



IL RETTORE

VISTO lo Statuto dell'Università degli Studi di Milano – Bicocca, emanato con Decreto Rettoriale n. 0012034/12 del 4.5.2012 e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana – Serie Generale n. 119 del 23.5.2012;

VISTI gli artt. 7 e seguenti del Codice Civile;

VISTI gli artt. 2569 e seguenti del Codice Civile;

VISTI gli artt. 2598 e seguenti del Codice Civile;

VISTO il Decreto legislativo 10.02.2005 n.30 e s.m.i.;

VISTA la Legge 22 aprile 1941 n. 633 e s.m.i.;

VISTA la delibera della Consiglio di Amministrazione dell'Università degli Studi di Milano - Bicocca del 23.7.2013;

VISTA la delibera del Senato Accademico dell'Università degli Studi di Milano - Bicocca del 5.9.2013;

DECRETA

l'emanazione del

REGOLAMENTO DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO - BICOCCA PER LA DISCIPLINA DELL'USO DEL NOME, DEL LOGO E DELL'IMMAGINE DELL'ATENEO

ART.1 - AMBITO DI APPLICAZIONE DEL REGOLAMENTO

1. Il presente regolamento definisce e disciplina le modalità d'uso del nome, del logo e dell'immagine dell'Università degli Studi di Milano - Bicocca.
2. Le riprese audiovisive e le fotografie effettuate per motivi di interesse pubblico o nell'ambito di servizi giornalistici, nonché le conferenze stampa effettuate per motivi istituzionali dell'Ateneo sono consentite a norma di legge.
3. L'utilizzo del nome e del logo da parte degli spin off universitari è disciplinato dal Regolamento d'Ateneo sulla costituzione degli spin off accademici.

ART. 2 – DENOMINAZIONE, LOGO E IMMAGINE

1. La denominazione ufficiale dell'Ateneo (di seguito "nome") è "Università degli Studi di Milano - Bicocca".
2. Il logo dell'Università degli Studi di Milano - Bicocca è costituito da una figura geometrica tridimensionale, ottaedro leonardesco di colore grigio, in posizione centrale con la scritta "Università degli Studi di Milano-Bicocca" posta a contorno del disegno. Nelle riproduzioni con base superiore a 30 centimetri sul lato inferiore del logo viene inserita la scritta "AUDENTES FORTUNA IUVAT"
3. L'immagine dell'Università, quale raffigurazione delle strutture interne ed esterne della stessa, è segno distintivo essenziale dell'Ente.
4. Il nome, il logo e l'immagine dell'Università sono tutelate ai sensi della normativa vigente.
5. Le strutture universitarie possono creare propri loghi che si distinguono nel colore e nella forma dal logo ufficiale dell'Università. L'uso di tali loghi è consentito solo congiuntamente al logo dell'Università.

ART. 3 - UTILIZZO DEL NOME E DEL LOGO PER FINALITÀ ISTITUZIONALI

1. L'uso del nome e del logo dell'Università è di competenza esclusiva e riservata dell'Ateneo, dei propri organi di governo e delle proprie strutture scientifiche, didattiche, amministrative e di servizio, i quali sono tenuti ad avvalersene in relazione alle proprie attività istituzionali.
2. È in ogni caso consentito al personale universitario l'utilizzo del nome e/o del logo dell'Università senza previa autorizzazione:
 - a) sui siti web delle strutture universitarie. L'uso del logo sui social media (Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest ecc.) può avvenire solo sui canali ufficiali dell'Ateneo;
 - b) sui documenti elaborati nell'ambito di attività svolte in collaborazione o su commissione di soggetti terzi;
 - c) sulla carta intestata e/o sui biglietti da visita dei professori, dei ricercatori e del personale tecnico-amministrativo dell'Università nell'ambito delle proprie attività istituzionali;
3. È in ogni caso consentito l'utilizzo del nome e/o del logo dell'Università, senza previa autorizzazione, sugli elaborati finalizzati al conseguimento di titoli rilasciati dall'Università quali, a titolo esemplificativo, tesi di laurea e di dottorato;
4. L'uso del nome e del logo su inviti, locandine, manifesti, opuscoli, comunicati, depliant, brochure, pagine web e altro materiale riferito ad eventi promossi da strutture dell'ateneo e/o da singoli docenti o ricercatori o da gruppi di docenti e/o ricercatori, anche in collaborazione con altri enti pubblici o privati, è consentito previa delibera favorevole dell'organo collegiale della struttura di afferenza degli stessi in merito all'iniziativa.
5. L'uso del nome e del logo nelle opere dell'ingegno letterarie (pubblicazioni) del personale afferente all'Università, elaborate in ambito istituzionale, potrà essere regolato nei relativi contratti di edizione in cui sia parte contraente anche l'Università.
6. Nei casi diversi da quelli sopra elencati l'uso del nome e del logo potrà essere consentito solo previa autorizzazione del Rettore su apposita e motivata istanza scritta del soggetto interessato.
7. In presenza di cause o motivi che possano pregiudicare il nome e/o l'immagine e/o il decoro e/o la reputazione dell'Università, la stessa può impedirne l'utilizzo insindacabilmente.
8. L'Università si riserva, a scopo promozionale dell'Ateneo e della sua immagine, di organizzare autonomamente la realizzazione e la distribuzione di gadgets tradizionali, capi di abbigliamento, materiale celebrativo di ricorrenze, articoli di cancelleria e simili, con apposizione del proprio nome e/o logo.

ART. 4 - UTILIZZO DEL NOME E DEL LOGO DELL'UNIVERSITÀ DA PARTE DI SOGGETTI TERZI

1. L'uso del nome e del logo dell'Università da parte di terzi, sul materiale e sui documenti relativi alle attività e ai progetti realizzati in attuazione di accordi di collaborazione scientifica e/o didattica con l'Università è consentito, previa autorizzazione del Dipartimento universitario di riferimento, alle seguenti condizioni:
 - l'uso del nome e del logo dell'Università non abbia scopo pubblicitario di prodotti o servizi;
 - l'uso del nome e del logo dell'Università sia riferito alla specifica iniziativa oggetto della collaborazione e limitatamente alla durata della stessa;
 - non sia arrecato in alcun modo documento al buon nome, all'immagine, al decoro, alla reputazione dell'Università, e sia tenuta indenne l'Università da qualsiasi danno o obbligo che alla stessa possa derivare al riguardo, nonché da qualsivoglia utilizzo del nome dell'Università denigratorio o fuorviante per il pubblico;
2. L'uso del nome/logo nell'ambito di iniziative organizzate da terzi in locali dell'Ateneo o alle quali il personale docente e/o tecnico-amministrativo dell'Università partecipa a titolo personale, in qualità di relatore, potrà essere consentito solo previa autorizzazione del Rettore dietro apposita e motivata istanza scritta.
3. L'utilizzo del nome e del logo dell'Università, anche congiuntamente con il nome e/o logo di strutture universitarie, a scopo pubblicitario o di garanzia della qualità di prodotti o servizi da parte di terzi interessati, anche nell'ambito o a seguito di attività svolte dall'Università su commissione è consentito previa valutazione dell'opportunità di concederne l'uso nei singoli

casi specifici e a condizione che siano tutelati il buon nome, l'immagine, il decoro e la reputazione dell'Università.

Rientra nella previsione di cui al presente comma la possibilità di concedere a terzi il diritto di utilizzazione del nome e/o logo dell'Università per mettere in commercio prodotti (*gadgets* tradizionali, capi di abbigliamento, materiale celebrativo di ricorrenze, articoli di cancelleria e simili) contraddistinti da tali segni identificativi (*merchandising*).

In tali casi, l'Ateneo potrà richiedere un corrispettivo economico costituito da un importo una tantum e/o una percentuale (fissa o variabile) sulle vendite del prodotto o del servizio.

Per la determinazione del corrispettivo si dovrà tener conto dei seguenti fattori:

- Tipologia del prodotto/servizio da pubblicizzare (sua specificità tecnologica, particolarità del prodotto/servizio, ecc.);
- Numero dei prodotti/servizi da pubblicizzare in relazione al numero globale di prodotti/servizi (o altri prodotti/servizi) che la Società immette sul mercato;
- Qualità del prodotto/servizio certificata o meno da organi ufficiali ed ottenimento delle necessarie autorizzazioni per l'immissione in commercio del prodotto/servizio;
- Area territoriale di vendita del prodotto/servizio da pubblicizzare (ambito spaziale o mercato di vendita che si vuole ricoprire);
- Periodo di durata della distribuzione del prodotto/servizio pubblicizzato e periodo di esaurimento scorte;
- Modalità di distribuzione del prodotto/servizio (ad es., grande distribuzione, ecc.);
- Forme pubblicitarie e relativi mezzi multimediali impiegati;
- Tipo di utilizzazione richiesta (ad es., uso del nome sotto forma di citazione della collaborazione; diretto a garantire caratteristiche o proprietà del prodotto, ecc.);
- Dicitura e/o formula letteraria e/o grafica esatta che si intende utilizzare;
- Bozze/campioni e/o etichette;
- Fatturato relativo al prodotto/servizio da pubblicizzare e volume di affari della società;
- Altri elementi ed informazioni utili per la decisione finale.

La richiesta di utilizzo del nome/logo dell'Università, di cui al presente comma, dovrà essere indirizzata al Magnifico Rettore con l'indicazione delle suddette informazioni. Il Consiglio di Amministrazione dell'Università delibera in ordine alla concessione dell'uso del nome e del logo, e delle relative modalità, previa istruttoria degli Uffici competenti.

Gli atti relativi alla concessione dell'uso del nome/logo saranno sottoscritti dal Rettore o da un suo delegato.

4. Le Associazioni para-universitarie del personale docente e/o tecnico amministrativo possono utilizzare il nome e/o logo dell'Università a titolo gratuito per proprie finalità statutarie. Un'utilizzazione a scopo commerciale (del nome e/o logo dell'Università da parte di dette Associazioni) dovrà in ogni caso essere autorizzata dall'Ateneo. La fornitura al personale dell'Università di prodotti (*gadgets* tradizionali, capi di abbigliamento, materiale celebrativo di ricorrenze, articoli di cancelleria e simili) nell'ambito di iniziative condotte e realizzate da dette associazioni non integra lo scopo commerciale.
5. Gli Enti partecipati dall'Università potranno riportare il nome e logo della stessa nei propri siti web, nell'apposita sezione dedicata ai soci, apponendo il relativo link al sito web dell'Ateneo. Ogni altro uso dovrà essere espressamente autorizzato.
6. Al di fuori dei casi sopra elencati, l'utilizzo del nome/logo/immagine dell'Ateneo da parte di soggetti terzi che intrattengano rapporti con l'Università o sue strutture, ivi compresi i case study, deve essere concordato in maniera specifica attraverso apposito accordo scritto, stipulato secondo le modalità stabilite nei regolamenti dell'Università.

ART. 5

USO DEL NOME E DEL LOGO NELL'AMBITO DEI RAPPORTI CON LE AZIENDE OSPEDALIERE

1. L'uso del nome e del logo dell'Ateneo da parte delle strutture sanitarie pubbliche e private, che costituiscono il polo universitario ai sensi della Legge regionale 33/2009, è concesso alle

mr

- strutture sanitarie con le quali l'Ateneo ha stipulato la convenzione per l'attivazione integrale di singoli corsi di studio.
2. L'uso del nome e del logo dell'Ateneo è altresì concesso alle altre strutture sanitarie, non comprese nel polo universitario, ma convenzionate con l'Ateneo quali strutture di sede o strutture collegate ai fini della costituzione e il funzionamento della rete formativa delle scuole di specializzazione.
 3. La concessione dell'uso del nome e del logo alle strutture indicate ai commi 1 e 2 è ammessa per:
 - a) il funzionamento integrale della sede dei corsi di studio;
 - b) il funzionamento della rete formativa delle scuole di specializzazione;
 - c) lo svolgimento congiunto di percorsi formativi nell'ambito di programmi di formazione continua e permanente;
 - d) lo svolgimento congiunto di ricerche pre-cliniche, sperimentazioni cliniche e studi osservazionali nell'ambito di programmi di ricerca scientifica e tecnologica.
 4. La concessione dell'uso del nome e del logo alle strutture indicate ai commi 1 e 2 può essere consentito, previo accordo con l'Ateneo con le modalità indicate nel presente regolamento, per gli atti e documenti assistenziali, quali prescrizioni, referti, cartelle cliniche, redatti e tenuti da personale medico universitario convenzionato. Gli atti e i documenti, riconducibili a personale medico universitario convenzionato, devono obbligatoriamente indicare il nome dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

ART. 6 - PATROCINIO

1. L'Università può concedere il patrocinio per iniziative organizzate o promosse da terzi, ritenute meritevoli per le loro finalità culturali, artistiche, scientifiche, sociali, educative. Con la concessione del patrocinio, l'Università esprime il proprio apprezzamento e pubblico riconoscimento a tali iniziative considerate di particolare rilievo, sostenendone gli obiettivi con la propria adesione.
2. La concessione del patrocinio non comporta alcun impegno dell'Università ad erogare contributi finanziari a favore del terzo organizzatore o promotore dell'evento, né a fornire supporto organizzativo e/o logistico per lo svolgimento dell'iniziativa.
3. La richiesta di patrocinio deve essere inviata esclusivamente per via telematica al seguente indirizzo: ateneo.unimib@legalmail.it (PEC). Essa deve contenere la descrizione dell'iniziativa e delle sue finalità ed, in particolare, il tipo, la forma, le modalità e la durata dell'utilizzazione, di pubblicizzazione e diffusione dell'evento (inviti, locandine, manifesti, opuscoli, comunicati, depliant, brochure, pagine web e simili).
4. L'istruttoria sarà condotta dagli Uffici competenti, che valuteranno la rilevanza culturale e/o sociale dell'iniziativa, il particolare prestigio dei soggetti partecipanti, l'interesse dell'Università alla realizzazione dell'iniziativa stessa.
5. All'esito di tale istruttoria il patrocinio sarà concesso con lettera firmata dal Rettore o suo delegato che autorizza anche l'utilizzo del nome e del logo dell'Università con la dicitura "Con il patrocinio dell'Università degli Studi di Milano - Bicocca".
6. Il richiedente dovrà impegnarsi a non arrecare in alcun modo nocimento al buon nome, all'immagine, al decoro, alla reputazione dell'Università, e a tenere inoltre indenne l'Università da qualsiasi danno o obbligo che alla stessa possa derivare al riguardo, nonché da qualsivoglia utilizzo del nome dell'Università non veritiero, denigratorio o fuorviante per il pubblico.
7. L'Università si riserva il diritto di revocare unilateralmente ed insindacabilmente l'autorizzazione in presenza di cause o motivi che possano pregiudicare il nome e/o l'immagine e/o il decoro e/o la reputazione della stessa.

ART. 7

RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE ALL'EFFETTUAZIONE DI RIPRESE AUDIO-VISIVE PER FINI COMMERCIALI

AM



1. L'Università può autorizzare l'effettuazione di riprese fotografiche e/o audiovisive (di seguito "RIPRESE") di interni dell'Università degli Studi di Milano -Bicocca e/o di strutture esterne (edifici, piazze, ecc.) di pertinenza dell'Università medesima previa richiesta in cui siano specificati il periodo, la tipologia e il luogo delle riprese, le attrezzature ed il personale impiegato, il contenuto, le modalità di utilizzazione delle RIPRESE, le finalità dell'utilizzazione e l'ambito di diffusione delle stesse.
2. La concessione avviene a titolo oneroso, sulla base di una valutazione di congruità del compenso, tramite accordo da formalizzarsi anche mediante scambio di corrispondenza, sottoscritto dal Rettore o da suo delegato, sulla base del documento allegato al presente Regolamento.
3. L'autorizzazione è concessa dal Rettore o suo delegato, sotto condizione che non ne derivi nocimento al buon nome e/o all'immagine e/o al decoro e/o alla reputazione dell'Università.
4. La determinazione del corrispettivo spetta al Direttore Generale previa istruttoria dell'ufficio competente e tiene conto, tra gli altri, della tipologia, numero e qualità dei prodotti/servizi da pubblicizzare, dell'area di vendita e del periodo di distribuzione, delle modalità di distribuzione e delle forme pubblicitarie utilizzate.
5. E' fatta salva l'applicazione, per la definizione del corrispettivo per l'utilizzo degli spazi, del Regolamento d'Ateneo per l'uso degli spazi.

ART. 8 – ENTRATA IN VIGORE

Il presente Regolamento è approvato dal Senato Accademico, previo parere del Consiglio di Amministrazione, ed è emanato con Decreto Rettoriale. Esso entra in vigore a decorrere dal giorno successivo al Decreto Rettoriale di emanazione.

Milano, 27 SET. 2013

Universita' degli Studi
di Milano - Bicocca
Rep Decreti Rett DA Dir 2224/2013
0027212/13 del 30/09/2013
Classif. I.04
AREA RICERCA



IL RETTORE
Prof. Marcello Fontanesi

