

Pubblicato il 29 maggio 2019

**ESTRATTO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
SEDUTA 7 MAGGIO 2019**

DIREZIONE II

**12.1) REGOLAMENTO PER L'UTILIZZO DEL LOGO
ISTITUZIONALE DELL'UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA
"TOR VERGATA" E REGOLAMENTO PER LA CONCESSIONE DEL
PATROCINIO DELL'UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA "TOR
VERGATA"**

..... OMISSIS.....

ESPRIME PARERE FAVOREVOLE

sui Regolamenti per l'utilizzazione del logo istituzionale dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" e per la concessione del patrocinio dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" come dai testi di seguito riportati:

**REGOLAMENTO PER L'UTILIZZO DEL LOGO ISTITUZIONALE
DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "TOR VERGATA"**

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

ART. 1 – OGGETTO

1. Il presente Regolamento disciplina l'utilizzo del logo istituzionale dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", per tutelarne il valore istituzionale ed emblematico, nonché la funzione di identificazione e riconoscimento.
2. Le norme volte a stabilire le condizioni generali per la concessione del diritto d'uso del logo, le modalità di riproduzione ed i relativi controlli sono dettate, esclusivamente, dal presente Regolamento.
3. Eventuali modifiche delle condizioni di utilizzo o revisioni grafiche del logo sono disposte dal Consiglio di Amministrazione dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", con conseguente adeguamento del presente Regolamento.
4. La denominazione corretta dell'Ateneo, così come appare nell'art.1 dello Statuto, è: Università degli Studi di Roma "Tor Vergata".
Per l'inglese: Tor Vergata University of Rome.

CAPO II – USO DEL LOGO

ART. 2 – TITOLARITÀ

1. Tutti i diritti relativi all'utilizzazione del logo sono nella titolarità esclusiva dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" ai sensi degli art.li 2569 e seguenti del codice civile.

2. L'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" tutela il proprio logo da contraffazioni o alterazioni, intraprendendo tutte le azioni necessarie. Eventuali responsabilità di natura civile, penale e fiscale per l'utilizzo improprio o non autorizzato del logo sono esclusivamente a carico del soggetto terzo, il quale terrà manlevato l'Ateneo da ogni responsabilità.

ART. 3 – DESCRIZIONE DEL LOGO

1. All'atto dell'approvazione del presente regolamento, il logo ufficiale e registrato dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" è costituito da un rettangolo verde con una lettera U di colore bianco, con al suo interno una torre stilizzata di colore verde, con pantone P 137-8 C. Alla destra del pittogramma il logo si completa con la dicitura "TOR VERGATA" in maiuscolo e con carattere più evidente "UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA" sempre in maiuscolo ma con carattere più piccolo. Il font di entrambe le diciture è il MINION PRO REGULAR. Nella versione in lingua inglese del logo, la sola differenza è rappresentata dalla dicitura "UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA", sostituita da "UNIVERSITY OF ROME"

2. La tutela del logo così come descritto al precedente comma 1 deve intendersi estesa anche nel caso in cui il logo stesso venga pubblicato nella forma di puro grafismo, privo quindi di espressioni testuali oppure con espressioni testuali differenti rispetto a quelle indicate al comma 1 del presente articolo e cioè: "UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA" e "TOR VERGATA".

3. Eventuali declinazioni grafiche future e registrazioni saranno automaticamente assoggettate al presente Regolamento.

4. Per ogni specifica relativa all'utilizzo grafico del logo, dei font e dei colori, si fa riferimento al documento "Manuale d'uso del logo", pubblicato sul sito di Ateneo al link <http://utov.it/s/logo18>.

5. Anche il logo ufficiale è pubblicato sul sito internet d'Ateneo, allo stesso link.

ART. 4 – IMMAGINE COORDINATA

1. Al Rettore fa capo la validazione finale degli strumenti di immagine coordinata (carte da lettere, modulistica e stampati vari, pubblicazioni segnaletica, esposizioni, oggettistica e tutto ciò che costituisce l'identità visiva dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"), siano essi riprodotti internamente o da soggetti esterni.

ART. 5 – UTILIZZO DEL NOME E DEL LOGO PER FINALITÀ ISTITUZIONALE DI COMUNICAZIONE

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 e didattiche, i quali sono tenuti ad avvalersene in relazione alle proprie attività istituzionali.

2. Le strutture universitarie possono creare propri loghi che si distinguono nel colore e nella forma dal logo ufficiale dell'Università. Tali loghi devono essere sottoposti preventivamente alla validazione del Rettore acquisito il parere del Senato Accademico che si esprimerà anche in ordine all'eventuale utilizzo congiunto degli stessi.

3. 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 e sugli account social delle strutture universitarie, le cui descrizioni pubbliche dovranno correttamente riportare ogni afferenza, e illustrare chiaramente la paternità, in aderenza alla Social Media Policy adottata dall'Ateneo e pubblicata sul sito web istituzionale;
- 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 e bibliotecario dell'Università nell'ambito delle proprie attività istituzionali;
- d) ai professori a contratto ed ai ricercatori a tempo determinato è consentito l'utilizzo del logo esclusivamente per il periodo di durata del contratto e dell'incarico.

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. L'apposizione del logo sulla tesi e sugli elaborati previsti dai singoli piani di studio ha il solo scopo di segnalare l'appartenenza dello studente all'Ateneo 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. Il marchio insieme con i relativi formati applicativi per il frontespizio della tesi e degli elaborati previsti, potranno essere scaricati online dal sito web dell'Ateneo solo previa compilazione di apposita dichiarazione di responsabilità al loro corretto utilizzo, indirizzata per competenza alla Direzione I dell'Ateneo.

4. L'uso del nome e del logo su inviti, locandine, manifesti, opuscoli, comunicati, dépliant, brochure, pagine web ed altro materiale riferito ad eventi promossi da strutture dell'Ateneo (Facoltà/Macroaree/Dipartimenti), 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, e sempre in aderenza al Manuale d'uso del logo pubblicato sul sito di Ateneo.

5. L'uso del nome e del logo delle opere di ingegno letterarie (pubblicazioni) del personale universitario, 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 secondo la procedura di cui al successivo art. 8 del presente Regolamento.

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 gadget, materiale celebrativo di ricorrenze, articoli di cancelleria e simili, con apposizione del proprio nome e/o logo.

ART. 6 – 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 secondo la procedura di cui al successivo art. 8 del presente Regolamento, previo parere favorevole del Dipartimento universitario di riferimento, alle seguenti condizioni:

- a) l'uso del nome e del logo dell'Università non abbia scopo pubblicitario di prodotti o servizi;
- b) l'uso del nome e del logo dell'Università sia riferito alla specifica iniziativa oggetto della collaborazione e limitatamente alla durata della stessa;
- c) non sia arrecato in alcun modo nocimento 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;
- d) ne sia fatta richiesta in aderenza alle norme espresse al successivo art. 8 del presente Regolamento.

2. L'uso del nome e del logo nell'ambito di iniziative organizzate da terzi in locali dell'ateneo o alle quali il personale docente e/o tecnico, amministrativo e bibliotecario dell'Università partecipa a titolo personale, in qualità di relatore, potrà essere consentito solo previa autorizzazione, a seguito di apposita e motivata istanza scritta, secondo la procedura di cui al successivo art. 8 del presente Regolamento

3. L'utilizzo del nome e del logo dell'Università a scopo pubblicitario o di garanzia della qualità di prodotti o servizi da parte di terzi interessati è disciplinato dall'art. 10 del presente Regolamento

4. Le associazioni para-universitarie del personale docente e/o tecnico amministrativo bibliotecario possono utilizzare il nome e/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 essere comunque autorizzata dall'Ateneo secondo le modalità di cui al precedente punto 3). La fornitura al personale dell'Università di prodotti, quali gadget tradizionali, capi d'abbigliamento, materiale celebrativo di ricorrenze, articoli di cancelleria e simili, nell'ambito delle iniziative promosse e realizzate da dette associazioni, non integra lo scopo commerciale.

5. Gli Enti partecipati dall'Università, quali società, fondazioni, consorzi o altre forme associative di diritto pubblico o privato alla quali l'Ateneo

partecipa per lo svolgimento di attività strumentali alla didattica, alla ricerca e alla formazione o, comunque, utili per il conseguimento dei propri fini istituzionali, potranno riportare il nome e il logo della stessa nei propri siti web, nell'apposita sezione dedicata ai soci, apponendo il relativo link sul sito web dell'Ateneo. Ogni altro uso dovrà essere espressamente e preventivamente autorizzato. Oltre i casi espressamente elencati, l'utilizzo del nome/logo/immagine dell'Ateneo da parte di soggetti terzi che intrattengano rapporti con l'Università o sue strutture deve essere concordato in maniera specifica attraverso apposito accordo scritto, che dovrà prevedere, altresì, la condivisione in ordine al dimensionamento del logo in relazione agli altri elementi grafici del materiale prodotto.

ART. 7 – USO DEL NOME E DEL LOGO NELL'AMBITO DEI RAPPORTI CON LE STRUTTURE SANITARIE CONVENZIONATE.

1. L'uso del nome e del logo dell'Ateneo da parte delle strutture sanitarie, pubbliche e private, a vario titolo convenzionate è concesso, con le modalità espresse nel successivo art.8, per:

- a) Il funzionamento integrale della sede dei corsi di studio;
- b) Il funzionamento della rete formativa delle scuole di specializzazione, master etc.;
- c) Lo svolgimento di attività di dottorato di ricerca;
- d) Lo svolgimento congiunto di percorsi formativi nell'ambito di programmi di formazione continua e permanente;
- e) Lo svolgimento congiunto di ricerche pre-cliniche, sperimentazioni cliniche e studi nell'ambito di programmi di ricerca scientifica e tecnologica;
- f) Lo svolgimento di attività assistenziali da parte di docenti strutturati presso le predette strutture. In questo caso gli atti ed i documenti riconducibili a personale medico universitario convenzionato devono obbligatoriamente indicare il nome dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata".

2. L'utilizzo del nome/logo/immagine dell'Ateneo da parte di strutture sanitarie convenzionate che intrattengano rapporti con l'Università o sue strutture deve essere concordato in maniera specifica attraverso apposito accordo scritto, che dovrà prevedere, altresì, la condivisione in ordine al dimensionamento del logo in relazione agli altri elementi grafici del materiale prodotto.

ART. 8 – MODALITÀ DI RICHIESTA DELL'UTILIZZO DEL LOGO E DI TRATTAZIONE

1. Tutti coloro che intendano fare uso del logo ufficiale dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" inoltrano richiesta, esclusivamente per via elettronica all'indirizzo: richiestalogo@uniroma2.it, ai fini dell'espletamento della relativa istruttoria.

2. Alla suddetta richiesta dovrà essere allegato il modulo riportato in allegato al presente regolamento, compilato in ogni sua parte.

3. In ordine alla richiesta di utilizzo del logo si esprimerà il Consiglio di Amministrazione dell'Università. La decisione riguardo la concessione o il

rifiuto dell'autorizzazione o l'esigenza di chiarimenti per un supplemento di istruttoria verrà comunicata al richiedente per via elettronica. In caso di concessione dell'autorizzazione il soggetto richiedente riceverà, per via elettronica, i file originali e le istruzioni di impiego. La riproduzione e/o l'utilizzo del logo secondo modalità difformi da quanto prescritto comporta l'immediata revoca dell'autorizzazione. L'autorizzazione deve intendersi sempre ed esclusivamente collegata all'iniziativa approvata e solo per il periodo corrispondente.

4. Resta inteso che l'utilizzo del logo, una volta concesso, è subordinato all'approvazione dell'impaginato finale di tutti i materiali relativi all'iniziativa (cataloghi, comunicati, locandine etc.).

5. L'utilizzo del logo dell'Università come link, così come ogni riproduzione di altre parti del sito dell'Ateneo su siti altrui è anch'esso sottoposto ad espressa autorizzazione secondo la procedura descritta nel presente articolo. In ogni caso la presenza del logo non rende responsabile l'Università dei contenuti e dei servizi offerti dal sito ospitante. L'Università si riserva di modificare il proprio sito in qualsiasi momento e a propria discrezione, senza alcun obbligo di informare i siti che hanno attivato i link.

6. L'autorizzazione non conferisce alcun diritto di esclusiva.

ART. 9 – LOGO E ALTRI SEGNI DISTINTIVI DELLE STRUTTURE DI ATENEO

1. Fermo restando quanto disposto al comma 2 dell'art. 5 del presente Regolamento riguardo l'obbligo di validazione dei loghi delle strutture di ricerca e didattiche dell'Ateneo, la disciplina stabilita nel presente Capo II si applica anche alla concessione d'uso degli eventuali segni distintivi propri di dette strutture.

2. La richiesta da parte di terzi di concessione della licenza d'uso del logo e degli altri segni distintivi delle strutture di Ateneo è rivolta al Direttore o al Presidente/Coordinatore, all'indirizzo della struttura interessata oppure all'indirizzo di posta elettronica della struttura medesima.

3. Il parere obbligatorio riguardante la concessione della licenza d'uso del logo e degli altri segni distintivi delle strutture di ricerca e didattiche dell'Ateneo è di esclusiva competenza del Consiglio della struttura che valuterà i requisiti e l'idoneità della richiesta progettuale e approverà il testo del relativo accordo;

4. La concessione a terzi della licenza d'uso di cui al presente articolo verrà disposta secondo le modalità di cui al precedente art. 8 del presente Regolamento, a seguito di istanza del Direttore/Presidente/Coordinatore, contenente il parere favorevole di cui al precedente punto 3.

ART. 10 – CONCESSIONE DELLA LICENZA D'USO

1. L'Ateneo può concedere a terzi, a seguito di procedura di gara, la licenza d'uso del logo per periodi predeterminati, previa sottoscrizione di apposito contratto di licenza d'uso a titolo oneroso, che costituisce una forma autonoma di autofinanziamento. 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 (gadget, 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.

L'eventuale uso congiunto del logo di Ateneo con altro marchio apposto sul prodotto o servizio realizzato dal licenziatario dovrà essere preventivamente autorizzato dall'Università. Per la determinazione del corrispettivo si dovrà tener conto dei seguenti fattori:

- a) Tipologia del prodotto/servizio da pubblicizzare in termini di specificità tecnologica, particolarità del prodotto/servizio etc.;
 - b) Numero dei prodotti/servizi da pubblicizzare in relazione al numero globale di prodotti/servizi che la società intende immettere sul mercato;
 - c) Qualità del prodotto/servizio certificata o meno da organi ufficiali ed ottenimento delle necessarie autorizzazioni per l'immissione in commercio del prodotto/servizio;
 - d) Area territoriale di distribuzione e vendita del prodotto/servizio da pubblicizzare;
 - e) Periodo di durata della distribuzione del prodotto/servizio pubblicizzato ricomprendendo anche il periodo di esaurimento delle scorte;
 - f) Modalità di distribuzione del prodotto/servizio, sia rivolta alla grande distribuzione, al dettaglio o sul mercato elettronico;
 - g) Forme pubblicitarie e relativi mezzi anche multimediali impiegati;
 - h) Tipo di utilizzazione richiesta;
 - i) Dicitura e/o formula letteraria e/o grafica che si intende utilizzare;
 - j) Bozze/campioni e/o etichette;
 - k) Fatturato presunto relativo al prodotto/servizio da pubblicizzare e volume d'affari che la società ritiene di realizzare;
 - l) Ogni altro elemento utile idoneo al rilascio dell'autorizzazione all'utilizzo del logo.
2. Il Consiglio di Amministrazione dell'Università delibera in ordine alla concessione dell'uso e del logo e delle relative modalità, mentre gli atti negoziali conseguenti alla predetta concessione saranno sottoscritti dal Rettore o da un suo delegato.
3. La concessione della licenza d'uso del logo dovrà comportare:
- a) l'utilizzo del logo in modo da non offendere il decoro dell'istituzione universitaria, fermo restando in ogni caso la salvaguardia del prestigio dell'Ateneo;
 - b) l'obbligo da parte del licenziatario di mettere a disposizione del pubblico nei luoghi di distribuzione dei prodotti anche pubblicazioni e materiale promozionale dell'Ateneo;
 - c) la corresponsione all'Università da parte del licenziatario di una parte degli utili derivanti dalla cessione dei prodotti, da stabilirsi contrattualmente;
 - d) l'obbligo da parte del licenziatario di riconoscere all'Università una quantità gratuita di prodotti, da stabilirsi contrattualmente;
 - e) l'obbligo da parte del licenziatario di riconoscere all'Università, al personale ed agli studenti universitari uno sconto sul prezzo in vendita dei prodotti, da stabilirsi contrattualmente;

- f) il licenziatario nell'elaborazione dei materiali sui quali verrà riprodotto il logo dell'Ateneo dovrà attenersi e rispettare il sistema di identità visiva dell'Ateneo medesimo.

CAPO III – DISPOSIZIONI TRANSITORIE E FINALI Art. 11 – REGIME TRANSITORIO

1. I loghi delle strutture di ricerca e didattiche dell'Ateneo già in uso prima dell'entrata in vigore del presente regolamento saranno sottoposti a validazione secondo le modalità di cui all'art. 5, comma 2 entro dodici (12) mesi dall'emanazione del decreto rettorale di cui al successivo articolo 12, durante i quali ne è consentito, in via provvisoria, l'utilizzo.

Art. 12 – ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente Regolamento è approvato dal Senato Accademico, previo parere del Consiglio di Amministrazione, ed è emanato con Decreto Rettorale. Lo stesso entra in vigore dalla data di registrazione.

REGOLAMENTO PER LA CONCESSIONE DEL PATROCINIO DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "TOR VERGATA"

ART. 1 – CONCESSIONE DEL 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. Il patrocinio può essere concesso sia in relazione ad una iniziativa specifica, sia in relazione a gruppi di iniziative ed ha validità esclusivamente per la finalità e la durata dell'iniziativa di riferimento.
3. 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.

ART. 2 – SOGGETTI BENEFICIARI DEL PATROCINIO

1. I soggetti che possono presentare richiesta di concessione del patrocinio sono:
 - a) Enti pubblici che svolgono attività di interesse per la comunità universitaria, nonché aziende pubbliche di servizi;
 - b) Enti, associazioni, comitati, fondazioni e altre organizzazioni a carattere scientifico, culturale, educativo, sportivo, economico e sociale, di interesse locale e generale, che operino senza fini di lucro;
 - c) altri organismi no profit;
 - d) altri soggetti pubblici o privati che svolgono attività attinenti le competenze e l'ambito di intervento nell'Ateneo.

2. Possono essere potenziali beneficiari di patrocinio anche i soggetti privati e le associazioni portatrici di interessi diffusi e le società, di capitali o di persone, per iniziative divulgative, comunque non lucrative.

ART. 3 – TIPOLOGIA DELLE INIZIATIVE OGGETTO DI PATROCINIO

1. Le tipologie tipiche di iniziative per le quali può essere concesso il patrocinio sono:

- a) convegni, congressi, conferenze e seminari;
- b) iniziative di studio, di ricerca e di documentazione;
- c) eventi, manifestazioni e attività scientifiche, culturali, educative, sportive e sociali;
- d) prodotti editoriali cartacei (es. pieghevoli, locandine, brochure) o multimediali (es. siti internet, video etc.).

2. L'Ateneo si riserva, altresì, di individuare in fase di istruttoria altre possibili tipologie di iniziative (es. campagne di comunicazione) eventualmente ritenute meritevoli di patrocinio.

ART. 4 – MODALITÀ E PROCEDURE PER RICHIEDERE LA CONCESSIONE DEL PATROCINIO NON ONEROSO

1. La concessione del patrocinio è subordinata ad una formale specifica richiesta che contenga la descrizione dell'iniziativa, i dati del richiedente, la ragione sociale, il settore di attività, le condizioni della proposta nonché le modalità d'uso del logo dell'Ateneo, l'indicazione di eventuali altri soggetti patrocinanti nonché da esauriente documentazione illustrativa dell'iniziativa.

2. La richiesta, rivolta al Magnifico Rettore, dovrà essere inviata all'indirizzo mail dell'Ateneo: patrocini@uniroma2.it, di norma, almeno 30 (trenta) giorni prima della data prevista per la realizzazione dell'evento/manifestazione, utilizzando il modulo allegato al presente Regolamento.

3. 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, in modo da consentire al Rettore di esprimere un giudizio in merito ai fini dell'autorizzazione.

4. All'esito di tale istruttoria, il patrocinio sarà concesso (o negato) con lettera firmata dal Rettore o da un suo delegato che, nel caso di concessione accordata, autorizza anche l'utilizzo del logo con la dicitura "Con il patrocinio dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" (per iniziative in lingua inglese: "Under the patronage of the University of Rome Tor Vergata"). (oppure "Under the patronage of Tor Vergata University of Rome")

5. In caso di concessione del Patrocinio e relativo utilizzo del logo, si fa riferimento al relativo Regolamento e al Manuale d'uso del logo dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", pubblicato sul sito di Ateneo, per il rispetto delle norme di applicazione grafica. I soggetti beneficiari di patrocinio riceveranno via email o mediante link il logo ufficiale di cui si intende concesso l'utilizzo.

6. Il richiedente dovrà impegnarsi a non arrecare in alcun modo nocumento al buon nome, all'immagine, al decoro, alla reputazione dell'Università, e a

tenere inoltre indenne l'Università stessa da qualsiasi danno o obbligo che alla stessa possa derivare al riguardo, nonché da qualsiasi 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. 5 – COMPETENZA E CRITERI PER LA CONCESSIONE DEL PATROCINIO

1. La concessione del patrocinio è di esclusiva competenza del Rettore, previa discrezionale valutazione dei seguenti criteri:

- a) coerenza dell'iniziativa con le finalità istituzionali dell'Ateneo, valutata con riferimento agli ambiti generali di attività, alle linee di azione consolidate, ai programmi e progetti;
- b) rilevanza per la comunità di riferimento;
- c) valenza dell'accostamento tra l'immagine dell'Ateneo e l'iniziativa, valutata con riguardo alla varietà e alle potenzialità di diffusione del messaggio e degli strumenti comunicativi utilizzati;
- d) rispetto della procedura di richiesta prevista dal presente Regolamento.

2. È in facoltà del Rettore rimettere la valutazione della richiesta di concessione del patrocinio al Senato Accademico.

ART. 6 – LIMITAZIONI ED ESCLUSIONI

1. La concessione del patrocinio è vietata nei seguenti casi:

- a) per iniziative palesemente non coincidenti e in conflitto con le finalità dell'Ateneo;
- b) per iniziative il cui fine commerciale è valutato come prevalente o esclusivo;
- c) per iniziative a carattere politico o sindacale.

2. L'Ateneo può, in ogni caso, revocare il proprio patrocinio ad un'iniziativa, con le stesse modalità previste per la concessione, quando le sue modalità di svolgimento o gli strumenti comunicativi della stessa possano danneggiare in qualunque modo l'immagine dell'istituzione o parte di essa.

ART. 7 – MODALITÀ DI UTILIZZO DEL LOGO

1. Il soggetto patrocinato deve utilizzare il logo dell'Ateneo negli strumenti comunicativi dell'iniziativa, per cui è stato ottenuto il patrocinio, al fine di dare massima evidenza al sostegno riconosciuto.

2. Anche nell'elaborazione dei materiali sui quali vengono riprodotti il logo distintivo dell'Ateneo, il soggetto patrocinato è, in particolare, tenuto a rispettare le indicazioni del Regolamento di utilizzo logo dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata".

3. Il soggetto patrocinato è tenuto a utilizzare la dicitura "Con il patrocinio dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" per precisare negli strumenti comunicativi il ruolo dell'Ateneo nei confronti della specifica iniziativa.

4. Eventuali modifiche delle condizioni di utilizzo o revisioni grafiche del logo oppure diverse modalità di concessione del patrocinio sono disposte dal Consiglio di Amministrazione dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", con conseguente adeguamento del presente Regolamento.

Art. 8 – ENTRATA IN VIGORE

1. Il presente Regolamento è approvato dal Senato Accademico, previo parere del Consiglio di Amministrazione, ed è emanato con Decreto Rettorale. Lo stesso entra in vigore dalla data di registrazione.

LETTO, APPROVATO E SOTTOSCRITTO SEDUTA STANTE

IL DIRETTORE GENERALE

IL PRO-RETTORE VICARIO