



26 OTT. 2010

Nell'anno **duemiladieci**, addì **26 ottobre** alle ore **10.20**, presso l'Aula degli Organi Collegiali, si è riunito il Consiglio di Amministrazione, convocato con nota rettorale prot. n. 0057952 del 21.10.2010, 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 (entra alle ore 10.25), prof. Massimo Moscarini, prof. Maurizio Saponara (entra alle ore 10.25), prof. Antonio Mussino, prof. Maurizio Barbieri, prof.ssa Roberta Calvano, prof. Marco Merafina (entra alle ore 10.25), prof. Marco Biffoni, dott. Roberto Ligia, sig. Sandro Mauceri (entra alle ore 11.05), sig. Marco Cavallo, sig.ra Paola De Nigris Urbani, sig. Matteo Fanelli, sig. Pietro Lucchetti, dott. Paolo Maniglio, sig. Gianfranco Morrone (entra alle ore 11.00), sig. Giuseppe Romano; il **direttore amministrativo**, Carlo Musto D'Amore, che assume le funzioni di segretario.

**Assistono per il Collegio sindacale:** dott. Domenico Oriani, dott. Domenico Mastroianni.

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.260/10  
App. 2011m 5/1



## PROPOSTE DI RILANCIO DEL PROGETTO DI MERCHANDISING

Il Presidente rammenta che, con delibere del Senato Accademico e del Consiglio di Amministrazione del 24.07.2007 e 02.10.2007, è stato approvato l'Accordo di organizzazione per lo svolgimento delle attività connesse alla realizzazione del Merchandising con il Dipartimento Itaca, successivamente prorogato al 31 marzo 2009.

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

Pertanto, al fine di poter dare avvio alle attività, con D.R. n° 520 (giust'art.4 del suddetto accordo) è stato costituito il Comitato per le attività di Merchandising e con delibere consiliari del 22.01.08 e 08.04.08 è stato approvato il piano di previsione economica per il quadriennio 2008-2011, predisposto dal suddetto Dipartimento.

Nel luglio 2008, in occasione della manifestazione "Porte aperte alla Sapienza", ha avuto inizio l'attività di vendita dei prodotti, ma, nei due anni di attività, sono emerse alcune problematiche che, alla lunga, hanno comportato minori incassi rispetto alla previsione e di cui si riportano le più significative:

- 1) processo decisionale troppo appesantito per un'attività di natura commerciale;
- 2) ritardato avvio dell'e-commerce;
- 3) difficoltà di utilizzare il container quale ulteriore punto vendita oltre al negozio-Economato;
- 4) mancanza di una rete di vendita esterna e di un'adeguata comunicazione pubblicitaria.

Corre l'obbligo sottolineare che laddove i minori incassi siano riconducibili alla mancata vendita di alcuni prodotti, i medesimi siano stati utilizzati a fini istituzionali (ad esempio come omaggio nei convegni) e pertanto abbiamo rappresentato, se non un introito, quanto meno un risparmio per l'Amministrazione.

Stante quanto sopra, poiché comunque il progetto ha avuto un buon riscontro nella comunità universitaria e considerato che la fase sperimentale dovrebbe avere termine nel 2011, considerando, inoltre, che in data 31.03.2009 è scaduto l'Accordo con Itaca e, di conseguenza, il Comitato per il merchandising, e che la tipologia di attività richiede l'assunzione di decisioni in tempi brevi relativamente alle problematiche sussunte, la Ripartizione Patrimonio e l'Economato (che hanno tra i loro obiettivi l'incremento delle attività e conseguentemente delle entrate relative al progetto) hanno preparato un piano di interventi correttivi da attuare nel restante periodo che potrebbero dare impulso alle attività e che di seguito si illustrano:

a) Semplificazione e "velocizzazione" del meccanismo di gestione

Rispetto alla numerosità dei componenti del Comitato, che ha comportato difficoltà rispetto alle convocazioni e nel prendere decisioni tempestive, si propone la creazione di un organismo più snello che si riunisca con cadenze settimanali prestabilite e abbia il compito di affrontare e risolvere tutte le questioni legate alle strategie di vendita;



**b) Incremento dei punti vendita nonché creazione e relativa formazione di un pull di venditori**

Si ritiene opportuno creare una rete di vendita interna (strutture decentrate) riconoscendo al personale addetto quota parte degli utili ed esterna, stipulando accordi specifici con commercianti che gravitano intorno alle sedi universitarie ovvero in siti strategici della città, riconoscendo loro una percentuale sugli articoli venduti. Si ritiene, altresì, necessario posizionare bacheche con i prodotti presso le strutture decentrate, rimandando per l'acquisto all'e-commerce;

**c) immissione nel catalogo di nuovi prodotti e creazione di diverse linee**

Si ritiene fondamentale allargare l'offerta dei prodotti per creare maggiore appeal e rispondere alle richieste che pervengono come ad esempio individuare nuovi prodotti in vista del Natale e programmare l'introduzione di almeno tre nuove linee: articoli di alto livello e fortemente identificativi con l'istituzione da poter utilizzare ad esempio come regalo per laurea; articoli a costi contenuti e articoli sportivi;

**d) revisione della politica dei prezzi e dei margini di utile e introduzione di una logica di commercializzazione più "elastica"**

Si propone di prevedere possibilità di sconti (ad esempio per chi acquista più prodotti), saldi, offerte lancio, offerte particolari per eventi (ad esempio festività natalizie);

**e) Attivazione stage dal Master Universitario in Marketing Management della Sapienza**

Si ipotizza, al fine di implementare l'attività di marketing dei prodotti, di attivare i suddetti stages (fornendo nel contempo un'opportunità formativa a studenti della Sapienza) della durata di 6 mesi con un'ipotesi di rimborso spese di € 350,00 lordi mensili per ogni stagista residente nel comune di Roma e di € 700,00 lordi per gli stagisti fuori sede. Si potrebbero utilizzare a tal fine i fondi a disposizione per l'impulso alle attività di valorizzazione.

Per il restante periodo di "sperimentazione" ovvero sino a tutto il 2011, in attesa di futuri aggiornamenti del progetto, sotto l'indirizzo del Direttore Amministrativo, la Ripartizione III e l'Ufficio Economato, nell'ambito delle proprie competenze, propongono, al fine di incrementare le vendite, le azioni di seguito elencate:

- 1) entro il 31 dicembre 2010 > effettuazione di sconti e saldi, lancio di prodotti in offerta al fine di ridurre le scorte di magazzino, promozione natalizia, aumento dei punti vendita anche mediante accordi con i bar della Città Universitaria e altri negozi in funzione dei necessari margini commerciali, aumento dello sconto alle strutture interne e posizionamento di bacheche presso le strutture decentrate al fine di favorire anche la vendita on line;
- 2) entro il 31 marzo 2011 > lancio di nuovi prodotti con particolare riferimento a tre nuove linee: sportiva, regali di laurea ed economica.

Con l'occasione si informa questo Consiglio che, allo scopo di incentivare il personale che partecipa all'attività economica in questione e al fine di dare attuazione dall'art.40 del Regolamento per l'Attività Contrattuale (emanato con D.R. del 25 maggio 2009) e successive modificazioni, che disciplina la determinazione del corrispettivo relativamente ai contratti e le attività per la



26 OTT. 2010

valorizzazione del patrimonio, la Ripartizione Affari Patrimoniali, in collaborazione con gli altri Uffici interessati, sta predisponendo il Regolamento per la ripartizione dell'incentivo connesso alle attività di valorizzazione del patrimonio dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" da approvarsi secondo le vigenti disposizioni in materia.

IL RESPONSABILE DEL SETTORE  
VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO  
Dott. Maurizio Viti



*un*



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

Consiglio di  
Amministrazione

Seduta del

26 OTT. 2010

**DELIBERAZIONE N. 240/10**

**IL CONSIGLIO**

- **Letta la relazione istruttoria;**
- **Vista la delibera del Consiglio di Amministrazione 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;**
- **Viste le delibere del Consiglio di Amministrazione del 22.01.08 e 08.04.08 con cui è stato approvato il piano di previsione economica per il quadriennio 2008-2011, predisposto dal Dipartimento Itaca;**
- **Considerate le criticità emerse nel corso della realizzazione del progetto che hanno comportato minori incassi rispetto alla previsione;**
- **Viste le proposte per il rilancio del progetto formulate dalla Ripartizione III e dall'Economato in base all'esame delle suddette criticità;**
- **Considerato quanto emerso nel corso del dibattito;**
- **Presenti e votanti n. 21, maggioranza n. 11: a maggioranza con i n. 20 voti favorevoli espressi nelle forme di legge dal rettore, dal prorettore, dal direttore amministrativo e dai consiglieri: Barbieri, Biffoni, Calvano, Cavallo, Graziani, Laganà, Ligia, Mauceri, Merafina, Moscarini, Mussino, Saponara, Fanelli, Lucchetti, Maniglio, Morrone, Romano e con la sola astensione del consigliere De Nigris Urbani**

**DELIBERA**

- **di approvare le linee di azione predisposte dalla Ripartizione Patrimonio e dall'Economato per il restante periodo 2010 – 2011;**
- **di autorizzare i suddetti Uffici ad attuare interventi correttivi rispetto al progetto approvato con particolare riferimento alle seguenti azioni:**
  - I. semplificazione del meccanismo di gestione con l'istituzione di un organismo snello formato dal Direttore Amministrativo o suo delegato, dal Dirigente della Ripartizione III, dal Dirigente della Ripartizione VI, dall'Economato e da due rappresentanti degli studenti;**
  - II. incremento dei punti informativi e di vendita nonché creazione e relativa formazione di un pull di venditori mediante la creazione di una rete di vendita interna (strutture decentrate) riconoscendo al personale addetto quota parte degli utili, ed esterna, stipulando accordi specifici con commercianti e**



- posizionando bacheche con i prodotti presso le strutture decentrate, rimandando per l'acquisto all'e-commerce;
- III. revisione della politica dei prezzi e dei margini di utile e introduzione di una logica di commercializzazione più "elastica" con immissione nel catalogo di nuovi prodotti e creazione di più linee e possibilità di sconti, saldi, offerte lancio, offerte particolari per eventi;
- IV. attivazione stage dal Master Universitario in Marketing Management della Sapienza della durata di 6 mesi con un'ipotesi di rimborso spese di € 350,00 lordi mensili per ogni stagista residente nel comune di Roma e di € 700,00 lordi per stagisti fuori sede, i cui costi graveranno sul conto 5.2.1.4.6 "SERVIZI DIVERSI - ATTIVITA' DI VALORIZZAZIONE" del Bilancio Universitario - esercizio finanziario 2010. A tal fine la Ragioneria è autorizzata a procedere allo storno della relativa somma sul conto 1.2.4.3. "Altre tipologie di lavoro flessibile";
- di dare mandato agli Uffici competenti, allo scopo di incentivare il personale che partecipa all'attività di merchandising e al fine di dare attuazione dell'art. 40 del Regolamento per l'Attività Contrattuale, di predisporre il Regolamento per la ripartizione dell'incentivo connesso alle attività di valorizzazione del patrimonio dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza", da approvarsi secondo le vigenti disposizioni in materia.

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 .....