

# Regolamento per l'uso del marchio Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

*Emanato con Decreto Rettorale n. 1304/2023 del 09/10/2023  
(Testo coordinato meramente informativo privo di valenza normativa)*

## TITOLO I

### DISPOSIZIONI GENERALI E PRINCIPI FONDAMENTALI

#### **Articolo 1 - (Fonti e disciplina)**

Il presente Regolamento è emanato in coerenza con i principi dello Statuto dell'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna, del Codice Etico di Comportamento e nel rispetto della normativa vigente.

Il Regolamento è integrato da Linee guida per garantire una corretta, uniforme e funzionale applicazione delle disposizioni. Le Linee guida e la modulistica relativa all'uso del marchio dell'Università sono pubblicate anche sul portale di Ateneo; esse potranno essere aggiornate periodicamente.

#### **Articolo 2 - (Finalità e definizioni)**

Finalità del presente Regolamento è disciplinare gli usi del marchio dell'Ateneo per i quali non è prevista la richiesta autorizzatoria e quelli soggetti a espressa autorizzazione, sia all'interno della comunità universitaria sia nei rapporti con soggetti terzi, in modo da assicurarne un'adeguata valorizzazione coerente con l'immagine, la reputazione e il decoro dell'Ateneo.

Il marchio dell'Ateneo è registrato.

Ai fini del presente Regolamento si applicano le seguenti definizioni:

**“Personale universitario”**: personale docente e ricercatore, lettrici e lettori a contratto, collaboratrici e collaboratori ed esperte/i linguistici, personale tecnico-amministrativo, a tempo indeterminato e determinato, nei limiti della disciplina contrattuale; personale di altre Amministrazioni pubbliche in posizione di comando o distacco presso l'Ateneo; titolari di assegni di ricerca, di borse di studio e di ricerca che svolgono la propria attività presso l'Ateneo; componenti degli Organi accademici e degli Organismi collegiali dell'Ateneo, secondo quanto definito nei relativi atti di incarico e di nomina; titolari di contratti di didattica e di ricerca, collaboratrici e collaboratori e consulenti con qualsiasi tipologia di incarico, anche a titolo gratuito, per lo svolgimento di attività didattiche e di ricerca, nei limiti e con le modalità definite da specifiche clausole o disposizioni inserite nei relativi contratti o atti di incarico. Ai fini del presente Regolamento sono inclusi nella definizione di Personale universitario le studentesse e gli studenti dei Corsi di Studio del III ciclo.

**“Comunicazione commerciale”**: pubblicità e ogni altra forma di comunicazione, anche istituzionale, diretta a promuovere la vendita, qualunque siano le modalità utilizzate, di prodotti o servizi.

**“Marchio”**: identifica il marchio istituzionale che distingue l'Ateneo ed è attualmente composto da un elemento figurativo rappresentato dalla stilizzazione dall'emblema del Sigillum Magnum e da un elemento denominativo “Alma Mater Studiorum – Università di Bologna a.d. 1088” sue successive modifiche, registrato a livello nazionale, comunitario e internazionale, nelle modalità deliberate dal Consiglio di Amministrazione o delegate al Presidio amministrativo competente.

**“Sistema di identità”**: normativa grafica disponibile nella sezione “Chi siamo” del sito web di Ateneo a carattere vincolante che consente efficacia comunicativa, coerenza sistematica e riconoscibilità inequivocabile della marca che comprende la definizione dell'architettura della famiglia di marchi istituzionali dell'Ateneo.

**“Segni distintivi”**: comprende il Marchio, il Sigillum Magnum, il nome e la denominazione dell'Ateneo nonché le sue abbreviazioni, il nome a dominio [www.unibo.it](http://www.unibo.it) e tutti gli altri segni distintivi di titolarità dell'Ateneo.

**“Soggetti terzi”**: le imprese, gli enti pubblici e i soggetti del Terzo Settore.

## TITOLO II

### USO DEL MARCHIO IN AMBITO ISTITUZIONALE

#### **Articolo 3 - (Uso del Marchio in ambito istituzionale)**

Il Personale universitario può liberamente utilizzare il Marchio nelle attività di didattica, ricerca e terza missione e nelle connesse attività amministrative, di comunicazione e disseminazione svolte per conto dell'Università. È fatto divieto di uso del Marchio per attività extra-istituzionali.

Nell'usare il Marchio il Personale universitario è tenuto a rispettare il Sistema di identità.

#### **Articolo 4 - (Attività editoriali)**

L'uso del Marchio nelle opere dell'ingegno letterarie sia digitali sia cartacee elaborate dal Personale universitario in ambito istituzionale è consentito nel solo caso in cui le opere siano edite per conto dell'Ateneo o delle sue strutture. Le modalità di concessione devono essere regolamentate nel contratto di edizione.

#### **Articolo 5 - (Tesi ed elaborati finali)**

Studentesse e studenti regolarmente iscritti ai corsi di studio di I, II, III ciclo, ai corsi professionalizzanti e a qualunque altro percorso che preveda la presentazione di un elaborato finale possono fare uso del Marchio nel rispetto del Sistema di identità esclusivamente per la stampa degli elaborati finali nelle modalità indicate nelle Linee guida.

### TITOLO III

#### **USO DEL MARCHIO NEI RAPPORTI CON ENTI PUBBLICI, SOGGETTI DEL TERZO SETTORE E IMPRESE**

##### **Articolo 6 - (Uso del Marchio da parte di Soggetti terzi)**

L'uso del Marchio da parte dei Soggetti terzi è sempre soggetto ad autorizzazione. L'autorizzazione è concessa o per contratto o per Regolamento.

La valutazione dell'opportunità dell'autorizzazione all'uso del Marchio è di competenza del Presidio politico in materia di Comunicazione istituzionale e del Presidio amministrativo corrispondente.

#### **CAPO I - USI AUTORIZZATI**

##### **Articolo 7 - (Accordi collaborativi con enti pubblici)**

L'uso del Marchio nell'ambito di accordi collaborativi conclusi con enti pubblici<sup>1</sup> è autorizzato.

Le modalità di concessione sono dettagliate nelle Linee guida.

##### **Articolo 8 - (Progetti competitivi)**

L'uso del Marchio per l'esecuzione dei progetti competitivi regionali, nazionali e internazionali è autorizzato.

L'Università autorizza l'uso del Marchio in tutte le fasi dello svolgimento del progetto, ivi inclusa la fase di progettazione, purché il Marchio venga utilizzato per descrivere in modo corretto e veritiero il ruolo che l'Università ricopre all'interno del progetto o nelle singole attività da esso previste. L'autorizzazione non si estende all'uso del Marchio nelle Comunicazioni commerciali.

Nelle specifiche fasi di commercializzazione di un prodotto o servizio sviluppato nell'ambito di un progetto competitivo, la concessione dell'autorizzazione all'uso del Marchio nella Comunicazione commerciale è regolata da apposito contratto che deve essere approvato dal Consiglio di Amministrazione e sottoscritto dal Direttore Generale o suo delegato.

Nel caso di progetti presentati in risposta a un bando competitivo che abbiano come unico obiettivo o come obiettivo prevalente la progettazione ed erogazione di percorsi formativi, salvo specifiche obbligazioni previste dal bando, il referente di progetto dovrà contattare gli uffici preposti per valutare le modalità di concessione dell'uso del Marchio ai partner di progetto.

---

<sup>1</sup> Sono enti pubblici le amministrazioni pubbliche il cui elenco è annualmente pubblicato dall'ISTAT, in applicazione di quanto stabilito dall'articolo 1, della legge 31 dicembre 2009, n. 196.

## **CAPO II - USI DEL MARCHIO SOGGETTI AD AUTORIZZAZIONE**

### **Articolo 9 - (Accordi collaborativi con le imprese e gli enti del Terzo Settore)**

L'uso del Marchio negli accordi collaborativi conclusi con imprese ed enti del Terzo Settore<sup>2</sup> non è consentito, salvo espressa autorizzazione.

Su richiesta dell'impresa o dell'ente del Terzo Settore l'Ateneo può valutare la concessione dell'uso del Marchio in sede di approvazione del contratto collaborativo.

### **Articolo 10 - (Contratti per prestazioni eseguite nel prevalente interesse di Soggetti Terzi)**

L'uso del Marchio nell'ambito dei contratti conclusi dall'Ateneo per le prestazioni eseguite nel prevalente interesse del committente, disciplinate dal Regolamento delle prestazioni conto terzi, non è consentito.

Su richiesta del committente, l'Università può concedere l'uso del Marchio a titolo oneroso. La concessione e le condizioni della licenza sono regolate da apposito contratto che deve essere approvato dal Consiglio di Amministrazione e sottoscritto dal Direttore Generale o suo delegato.

In conformità alla normativa vigente<sup>3</sup>, i proventi derivanti dalla concessione sono destinati al finanziamento delle attività istituzionali o alla copertura degli eventuali disavanzi pregressi dell'Ateneo.

Le modalità di ripartizione dei proventi fra l'Ateneo e la singola struttura, che è parte del contratto per prestazioni eseguite nel prevalente interesse di Soggetti terzi, sono deliberate dagli organi di Ateneo.

### **Articolo 11 - (Trasferimento tecnologico)**

L'Ateneo non autorizza l'uso del Marchio ai Soggetti terzi che concludono contratti per la valorizzazione dei beni immateriali così come definiti nel Regolamento in materia di proprietà industriale e intellettuale.

Su richiesta, i soggetti che concludono contratti per la valorizzazione di varietà vegetali possono fare uso dell'apposito marchio figurativo "Nuove Varietà Vegetali" nelle modalità e alle condizioni indicate nei contratti per la valorizzazione dei beni immateriali conclusi per realizzare le attività di trasferimento tecnologico.

Le società Spin-off e Start-up non sono autorizzate a fare uso del Marchio. Su richiesta, sono invece autorizzate a far uso dell'apposito marchio figurativo "Spin-off" o "Start-up" nelle modalità indicate nel Regolamento in materia, al quale si rinvia per ogni effetto e per ogni aspetto relativo alla concessione.

---

<sup>2</sup> Art. 4 D. Lgs 3 luglio 2017, n. 117.

<sup>3</sup> Art. 19 D. Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30

### **Articolo 12 - (Sponsor e Fornitori)**

Gli Sponsor e i Fornitori che concludono contratti con l'Ateneo non possono fare uso del Marchio nella propria Comunicazione commerciale. Con riferimento alla componente denominativa del Marchio si rinvia all'Articolo 15 del presente Regolamento.

### **Articolo 13 - (Enti pubblici e privati controllati dall'Ateneo)**

Gli enti pubblici o privati controllati dall'Ateneo che vogliono utilizzare i Segni distintivi o parte di essi nella propria denominazione, nel proprio marchio e nel proprio nome a dominio devono preventivamente ottenere l'autorizzazione da parte dell'Ateneo.

L'Ateneo, qualora si ravvisino rischi di diluizione dei propri Segni distintivi, può disporre in ogni tempo la revoca dell'autorizzazione. Gli enti controllati sono in tal caso tenuti a cessarne l'uso e ad apportare le necessarie modifiche in ogni canale comunicativo precedentemente utilizzato.

### **Articolo 14 - (Partecipazioni)**

Gli enti privati partecipati dall'Ateneo non possono utilizzare i Segni distintivi o parte di essi nella propria denominazione, marchio e nome a dominio.

La partecipazione dell'Ateneo a enti privati non determina l'autorizzazione all'uso del Marchio. La concessione all'uso del Marchio agli enti privati è valutata e autorizzata dal Presidio amministrativo di competenza tramite apposito contratto approvato dal Consiglio di Amministrazione e sottoscritto dal Direttore Generale o suo delegato.

## **CAPO III – DIVIETI**

### **Articolo 15 - (Usi vietati dei Segni distintivi dell'Ateneo)**

Nel rispetto della normativa vigente, salvo quanto previsto dal presente Regolamento, la denominazione e gli altri Segni distintivi dell'Ateneo, registrati o meno, non possono essere utilizzati come marchi da Soggetti terzi anche in ambiti culturali o similari senza autorizzazione dell'Ateneo.

Con riferimento alla componente denominativa del Marchio è vietato ogni uso diverso da quello prescritto dall'art. 21 del D. Lgs 30/2005, che consente ai terzi, anche senza l'autorizzazione del titolare, di usare nell'attività economica il marchio altrui in funzione descrittiva per rappresentare caratteristiche di un prodotto o di un servizio.

L'uso dei Segni distintivi, in particolare del Marchio, è comunque vietato qualora tale uso consenta, senza giusto motivo, di trarre indebitamente vantaggio dal carattere distintivo o dalla rinomanza del Marchio e pregiudichi in qualche modo l'immagine, il decoro o la reputazione dell'Ateneo.

## **TITOLO IV MERCHANDISING**

### **Articolo 16 - (Merchandising)**

L'Ateneo, ai sensi dell'art. 19 D. Lgs. 30/2005 e ss.mm. e ii, può ottenere la registrazione di marchi da sfruttare a fini commerciali per attività di merchandising.

Tutto il Personale universitario è tenuto a rispettare gli accordi conclusi dall'Ateneo che abbiano a oggetto l'uso del Marchio per la realizzazione delle attività di merchandising.

## **TITOLO V MONITORAGGIO**

### **Articolo 17 - (Segnalazione di contraffazioni)**

Il Personale universitario è tenuto a conoscere il Sistema di identità disponibile nella sezione "Chi siamo" del sito web di Ateneo e a segnalare usi non corretti o non autorizzati del Marchio. Le segnalazioni possono essere effettuate seguendo la procedura indicata nelle Linee guida.

Al fine di garantire che tutti gli usi del Marchio siano effettuati nel rispetto del Regolamento, l'Ateneo si riserva di effettuare attività di monitoraggio e controlli su apposita segnalazione allo scopo di reprimerne eventuali abusi o indebiti utilizzi.

## **TITOLO VI NORME TRANSITORIE E FINALI**

### **Articolo 18 - (Norme transitorie e finali)**

Il presente Regolamento emanato con Decreto Rettorale entra in vigore il giorno successivo a quello della sua data di pubblicazione sul Bollettino Ufficiale di Ateneo.

Entro un termine massimo di 1 anno dalla data di emanazione ed entrata in vigore, il presente Regolamento sarà sottoposto a verifica, con riserva per gli organi di governo dell'Ateneo di proporre e di apportare aggiornamenti, modifiche e/o integrazioni.

L'uso del Marchio e degli altri Segni distintivi dell'Ateneo anteriormente all'entrata in vigore di questo Regolamento resta sottoposto alla disciplina previgente e/o agli accordi sottoscritti con l'Ateneo fino al termine dell'autorizzazione accordata.