



D.R. n. 1072 del 1 aprile 2021

REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA DELL'ATTIVITÀ DI MERCHANDISING DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CATANIA

Art. 1 **Finalità**

1. Il presente regolamento definisce e disciplina l'attività di merchandising dell'Università di Catania, in attuazione delle azioni di promozione previste per il potenziamento dell'attrattività dell'Ateneo.
2. L'attività di merchandising è volta a favorire la diffusione e la promozione del nome, dell'immagine, dei valori e della storia dell'Università di Catania, a rafforzare il senso di appartenenza tra gli studenti, i docenti e il personale tecnico-amministrativo. Tale attività si inquadra nel contesto di valorizzazione e di potenziamento del patrimonio culturale, della dimensione internazionale e del rapporto con il territorio.

Art. 2 **Natura dell'attività**

1. L'attività di merchandising consiste nella vendita di prodotti con il marchio UNICT, nel rispetto di quanto previsto dal presente regolamento, nonché dai regolamenti dell'Università di Catania e dalla normativa vigente in materia contabile e fiscale.
2. Non sono consentite produzioni indipendenti per qualsiasi finalità di prodotti con il marchio UNICT al di fuori dell'attività di merchandising, fatti salvi i casi espressamente autorizzati.
3. L'attività di vendita di prodotti con il marchio UNICT si configura come attività commerciale ai sensi del vigente regolamento di Ateneo per l'amministrazione, la contabilità e la finanza e, come tale, è gestita in apposita sezione del bilancio di Ateneo, in quanto rilevante ai fini IVA.
4. L'attività di vendita dei prodotti con il marchio UNICT non dà luogo ad accantonamenti per l'erogazione di compensi o per spese generali dell'Ateneo. L'ammontare degli eventuali utili realizzati è interamente reinvestito in iniziative istituzionali e progetti di interesse generale, approvati annualmente dagli organi competenti di Ateneo.

Art. 3 **Modello di gestione**

1. L'attività di merchandising è svolta direttamente dall'Ateneo all'interno dello *store* o di ulteriori spazi appositamente autorizzati, nonché tramite vendita in modalità e-commerce.
2. Anche ai fini della vendita tramite piattaforma e-commerce, potranno essere approvati modelli di gestione indiretta, attraverso la stipula di accordi o convenzioni con enti esterni all'Ateneo.
3. La gestione dello *store* e il coordinamento di tutte le attività di merchandising si inquadrano nell'ambito della strategia di comunicazione istituzionale e di promozione della *brand identity* dell'Ateneo e, come tali, fanno capo all'area di Ateneo competente.

Art. 4
Prezzi di vendita

1. I prezzi di vendita dei prodotti sono determinati dal Consiglio di Amministrazione, su proposta del direttore generale, in base al costo di acquisto, alla tipologia degli articoli e ai prezzi di mercato.
2. Al fine di consentire la migliore gestione delle giacenze, nel caso di prodotti invenduti o in tutti gli altri casi in cui si ritiene necessario, il direttore generale può disporre promozioni di vendita.

Art. 5
Personale impiegato nell'attività di merchandising

1. Il personale impegnato nell'attività di vendita è scelto tra il personale tecnico-amministrativo a tempo indeterminato e determinato dell'Ateneo, che sia in possesso di uno dei seguenti requisiti:
 - a) diploma di ragioniere e perito commerciale;
 - b) laurea triennale o titolo superiore;
 - c) corso di formazione professionale per addetto alle vendite;
 - d) documentata esperienza pluriennale nel settore commerciale o delle vendite.
2. Le unità di personale assegnato allo *store*, almeno un responsabile e un addetto alle vendite, operano come "agenti contabili" nel rispetto di quanto previsto dal presente regolamento e dalla vigente normativa.
3. L'attività di vendita e di gestione dello *store* da parte del personale incaricato è svolta di norma durante l'orario di lavoro ordinario. Al fine di garantire l'apertura dello *store* in fasce orarie proprie delle attività commerciali, potrà essere applicata un'articolazione dell'orario di lavoro individuale basata sulla turnazione, come previsto dalla vigente normativa.
4. Possono fornire supporto alle attività di gestione dello *store*, anche in assenza dei requisiti di cui al comma 1, studenti dell'Ateneo nell'ambito di rapporti di collaborazione part-time e altri rapporti con gli studenti previsti dai regolamenti di Ateneo.

Art. 6
Indennità e compensi aggiuntivi

1. Al personale impegnato nell'attività di merchandising potranno essere riconosciute le indennità e i compensi aggiuntivi definiti in sede di Contrattazione integrativa d'Ateneo.
2. Le indennità e i compensi aggiuntivi riconosciuti al personale impegnato nell'attività di merchandising non possono superare il 50% della rispettiva retribuzione annua lorda, fermi restando eventuali ulteriori limiti di legge ed eventuali limiti posti dalla contrattazione integrativa.

Art. 7
Gestione contabile e fiscale

Ai fini della tenuta della contabilità separata relativamente all'attività di merchandising è istituito nel bilancio di Ateneo un apposito centro di costo (UPB – Unità Previsionale di Base).

Tutte le operazioni connesse all'attività commerciale dello *store* sono annotate, anche tramite specifico software, nei registri IVA obbligatori previsti dal D.P.R. 633/72, in osservanza della normativa contabile e fiscale.

Art. 8 **Gestione della cassa**

1. Il personale addetto alle vendite svolge le funzioni di cassiere. A conclusione della giornata, le somme incassate in contanti devono essere riposte in cassaforte dopo aver effettuato i riscontri tra denaro incassato e merce venduta. A seguito di tale verifica, giornalmente viene predisposto apposito verbale sottoscritto dal responsabile dello *store*.
2. Le somme incassate in contanti e riposte in cassaforte dovranno essere versate mensilmente entro il giorno 3 del mese successivo a quello di riferimento presso il tesoriere dell'Ateneo a cura del responsabile, il quale ha altresì il compito di sottoporre all'Area finanziaria il registro "*prima nota corrispettivi*", comprensivo di tutti gli incassi (corrispettivi contanti, corrispettivi pos, corrispettivi con emissione di fattura, corrispettivi da vendite e-commerce).
3. Il personale addetto alle vendite è soggetto alla giurisdizione speciale che regola la responsabilità degli agenti contabili delle pubbliche amministrazioni.
4. Il personale addetto alle vendite beneficia, con oneri a carico del bilancio universitario, di copertura assicurativa contro i rischi di furto e rapina.

Art. 9 **Gestione del magazzino**

1. Il responsabile dello *store* gestisce il magazzino ed è responsabile della quantità dei prodotti esistenti e del loro stato di conservazione. Egli, inoltre, cura l'attività di approvvigionamento della merce, anche ai fini della vendita tramite e-commerce, provvedendo alle relative richieste di fornitura attraverso l'area competente.
2. Il personale dello *store* supporta il responsabile nella gestione del magazzino, avendo cura di prendere in consegna i prodotti dopo le opportune verifiche qualitative e quantitative.
3. Il carico e scarico della merce è annotato in apposito registro, anche tramite applicativo software.

Art. 10 **Controlli e rendicontazione**

1. L'area competente redige annualmente, entro il mese di febbraio dell'anno successivo, una relazione sulla gestione dell'attività di merchandising da sottoporre al Consiglio di Amministrazione.
2. Il responsabile dello *store* collabora con il dirigente dell'Area per la redazione della relazione annuale.