

Protocollo per l'uso del marchio/logotipo e del sistema di identità visiva della Sapienza



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



Protocollo per l'uso del marchio/logotipo e del sistema di identità visiva della Sapienza

1. Il marchio/logotipo della Sapienza Università di Roma (Università degli Studi di Roma "La Sapienza", di seguito "Università"), di proprietà esclusiva dell'Università, è stato depositato in data 22.09.2006 presso l'Ufficio Italiano Brevetto e Marchi - Ministero delle Attività produttive con numero RM2006C005386.

2. Il marchio/logotipo (in seguito per semplicità denominato "marchio") può essere utilizzato dall'Università stessa, dalle sue strutture amministrative, didattiche e di ricerca nell'ambito delle attività di comunicazione e in ogni altro ambito ove sia necessario identificare con chiarezza l'Università quale autore o fonte di elaborati di vario tipo, sia di carattere istituzionale che di carattere scientifico. Solo a questi fini le strutture dell'Università possono cedere il marchio a eventuali soggetti esterni (studi grafici, tipografie ecc.) che sono vincolati a usarlo solo per le commesse direttamente ricevute dall'Università o dalle sue strutture.

3. Ogni utilizzo del marchio deve avvenire secondo le linee guida del sistema di identità visiva dell'Università.

4. Gli studenti possono avvalersi del marchio, qualora lo desiderino, per la stampa delle tesi di laurea o di dottorato. L'apposizione dello stesso sulla tesi ha il solo scopo di segnalare l'appartenenza dello studente alla comunità studentesca e scientifica dell'Università, non intervenendo in alcun modo sulla proprietà della tesi, che resta esclusiva dello studente, né autorizzando quest'ultimo a utilizzare il marchio per altri scopi.

Gli studenti hanno accesso al marchio on line, all'interno della propria pagina personale su Infostud. Il marchio, insieme con i relativi formati applicativi per i frontespizi delle tesi, può essere scaricato solo compilando l'apposita dichiarazione di responsabilità all'utilizzo corretto del marchio.

5. Il marchio può essere concesso a soggetti esterni e abbinato ad altri marchi in caso di attività culturali o scientifiche in collaborazione o in caso di sponsorizzazioni, previa autorizzazione del Rettore, sempre nel rispetto delle linee guida del sistema di identità, in particolare per quanto riguarda le regole di affiancamento.

6. L'utilizzo del marchio per attività editoriali è riservato all'Università. Ogni altro utilizzo per la produzione di materiale editoriale, anche a scopo didattico, dovrà essere previamente concordato con l'Università, dovrà comunque evitare possibili confusioni o sovrapposizioni



con le pubblicazioni ufficiali della casa editrice dell'Università e potrà prevedere una valorizzazione economica da concordarsi tra le parti.

7. Nel caso di attività nell'ambito di contratti e convenzioni per conto terzi, la cessione del marchio è disciplinata dal Regolamento delle attività eseguite nell'ambito di contratti e convenzioni per conto terzi emanato con Decreto rettorale n. 386 del 15.9.2006 e dovrà essere oggetto di specifici accordi a titolo oneroso approvati dagli organi competenti e compatibili con la tutela dell'immagine dell'Università.

8. L'uso del marchio - o anche del solo nome - dell'Università da parte di soggetti esterni per attività pubblicitarie deve essere richiesto in forma esplicita e inequivocabile; è soggetto all'approvazione del Rettore che valuterà la compatibilità del messaggio pubblicitario con le finalità istituzionali e con la buona reputazione dell'Università, presa visione di una bozza in caso di materiale cartaceo o di una sceneggiatura dettagliata in caso di materiale audio/video. La valorizzazione economica del marchio utilizzato a scopo pubblicitario sarà regolata sulla base di accordi contrattuali tra le parti, stipulati avendo a riferimento lo schema di contratto approvato dal Consiglio di amministrazione della Sapienza in data 22 dicembre 2008.

9. La cessione del marchio a soggetti esterni per attività di qualunque altro genere sarà comunque soggetta all'approvazione del Rettore e potrà prevedere una valorizzazione economica da concordare tra le parti.