

REGOLAMENTO PER L'USO DEL MARCHIO DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

Art. 1 - Il Marchio di Ateneo, inteso come il segno comprendente l'elemento grafico/figurativo del sigillo con la scritta Alma Universitas Studiorum Parmensis e la dicitura Università di Parma, è la rappresentazione grafica e visiva dell'identità dell'Università degli Studi di Parma, e viene tutelato complessivamente e in ciascuno dei suoi elementi.

È necessario che la sua riproduzione avvenga nel pieno rispetto delle indicazioni fornite nel presente Regolamento, per garantire coerenza grafica e riconoscibilità all'istituzione universitaria.

Art. 2 – La descrizione del Marchio di Ateneo e le sue modalità di utilizzo sono quelle contenute nel “Manuale di *corporate identity*” di Ateneo, approvato con delibera n. 542/17986 del 21.11.2016 dal Senato Accademico e con delibera n. 554/31873 del 23.11.2016 dal Consiglio di Amministrazione e sue successive modificazioni.

Il “Manuale” raccoglie e fornisce le indicazioni di utilizzo del logo ed è applicabile al Marchio e degli elementi base costitutivi dell'immagine coordinata di Ateneo.

Il “Manuale” presenta anche una serie di esempi di declinazione dell'immagine coordinata nei diversi materiali comunicativi, da applicare per una corretta rappresentazione di tutto il sistema di identità visiva dell'Ateneo.

Art. 3 - Il Marchio di Ateneo non può essere utilizzato senza la preventiva autorizzazione dell'Università degli Studi di Parma, fatto salvo quanto indicato ai successivi artt. 4 e 5, e il suo impiego dovrà in ogni caso avvenire nel pieno rispetto del decoro dell'istituzione universitaria e delle indicazioni fornite nel “Manuale”.

Art. 4 - L'uso del Marchio di Ateneo da parte del personale strutturato, docente e tecnico-amministrativo, dell'Università degli Studi di Parma per iniziative rientranti nell'ambito delle normali attività istituzionali (didattiche, di ricerca, amministrative o di comunicazione) non necessita di autorizzazione da parte del Rettore.

Il “Manuale di *corporate identity*” di Ateneo è disponibile per tutto il personale dell'Ateneo di Parma nella sua forma completa, unitamente ai file del Marchio, in un'area web riservata al personale di Ateneo e a cui si accede attraverso le credenziali di autenticazione.

Art. 5 – Le studentesse e gli studenti dei corsi di laurea, di specializzazione, di dottorato e master devono riportare sulla copertina e sul frontespizio delle tesi il Marchio di Ateneo, per l'utilizzo del quale non devono richiedere alcuna autorizzazione. Il Marchio può essere utilizzato anche nelle presentazioni utilizzate per la discussione della tesi, durante la seduta di laurea e nelle opportune sedi di presentazione della ricerca.

Sul sito web dell'Ateneo sono disponibili i file del Marchio e le indicazioni per un corretto utilizzo, a cui le

studentesse e gli studenti devono attenersi.

Art. 6 - La richiesta di utilizzo del Marchio di Ateneo a titolo gratuito può essere avanzata da soggetti terzi, pubblici o privati, nel caso di patrocini, collaborazioni di vario tipo con l'Ateneo, iniziative scientifiche e culturali, e conseguenti attività di comunicazione su qualsiasi mezzo (giornali, manifesti, radio/tv, web ecc.). La richiesta va autorizzata dal Rettore, secondo la procedura indicata al successivo art. 7.

Art. 7 - Il richiedente dovrà inviare una e-mail al Rettore, indirizzo: rettore@unipr.it indicando:

- 1) la ragione della richiesta di autorizzazione;
- 2) adeguata descrizione dell'iniziativa;
- 3) soggetti proponenti l'iniziativa;
- 4) eventuali altri soggetti a cui è stato chiesto patrocinio, collaborazione, altro;
- 5) il contesto nel quale sarà riprodotto il Marchio di Ateneo;
- 6) i supporti/media che saranno utilizzati;
- 7) la durata dell'utilizzo.

A seguito dell'eventuale autorizzazione da parte del Rettore, la U.O. Comunicazione Istituzionale e Cerimoniale dell'Ateneo invierà per e-mail al richiedente la risposta positiva, i file del Marchio e un estratto del "Manuale di *corporate identity*" contenente le indicazioni da rispettare per il corretto utilizzo.

La normale tempistica per ottenere tale risposta, dal momento in cui la richiesta viene autorizzata dal Rettore, è di 3 giorni lavorativi. La comunicazione è resa dall'Ufficio RPA che ha effettuato l'istruttoria del procedimento.

Art. 8 - L'Università può concedere, ai sensi dell'art. 36, comma 6 dello Statuto, a terzi che ne facciano richiesta, l'autorizzazione per l'uso del Marchio a titolo oneroso, con conseguente sottoscrizione di apposito accordo in cui saranno stabilite le condizioni di uso e l'importo previsto.

Le richieste a titolo oneroso possono essere formulate esclusivamente:

- nell'ambito delle attività di partenariato (contratti di ricerca, collaborazione, accordi quadro e protocolli d'intesa), con partner pubblici o privati, per le specifiche finalità riferibili all'oggetto della convenzione in coerenza con la vigenza temporale delle attività;
- al fine della riproduzione del Marchio su prodotti nell'ambito di attività di licensing, merchandising o simili.

In relazione alle attività di c.d. "ricerca c/terzi" nel contesto delle attività eseguite nell'ambito di contratti e convenzioni per conto terzi di Ateneo, per le attività svolte su commissione da parte di terzi e/o che richiedono prestazioni a favore di un soggetto esterno, e/o comunque svolte nell'interesse dei terzi, l'uso del Marchio e la

spendita del nome dell'Ateneo sono consentiti esclusivamente nell'ambito delle attività comuni ivi contrattualmente stabilite, nei limiti del reciproco interesse e riferibili all'oggetto del contratto, nonché in coerenza con la sua vigenza temporale (e al massimo entro i tre anni successivi alla sua conclusione). Nei contratti stipulati per lo svolgimento di tali attività non è pertanto ammessa l'inclusione di clausole che consentano al soggetto committente l'utilizzo del Marchio e/o del sistema di identità visiva dell'Università di Parma a fini pubblicitari e commerciali. L'eventuale utilizzo dei suddetti per le finalità sopra indicate da parte di terzi dovrà essere oggetto di specifici contratti di licenza a titolo oneroso, a livello di Amministrazione Centrale dell'Ateneo. Salvo quanto sopra disposto, è fatto espresso divieto di utilizzo del Marchio e/o concessione e/o spendita del nome dell'Università a titolo oneroso.

Art. 9 - La licenza d'uso del Marchio di Ateneo a titolo oneroso costituisce forma autonoma di autofinanziamento, di cui all'art. 7, comma 1 lettera c) della legge 9 maggio 1989, n. 168.

Art. 10 - Le richieste di concessione dell'uso del Marchio di Ateneo a titolo oneroso pervenute anche per il tramite dei Dipartimenti e delle altre strutture decentrate, dovranno avvenire mediante presentazione di una istanza al Rettore e dovranno indicare la descrizione della situazione del richiedente per quanto attiene gli aspetti organizzativi, sociali e commerciali, le condizioni economiche della proposta, nonché le modalità e la durata d'uso del Marchio e l'elenco analitico dei prodotti/servizi per i quali è richiesta la concessione.

Art. 11 - Il richiedente si deve inoltre impegnare a:

- a) utilizzare il Marchio in modo da non offendere il decoro dell'istituzione universitaria, fermo restando in ogni caso la salvaguardia del prestigio dell'Ateneo;
- b) se richiesto, mettere a disposizione del pubblico, in occasione dell'uso del Marchio di Ateneo, anche pubblicazioni e materiale di comunicazione dell'Università.

L'accordo potrà prevedere, oltre al canone di concessione, una quota di royalties, stabilite in relazione a ciascuna fattispecie contrattuale e calcolate sulla base dei ricavi derivanti dalla vendita dei prodotti o servizi recanti il Marchio.

Art. 12 – Le richieste di concessione dell'uso del Marchio di Ateneo a titolo oneroso sono approvate dal Consiglio di Amministrazione su parere obbligatorio della Commissione Marchi.

La Commissione è nominata con D.R. ed è composta da tre docenti individuati dal Rettore tra docenti appartenenti a diverse aree scientifiche, tra i quali lo stesso Rettore nomina il Presidente e da tre unità di personale tecnico amministrativo individuate dal Direttore Generale nell'ambito della Ricerca, Terza Missione e Comunicazione. In

base a specifiche esigenze, in riferimento a specifiche questioni, la Commissione può essere integrata da soggetti che per particolari competenze possono risultare utili all'istruttoria di una specifica iniziativa. Per le medesime finalità la Commissione può anche acquisire pareri di soggetti esterni alla medesima.

La Commissione Marchi esegue un'istruttoria sulle proposte pervenute e/o sulle iniziative sottoposte alla sua attenzione sotto il profilo giuridico, contrattuale, dell'impatto comunicativo, dell'impostazione grafica e più in generale della compatibilità delle medesime con le superiori esigenze di tutela, salvaguardia dell'immagine, reputazione, credibilità e dignità dell'Ateneo.

La medesima sottopone la propria istruttoria tramite parere motivato al Rettore.

Nel caso di richieste provenienti da soggetti terzi per operazioni di co-branding e/o co-marketing, aventi finalità pubblicitarie e/o commerciali i criteri di valutazione della Commissione verteranno principalmente sulla compatibilità del messaggio pubblicitario e/o commerciale con le finalità istituzionali e con la buona reputazione dell'Università, previa visione di una bozza di progetto grafico descrittiva in caso di materiale cartaceo e/o web o di una sceneggiatura dettagliata in caso di materiale audio/video, idonea a illustrare l'iniziativa e le modalità con cui si intende usare il Marchio, i dati del soggetto richiedente, nonché la pregressa collaborazione su cui si fonda la richiesta.

Il corrispettivo dell'utilizzo a titolo oneroso è determinato su proposta del Rettore, dal Consiglio di Amministrazione, sulla scorta della relazione istruttoria della Commissione, secondo una valutazione equitativa rapportata a una serie di parametri, tra i quali:

- tipologia e caratteristiche del prodotto;
- dimensioni aziendali del licenziatario;
- mercato di riferimento;
- ampiezza, oggetto e modalità di attuazione dell'operazione pubblicitaria e/o commerciale.

La Commissione Marchio può essere altresì investita di poteri istruttori su qualsiasi questione implicante l'utilizzo improprio e/o indebito e/o illecito del Marchio dell'Ateneo da parte di terzi non autorizzati, in termini di supporto al Rettore, agli Organi di Governo e ad altre Aree competenti per materia.

La normale tempistica per ottenere il riscontro alle istanze a titolo oneroso, dal momento in cui la richiesta viene autorizzata dal Consiglio di Amministrazione, è di 3 giorni lavorativi dalla sottoscrizione dell'estratto di deliberazione. La comunicazione è resa dall'Ufficio RPA che ha effettuato l'istruttoria del procedimento.

Art. 13 - In relazione alla realizzazione di particolari progetti, programmi e, comunque, per qualsiasi iniziativa di carattere strategico dell'Università, la stessa può creare, conformemente al "Manuale di *corporate identity*", uno o più loghi o marchi specifici.

Il Rettore, con proprio Decreto, può autorizzare l'utilizzazione di tali loghi o marchi da parte di terzi che, a qualsiasi

titolo, collaborino o partecipino alle iniziative di cui al punto che precede.

Art. 14- L'alterazione, la contraffazione, l'utilizzazione non autorizzata, in tutto o in parte, del Marchio di Ateneo sono vietate e perseguibili a norma di legge.

Art. 15 - Dall'entrata in vigore del presente Regolamento perde efficacia la disciplina prevista dal precedente Regolamento per l'uso del logo dell'Università degli studi di Parma, emanato con D.R.D. n. 1404 del 03/06/2015 e modificato con D.R.D. n. 1070 del 4 ottobre 2017.