



REGOLAMENTO PER LA RICHIESTA DI PATROCINIO E PER L'UTILIZZO DELLA CORRETTA DENOMINAZIONE E DEI SEGNI DISTINTIVI

INDICE

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI.....	2
ART. 1 - OGGETTO	2
ART. 2 - DEFINIZIONI	2
CAPO II – PATROCINIO	2
ART. 3 – CONCESSIONE DEL PATROCINIO.....	2
ART. 4 – BENEFICIARI DEL PATROCINIO	2
ART. 5 – TIPOLOGIA DELLE INIZIATIVE OGGETTO DI PATROCINIO	3
ART. 6 – MODALITÀ E PROCEDURE PER RICHIEDERE LA CONCESSIONE	3
ART. 7 – COMPETENZE E CRITERI PER LA CONCESSIONE DEL PATROCINIO	3
ART. 8 – LIMITAZIONI, ESCLUSIONI E REVOCA.....	3
ART. 9 – EFFETTI E MODALITÀ DI UTILIZZO DEL PATROCINIO	3
ART. 10 – ALTERNATIVE AL PATROCINIO	4
CAPO III – UTILIZZO DELLA DENOMINAZIONE E DEI SEGNI DISTINTIVI	4
ART. 11 – REGOLE COMUNI	4
ART. 12 – UTILIZZO DEL MARCHIO E DI EVENTUALI ALTRI SEGNI DISTINTIVI DA PARTE DELLA COMUNITÀ UNIVERSITARIA.....	4
ART. 13 – CONCESSIONE DELLA LICENZA D’USO DEL MARCHIO	5
CAPO IV – DISPOSIZIONI FINALI	5
ART. 14 – VIGILANZA SUL CORRETTO UTILIZZO E SANZIONI	5
ART. 15 – ADEMPIMENTI IN SEDE DI PRIMA APPLICAZIONE DEL REGOLAMENTO	5
ART. 16 – NORME DI RINVIO.....	5

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 - OGGETTO

1. Il presente regolamento disciplina le modalità per la concessione del patrocinio dell'Università degli Studi di Brescia e per l'uso del sigillo, del marchio e di eventuali altri segni distintivi dell'Università o di sue articolazioni, nonché della esatta denominazione dell'Ente e delle sue articolazioni, al fine di prevedere procedure omogenee e garantirne l'utilizzo appropriato e corretto per salvaguardare l'immagine, il prestigio e l'interesse generale dell'Università.

ART. 2 - DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente Regolamento, la locuzione:
 - **“marchio”** o **“marchio dell'Università”** definiscono, ai sensi del Manuale di identità visiva dell'Università, il marchio ufficiale o logo dell'Università degli Studi di Brescia, costituito dall'unione del sigillo (Universitas Studiorum Brixiae) e del logotipo (ovvero la scritta Università degli Studi di Brescia);
 - **“patrocinio”** definisce una forma di riconoscimento formale con la quale l'Università degli Studi di Brescia esprime il proprio apprezzamento e la propria adesione simbolica ad iniziative di carattere didattico, scientifico, culturale, educativo, sociale, sportivo, a livello locale, nazionale o internazionale, realizzate da soggetti pubblici o privati, che siano coerenti con i propri scopi statutari e considerate meritevoli;
 - **“portale dell'Università”** si riferisce al sito internet www.unibs.it;
 - **“segni distintivi”** definisce il complesso delle diverse possibili rappresentazioni grafiche identificative dell'Università o di una propria articolazione;
 - **“sigillo”** definisce l'immagine grafica ufficialmente concessa all'Università degli Studi di Brescia con decreto del Presidente della Repubblica del 4 ottobre 1986;
 - **“Università”** identifica l'Università degli Studi di Brescia;
 - **“Ufficio Comunicazione”** identifica l'ufficio dell'Amministrazione centrale deputato pro-tempore alla gestione delle attività di comunicazione istituzionale e ai rapporti con i media.

CAPO II – PATROCINIO

ART. 3 – CONCESSIONE DEL PATROCINIO

1. Il patrocinio è concesso a nome dell'Università. Non è previsto il patrocinio a nome dei Dipartimenti o di altre strutture (didattiche, di ricerca, di servizio, ecc.) e organi universitari.
2. Il patrocinio si intende concesso limitatamente all'iniziativa per la quale è stato richiesto e per il periodo di tempo strettamente connesso alla durata della stessa. Non è valevole per le eventuali edizioni successive dello stesso evento, per le quali la richiesta va ripresentata, salvo particolari situazioni, valutate dal Rettore con proprio motivato provvedimento.
3. La concessione del patrocinio è a titolo gratuito e non comporta alcun impegno di risorse economiche o strumentali a carico dell'Università, né interventi di supporto organizzativo o logistico.

ART. 4 – BENEFICIARI DEL PATROCINIO

1. I soggetti che possono presentare richiesta di concessione del patrocinio sono:
 - enti pubblici e privati, singoli e associati, che svolgano attività attinenti alle competenze e l'ambito di intervento dell'Università;
 - associazioni, Fondazioni, Comitati ed altre Organizzazioni e Istituzioni a carattere culturale, scientifico, educativo, sportivo, economico e sociale senza finalità di lucro;
 - altri enti nazionali ed esteri di particolare rilevanza che svolgono attività attinenti alle finalità istituzionali dell'Università degli Studi di Brescia;
 - istituzioni scolastiche, ordini e collegi professionali, università e istituzioni pubbliche di interesse locale, regionale, nazionale e internazionale.

ART. 5 – TIPOLOGIA DELLE INIZIATIVE OGGETTO DI PATROCINIO

1. Le tipologie tipiche di iniziative per le quali può essere concesso il patrocinio sono convegni, congressi, seminari, workshop, consegne di premi, iniziative di studio e ricerca, manifestazioni culturali, scientifiche, educative, sportive, economiche o sociali, scuole nazionali di dottorato o post-dottorato; iniziative a carattere locale, nazionale e internazionale, organizzate da soggetti esterni, che prevedano, in particolar modo, la partecipazione e/o il coinvolgimento di docenti dell'Università.
2. Con provvedimento motivato è possibile individuare eventuali ulteriori tipologie di patrocinio, non ricomprese nell'elenco di cui al comma 1, comunque meritevoli di patrocinio.

ART. 6 – MODALITÀ E PROCEDURE PER RICHIEDERE LA CONCESSIONE

1. La domanda di patrocinio, redatta su carta intestata del soggetto richiedente e firmata dal legale rappresentante, va indirizzata al Magnifico Rettore e va inviata almeno 30 giorni prima dell'evento esclusivamente via posta elettronica certificata all'indirizzo ammcentr@cert.unibs.it, specificando:
 - l'oggetto dell'iniziativa;
 - il programma, allegando documentazione idonea a permettere la valutazione dell'evento ed evidenziando l'eventuale partecipazione di personale dell'Università.

ART. 7 – COMPETENZE E CRITERI PER LA CONCESSIONE DEL PATROCINIO

1. La concessione del patrocinio consente l'utilizzo del marchio dell'Università nell'ambito delle attività di comunicazione dell'iniziativa. La pubblicazione del marchio deve sempre essere preceduta dalla dicitura "con il patrocinio di" e deve avvenire nel rispetto delle indicazioni contenute nel Manuale di identità visiva. Prima di procedere alla pubblicazione, stampa e/o diffusione in qualunque modalità del materiale di comunicazione, è necessario trasmettere la bozza dei materiali grafici e/o di comunicazione, per la formale approvazione, all'Ufficio Comunicazione.

ART. 8 – LIMITAZIONI, ESCLUSIONI E REVOCA

1. Sono escluse dalla concessione del patrocinio le iniziative:
 - non compatibili con i fini istituzionali dell'Università;
 - il cui eventuale fine commerciale sia valutato come prevalente o esclusivo;
 - promosse da partiti, movimenti politici, organizzazioni religiose o di categoria, ad esclusivo fine di propaganda o di finanziamento della propria struttura;
 - che perseguono unicamente la finalità di promozione di marchi di fabbrica o di pubblicità di prodotti commerciali, ditte o aziende.
2. Il Rettore, come meglio specificato all'art. 15, può revocare unilateralmente, con provvedimento motivato, la concessione del patrocinio, ove emergano, successivamente alla concessione stessa, elementi che possano pregiudicare il nome, l'immagine o la reputazione dell'Università.
3. Qualora venga impropriamente utilizzato il marchio in assenza della prevista concessione o in violazione di essa, l'Università, con atto motivato, si riserva di agire in giudizio per la tutela della propria immagine.

ART. 9 – EFFETTI E MODALITÀ DI UTILIZZO DEL PATROCINIO

1. La concessione del patrocinio consente l'utilizzo del marchio dell'Università nell'ambito delle attività di comunicazione dell'iniziativa. La pubblicazione del marchio deve sempre essere preceduta dalla dicitura "con il patrocinio di" e deve avvenire nel rispetto delle indicazioni contenute nel Manuale di identità visiva.
2. Prima di procedere alla pubblicazione, stampa e/o diffusione in qualunque modalità del materiale di comunicazione, è necessario trasmettere la bozza dei materiali grafici e/o di comunicazione, per la formale approvazione, all'Ufficio Comunicazione.

ART. 10 – ALTERNATIVE AL PATROCINIO

1. Non sono considerate assimilabili al patrocinio le altre tipologie di collaborazione/cooperazione tra un Dipartimento, una struttura o un Organo dell'Università e un soggetto terzo che non rientrino nelle fattispecie di cui agli articoli precedenti di questo Capo.
2. In questi casi, il responsabile della struttura interessata può autorizzare la formalizzazione della collaborazione/cooperazione utilizzando unicamente diciture quali "In collaborazione con...", "Con il supporto di...", "Con il contributo di...", "In partenariato con...", "Con l'egida di...", abbinata alla denominazione della struttura universitaria interessata. L'eventuale concessione dell'utilizzo del marchio o di altri segni distintivi è soggetta alle regole di cui al Capo III.

CAPO III – UTILIZZO DELLA DENOMINAZIONE E DEI SEGNI DISTINTIVI

ART. 11 – REGOLE COMUNI

1. L'utilizzo del sigillo è riservato ai soli atti ufficiali ed in particolare ai provvedimenti amministrativi (decreti, disposizioni ecc.). Nel caso di assoluta necessità, con provvedimento motivato del Rettore che ne valuti l'opportunità, possono essere autorizzate specifiche e limitate modalità ulteriori di utilizzo (ad esempio il merchandising).
2. Poiché con il marchio si intende promuovere un'immagine coordinata, unitaria ed omogenea, favorendo così l'identificazione con l'Università da parte dei suoi membri e la sua riconoscibilità all'esterno, non è consentito l'utilizzo di marchi propri da parte dei Dipartimenti e delle altre strutture universitarie quali centri di ricerca, centri di servizio ecc., salvo quanto previsto al comma 3.
3. L'Università può dotarsi, all'occorrenza, di ulteriori segni distintivi, in abbinamento o in temporanea sostituzione del marchio, per particolari eventi o ricorrenze. Le modalità ed i limiti di utilizzo sono specificati nella delibera di adozione da parte degli Organi di Governo dell'Università.
4. I Dipartimenti e le altre strutture universitarie quali centri di ricerca, centri di servizio ecc. che ravvisino la necessità di dotarsi di un proprio marchio devono, a fronte di una richiesta motivata al Rettore, essere autorizzate con delibera del Senato Accademico, previo parere del Consiglio di amministrazione. L'utilizzo di un eventuale marchio proprio, autorizzato ai sensi del precedente periodo, deve essere sempre affiancato al marchio dell'Università.
5. L'esatta denominazione dell'Università, da utilizzare in tutti i contesti ove ne sia necessaria la citazione, è "Università degli Studi di Brescia". Non sono ammesse altre denominazioni quali, a mero titolo esemplificativo, "Università di Brescia", "Università statale" ecc.
6. L'esatta denominazione dei Dipartimenti e delle altre strutture universitarie quali centri di ricerca, centri di servizio ecc., da utilizzare in tutti i contesti ove ne sia necessaria la citazione, è "Università degli Studi di Brescia-[nome del Dipartimento-centro-ecc]".
7. La Segreteria del Rettore, in collaborazione con l'Ufficio Comunicazione, è titolare della gestione amministrativa delle istanze di concessione di cui al presente Capo.

ART. 12 – UTILIZZO DEL MARCHIO E DI EVENTUALI ALTRI SEGNI DISTINTIVI DA PARTE DELLA COMUNITÀ UNIVERSITARIA

1. L'utilizzo del marchio da parte del personale dell'Università per iniziative rientranti nell'ambito delle normali attività istituzionali (didattiche, di ricerca, amministrative o di comunicazione), oltre che per il materiale lavorativo identificativo (biglietti da visita e assimilati) non necessita di autorizzazione da parte del Rettore.
2. L'utilizzo del marchio, nell'ambito della pubblicazione di opere dell'ingegno di carattere scientifico, realizzate da componenti della comunità universitaria nello svolgimento delle attività universitarie istituzionali deve essere regolato nei relativi contratti, in conformità al Manuale di identità visiva.
3. Gli studenti regolarmente iscritti possono utilizzare il marchio per la stampa delle tesi e/o degli elaborati previsti nell'ambito dei propri corsi di studio.
4. Non è ammesso l'utilizzo del marchio nella pubblicazione, stampa e/o diffusione in qualunque modalità del materiale di comunicazione riferito ad eventi organizzati autonomamente da studenti o alle attività di associazioni e movimenti studenteschi.
5. Non è ammesso l'utilizzo del marchio nella pubblicazione, stampa e/o diffusione in qualunque modalità del materiale di comunicazione riferito alle attività organizzate dagli studenti e finanziate con il contributo dell'Università, per le quali è d'obbligo riportare la sola dicitura "Iniziativa culturale finanziata con il

contributo dell'Università degli Studi di Brescia (bando per le attività culturali degli studenti anno 20**) e svolta sotto la diretta responsabilità della lista/gruppo/associazione proponente”.

ART. 13 – CONCESSIONE DELLA LICENZA D'USO DEL MARCHIO

1. L'Università può concedere la licenza d'uso del marchio e di eventuali altri segni distintivi a titolo gratuito a soggetti terzi, pubblici o privati, che ne facciano formale richiesta, con i quali l'Università e i suoi Dipartimenti abbiano stipulato accordi di collaborazione scientifica e/o didattica.
2. Tali soggetti possono utilizzare il marchio e gli eventuali altri segni distintivi sui documenti ufficiali e all'interno della sezione dedicata del portale dell'Università (collaborazioni/partnership) relativamente alle attività realizzate in attuazione dei suddetti accordi di collaborazione alle seguenti condizioni:
 - l'uso del marchio non abbia scopo meramente pubblicitario o commerciale in relazione a prodotti o servizi;
 - l'uso del marchio sia riferito alle specifiche attività oggetto della collaborazione e limitatamente alla durata delle stesse;
 - non sia arrecato in alcun modo danno al buon nome, all'immagine, al decoro, alla reputazione dell'Università;
 - l'Università sia tenuta indenne da qualsiasi danno o obbligo derivante dall'uso non conforme del proprio marchio.
3. Non è concessa la citazione e l'utilizzo del marchio dell'Ateneo da parte di soggetti terzi con i quali l'Università abbia stipulato, ai sensi del Codice dei contratti, contratti a titolo oneroso per la fornitura di beni o servizi, che esulino da collaborazioni finalizzate ad attività di didattica e/o di ricerca.

CAPO IV – DISPOSIZIONI FINALI

ART. 14 – VIGILANZA SUL CORRETTO UTILIZZO E SANZIONI

1. La vigilanza sull'uso conforme del patrocinio, della denominazione, del sigillo, del marchio e degli altri segni distintivi dell'Università, ai fini dell'eventuale segnalazione al Rettore per i provvedimenti di competenza, è attribuita alla Segreteria del Rettore e all'Ufficio Comunicazione.
2. In caso di uso non conforme ai sensi del comma 1, il Rettore, su segnalazione degli uffici, può procedere con provvedimento motivato alla revoca delle concessioni di cui allo stesso comma. In questo caso, come nel caso di utilizzo di quanto ivi previsto in assenza di autorizzazione, sono fatte salve tutte le azioni nelle opportune sedi a tutela dei diritti patrimoniali e non patrimoniali dell'Università.

ART. 15 – ADEMPIMENTI IN SEDE DI PRIMA APPLICAZIONE DEL REGOLAMENTO

1. In sede di prima applicazione del presente Regolamento, entro 180 giorni dal decreto di emanazione, la Segreteria del Rettore e l'Ufficio Comunicazione effettuano la ricognizione di tutti i marchi e segni distintivi attualmente utilizzati nell'ambito dell'Università, al fine dell'allineamento alla nuova regolamentazione.

ART. 16 – NORME DI RINVIO

1. Per quanto non esplicitamente disciplinato nel presente Regolamento, si fa riferimento al Manuale di identità visiva dell'Università e alla normativa civilistica in materia.