



Consiglio di  
Amministrazione

Seduta del

Nell'anno **duemilaotto**, addì **22 dicembre** alle ore **15.50** si è riunito, nell'Aula degli Organi Collegiali, 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. Luigi Frati; il **prorettore**, prof. Francesco Avallone; i consiglieri: prof. Fabrizio Vestroni, prof. Adriano Redler, prof. Aldo Laganà, prof. Maurizio Saponara (entra alle ore 16.00), prof. Antonio Mussino, prof.ssa Rosa Concetta Farinato, prof. Marco Biffoni (entra alle ore 16.20), prof. Raffaele Gentile, prof. Antonio Sili Scavalli, sig. Beniamino Altezza, dott. Roberto Ligia, sig. Ivano Simeoni, sig. Matteo Fanelli, sig. Pietro Lucchetti, sig. Paolo Maniglio, sig. Gianfranco Morrone, sig. Giuseppe Romano, sig. Giorgio Sestili; 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  
N. 204/08  
AFF. PATR.  
6/1

Università degli Studi  
"La Sapienza"

Consiglio di  
Amministrazione

Seduta del

# ACCORDO DI ORGANIZZAZIONE PER LO SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITA' CONNESSE ALLA REALIZZAZIONE DEL MERCHANDISING NELL'UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA". RATIFICA DECRETO RETTORALE DI PROROGA AL 31 MARZO 2008.

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

In data 31 ottobre 2007, su autorizzazione del Consiglio di Amministrazione (seduta del 02 ottobre 2007), è stato sottoscritto, tra l'Università e il Dipartimento Itaca, l'Accordo di organizzazione per lo svolgimento delle attività connesse alla realizzazione del merchandising nell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza", che prevede, all'art.7, la durata annuale rinnovabile con l'accordo delle parti, su delibera del medesimo Consiglio.

L'approvazione dell'atto, era stata subordinata, tuttavia, alla presentazione del piano di attività e dei connessi flussi finanziari.

Pertanto, prima di dare avvio alle attività previste dall'accordo, si è dovuto attendere che il Consiglio di Amministrazione approvasse, rispettivamente nelle sedute del 22.01.08 e del 08.04.08, il piano di previsione economica per il quadriennio 2008-2011 e le relative necessarie variazioni di bilancio.

Ne consegue che l'attività ha potuto prendere avvio soltanto in occasione della manifestazione "Porte Aperte alla Sapienza" nel mese di luglio 2008 e che, al fine di poter valutare tanto la validità dell'iniziativa nel suo complesso quanto i risvolti economici del progetto, in sede di riunione del Comitato per il Merchandising è emersa la necessità di procedere ad una proroga dell'atto pari al periodo trascorso tra la firma dell'accordo e l'approvazione delle suddette variazioni di bilancio.

Stante quanto sopra, considerata l'urgenza di procedere al fine di garantire continuità al progetto e che, relativamente agli adempimenti de "La Sapienza", non vi sono né ulteriori oneri economici né ulteriore messa a disposizione di risorse, si è provveduto, con Decreto Rettoriale n.562 del 05 dicembre 2008, ad approvare la proroga dell'atto al 31 marzo 2009.

Tutto ciò premesso il Presidente invita il Consiglio a deliberare.

ALLEGATI PARTE INTEGRANTE: Accordo per il merchandising  
Decreto Rettoriale n.562 del 05.12.2008

ALLEGATI IN VISIONE: Delibere consiliari del 02.10.2007,  
22.01.08 e del 08.04.08

IL RESPONSABILE DEL SETTORE VI-RIP  
VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO  
Dot. Massimo Venturi

IL CAPO DELLA SEGRETERIA  
(Dott. Maria Civallo)

PERVENUTO IL

17 DIC. 2008

RIP. V - SETT. III



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

Consiglio di  
Amministrazione

Seduta del

**DELIBERAZIONE N. 204/08**

**IL CONSIGLIO**

- 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", sottoscritto in data 31 ottobre 2008 con previsione di durata annuale;
- Considerato che per dare avvio alle attività previste dall'atto si sono dovute attendere le delibere consiliari di approvazione del piano di previsione economica per il quadriennio 2008-11 e delle relative necessarie variazioni di bilancio, rispettivamente in data 22.01.08 e dell'08.04.08, per un periodo complessivo di 5 mesi;
- Considerato che, al fine di poter valutare tanto la validità dell'iniziativa nel suo complesso quanto i risvolti economici del progetto, è emersa la necessità di prorogare l'accordo per un pari periodo;
- Considerate l'assenza di ulteriori oneri finanziari per l'Università e l'urgenza di procedere al fine di garantire continuità al progetto;
- Visto il Decreto Rettorale n. 562 del 05.12.2008 con cui si è provveduto ad approvare e ad autorizzare la proroga al 31 marzo 2009 del sopracitato Accordo;
- Presenti e votanti n. 20, 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: Biffoni, Gentile, Lagana', Ligia, Redler, Simeoni, Vestroni, Fanelli, Lucchetti, Maniglio, Morrone, Romano, con i n. 4 voti contrari dei consiglieri Farinato, Mussino, Sili Scavalli, Sestili e con la sola astensione del consigliere Saponara

**DELIBERA**

- di ratificare la proroga al 31 marzo 2009 dell'Accordo di organizzazione per lo svolgimento delle attività connesse alla realizzazione del merchandising nell'Università' degli Studi di Roma "La Sapienza, autorizzata, in considerazione dell'urgenza, con Decreto Rettorale n. 562 del 05.12.2008.

**Letto, approvato seduta stante per la sola parte dispositiva.**

**IL SEGRETARIO**

Carlo Musto D'Amore

**IL PRESIDENTE**

Luigi Frati

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



00562

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA"

Rip. III - Sett. 6°  
IL RETTORE

- VISTO** lo Statuto dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" emanato con D.R. del 16.11.1999 e successive modificazioni;
- VISTO** l'Accordo di Organizzazione per lo svolgimento delle attività connesse alla realizzazione del merchandising nell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza", approvato dal Senato Accademico e dal Consiglio di Amministrazione rispettivamente nelle sedute del 24.07.2007 e 02.10.2007, e sottoscritto in data 31 ottobre 2007;
- VISTO** l'art.7 del predetto atto che prevede la durata annuale rinnovabile con l'accordo delle parti, su delibera del Consiglio di Amministrazione;
- CONSIDERATO** tuttavia che, prima di dare avvio alle attività previste dall'accordo, si è dovuto attendere che il Consiglio di Amministrazione approvasse, rispettivamente nelle sedute del 22.01.08 e del 08.04.08, il piano di previsione economica per il quadriennio 2008-2011 e le conseguenti necessarie variazioni di bilancio;
- CONSIDERATO** pertanto, che l'attività ha potuto prendere avvio soltanto in occasione della manifestazione "Porte Aperte alla Sapienza" nel mese di luglio 2008 e che, al fine di poter valutare tanto la validità dell'iniziativa nel suo complesso quanto i risvolti economici del progetto, si rende necessario procedere ad una proroga dell'atto pari al periodo trascorso tra la firma dell'accordo e l'approvazione delle variazioni di bilancio;

## DECRETA

di approvare la proroga al 31 marzo 2009 dell'Accordo di Organizzazione per lo svolgimento delle attività connesse alla realizzazione del merchandising nell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza".

Il presente decreto sarà sottoposto alla ratifica del Consiglio di Amministrazione alla prima seduta utile.

Roma, - 5 DIC. 2008

IL RETTORE

RICEVUTO ORIGINALE FIRMATO  
PER IL REGISTRO DECRETI  
ROMA - 5 DIC. 2008

un

MM 2

**ACCORDO DI ORGANIZZAZIONE PER LO SVOLGIMENTO  
DELLE ATTIVITA' CONNESSE ALLA REALIZZAZIONE  
DEL MERCHANDISING NELL'UNIVERSITA' DEGLI STUDI  
DI ROMA "LA SAPIENZA"**

**PREMESSO**

- che l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" riconosce quale obiettivo primario la diffusione e la promozione del proprio nome, dei propri valori, della propria storia e delle proprie tradizioni favorendo il senso di appartenenza tra gli studenti, i docenti e il personale tecnico-amministrativo;
- che, pertanto, l'Università è interessata a promuovere, sia all'interno che all'esterno della propria comunità di riferimento, l'attività di ideazione e progettazione nonché di commercializzazione di oggetti che siano capaci di veicolare il nome e i valori dell'Università;
- che con 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;
- che presso il medesimo Dipartimento è stato attivato il Laboratorio Factory Sapienza Design, struttura d'eccellenza della creatività e dell'innovazione scientifica atta a sviluppare ricerca di base e sperimentazione attraverso il design in stretto collegamento con il sistema produttivo;

IT

WW

➤ che, con disposizione del Direttore Amministrativo n.317 del 24.03.2006, è stato approvato il progetto sperimentale di merchandising "La Sapienza Trademark", relativamente alla realizzazione di un kit per le matricole dell'a.a. 2006/2007, con trasferimento al Dipartimento ITACA dell'importo di € 100.000,00;

### **SI STABILISCE QUANTO SEGUE**

#### **ART. 1 - Oggetto dell'accordo**

L'Università degli Studi di Roma "La Sapienza", al fine di:

1. diffondere e promuovere il proprio nome, i propri valori, la propria storia e le proprie tradizioni;
2. favorire il senso di appartenenza tra studenti, docenti e personale tecnico-amministrativo;
3. reperire, mediante lo sfruttamento del proprio marchio e della propria immagine in ambito commerciale, fondi da destinare alle attività istituzionali;

incarica il Dipartimento Industrial Design, Tecnologia dell'Architettura e Cultura dell'Ambiente "ITACA", che accetta, di ideare, progettare e produrre e pubblicizzare oggetti tipici dell'attività di merchandising e oggetti innovativi che, per design e tecnologie utilizzate, rappresentino l'Università nella sua tradizione e nella sua vocazione innovativa, coerentemente con il sistema di identità visiva.

#### **ART. 2 - Compiti del Dipartimento**

Il Dipartimento Itaca si impegna a:

Ww

h

1. definire il catalogo dei prodotti destinati al merchandising con la previsione di tre diverse tipologie di collezioni:

- Urban Student Tools Collection > prodotti tipici dell'attività dello studente e strumenti accessori legati alle dinamiche quotidiane;
- On Demand Collection > prodotti tipici del mercato di merchandising selezionati in base a criteri di good design, buona qualità, funzionalità e usabilità selezionati e personalizzati;
- Big's collection > prodotti appositamente progettati che si caratterizzano per criteri di good design, buona qualità, funzionalità e innovazione di uso.

2. progettare, realizzare, aggiornare e gestire il sito per la pubblicizzazione e commercializzazione on line dei prodotti;

3. progettare e realizzare la campagna di comunicazione e diffusione dei prodotti di merchandising;

4. progettare e realizzare una struttura mobile di esposizione/vendita di facile dislocazione all'interno e all'esterno della Città Universitaria;

5. individuare le società fornitrici dei prodotti e darne comunicazione all'Economato;

6. proporre i prezzi dei prodotti a catalogo.

### **ART. 3 - Compiti dell'Università**

L'Università si impegna a:

Ww

AT

1. mettere a disposizione i fondi necessari per la copertura delle sole spese vive di produzione degli oggetti;
2. individuare e mettere a disposizione idonei spazi espositivi e/o di vendita nei quali saranno collocati i prodotti in catalogo;
3. individuare e mettere a disposizione gli spazi di volta in volta necessari al posizionamento della struttura mobile;
4. acquistare e commercializzare i prodotti per il tramite dell'Ufficio Economato, attraverso il sito internet e presso negozi specializzati con i quali saranno stipulate apposite convenzioni;
5. definire e concludere gli accordi per la vendita on-line;
6. individuare e attivare altre forme di commercializzazione dei prodotti.

#### **ART. 4 - Comitato per il merchandising**

E' costituito il Comitato per le attività di merchandising composto da:

Rettore

Delegato al Merchandising

Pro Rettore delegato al Diritto allo studio, orientamento e politiche per gli studenti;

Direttore Amministrativo o suo Delegato;

Dirigente della Ripartizione III<sup>^</sup> - Patrimonio;

Dirigente della Ripartizione IV<sup>^</sup> - Studenti;

Dirigente della Ripartizione VI<sup>^</sup> - Ragioneria;

At

Ww



Responsabile dell'Economato;

Responsabile dell'Ufficio Stampa e Comunicazione;

Due studenti di cui uno nominato dal Rettore tra quelli eletti in Consiglio di Amministrazione e uno nominato dal Rettore tra quelli eletti in Senato Accademico.

Al Comitato, convocato dal Rettore o dal suo Delegato con cadenza semestrale e ogni qual volta sia necessario e/o opportuno, sono affidati i seguenti compiti:

- 1) definire le attività di start up;
- 2) approvare le modalità operative legate alla commercializzazione dei prodotti;
- 3) approvare annualmente il catalogo dei prodotti di merchandising;
- 4) approvare il listino dei prezzi di vendita.

#### **ART. 5 - Prescrizioni e divieti**

Il Dipartimento si impegna a non immettere in catalogo prodotti contrari alle finalità istituzionali, al decoro o che possano essere utilizzati per scopi non conformi ai principi indicati nello Statuto dell'Università.

Pertanto, a titolo puramente indicativo e non esaustivo, non potranno essere ricompresi nell'attività di merchandising oggetti che per la loro natura possano offendere la dignità umana o contravvenire ai principi di libertà di pensiero, di culto e di credo politico.

L'attività di controllo spetta al Comitato di cui all'art.4 che la

At

Ww

esercita mediante l'approvazione del catalogo e le sue revisioni annuali.

#### **ART. 6 - Finanziamento delle attività del Dipartimento**

L'Università finanzia le attività svolte dal Dipartimento Itaca trasferendo al medesimo una percentuale pari al 3% del prezzo di vendita al pubblico dei prodotti effettivamente venduti.

Le quote relative saranno calcolate alla chiusura dell'esercizio finanziario e corrisposte nel mese di gennaio.

Qualora i prodotti vengano utilizzati dall'Università per cessione gratuita o per attività di promozione, al Dipartimento sarà comunque garantita la percentuale del 3% calcolata sui costi di produzione dei prodotti.

#### **ART. 7 - Durata**

Il presente accordo avrà la durata di un anno e potrà essere rinnovato con l'accordo delle parti, su delibera del Consiglio di Amministrazione.

#### **ART. 8 - Attività di start up**

Le parti stabiliscono che, con separati accordi attuativi, saranno regolate le attività di cui agli articoli 2 e 3 così come definite dal Comitato per il Merchandising.

Per l'Università "La Sapienza"

Il Direttore Amministrativo

Per il Dipartimento ITACA

Il Direttore

IL DIRETTORE DEL DIPARTIMENTO  
(Prof. Ferdinando Terranova)

