

Università degli Studi

"La Sapienza"

Consiglio di  
Amministrazione

Seduta del

Nell'anno **duemilaotto**, addì **22 gennaio** alle ore **15.40** si è riunito, nel Salone del Senato Accademico, il Consiglio di Amministrazione 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. Renato Guarini; il **prorettore**, prof. Luigi Frati; i consiglieri: prof. Fabrizio Vestroni (entra alle ore 16.15), prof. Adriano Redler, prof. Aldo Laganà, prof. Maurizio Saponara (entra alle ore 16.45), prof. Antonio Mussino, prof.ssa Rosa Concetta Farinato, prof. Marco Biffoni (entra alle ore 16.05), prof. Raffaele Gentile, prof. Antonio Sili Scavalli, sig. Beniamino Altezza, dott. Roberto Ligia, sig. Ivano Simeoni, dott. Christian Bonafede, sig.ra Valentina Colozza (entra alle ore 15.50), sig.ra Lorenza Falcone (entra alle ore 15.45), sig. Gianluca Senatore, dott. Martino Trapani, dott. Gianluca Viscido (entra alle ore 16.15); il **direttore amministrativo**, Carlo Musto D'Amore, che assume le funzioni di segretario.

**Assiste per il collegio sindacale:** dott. Giancarlo Ricotta.

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

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

Delibera

11/08

Aff. petr.

4/1

90

Università degli Studi  
"La Sapienza"

Consiglio di  
Amministrazione

Seduta del

**ACCORDO DI ORGANIZZAZIONE PER LO SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ CONNESSE ALLA REALIZZAZIONE DEL MERCHANDISING NELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA". PIANO DI PREVISIONE ECONOMICA.**

Il Presidente sottopone all'attenzione del Consiglio di Amministrazione la seguente relazione:

In data 02.10.07 il Consiglio di Amministrazione ha approvato l'Accordo di organizzazione per lo svolgimento delle attività connesse alla realizzazione del merchandising nell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza"; subordinando, tuttavia, l'attuazione dello stesso, relativamente all'art. 6, alla presentazione al Consiglio di Amministrazione del piano di attività e dei connessi flussi finanziari che potranno essere definiti successivamente all'espletamento, da parte del Comitato per il Merchandising, delle attività di cui all'art. 4 dell'Accordo.

A tal fine il Comitato per il Merchandising, nominato con DR n° 520 del 30 ottobre 2007, si è riunito nelle date del 06.11.07 e 26.11.07 per discutere il piano di previsione economica da sottoporre all'esame del Consiglio. Nel corso delle sedute il documento è stato esaminato nei vari aspetti e si è stabilito che fosse predisposto su base quadriennale con l'indicazione delle azioni da compiere anno per anno.

Per il 2008 il Comitato ha deciso di porre in essere le azioni di seguito elencate:

- vendita dei prodotti on line (e-commerce);
- attività di comunicazione;
- allestimento di un punto vendita fisso presso l'Economato con relativo acquisto di uno stock di prodotti;
- allestimento di un punto vendita mobile con relativo acquisto di uno stock di prodotti;
- allestimento di punti vendita esterni (Bookshop Auditorium e Punto Camera Shop).

Per ultimo, nella seduta dell'11.01.2008, il Comitato ha definitivamente approvato il piano in questione, nonché il catalogo dei prodotti e il listino prezzi.

Per la prima annualità il progetto prevede flussi di entrate e di uscite sostanzialmente equivalenti che non incidono complessivamente sull'equilibrio del Bilancio.

L'approvazione del progetto comporterà, comunque, la necessità di definire le variazioni di bilancio sui pertinenti conti di entrata e uscita che saranno oggetto di specifico provvedimento autorizzativo.

Per gli anni successivi il progetto, opportunamente aggiornato, troverà collocazione nei bilanci di previsione degli esercizi di riferimento.

Si propone, infine, di compiere a sei mesi dall'inizio delle attività, un monitoraggio delle azioni anche al fine di effettuare eventuali correzioni delle medesime.

ALLEGATO PARTE INTEGRANTE: Piano di previsione economica

IL RESPONSABILE DEL SETTORE VI  
VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO

FF. PATR.

IL CAPO DELLA RIPARTIZIONE III A.A.P.P.  
(Dot.ssa Daniela Cavallo)

4/1

PERVENUTO IL

17 GEN. 2008

RIP. V - SETT. III

Università degli Studi

"La Sapienza"

Consiglio di  
Amministrazione

Seduta del

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

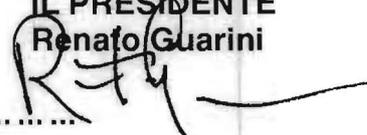
**DELIBERAZIONE N. 11/08****IL CONSIGLIO**

- Udita la relazione del Presidente;
- Vista la propria delibera del 02.10.2007 con cui è stato approvato l'Accordo di organizzazione per lo svolgimento delle attività connesse alla realizzazione del merchandising nell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza";
- Visti il piano di previsione economica per il quadriennio 2008-11, il catalogo dei prodotti e il listino dei prezzi così come predisposti dal Dipartimento Itaca;
- Considerato che il Comitato per il merchandising, nella riunione dell'11.01.2008, ha approvato i documenti suddetti;
- Considerato quanto emerso nel corso del dibattito;
- Presenti e votanti n. 21, maggioranza n. 11: a maggioranza con i n. 15 voti favorevoli espressi nelle forme di legge dal rettore, dal prorettore, dal direttore amministrativo e dai consiglieri: Altezza, Biffoni, Gentile, Laganà, Ligia, Simeoni, Vestroni, Bonafede, Falcone, Senatore, Trapani, Viscido, con i n. 5 voti contrari dei consiglieri Farinato, Mussino, Saponara, Sili Scavalli e Colozza e con la sola astensione del consigliere Redler

**DELIBERA**

- di approvare il piano di previsione economica, per il quadriennio 2008-2011, relativo all'Accordo di organizzazione per lo svolgimento delle attività connesse alla realizzazione del merchandising nell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza";
- di dare mandato al Direttore Amministrativo di porre in essere tutti gli atti necessari e conseguenti;
- di incaricare gli Uffici di compiere, a sei mesi dall'inizio delle attività, un monitoraggio delle azioni, anche al fine di effettuare eventuali correzioni delle medesime.

Letto, approvato seduta stante per la sola parte dispositiva.

IL SEGRETARIO  
Carlo Musto D'AmoreIL PRESIDENTE  
Renato Guarini

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

**Progetto Merchandising Sapienza**

Piano delle attività e business plan\_22.01.2008

DIPARTIMENTO DI INDUSTRIAL DESIGN  
TECNOLOGIA DELL'ARCHITETTURA  
CULTURA DELL'AMBIENTE ITACA



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

## **INDICE**

### **L'IDEA IMPRENDITORIALE**

**Premessa**

**Il merchandising universitario**

**I limiti di questo tipo di approccio**

**Il merchandising della Sapienza**

**Il pubblico di riferimento**

**I principali obiettivi**

**Lo stato dell'arte**

### **IL QUADRO OPERATIVO**

**Le attività proposte**

**Il piano delle azioni e degli investimenti necessari**

**Il piano di fattibilità economico-finanziaria**

**Note al piano delle attività e dei flussi economici.**

## **ALLEGATI**

**Piano di comunicazione - Ufficio Stampa Sapienza**

**Catalogo ON DEMAND e URBAN STUDENT LIFESTYLE**

**Costi prodotti collezione 2007-2008 e determinazione costo medio|prezzo medio**

**Piano previsionale dei flussi economici 2008**

**Piano previsionale dei flussi economici 2009**

**Piano previsionale dei flussi economici 2010**

**Piano previsionale dei flussi economici 2011**

**Proiezione flussi economici 2008-2011**



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA

Roma 11/01/2008

## PIANO DELLE ATTIVITÀ DEL PROGETTO DI MERCHANDISING DELLA SAPIENZA

### L'IDEA IMPRENDITORIALE

#### **Premessa**

L'idea di realizzare un progetto di merchandising della Sapienza, nasce dall'osservazione del successo ottenuto, in ambito nazionale e soprattutto internazionale, da progetti simili. Il progetto proposto dalla Sapienza, intende considerare il ruolo strategico del design di prodotto nell'ambito delle strategie di merchandising, al fine di interpretare l'identità dell'Ateneo più grande d'Europa ricco di tradizione ma anche di innovazione, valorizzando il senso di appartenenza di studenti, docenti e personale dell'Ateneo più grande d'Europa.

**Il merchandising universitario**, si sviluppa a partire dalle prime esperienze nei College di cultura anglosassone, fino a raggiungere la sua massima espressione nelle Scuole nord-americane dove le dinamiche sociali e i contesti ambientali sono molto differenti dalla realtà delle università italiane.

Negli anni di permanenza all'interno della struttura universitaria di stampo anglosassone, invece, lo studente entra a far parte di una comunità forte che risponde a tutte le sue esigenze non solo didattiche, ma anche sociali, creando un forte senso di "appartenenza". Sulla base della forza di questo senso di appartenenza, molte università straniere hanno già da tempo elaborato progetti di merchandising, con notevoli risultati (anche economici), ad esempio: Harvard University, Oxford University, London Metropolitan University – Uk, University of Salford- Uk, Staffordshire University – Uk, University of Dundee – Uk, University of Buckingham – Uk, Monash University – Au, University of Westminster – Uk, University of Brighton – Uk.

Solo da pochi anni nelle Università italiane, sull'esempio dell'American University, sono stati elaborati dei cataloghi per la commercializzazione di prodotti di merchandising: Università di Bologna, Università di Siena, Università di Padova, Università di Pavia, Università di Udine, Politecnico di Milano, ecc, ma resta il fatto che le università italiane, ed in particolare la Sapienza, si basano su un modello del tutto differente da quello di stampo anglosassone, dal momento che solo di rado queste si configurano come campus, mentre è piuttosto comune che si articolino come vere e proprie realtà metropolitane diffuse nel territorio e fortemente dipendenti dalle sue dinamiche.



**I limiti di questo tipo di approccio**, che può definirsi di natura tradizionale, risultano evidenti dall'analisi delle esperienze pregresse, nazionali e internazionali, poiché tutte hanno inteso il merchandising come la commercializzazione di prodotti generici, in cui il legame tra oggetto e istituzione risulta veicolato solo attraverso la presenza del logo o di un'immagine emblematica. Il prodotto di merchandising è poco curato dal punto di vista del design e si riduce molto spesso al progetto di comunicazione e personalizzazione di oggetti esistenti sul mercato (Visual Merchandising), limitandosi ad essere una strategia di marketing in cui il target risulta genericamente definito ed individuato. Inoltre la commercializzazione dei prodotti di merchandising da parte delle altre università italiane, si basa essenzialmente sulla vendita B2B con punti vendita dedicati all'interno dell'area universitaria. Solo il Politecnico di Milano si sta strutturando per il commercio on-line (sulla scia dell'esperienza anglosassone).

**Il merchandising della Sapienza**, nasce dall'analisi della particolare condizione che lo *studente della Sapienza* vive. Lo studente appartiene sì ad una comunità universitaria con la quale condivide un codice di identità, ma, oltre alla vita di facoltà, si trova a svolgere molte delle proprie attività quotidiane all'interno del contesto urbano (urban student lifestyle). Considerando poi che l'Ateneo romano ha la peculiarità di avere numerose sedi, distribuite su tutta la città, lo studente universitario è prima di tutto un "abitante metropolitano" che si ritrova all'interno di un contesto specifico. solo nei momenti dedicati alle attività didattiche, mentre per il resto della giornata vive inserito in una comunità più ampia. Il sistema di merchandising dovrà dunque giocare su quest'altro livello di "appartenenza" dato proprio dalla condizione di "nomadismo" e che vive di "distanze", lunghi tempi di percorrenza", ecc. Da qui la necessità di un modello originale.

**Il pubblico di riferimento** per la vendita dei prodotti di merchandising, è sostanzialmente costituito da: giovani tra i 18 e i 25 anni (gli studenti della Sapienza), pubblico interno adulto (i dipendenti tecnico-amministrativi e i docenti della Sapienza), pubblico esterno disaggregabile per fascia di età e per categoria (visitatori). Proprio riferendosi a queste tre categorie di pubblico, il progetto è stato articolato in una serie di linee e pacchetti di prodotti, che possano rispondere alle varie esigenze.

**I principali obiettivi** del progetto di merchandising proposto dalla Sapienza, sono così riassumibili:

1. diffondere e promuovere il nome, i valori, la storia e le tradizioni della Sapienza,



2. favorire il senso di appartenenza tra studenti, docenti e personale tecnico-amministrativo, attraverso l'attivazione di un sistema di commercializzazione di prodotti promozionali, capaci di veicolare i suddetti valori all'interno e all'esterno della comunità di riferimento;
3. garantire nel tempo un risultato economico attraverso lo sfruttamento di tutto il potenziale che il brand della Sapienza può esprimere, valorizzandone in primis tutto il potenziale intrinseco;
4. proporre prodotti o sistemi di prodotti organici caratterizzati da elementi di comunicazione fondamentali quali il marchio, i colori, il claim, ecc., e attraverso alcune azioni che ne garantiscano la diffusione mediante catalogo, sito di e-shop, immagine punto vendita e punti di esposizione, campagna eventi di lancio, ecc;
5. fornire agli studenti della Sapienza, la possibilità di pensare, progettare, realizzare prodotti per il merchandising della propria università: dai giovani per i giovani. Questo obiettivo verrà realizzato all'interno del laboratorio Factory Laboratorio Sapienza Design\_LSD, incubatore di giovani talenti e di idee nato con l'obiettivo di fornire ai giovani laureati della Sapienza, di sperimentarsi prima di accedere al mondo del lavoro;

**Lo stato dell'arte** delle operazioni svolte per l'attuazione del merchandising della Sapienza, riassume i passaggi principali dello sviluppo del progetto dal marzo 2005 al gennaio 2008:

- marzo 2005:* D.R. n.130 del 17.03.2005 il prof. Antonio Paris, afferente al Dipartimento Industrial Design, Tecnologia dell'Architettura e Cultura dell'Ambiente "ITACA", è stato nominato quale delegato del Rettore per l'esercizio delle funzioni di merchandising;
- aprile 2005:* presentazione della sperimentazione dei prodotti per il merchandising della Sapienza all Fiera Internazionale del Mobile di Milano - Salone Satellite (area dedicata alla sperimentazione e all'innovazione nel design);
- settembre 2005:* presentazione del progetto di merchandising nell'ambito della manifestazione Roma design più, alla presenza del Rettore, Pro-Rettore, Direttore Amministrativo, Rappresentanti del Consiglio d'Amministrazione e del Senato Accademico, Rappresentanti degli studenti del Consiglio d'Amministrazione e del Senato Accademico;
- luglio 2005:* allestimento di un punto-vetrina dei primi prototipi e modelli nel bookshop ValleGiuliaShop della Facoltà di Architettura di Valle Giulia;



- novembre 2005:* invio del documento con progetto ufficiale di merchandising della Sapienza a Rettore, Direttore Amministrativo, Consiglio Amministrazione, Senato Accademico, Rappresentanti Studenti in Senato Acc. e Cons. Ammin., organi preposti all'attuazione del progetto. Stop per l'attesa dell'elaborazione della nuova identità visiva della Sapienza;
- marzo 2006* con disposizione del D.A. n.000317 del 24.03.2006 è stato autorizzato l'affidamento al Dipartimento ITACA;
- aprile-novembre 2006:* sperimentazione di idee di progetto e realizzazione prodotti per la presentazione ufficiale al Rettore
- dicembre 2006:* presentazione e invio a Rettore, Direttore Amministrativo e organi preposti all'attuazione del progetto, del piano delle fasi e della previsione costi del progetto;
- gennaio 2007:* presentazione ufficiale dei prodotti e dello stato dell'arte del progetto presso la Sala del Senato Accademico alla presenza del Rettore;
- febbraio-luglio 2007:* elaborazione dell'accordo di organizzazione per l'affidamento della fase ideativa e progettuale dell'attività di merchandising;
- luglio-novembre 2007:* organizzazione del 1° riunione del Comitato per il Merchandising della Sapienza Università di Roma;
- 26 novembre 2007:* prima riunione comitato merchandising per elaborazione del piano delle attività e del business plan;
- 4 dicembre 2007:* seconda riunione comitato merchandising per elaborazione del piano delle attività e del business plan;
- 11 gennaio 2008:* terza riunione comitato merchandising e approvazione piano delle attività e del business plan del progetto merchandising.



## IL QUADRO OPERATIVO

Le attività proposte dal Delegato al Merchandising per l'attuazione del progetto si articolano come segue:

1. progettazione ed elaborazione di un catalogo di prodotti – che si qualificano per good design, buona qualità, funzionalità, usabilità - nelle tre collezioni 2007-2008:  
*Urban Student Collection* \_prodotti progettati ad hoc dal Laboratorio Sapienza Design, ovvero dagli studenti per gli studenti. La U.S.C. si organizza una serie di Kit, come quello per lo studente: pen drive, agenda, quaderno appunti, copricasco, penna, matita, portapenne, portachiavi, portapranzo, bracciale silicone)  
*On demand Collection* \_prodotti tipici del mercato del merchandising, selezionati e rielaborati secondo l'identità visiva della Sapienza, disponibili on line)  
*Big's Collection* \_prodotti progettati e/o riservati in esclusiva per l'Italia per la Sapienza, da importanti designer del panorama internazionale
2. progettazione di un Sito per E-Commerce dei prodotti delle tre collezioni proposte
3. progettazione di una serie di punti vendita - *ShopSapienza* – da predisporre all'interno della città universitaria, nelle varie facoltà distaccate sul territorio, nel centro storico di Roma come *shop in shop*, ovvero negozi monomarca di forte impatto comunicativo, incluso uno stand mobile per la partecipazione ad eventi di vario genere

**Il piano delle azioni e degli investimenti necessari** (vedi ALLEGATO \_ *Piano dei flussi economici e ALLEGATO\_Piano di comunicazione - Ufficio Stampa Sapienza*), prevede una serie di azioni – in particolare per le azioni 1, 2 e 3 - strettamente connesse tra loro e un piano di investimenti articolato in una ipotesi di minimo e in una ipotesi di massimo di impegno economico-finanziario.

Si riportano di seguito le azioni previste per l'attuazione del progetto:

Azione	Descrizione	Sub-azioni da espletare
1	Messa in attività del sito <a href="http://www.lasapienzadesign.it">www.lasapienzadesign.it</a> per la commercializzazione on line dell' <i>On demand Collection</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- attivazione contratto con Banca di Roma per il commercio on line</li><li>- definizione del flusso delle movimentazioni economiche (dall'utente al fornitore)</li><li>- identificazione del personale addetto alla gestione dei flussi</li><li>- definizione degli accordi con i fornitori</li><li>- definizione dei prezzi</li><li>- aggiornamento del sito con inserimento dei prezzi</li></ul>



2	Attività di comunicazione e pubblicità del merchandising della Sapienza	<ul style="list-style-type: none"><li>- Web: lancio in homepage nella sezione agenda degli studenti e nella pagina studenti; lanci sulle pagine di facoltà</li><li>- Posta elettronica: invio del messaggio alle mailing list di uniroma</li><li>- Radio Sapienza: lancio di messaggi radiofonici</li><li>- Segnaletica: segnaletica fissa per punto informativo e punto vendita merchandising; elementi di comunicazione fissa nei due punti (forse anche al Ciao) quale per esempio totem o altri elementi di comunicazione "di vetrina" – dal 2° anno</li><li>- Comunicazione cartacea: distribuzione di flyer o altro a mano e in punti strategici (navetta Sapienza), invio di informativa agli studenti (unitamente al bollettino di pagamento della 2° rata di tasse universitarie)</li><li>- Evento lancio merchandising</li><li>- Magazine catalogo prodotti</li><li>- Distribuzione del pin: distribuzione gratuita del pin gratuitamente a tutti i dipendenti della Sapienza</li><li>- Conferenza stampa: presentazione alla stampa con simulazione di acquisto sul sito e dimostrazione live di articoli e loro uso</li></ul>
3	Attivazione di un punto vendita dei prodotti presso l'Economato	<ul style="list-style-type: none"><li>- progetto di allestimento e sua realizzazione</li><li>- produzione e acquisto presso i fornitori individuati di stock minimi di prodotti per esposizione</li><li>- identificazione del personale addetto alla vendita</li><li>- definizione del flusso delle movimentazioni economiche</li></ul>
4	Realizzazione padiglione mobile Sapienza	<ul style="list-style-type: none"><li>- progetto esecutivo del padiglione mobile</li><li>- realizzazione del padiglione mobile</li><li>- manutenzione e logistica per 3/4 spostamenti/anno</li><li>- identificazione del personale addetto alla vendita</li></ul>
5	Attivazione di <i>shopSapienza</i> esterni alla	<ul style="list-style-type: none"><li>- progetto di allestimento di un punto monomarca shop in shop</li></ul>



	città universitaria (punto camera e bookshop sapienza)	Sapienza e sua realizzazione - produzione e acquisto presso i fornitori individuati, di stock iniziali di prodotti per esposizione - accordi con punti vendita
6	Attivazione di uno o più <i>shopSapienza</i> nelle sedi distaccate della Sapienza (da verificare negli anni successivi al primo)	- individuazione di locali da adibire a punto vendita - progetto di allestimento e loro realizzazione - produzione e acquisto presso i fornitori individuati, di stock iniziali di prodotti per esposizione - identificazione del personale addetto alla vendita

**Il piano di fattibilità economico-finanziaria**, è di durata quadriennale e indica il fabbisogno finanziario complessivo (per investimenti tecnici, comunicativi, commerciali, ecc) per l'attuazione del progetto, tenuto conto delle azioni già poste in essere così come si evince dallo stato dell'arte.

Vedi ALLEGATO \_ *Piano previsionale dei flussi economici*

#### **Note al piano delle attività e dei flussi economici**

- Il piano dei flussi economici si basa su una stima prudenziale delle quantità di acquisto
- La stima del costo medio dei prodotti di 13 € al lordo dell'IVA, si basa sui costi validi per tutto il 2008
- La formazione del prezzo di vendita/prodotto – ipotizzata con un ricarico del 100% sul costo di acquisto - viene esemplificata di seguito (Ipotesi di utile netto)

Articolo	Pubblicità	Utilizzo Brand	Distribuzione	Acquisto MP	Totale costi	Margine netto	Ipotesi di prezzo unitario
	10% (G)	10% (G)	30% (G)				
DIARIO-AGENDA	€ 0,50	€ 0,50	€ 1,50	€ 5,00	€ 7,50	€ 2,50	€ 10,00

## Piano di comunicazione

Ufficio Stampa Sapienza

DIPARTIMENTO DI INDUSTRIAL DESIGN  
TECNOLOGIA DELL'ARCHITETTURA  
CULTURA DELL'AMBIENTE ITACA



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA



Roma 16/11/2007

## **Piano di comunicazione per il lancio di un progetto di merchandising**

### **Premessa**

Il merchandising è di per sé un'attività con una forte valenza comunicativa. È quindi necessario comunicare soprattutto nella fase di lancio, mentre successivamente il merchandising si autoalimenta sul piano comunicativo e diviene esso stesso un potente strumento di comunicazione.

Queste caratteristiche proprie del merchandising hanno conseguenze rilevanti sotto il profilo dei contenuti e sotto il profilo dei costi.

Sotto il profilo dei contenuti è importante che il messaggio iniziale sia ben calibrato e mirato: dopo il lancio non vi sarà una seconda possibilità per far comprendere in modo chiaro al pubblico e ai media il senso del progetto e in caso di errori sarà difficile correggere il tiro. Questa chance unica o quasi dovrà essere giocata dunque con estrema attenzione, tenendo conto che il merchandising è argomento delicato per una istituzione pubblica come la Sapienza.

Sotto il profilo dei costi, in un'ottica di business plan quadriennale, si può ipotizzare che gli investimenti necessari alla comunicazione vadano comunque scemando fino ad annullarsi quasi del tutto.

### **I pubblici di riferimento**

La comunicazione di lancio del merchandising è rivolta ad alcuni pubblici di riferimento così identificabili: studenti della Sapienza, pubblico interno adulto, pubblico esterno (disaggregabile per fascia di età e per categoria). A questi vanno aggiunti il pubblico dei giornalisti che è "mediatore" verso i pubblici principali e gli interlocutori istituzionali.



### **I tempi della comunicazione**

La comunicazione di lancio deve essere compiuta quando il progetto è prossimo alla fase operativa. L'ipotesi di una comunicazione leggermente anticipata, che crei l'effetto attesa, è praticabile ma comporta dei rischi: il lasso di tempo tra l'annuncio e l'operatività non può essere troppo lungo e occorre avere la certezza assoluta che non vi siano slittamenti, i quali causerebbero una grave perdita di immagine. Ciò considerato appare più lineare un'azione di comunicazione che coincida con il kick off effettivo del progetto o comunque di una sua prima parte (per esempio la vendita on line).

Nel tempo che precede la comunicazione di lancio devono essere evitate fughe scomposte di notizie verso i diversi pubblici che potrebbero danneggiare l'operazione nel complesso. In particolare occorre evitare di comunicare con i pubblici interni o esterni anticipatamente rispetto alla comunicazione con i media: in questo caso la notizia nella migliore delle ipotesi "si brucia", nella peggiore esce in modo disordinato, non controllato dalla fonte e quindi verosimilmente mal interpretata.

È chiaro dunque che eventuali anticipazioni devono essere frutto di una scelta mirata e accuratamente gestite.

Nella fasi successive al lancio si possono ipotizzare azioni di comunicazione diverse, relative per esempio a eventi che possono trainare il merchandising (congressi, missioni all'estero, iniziative culturali per gli studenti) oppure a singole novità all'interno del progetto (l'immissione "sul mercato" di un nuovo prodotto con alti contenuti di creatività). Tali azioni con tutta evidenza non sono programmabili a priori, né è possibile individuare azioni di comunicazione a cadenza periodica.

**Azioni di comunicazione e investimenti necessari**Studenti

Le azioni indicate di seguito e i relativi costi si riferiscono al primo anno.  
Nel secondo e terzo anno si ripropongono unicamente i costi del punto 6.

Tra le azioni proposte, appaiono irrinunciabili i punti da 1 a 4. Il punto 5 è opzionale perché si tratta di un'azione aggiuntiva; il punto 6 è opzionale ma consigliabile, anche in forma eventualmente ridotta.

1. Web				
Iniziativa	Operazioni collegate	Costi ipotesi alta	Costi ipotesi bassa	Tempi
Lancio in home page nella sezione agenda degli studenti e nella pagina studenti	Predisposizione del sito per gli acquisti che deve essere linkato ai lanci su internet	Nessun costo per realizzare i lanci  Eventuali costi per completare il funzionamento del sito per gli acquisti	Nessun costo per realizzare i lanci  Eventuali costi per completare il funzionamento del sito per gli acquisti	Quelli stabiliti per il lancio operativo. Verosimilmente i primi mesi del 2008
Lanci sulle pagine di facoltà (che però non sono ancora riformate graficamente e quindi risultano "stridenti" rispetto alla nuova identità significativamente veicolata dal merchandising)				



<b>2. Posta elettronica</b>				
<b>Iniziativa</b>	<b>Operazioni collegate</b>	<b>Costi ipotesi alta</b>	<b>Costi ipotesi bassa</b>	<b>Tempi</b>
Invio di un messaggio a tutto l'indirizzario di uniroma1 e alle mailing list degli studenti disponibili al momento del lancio		Nessuno	Nessuno	Quelli stabiliti per il lancio operativo. Verosimilmente i primi mesi del 2008
<b>3. Radio Sapienza</b>				
<b>Iniziativa</b>	<b>Operazioni collegate</b>	<b>Costi ipotesi alta</b>	<b>Costi ipotesi bassa</b>	<b>Tempi</b>
Lancio di un messaggio radiofonico		Nessuno	Nessuno	Quelli stabiliti per il lancio operativo. Verosimilmente i primi mesi del 2008
<b>4. Segnaletica</b>				
<b>Iniziativa</b>	<b>Operazioni collegate</b>	<b>Costi ipotesi alta</b>	<b>Costi ipotesi bassa</b>	<b>Tempi</b>
Segnaletica fissa per punto informativo e punto vendita merchandising  Elementi di comunicazione fissa nei due punti (forse anche al Ciao) quale per		4.000 euro se estesa a Ciao (se diventa occasione per ripensare segnaletica del servizio in se stesso, potrebbe costare anche qualcosa di più)	2.000 se non estesa o minimamente estesa a Ciao	Se il lancio coincide con l'operatività del circuito on line, allora i punti di vendita possono partire in una seconda fase. Ma è sconsigliabile tardare troppo





<p>collaboratori al Ciao e in altri servizi.</p> <p><u>Criticità:</u> i numeri sono grandi, 160 studenti al Ciao all'anno e circa 3.000 in tutta la Sapienza. Inoltre sembra vi sia una certa resistenza a indossare costantemente come uniforme la t-shirt o la felpa (<i>fonte Emi Cipriano</i>). Si potrebbero ipotizzare anche altri articoli, come un foulard per le ragazze, una bandana, la pen/braccialetto o più semplicemente un portabadge da collo (sentire proposte di Tonino Paris).</p>		<p>3.000.</p> <p>Nb. Questo costo si ripeterebbe ogni anno</p>	<p>per 160, se la distribuzione è limitata al Ciao</p> <p>Nb. Questo costo si ripeterebbe ogni anno.</p>	<p>cominciando con il Ciao ed estendendo gradualmente agli altri servizi</p>
--	--	--	--	--

Pubblico interno over 30

Il pubblico interno adulto è composto da professori, tecnici e amministrativi.



Per questo pubblico valgono le azioni già indicate per gli studenti dal punto 1 al punto 5. Il punto 6. Distribuzione di kit deve invece essere riformulato considerando le particolari esigenze di questo target.

Anche in questo caso l'ipotesi è opzionale.

La selezione dei destinatari deve essere accurata: la distribuzione dovrà essere sufficientemente allargata da non creare zone di malcontento e sufficientemente contenuta per evitare il rischio di assorbire una parte della potenziale domanda di gadget.

I relativi costi so dovranno sostenere una tantum

<b>7. Distribuzione di kit</b>				
<b>Iniziativa</b>	<b>Operazioni collegate</b>	<b>Costi ipotesi alta</b>	<b>Costi ipotesi bassa</b>	<b>Tempi</b>
Distribuzione di kit ad alcuni interlocutori interni, identificabili più o meno in 180 responsabili dei centri di spesa esistenti, oltre a 10-15 responsabili di ripartizioni e uffici amministrativi centrali.		Il kit prescelto deve essere moltiplicato per 200.	Il kit prescelto deve essere moltiplicato per 200.	A partire dal lancio nelle settimane successive
<b>7bis. Distribuzione del pin</b>				
<b>Iniziativa</b>	<b>Operazioni collegate</b>	<b>Costi ipotesi alta</b>	<b>Costi ipotesi bassa</b>	<b>Tempi</b>
Distribuzione del pin gratuitamente su richiesta a tutti i dipendenti della Sapienza. È un'operazione		1,30 euro per 5.000 nel primo anno, 1,30 euro per 5.000 nel secondo anno,	1,30 euro per 5.000 nel primo anno, 1,30 euro per 5.000 nel secondo anno,	A partire dal lancio per tutto il primo e secondo anno (i pin dovrebbero restare a



necessaria per ragioni di fidelizzazione.  L'attesa dei dipendenti è che la spilla venga distribuita a tutti come segno "distintivo" di appartenenza.		ipotizzando una distribuzione su due anni.  Verificare il prezzo unitario: 1,30 è quanto pagato oggi per piccole quantità, forse l'importo può essere ulteriormente compresso	ipotizzando una distribuzione su due anni.  Verificare il prezzo unitario: 1,30 è quanto pagato oggi per piccole quantità, forse l'importo può essere ulteriormente compresso	disposizione presso un ufficio preposto)
---	--	---	---	--

#### Media

È consigliabile una conferenza stampa del tipo "evento misto", che preveda una presentazione al pubblico interno e alla stampa insieme.

La difficoltà sta nella selezione del pubblico interno: la cosa migliore sarebbe generalizzare a tutti gli interessati (in aula magna o in sala senato?).

In questa occasione si potrebbe distribuire un kit leggero ai giornalisti, insieme con la cartella stampa, evitando eccessi (non dobbiamo "comprare" gli operatori dei media). Per esempio sarebbe perfetto matita, portamatite e pen drive o altri attrezzi del mestiere del cronista.

<b>8. Conferenza stampa</b>				
<b>Iniziativa</b>	<b>Operazioni collegate</b>	<b>Costi ipotesi alta</b>	<b>Costi ipotesi bassa</b>	<b>Tempi</b>
Presentazione alla stampa. Si deve prevedere simulazione di acquisto sul sito e dimostrazione live degli articoli di merchandising e	Presentazione al pubblico in contemporanea  Iniziare qui la distribuzione dei kit per il pubblico interno over 30 (punti 7 e 7 bis) o	100 cartelle stampa con blocco e penna per circa 500 euro  50 kit per i giornalisti, costo da definire	100 cartelle stampa con blocco e penna per circa 500 euro  Si rinuncia ai kit per i giornalisti, considerando sufficienti blocco	Quelli stabiliti per il lancio operativo. Verosimilmente i primi mesi del 2008



<p>del loro uso</p> <p><u>Criticità</u>: grande attenzione al contenuto del messaggio perché i giornalisti sono critici sulle iniziative di marketing delle università, specialmente della Sapienza.</p> <p>Occorre sottolineare che:</p> <p>a) una quota x del ricavato va a uno scopo preciso</p> <p>b) il merchandising Sapienza è frutto di un lavoro di design. Le royalties vengono riconosciute anche agli studenti</p> <p>c) il merchandising ha scopi nobili quali la fidelizzazione degli alumni e il fund raising.</p>	<p>è troppo complicato sotto il profilo organizzativo?</p>		<p>e penna o matita</p>	
---	--	--	-------------------------	--

**Catalogo ON DEMAND e URBAN STUDENT LIFESTYLE**

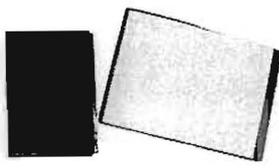
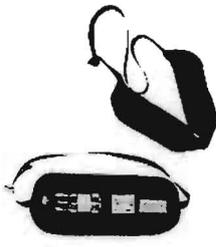
DIPARTIMENTO DI INDUSTRIAL DESIGN  
TECNOLOGIA DELL'ARCHITETTURA  
CULTURA DELL'AMBIENTE ITACA

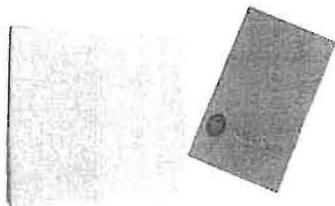


**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

DESCRIZIONE DEI PRODOTTI DEL CATALOGO 2007-2008

URBAN STUDENT KIT

IMMAGINE	ARTICOLO	NOME PRODOTTO E DESCRIZIONE	COLORI
	<p><b>USB pen drive</b> (Stock minimo= 1000pz)</p>	<p><b>PEN DRIVE_Card (128MB)</b> <b>Descrizione:</b> Il più piccolo e sottile pen drive al mondo. Plug &amp; Play per usb, interfaccia USB2, capacità 128MB, compatibile con Windows 98/98SE/ME/2000/XP, Mac Os 9.0 o superiori. Non necessita di driver ed è contenuto in una pratica card.</p>	<p>----</p>
	<p><b>portapenne   pencase</b> (Stock minimo= 100pz)</p>	<p><b>PORTAPENNE_Roller</b> <b>Descrizione:</b> Pratico portapenne in polipropilene, contiene 2 matite all black e 3 penne a sfera trasparenti (blu-rossa-nera) .</p>	<p><b>Colori:</b> trasparente   bianco  nero   grigio antracite  bordeaux sapienza   grigio antracite</p>
	<p><b>diario mappa   map diary</b> (Stock minimo= 1000pz)</p>	<p><b>DIARY_2007</b> <b>Descrizione:</b> Diario-agenda settimanale tascabile con copertina in PVC morbido: ogni settimana ha a disposizione una pagina per gli appunti.</p>	<p><b>Colori:</b> grigio antracite</p>
	<p><b>portapranzo   lunch bag</b> (Stock minimo= 100pz)</p>	<p><b>LUNCH_Bag</b> <b>Descrizione:</b> Metropolitano per eccellenza il portapranzo termico è indispensabile per chi, come lo studente universitario, passa tutto il giorno fuori casa e si muove con i mezzi pubblici e con quelli privati: il lunchbag è pensato per chi va in motorino o in bus e all'occorrenza si trasforma in una pratica tovaglia.</p>	<p><b>Colori:</b> nero  grigio antracite  bordeaux sapienza</p>
	<p><b>copricasco   helmet cover</b> (Stock minimo= 1000pz)</p>	<p><b>COPRICASCO_Sapienza</b> <b>Descrizione:</b> Perché non esibire la propria appartenenza al più grande ateneo d'Europa anche durante gli spostamenti in motorino? Il copricasco è in tessuto elastico e attacchi in velcro.</p>	<p><b>Colori:</b> nero</p>
	<p><b>lavagnetta notes   board notes</b> (Stock minimo= 100pz)</p>	<p><b>NOTES_Map</b> <b>Descrizione:</b> Block notes composto da una tavoletta semirigida di supporto per prendere gli appunti durante le lezioni. Sul retro la mappa dell'università.</p>	<p>----</p>



**quaderno | notebook**  
(Stock minimo= 1000pz)

**QUADERNO\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Quaderno B5 a righe, in carta ecocompatibile, riciclata, semipatinata.



**portachiavi | key holder**  
(Stock minimo= 100pz)

**PORTACHIAVI\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Pratico portachiavi in polipropilene con anello.

**Colori:**  
trasparente | bianco

nero | grigio antracite

bordeaux sapienza | grigio antracite

**KIT PROFESSORE | TEACHER KIT men**



**cravatta | tie**  
(Stock minimo= 100pz)

**CRAVATTA**

**Descrizione:**  
Cravatta in seta 100% tinta unita con tessuto millerighe orizzontali, personalizzata "sapienza"

**Colori:**  
blu

grigio antracite

bordeaux sapienza

VEDI SOPRA

**diario-agenda | diary**  
(Stock minimo= 1000pz)

**DIARY\_2007**

**Descrizione:**  
Diario-agenda settimanale tascabile con copertina in PVC morbido: ogni settimana ha a disposizione una pagina per gli appunti.

**Colori:**  
grigio antracite

VEDI SOPRA

**quaderno | notebook**  
(Stock minimo= 1000pz)

**QUADERNO\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Quaderno a righe, in carta ecocompatibile, riciclata, semipatinata.



**spilla | clip**  
(Stock minimo= 1000pz)

**SPILLA\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Spilla in metallo smaltato con chiusura a clip.

VEDI SOPRA

**USB pen drive**  
(Stock minimo= 1000pz)

**PEN DRIVE\_Card (128MB)**

**Descrizione:**  
Il più piccolo e sottile pen drive al mondo.  
Plug & Play per usb, interfaccia USB2, capacità 128MB, compatibile con Windows 98/98SE/ME/2000/XP, Mac Os 9.0 o superiori. Non necessita di driver ed è contenuto in una pratica card.

**KIT PROFESSORESSA | TEACHER KIT women**



**Foulard**  
(Stock minimo= 1000pz)

**FOULARD\_Sapienza**

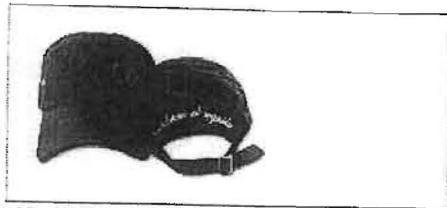
**Descrizione:**  
Foulard, in seta 100% in due versioni: con logo-cherubino, con logo-scritta.

**versione**  
**LOGO-CHERUBINO**

**Colori:**  
grigio chiaro | grigio antracite

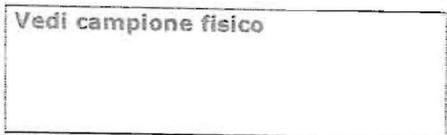
**versione**  
**LOGO-SCRITTA**

			Colori: bordeaux sapienza (bordo)   grigio chiaro   grigio antracite
VEDI SOPRA		<b>diario-agenda   diary</b> (Stock minimo= 1000pz)	<b>DIARY_2007</b> Descrizione: Diario-agenda settimanale tascabile con copertina in PVC morbido: ogni settimana ha a disposizione una pagina per gli appunti.
VEDI SOPRA		<b>quaderno   notebook</b> (Stock minimo= 1000pz)	<b>QUADERNO_Sapienza</b> Descrizione: Quaderno B5 a righe, in carta ecocompatibile, riciclata, semipatinata.
VEDI SOPRA		<b>spilla   clip</b> (Stock minimo= 1000pz)	<b>SPILLA_Sapienza</b> Descrizione: Spilla in metallo smaltato con chiusura a clip.
VEDI SOPRA		<b>USB pen drive</b> (Stock minimo= 1000pz)	<b>PEN DRIVE_Card (128MB)</b> Descrizione: Il più piccolo e sottile pen drive al mondo. Plug & Play per usb, interfaccia USB2, capacità 128MB, compatibile con Windows 98/98SE/ME/2000/XP, Mac Os 9.0 o superiori. Non necessita di driver ed è contenuto in una pratica card.
<b>ABBIGLIAMENTO   WEAR</b>			
		<b>giacca a vento   wind jacket</b> (Stock minimo= 1000pz)	<b>Giacca a vento_Sapienza</b> Descrizione: Giacca impermeabile in tylon rib-stop nylon con chiusura superiore a cerniera e cappuccio con cordino. Ampia tasca frontale con doppia chiusura a zip e velcro, tasche laterali, coulisse elastica.
Vedi campione		<b>felpa uomo   fleece-man</b> (Stock minimo= 100pz)	Colori: Nero
Vedi campione		<b>polo uomo   polo-man</b> (Stock minimo= 100pz)	bordeaux sapienza Colori: Nero
Vedi campione		<b>t-shirt uomo   t-shirt-man</b> (Stock minimo= 100pz)	bordeaux sapienza Colori: Nero
Vedi campione		<b>felpa donna   fleece-women</b> (Stock minimo= 100pz)	bordeaux sapienza Colori: Nero
Vedi campione		<b>polo donna   polo-women</b> (Stock minimo= 100pz)	Bianco
Vedi campione		<b>t-shirt donna   t-shirt-women</b> (Stock minimo= 100pz)	Colori: Nero



Vedi campione fisico

**cappellino | hat**  
(Stock minimo= 100pz)



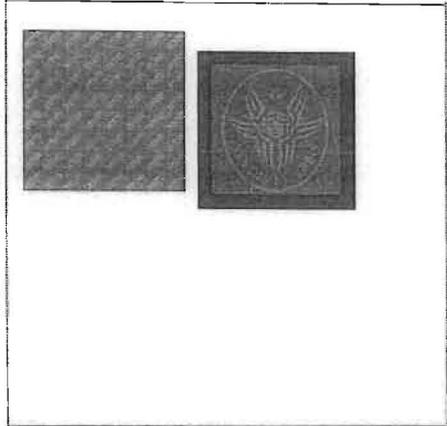
Vedi campione fisico

**cravatta regimental | regimental tie**  
(Stock minimo= 100pz)



Vedi campione fisico

**cravatta maglia | mesh tie**  
(Stock minimo= 100pz)



**cravatta seta | silk tie**  
(Stock minimo= 100pz)

**Foulard**  
(Stock minimo= 100pz)

Grigio melange  
bordeaux sapeinza  
Colori:  
Nero

**CRAVATTA\_Regimental**  
Descrizione:  
Cravatta 100% seta lavorazione jacquard, personalizzata Sapienza con logo tono su tono.

Colori:  
fondo blu e righe azzurre | bordeaux sapienza

**CRAVATTA\_Maglia**  
Descrizione:  
Cravatta 100% seta lavorazione a maglia, personalizzata Sapienza con logo tono su tono.

Colori:  
blu  
bordeaux sapienza

**CRAVATTA\_Sapienza**  
Descrizione:  
Cravatta 100% seta lavorazione jacquard (tessuto righe orizzontali), personalizzata Sapienza con logo tono su tono.

Colori:  
blu  
grigio antracite  
bordeaux sapienza

**FOULARD\_Sapienza**  
Descrizione:  
Foulard in seta 100% in due versioni: con logo-cherubino, con logo-scritta.

versione LOGO-CHERUBINO  
Colori:  
grigio chiaro | grigio antracite  
versione LOGO-SCRITTA  
Colori:  
bordeaux sapienza (bordo) | grigio chiaro | grigio antracite

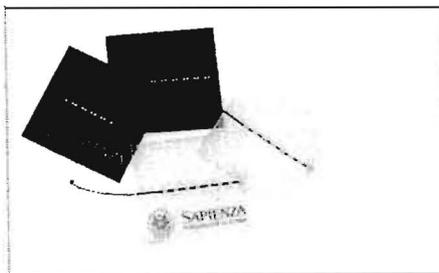
**STUDIO | SCHOOL**



**usb pen drive**  
(Stock minimo= 1000pz)

**PEN DRIVE\_Card (128MB)**  
Descrizione:  
Il più piccolo e sottile pen drive al mondo.  
Plug & Play per usb, interfaccia USB2, capacità 128MB, compatibile con Windows 98/98SE/ME/2000/XP, Mac Os 9.0 o superiori. Non necessita di driver ed è contenuto in una pratica card.

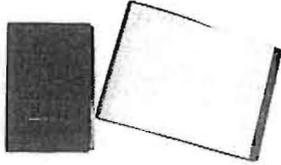
Colori:  
trasparente | bianco



**portapenne | pencase**  
(Stock minimo= 100pz)

**PORTAPENNE\_Roller**  
Descrizione:  
Pratico portapenne in polipropilene, contiene 2 matite all black e 3 penne a sfera trasparenti (blu-rossa-nera).

nero | grigio antracite  
bordeaux sapienza | grigio antracite



tipo Muji

**diario-agenda | diary**  
(Stock minimo= 1000pz)

**DIARY\_2007**  
**Descrizione:**  
Diario-agenda settimanale tascabile con copertina in PVC morbido: ogni settimana ha a disposizione una pagina per gli appunti.

**Colori:**  
grigio antracite



SAPIENZA

**lavagnetta notes | board notes**  
(Stock minimo= 100pz)

**NOTES\_Map**  
**Descrizione:**  
Block notes composto da una tavoletta semirigida di supporto per prendere gli appunti durante le lezioni. Sul retro la mappa dei luoghi della Sapienza.



**portapranzo | lunch bag**  
(Stock minimo= 100pz)

**LUNCH\_Bag**  
**Descrizione:**  
Metropolitano per eccellenza il portapranzo termico in neoprene, è indispensabile lo studente universitario che trascorre tutto il giorno fuori casa. Il lunchbag è pensato per chi va in motorino o in bus e all'occorrenza si trasforma in una pratica tovaglia. Può contenere: panino + bottiglia 1/2lt o lattina + frutto.

**Colori:**  
nero  
grigio antracite  
bordeaux  
sapienza

**ACCESSORI | ACCESSORIES**



**Cartella**  
(Stock minimo= 100pz)

**Colori:**  
grigio



**zainetto | backpack**  
(Stock minimo= 100pz)

**ZAINETTO\_Reflective**  
**Descrizione:**  
Zainetto in nylon con angoli rinforzati in materiale catarifrangente, chiusura con coulisse e alacci in corda.

**Colori:**  
nero  
grigio  
bianco



**Stopper**  
(Stock minimo= 100pz)

**SHOPPER\_Sapienza**  
**Descrizione:**  
Shopper in cotone con pratico porta cellulare-monete-penne all'interno, personalizzata Sapienza

**Colori:**  
nero



**copricasco | helmet cover**  
(Stock minimo= 1000pz)

**COPRICASCO\_Sapienza**  
**Descrizione:**  
Perché non esibire la propria appartenenza al più grande ateneo d'Europa anche durante gli spostamenti in motorino? Il copricasco è in tessuto elastico e attacchi in velcro.

**Colori:**  
nero



**portachiavi | key holder**  
(Stock minimo= 100pz)

**PORTACHIAVI\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Pratico portachiavi in polipropilene con anello.

**Colori:**  
trasparente | bianco

nero | grigio antracite

bordeaux sapienza | grigio antracite

**VARIE | DIVERSE**



**spilla metallo | metal clip**  
(Stock minimo= 1000pz)

**SPILLA\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Spilla in metallo smaltato con chiusura a clip.

**spilla oro satinato | gold clip**

**SPILLA ORO\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Spilla in oro satinato con cherubino a rilievo e chiusura con clip di sicurezza.

**spilla oro-smalto | gold enamel clip**  
(Stock minimo= 1000pz)

**SPILLA\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Spilla in oro e smalto con chiusura a clip.



**braccialetto | bracciale**  
(Stock minimo= 1000pz)

**BRACCIALETTO\_Silicon**

**Descrizione:**  
Braccialetto in speciale gomma morbida elastica e logo inciso.

**Colori:**  
bordeaux sapienza



**Sottobicchieri | under glass**  
(Stock minimo= 100pz)

**SOTTOBICCHIERI\_Silicon**

**Descrizione:**  
Set composto da 4 sottobicchieri in gomma siliconica



**tazza | cup**  
(Stock minimo= 100pz)

**MUG FROST\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Tazza di vetro traslucido lavabile in lavastoviglie e conforme alle normative CE.

**Colori:**  
traslucido bianco



**grembiule | apron**  
(Stock minimo= 100pz)

**GREMBIULE\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Grembiule 100% twill di cotone con tasca frontale e coulisse regolabile. Taglia: unica

**Colori:**  
nero  
bordeaux sapienza



**Havaianas**  
(Stock minimo= 1000pz)

**HAVAINAS\_Sapienza**

**Descrizione:**  
Ciabatte da spiaggia con tavoletta in EVA e portachiavi staccabile. Disponibili in Materiale: EVA

**Colori:**  
blu



**calcolatrice | calculator**  
(Stock minimo= 100pz)

**CALCOLATRICE\_Sapienza**

**Descrizione:**

Calcolatrice tascabile con display a 8 cifre. Luce LED bianca con accensione a pressione e doppio alloggiamento per SIM card telefoniche e alimentazione a batteria (2xCR2016, fornite).

Colori:  
bianco

nero



**orologio\_polso | swatch**  
(Stock minimo= 100pz)

**SAPIENS SWATCH**

**Descrizione:**

Orologio da polso in metallo a tre lancette, quadrante tondo con datario e movimento al quarzo. Cinturino in materiale gommato.

---



**orologio\_tavolo | table swatch**  
(Stock minimo= 100pz)

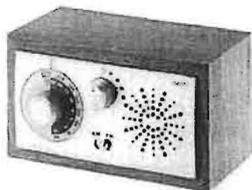
**OROLOGIO\_Sapienza**

**Descrizione:**

Orologio multifunzione con display digitale retroilluminati con funzioni di allarme e snooze. Alimentazione a batterie 3xAAA, non fornite.

Colori:  
bianco

nero



**radio**  
(Stock minimo= 100pz)

**RADIO BOUND**

**Descrizione:**

Radio da scrivania AM-FM. Sintonizzazione delle stazioni e regolazione del volume manuale. Alimentazione a batteria, 3Xaaa (non fornite).

---



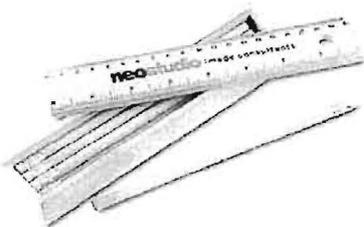
**colori-legno | wood colours**  
(Stock minimo= 1000pz)

**Set MATITE COLORATE**

**Descrizione:**

Set composto da 6 mini matite colorate con astuccio in legno naturale. Coperchio scorrevole.

---



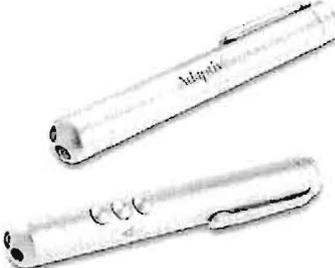
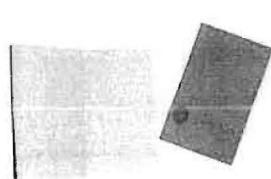
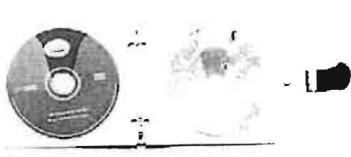
**matite-legno | wood pencil**  
(Stock minimo= 1000pz)

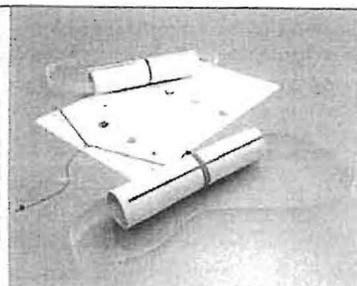
**Set MATITE CON RIGHELLO**

**Descrizione:**

Set composto da 8 matite in legno naturale con mina HB e gommino per cancellare.

---

	<p><b>colori-acciaio   metal color</b> (Stock minimo= 1000pz)</p>	<p><b>COLOR PENCIL TINBOX</b> <b>Descrizione:</b> Set di 20 matite colorate confezionate in un astuccio tubolare in metallo. Coperchio in plastica con temperino.</p>	<p>---</p>
	<p><b>penna-acciaio   metal pen</b> (Stock minimo= 1000pz)</p>	<p><b>PENNA A SFERA</b> <b>Descrizione:</b> Penna a sfera in metallo cromato con motivo decorativo a molla.</p>	<p>---</p>
	<p><b>penna-laser   laser pen</b> (Stock minimo= 100pz)</p>	<p><b>PENNA LASER</b> <b>Descrizione:</b> Puntatore laser a luce rossa. E' dotato di un'interfaccia a raggi infrarossi con sensore remoto USB in grado di comandare lo scrolling e il cambio pagina di presentazioni in PowerPoint e di altri software. Controllo a distanza fino a 15 mt, Alimentazione a batteria (3xLR44, fornite).</p>	<p>---</p>
	<p><b>penna-plastica   plastic pen</b> (Stock minimo= 5000pz)</p>	<p><b>PENNA SFERA TRIM</b> <b>Descrizione:</b> Penna a sfera in plastica con movimento a rotazione. Refill di colore nero.</p>	<p><b>Colori:</b> bianco nero</p>
	<p><b>matita-all black   pencil all black</b> (Stock minimo= 1000pz)</p>	<p><b>MATITA_all black</b> <b>Descrizione:</b> Matita in legno nero con mina HB. Finitura in</p>	<p><b>Colori:</b> nero</p>
	<p><b>quaderno   notebook</b> (Stock minimo= 1000pz)</p>	<p><b>QUADERNO_Sapienza</b> <b>Descrizione:</b> Quaderno B5 a righe, in carta ecocompatibile, riciclata, semipatinata.</p>	<p>---</p>
	<p><b>porta cd   cd holder</b> (Stock minimo= 100pz)</p>	<p><b>PORTA CD SILICON</b> <b>Descrizione:</b> Porta CD con copertina morbida in materiale siliconico bianco satinato. Contiene 10 bustine doppie (20 CD). Chiusura con bottoncino metallico.</p>	<p>---</p>



**cartellina | holder**  
(Stock minimo= 100pz)

**CARTELLINA**  
**Descrizione:**  
Cartellina portadocumenti con  
elastico.

**trasparente**

**Costi prodotti collezione 2007-2008 e determinazione costo  
medio|prezzo medio  
Piano previsionale dei flussi economici 2008**

DIPARTIMENTO DI INDUSTRIAL DESIGN  
TECNOLOGIA DELL'ARCHITETTURA  
CULTURA DELL'AMBIENTE ITACA



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

KIT							
KIT STUDENTE   STUDENT KIT							
DESCRIZIONE	ditta 1	note	ditta 2	note	ditta 3	note	SELEZIONE
ROLLER portapenne	€ 2,54	> 500 pcs Impianto stampa € 104,00+iva Penne e matite escluse	€ 4,00	> 1200 pcs	€ 8,40	> 100 pcs	€ 4,00
DIARIO-AGENDA	€ 6,73	> 500 pcs Impianto stampa € 104,00+iva	€ 2,70	> 5000 pcs	€ 5,00	> 1000 pcs	€ 5,00
LUNCH-BAG	€ 6,84	> 5.000 pcs	€ 1,55	> 5000 pcs	€ 13,00	> 100 pcs	€ 13,00
COFFRACASCO	€ 4,49	> 500 pcs Impianto stampa € 78,00+iva	€ 1,25	> 5000 pcs	---	---	€ 4,49
LAVAGNETTA-NOTES	€ 13,00	L'azienda produttrice si riserva il diritto di apporre il proprio marchio sull'articolo	€ 1,35	> 5000 pcs	€ 12,00	> 100 pcs	€ 12,00
QUADERNO	€ 5,85	> 500 pcs Impianto stampa € 104,00+iva	€ 1,99	> 5000 pcs	€ 1,00	> 1000 pcs	€ 1,00
PORTACHIAVI	€ 0,59	128 MB Costo valido fino al 07/12/07	€ 1,50	> 1000 pcs	€ 1,20	> 100 pcs	€ 0,59
PEN DRIVE USB	€ 6,00	> 10000 pcs	€ 9,00	1 GB > 1000 pcs	---	---	€ 9,00
IMBUSTAMENTO SOTTOVUOTO	---	> 10000 pcs	€ 0,45	> 5000 pcs	€ 500,00	> 1000 pcs	---
KIT PROFESSORE   TEACHER KIT men							
DESCRIZIONE	ditta 1	note	ditta 2	note	ditta 3	note	SELEZIONE
CRAVATTA maglia	€ 19,00	SETA € 18,00 LANA € 19,00 Programma ricamo € 117,00+iva Etichetta tessuta personalizzata € 299,00+iva	€ 22,50	> 100 pcs	---	---	€ 19,00
CRAVATTA seta	€ 14,95	€ 14,95 Impianto € 402,00	€ 22,50	> 100 pcs	---	---	€ 14,95
DIARIO-AGENDA	€ 6,73	> 500 pcs Impianto stampa € 104,00+iva	€ 2,70	> 5000 pcs	€ 5,00	> 1000 pcs	€ 5,00
QUADERNO	€ 5,85	---	€ 1,99	> 5000 pcs	€ 1,00	> 1000 pcs	€ 1,00
SPILLA	€ 1,10	> 1000 pcs	€ 1,80	> 100 pcs	€ 2,00	> 1000 pcs	€ 1,10
PEN DRIVE USB	€ 6,00	128 MB Costo valido fino al 07/12/07	€ 9,00	1 GB > 1000 pcs	---	---	€ 9,00
KIT PROF. 334   TEACHER KIT women							
DESCRIZIONE	ditta 1	note	ditta 2	note	ditta 3	note	SELEZIONE
FOULARD	€ 27,30	> 500 pcs Impianto stampa € 104,00+iva	€ 36,50	> 700 pcs	---	---	€ 27,30
DIARIO-AGENDA	€ 6,73	> 500 pcs Impianto stampa € 104,00+iva	€ 2,70	> 5000 pcs	€ 5,00	> 1000 pcs	€ 5,00
QUADERNO	€ 5,85	---	€ 1,99	> 5000 pcs	€ 1,00	> 1000 pcs	€ 1,00
SPILLA	€ 1,10	> 1000 pcs	€ 1,80	> 100 pcs	---	---	€ 1,10
PEN DRIVE USB	€ 6,00	128 MB Costo valido fino al 07/12/07	€ 9,00	1 GB > 1000 pcs	---	---	€ 9,00
POLO UOMO	€ 8,02	---	€ 6,67	> 100 pcs	---	---	€ 8,02
T-SHIRT UOMO	€ 1,50	---	€ 3,14	> 100 pcs	---	---	€ 3,14
FELPA DONNA	€ 11,28	---	€ 13,71	> 100 pcs	---	---	€ 11,28
POLO DONNA	€ 3,69	bianco	€ 6,67	> 100 pcs	---	---	€ 3,69
POLO DONNA	€ 4,32	nero	€ 6,67	> 100 pcs	---	---	€ 4,32
T-SHIRT DONNA	€ 1,85	---	€ 3,14	> 100 pcs	---	---	€ 3,14
T-SHIRT DONNA	€ 3,90	alternativa	---	---	---	---	€ 3,90
CAPPELLINO	€ 2,34	---	€ 2,88	> 100 pcs	---	---	€ 2,34
CRAVATTA regimental	€ 14,95	Impianto € 402,00	€ 22,50	> 100 pcs	---	---	€ 14,95
CRAVATTA maglia	€ 19,00	SETA € 18,00 LANA € 19,00 Programma ricamo € 117,00+iva Etichetta tessuta personalizzata € 299,00+iva	---	---	---	---	€ 19,00
CRAVATTA seta	€ 14,95	Impianto € 402,00	€ 22,50	> 100 pcs	---	---	€ 14,95
FOULARD	€ 27,30	---	€ 36,50	> 700 pcs	---	---	€ 27,30
IMBUSTAMENTO SOTTOVUOTO	---	> 10000	€ 0,45	> 5000 pcs	€ 1.000,00	> 1000 pcs	€ 1,00
STUDIO   SCHOOL							
DESCRIZIONE	ditta 1	note	ditta 2	note	ditta 3	note	SELEZIONE
PEN DRIVE USB	€ 6,00	128 MB Costo valido fino al 07/12/07	€ 9,00	1 GB > 1000 pcs	---	---	€ 9,00
ROLLER portapenne	€ 2,54	> 500 pcs Impianto stampa € 104,00+iva	€ 2,00	> 1200 pcs	€ 8,40	> 100 pcs	€ 2,00
DIARIO-AGENDA	€ 6,73	> 500 pcs Impianto stampa € 104,00+iva	€ 2,70	> 5000 pcs	€ 5,00	> 1000 pcs	€ 5,00
LAVAGNETTA-NOTES	€ 13,00	L'azienda produttrice si riserva il diritto di apporre il proprio marchio sull'articolo	€ 1,35	> 5000 pcs	€ 12,00	> 100 pcs	€ 12,00
LUNCH-BAG	€ 6,84	> 5000 pcs	€ 1,55	> 5000 pcs	€ 14,00	> 1000 pcs	€ 14,00
IMBUSTAMENTO SOTTOVUOTO	---	> 10000	€ 0,45	> 5000 pcs	€ 1.000,00	> 1000 pcs	---

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

15

16

17

18

19

20

21

22

23

ACCESSORI   ACCESSORIES							
DESCRIZIONE	ditta 1	note	ditta 2	note	ditta 3	note	SELEZIONE
CARTELLA APOGEO	€ 4,00		€ 5,13	alternativa			€ 4,00
ZAINETTO	€ 1,70		€ 1,72	> 100 pcs			€ 1,70
SHOPPER	€ 0,57	alternativa			€ 12,00	> 60 pcs € 8,20 > 1000 pcs	€ 12,00
COPRICASCO	€ 4,49	Impianto stampa € 78,00+iva > 500 pcs	€ 1,25	> 5000 pcs			€ 4,49
PORTACHIAVI	€ 0,59	Impianto stampa € 104,00+iva	€ 1,44	alternativa	€ 1,00	= 100 pcs	€ 1,00
VARIE   DIVERSE							
DESCRIZIONE	ditta 1	note	ditta 2	note	ditta 3	note	SELEZIONE
SPILLA METALLO	€ 1,10	> 1.000 pcs	€ 0,80	> 1000 pcs	€ 2,00	> 1000 pcs	€ 1,10
SPILLA ORO   satinata	€ 101,40	Con tecnica della fusione Costo variabile in base all'oscillazione del costo dell'oro			€ 96,00		€ 96,00
SPILLA ORO   smalto	€ 101,40	Con tecnica della fusione Costo variabile in base all'oscillazione del costo dell'oro					€ 101,40
BRACCIALETTO silicone	€ 1,04		€ 0,47	> 1000 pcs	€ 102,00		€ 1,04
SOTTOCICCHIERI	€ 2,11						€ 2,11
TAZZA	€ 2,12	Impianto stampa € 85,00	€ 1,40	> 100 pcs			€ 1,40
GREMBIALE	€ 4,00	Impianto stampa € 35,00	€ 3,40	> 100 pcs			€ 3,40
HAVAIANAS	€ 2,00	Impianto stampa € 35,00	€ 1,20	> 5000 pcs			€ 2,00
HAVAIANAS + portachiave	€ 3,89	Impianto stampa € 85,00					€ 3,89
ELETTRONICA   HIGH TECH							
DESCRIZIONE	ditta 1	note	ditta 2	note	ditta 3	note	SELEZIONE
CALCOLATRICE			€ 6,19	> 100 pcs			€ 6,19
OROLOGIO polso	€ 22,93	alternativa	€ 11,80	alternativa			€ 22,93
OROLOGIO polso	€ 10,21						€ 10,21
OROLOGIO lavoro	€ 9,69						€ 9,69
RADIO	€ 11,57		€ 10,11	> 100 pcs			€ 10,11
CARTOTECONICA   STATIONARY							
DESCRIZIONE	ditta 1	note	ditta 2	note	ditta 3	note	SELEZIONE
COLORI legno	€ 0,59	> 100 pcs	€ 0,59	> 10000 pcs			€ 0,59
MATITE legno	€ 1,23	> 100 pcs	€ 0,85	> 10000 pcs			€ 1,23
COLORI acciaio	€ 0,95	> 100 pcs	€ 0,87	> 10000 pcs			€ 0,95
PENNA acciaio							
PENNA laser	€ 22,52	> 100 pcs	€ 10,90	> 100 pcs			€ 10,90
PENNA plastica	€ 0,38	Impianto stampa € 30,55	€ 0,14	> 20000 pcs			€ 0,38
PENNA plastica (alternativa)			€ 0,50	> 1000 pcs			
MA TITA all black	€ 0,21	> 200 pcs Impianto stampa € 30,55	€ 0,21	> 1000 pcs			€ 0,21
GLIADERNO	€ 3,85		€ 1,69	> 5000 pcs	€ 1,00	> 1000 pcs	€ 1,00
PORTA CD			€ 3,00	> 100 pcs			€ 3,00
CARTELLINA CON ELASTICO					€ 12,00	= 100 pcs	€ 12,00
costo spedizione e servizio e-commerce fino a 10kg							€ 10,00
							spese fisse

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33 (alternativa)

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

TOTALE	€ 518,37	44	€ 11,74	€ 1,26	€ 13,00
	Sommatorie prezzi	n° tipologie prodotti	Costo medio	assicurazione recesso	costo medio assicurato

#### N.B. DETERMINAZIONE PREZZO MEDIO E SUA VARIAZIONE ANNUALE

A. Il prezzo medio è determinato dalla media dei prezzi stampati sulla base dei preventivi fornitori e con un ricarico del 100% per il target Sapienza e con un ricarico del 160% nel caso di acquirenti esterni al target Sapienza (vedi punti vendita presso bookshop auditorium o Punto Camera)

B. Il prezzo medio varia di 16%/anno, tenuto conto di aumento materie prime, n° e tipologia prodotti (vedi incremento delle collezioni base con big's collection e rinnovo collezioni annuali 2009-2010-2011)



PIANO PREVISIONALE MERCHANDISE anno 2009			USCITE			RICAVI VENDITA (costi esclusi)					MARGINE OPERATIVO	NOTE		
Azione	Descrizione	Dettaglio azione	Dettaglio uscite	IVA 20%	Previsione uscite	a. Previsione vendita		b. Costo prodotto	c. Ricavi	IVA 20%	Totale ricavi	Anno 2009		
			€	€	€	% acquirenti	n° pcs venduti/anno	(30€-15€) * (Pm-Cm)	(iva esclusa)		€	€		
1	e-commerce	canone banca prodotti	€ 500	€ 4.500	€ 900									
		manutenzione sito	€ 2.500				25.600	€ 15	€ 384.000	€ 76.800	€ 460.800	€ 33.000		
		vare	€ 1.500											
2	comunicazione	posta elettronica, radio sapienza	€ -	€ 15.500	€ 3.100									
		Segretaria	€ 4.000											
		Magazine (20000 cop)	€ 3.000											
		promozione al personale CIAO (1160pcs)	€ 2.000											
		distribuzione PIN (distribuzione 2'annon-50% del personale)	€ 6.500											
		invio informativa studenti con tasse	€ -											
3	comer Economato	manutenzione-ergonomia	€ 100	€ 100	€ 20		18.000	€ 15	€ 240.000	€ 48.000	€ 288.000	€ 209.880		
		attività di supporto alla vendita	€ 30.000	€ 30.000										
4	pubblicità mobile	messi/mercato	€ 2.500	€ 2.500	€ 500		16.000	€ 15	€ 240.000	€ 48.000	€ 288.000	€ 207.000		
		attività di supporto alla vendita	€ 30.000	€ 30.000										
5	altri punti vendita	SHOP FACOLTA: allestimento (da verificare)	€ 10.000	€ 26.000	€ 5.200		1.600	€ 15	€ 156.000	€ 31.200	€ 187.200	€ 124.800		
		BOOKSHOP AUDITORIUM: punti vendita Sapienza	€ 8.000			0,5%	2.000	€ 22	€ 44.000	€ 8.800	€ 52.800			
		PUNTO CAMERA SHOP: punto vendita Sapienza	€ 8.000			target esterno	4.000							
6	progetto nuove collezioni	prototipazione e personalizzazione prodotti collezione 2009	€ 30.000	€ 40.000	€ 8.000									
		lancio Big's collection: prototipazione nuovi prodotti	€ 10.000											
<b>TOTALE</b>			€	€ 149.600	€ 17.720				€ 1.020.000	€ 230.400	€ 1.250.400	€ 508.080		
----	servizio studenti	per drive con guida studente	-€ 180.000	-€ 36.000	-€ 216.000									

potestà di acquisto minimo n°2 pcs/20% target Sapienza

Il margine operativo si riferisce al 10% di sconto uso marchio  
Pm: Prezzo medio acquisto prodotto 15€/pcs

Sono esclusi eventuali costi spostamento e autorizzazione uso suolo pubblico

Pm: Prezzo medio acquisto/prodotto= 15€/pcs  
Cm: Costo medio/prodotto= 30€/pcs

Cm est.: Costo medio acquisto/prodotto= 44€  
(ricambio sul prezzo per gli utenti esterni 100%)

potestà da vigilare

potestà da vigilare





PROIEZIONE uscite|ricavi|margine operativo\_ 2008-2011

Azione	Descrizione	USCITE				RICAVI				MARGINE OPERATIVO			
		2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
1	e-commerce	-€ 5.160	-€ 5.400	-€ 5.400	-€ 5.400	€ 208.000	€ 384.000	€ 512.000	€ 652.800	€ 15.640	€ 33.000	€ 45.800	€ 59.880
2	comunicazione	-€ 23.400	-€ 18.600	-€ 10.800	-€ 10.800	€ -	€ -	€ -	€ -	-€ 23.400	-€ 18.600	-€ 10.800	-€ 10.800
3	corner Economato	-€ 54.000	-€ 30.120	-€ 30.120	-€ 35.120	€ 104.000	€ 240.000	€ 320.000	€ 408.000	€ 50.000	€ 209.880	€ 289.880	€ 372.880
4	padiglione mobile(container)	-€ 66.000	-€ 33.000	-€ 33.000	-€ 38.000	€ 104.000	€ 240.000	€ 320.000	€ 408.000	€ 38.000	€ 207.000	€ 287.000	€ 370.000
5	altri punti vendita	-€ 19.200	-€ 31.120	-€ 31.200	-€ 36.000	€ 120.000	€ 156.000	€ 152.000	€ 205.800	€ 100.800	€ 124.800	€ 144.800	€ 199.800
7	progetto nuove collezioni	---	-€ 48.000	-€ 36.000	-€ 36.000	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	-€ 48.000	-€ 36.000	-€ 36.000
	acquisto materiali prodotti	-€ 150.000	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 100.000	€ -	€ -	€ -
<b>TOTALE</b>		<b>-€ 347.760</b>	<b>-€ 166.240</b>	<b>-€ 146.520</b>	<b>-€ 161.320</b>	<b>€ 536.000</b>	<b>€ 1.020.000</b>	<b>€ 1.304.000</b>	<b>€ 1.674.600</b>	<b>€ 1.040</b>	<b>€ 508.080</b>	<b>€ 720.680</b>	<b>€ 955.760</b>
---	servizio studenti	pen drive con guida studente	-€ 180.000	-€ 36.000	-€ 216.000	N.B. da considerare per ciascun anno di attività							