 86.893,11 euro del 2012). Numerosi segnali, provenienti soprattutto dall'esterno della comunità universitaria, evidenziano oggi come il progetto merchandising abbia raggiunto una condizione di maturità se gestito nei termini attuali; al contrario gli stessi segnali indicano che il brand Sapienza ha ancora ampie potenzialità da esprimere se il merchandising compirà un salto di qualità e un ampliamento di scala.

In tale ambito sono pervenute alcune richieste da parte di Società operanti nel settore del merchandising di poter utilizzare, a fronte del pagamento di un corrispettivo e di eventuali royalties, il logo della Sapienza per produrre oggetti da immettere nel circuito commerciale turistico, previa approvazione del catalogo da parte dell'Ateneo.

Tali proposte sono state portate all'esame del Comitato per il merchandising che ha espresso, nella riunione del 6 maggio 2013, parere favorevole all'esternalizzazione del progetto mediante selezione della società sulla base dell'offerta economica più vantaggiosa e di ulteriori parametri quali affidabilità finanziaria, utilizzo di materiali ecologici etc.

All'Economato resterebbe la gestione del merchandising rivolto alla Comunità interna della Sapienza, fermo restando che il capitolato potrebbe prevedere la possibilità di utilizzare la Società esterna selezionata anche per organizzare una

IL DIRETTORE DEL SETTORE
VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO
IMMOBILIARE
DOTT. ANDREA BONOMOLO

PERVENUTO IL



Consiglio di
Amministrazione

Seduta del

21 MAG. 2013

Area Patrimonio e Servizi Economici

Il Direttore

Dott. Andrea Boncinello

AREA DEL SETTORE
ECONOMICO DEL PATRIMONIO
Dott. Maurizio Volpi

rete di vendita nelle strutture decentrate e in occasione di particolari eventi organizzati dall'Università.

Al fine di sviluppare ulteriormente le potenzialità del progetto sia in termini di coinvolgimento della comunità universitaria, sia in termini economici, sono state portate all'attenzione del Comitato anche le richieste, emerse nel corso degli anni di attività, relative al merchandising di Facoltà e all'introduzione di sconti da applicare in particolari situazioni, occasioni o periodi oppure da destinare al personale.

In merito il Comitato ha approvato entrambe le proposte purché, relativamente al merchandising di Facoltà, sia compatibile con l'identità visiva d'Ateneo e gestito dall'Amministrazione centrale e relativamente agli sconti sopradetti siano applicati dall'Economo in misura non superiore al 50% del margine di ricarico.

Le iniziative suddette saranno portate all'attenzione del Senato Accademico nella prima seduta utile.

Tutto ciò premesso, il Presidente invita il Consiglio di Amministrazione a deliberare a riguardo.

Allegato in visione; Decreto Rettorale n.498 del 18 febbraio 2013.



..... OMISSIS

Consiglio di
Amministrazione

Seduta del

21 MAG. 2013

DELIBERAZIONE N. 109/13

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- Letta la relazione istruttoria;
- Visto il decreto rettorale n. 498 del 18 febbraio 2013 con cui sono stati individuati i compiti del Comitato per il merchandising;
- Viste le proposte di sviluppo del progetto di merchandising approvate dal Comitato nella riunione del 6 maggio 2013;
- Considerato quanto emerso nel corso del dibattito;
- Presenti e votanti n. 15: con voto unanime espresso nelle forme di legge dal rettore, dal prorettore, dal direttore generale e dai consiglieri: Barbieri, Biffoni, Calvano, Cavallo, Graziani, Laganà, Ligia, Mauceri, Merafina, Mussino, Saponara e Sobrero

DELIBERA

di approvare le seguenti linee di sviluppo del progetto di merchandising:

- affidamento ad una società esterna della licenza d'uso e sfruttamento commerciale del logo dell'Università "La Sapienza" mediante offerta economicamente più vantaggiosa;
- introduzione di sconti da applicare da parte dell'Economo per convegni e grandi quantitativi e per particolari occasioni o periodi, in misura non superiore al 50% del margine di ricarico in entrambi i casi;
- introduzione del merchandising di Facoltà compatibilmente con l'identità visiva d'Ateneo e gestito dall'Amministrazione centrale.

Letto, approvato seduta stante per la sola parte dispositiva.

IL SEGRETARIO
Carlo Musto D'Amore

IL PRESIDENTE
Luigi Fratt

..... OMISSIS