



## LA RETTRICE

VISTO il vigente Statuto dell'Università degli Studi di Firenze;

VISTE le *Linee guida operative per l'utilizzo del nome e del logo dell'Ateneo di Firenze e per la concessione dei patrocinii*, approvate con delibera del Senato accademico del 18 maggio 2022;

TENUTO CONTO che le suddette linee guida venivano emanate per un periodo di vigenza transitorio e che sono ad oggi scadute;

CONSIDERATA la necessità di procedere ad una revisione delle suddette linee guida;

VISTO la proposta recante *Linee guida per l'utilizzo del marchio dell'Ateneo di Firenze e per la concessione dei patrocinii*;

VISTA la delibera del Senato accademico del 19 maggio 2026;

VISTA la delibera del Consiglio di amministrazione del 29 maggio 2026,

## DECRETA

Sono emanate le *Linee guida per l'utilizzo del marchio dell'Ateneo di Firenze e per la concessione dei patrocinii* nel seguente testo:

### LINEE GUIDA PER L'UTILIZZO DEL MARCHIO DELL'ATENEO DI FIRENZE E PER LA CONCESSIONE DEI PATROCINI

#### Punto 1- Ambito di applicazione finalità e definizioni

1.1 Le presenti linee guida disciplinano l'utilizzo del marchio dell'Università degli Studi di Firenze, nonché la concessione dei patrocinii.

1.2 L'Università degli Studi di Firenze è titolare esclusiva del proprio marchio.

1.3 Per "marchio" si intende il marchio istituzionale che distingue l'Ateneo ed è attualmente composto dai seguenti elementi, il cui uso disgiunto è eccezionale e deve essere autorizzato:

- raffigurazione del Salomone, inserito in un cerchio al cui bordo esterno è riportata la frase "Universitas Florentina Studiorum";
- lettering "Università degli Studi Firenze" (senza preposizione 'di' per rafforzare il nome della città) con font Adobe Garamond Pro;
- linea di separazione tra i due elementi sopra citati.

Il marchio dell'Università di Firenze è registrato a livello comunitario e in UK, secondo il modello allegato (allegato A).

Il marchio denominativo è tale, comunque, venga disegnato o riprodotto, a prescindere dai caratteri e dalle soluzioni cromatiche adottate.

*1.4* L'Ateneo è dotato di un sistema di architettura dei marchi, secondo il quale ogni struttura ha un proprio marchio, che deriva da quello di Ateneo e lo ricomprende. Laddove un'iniziativa sia organizzata da più di due strutture, il marchio da utilizzare è quello di Ateneo. Non sono ammessi segni grafici diversi da quelli previsti nell'architettura dei marchi.

*1.5* L'uso del marchio è di competenza esclusiva dell'Ateneo, dei suoi organi di governo, e di tutte le strutture individuate dallo Statuto, che li utilizzano, senza autorizzazione, nell'ambito delle attività istituzionali o, comunque, di iniziative promosse direttamente dalle stesse, nel pieno rispetto delle norme, dell'immagine, del prestigio e della reputazione dell'Università. L'uso corretto del marchio incentiva l'identificazione con l'Università da parte dei suoi membri, facilita la riconoscibilità dell'istituzione dall'esterno, permette una traduzione visiva e accessibile della complessa struttura universitaria.

*1.6* Per patrocinio si intende l'adesione simbolica dell'Ateneo, in forma di manifestazione di apprezzamento, a iniziative, promosse da soggetti pubblici o privati, di carattere scientifico, culturale, educativo, sociale o di altro genere, in coerenza con i fini istituzionali delineati nel proprio statuto.

## **Punto 2 - Uso del marchio da parte di soggetti interni all'Ateneo**

*2.1* 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.

### *2.2 Per attività istituzionali*

Nell'ambito dello svolgimento di attività istituzionale, l'Ateneo, un Dipartimento o altra struttura individuata nello Statuto, che previa delibera dei rispettivi organi collegiali, partecipano all'organizzazione di una iniziativa promossa o organizzata da enti esterni, rientrante nella definizione di cui al punto 1.6 delle presenti Linee guida, possono concedere l'utilizzo del rispettivo marchio senza ulteriori autorizzazioni.

Il marchio può essere apposto, in forma cartacea o digitale, su documenti, carta intestata, biglietti da visita di personale strutturato dell'Università di Firenze. L'uso del marchio è consentito, inoltre, su inviti, locandine, manifesti, opuscoli, comunicati, depliant, brochure, pagine web e altro materiale riferito ad eventi di natura istituzionale promossi dall'Ateneo, o dalle altre strutture interne, anche in collaborazione con altri enti pubblici o privati, previa delibera degli organi collegiali di competenza.



Ufficio istruttorio:

Ufficio Identità visiva, prodotti multimediali e URP.

Nell'ambito della comunicazione sui social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, X, Instagram) e su altri canali (ad es. YouTube, etc.), l'uso del marchio è autorizzato solo sui canali ufficiali dell'Ateneo.

Uffici istruttori:

Settore comunicazione Istituzionale e Ufficio Identità visiva, prodotti multimediali e URP.

In qualunque contesto di utilizzo, il marchio dell'Ateneo di Firenze deve essere utilizzato secondo le regole stabilite nel **Manuale di Identità visiva** allegato alle presenti linee guida.

### *2.3 Per attività collegate alla didattica*

Gli studenti iscritti all'Università di Firenze possono avvalersi del marchio per la stampa delle tesi e degli elaborati previsti dai corsi di studio. L'apposizione del marchio ha il solo scopo di segnalare l'appartenenza dello studente alla comunità studentesca e scientifica dell'Ateneo. Lo studente non è in alcun modo autorizzato ad utilizzare il marchio per scopi diversi.

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 e non soggette a vendita.

Nel caso di progetti presentati in risposta a un bando competitivo che abbiano come obiettivo prevalente la progettazione o erogazione di percorsi formativi è necessario acquisire autorizzazione preventiva al fine dell'uso da parte dei partner di progetto del marchio.

### *2.4 Per attività collegate alla ricerca*

L'uso del marchio nell'ambito di iniziative di realizzazione di progetti competitivi è autorizzato in tutte le fasi dello svolgimento del progetto 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 per finalità commerciali.

Nel caso di uso per finalità commerciali l'uso deve esser autorizzato e regolato da apposito contratto.

Ufficio istruttorio:

Ufficio Identità visiva, prodotti multimediali e URP.

### *2.5 Merchandising*



L'Ateneo può ottenere la registrazione di marchi da sfruttare a fini commerciali per attività di merchandising.

L'Università può stipulare accordi di natura commerciale con terzi al fine di mettere in commercio prodotti contraddistinti dai propri segni identificativi (merchandising). Tali accordi sono gestiti dall'Amministrazione centrale dell'Ateneo e non possono essere attivati dalle strutture decentrate.

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.

### **Punto 3 - Uso del marchio da parte di soggetti esterni all'Ateneo**

**3.1** L'uso del Marchio da parte dei Soggetti terzi è sempre soggetto ad autorizzazione.

L'Università può autorizzare l'uso del proprio marchio da parte di soggetti esterni esclusivamente su documentazione relativa a progetti di ricerca comuni o attività nell'ambito di accordi di collaborazione con gli stessi, sulla base di quanto previsto dai medesimi accordi in materia di autorizzazione all'utilizzo del marchio altrui.

Ove non già previsto dalle delibere degli Organi competenti (ad esempio per la definizione stipula di specifici accordi) la valutazione circa l'opportunità di autorizzazione è in capo al Rettore, previa istruttoria degli uffici competenti.

#### *3.2 Per attività istituzionali*

Nei casi di progetti di ricerca comuni o accordi di collaborazione, l'Università può autorizzare l'uso del marchio sui materiali di comunicazione relativi allo sviluppo di progetti derivati.

L'Università può altresì autorizzare l'uso del proprio marchio in relazione ad attività diverse da quelle elencate, purché riferibili alle sue finalità istituzionali.

Uffici istruttori e procedura:

Ufficio Elezioni, Nomine e Attività Normativa.

Tutte le richieste di autorizzazione devono essere presentate utilizzando la modulistica allegata alle presenti Linee guida (modulo B), e supportate da idonea motivazione e da documentazione illustrativa ed esplicativa della iniziativa.

Una volta ricevuta autorizzazione all'uso del marchio, i materiali elaborati devono essere inviati a [comunicazione@adm.unifi.it](mailto:comunicazione@adm.unifi.it) per supervisione e approvazione.

In caso il marchio richiesto sia quello di un Dipartimento, è necessario indirizzare la richiesta di autorizzazione al Direttore del Dipartimento stesso; in questo caso trova applicazione il punto 3 delle presenti linee guida.

*3.3 Per finalità commerciali, anche nell'ambito di contratti per prestazioni eseguite nel prevalente interesse di soggetti terzi (conto terzi)*



L'uso del marchio di Ateneo non è mai permesso su prodotti commerciali, anche se il loro sviluppo deriva da progetti di ricerca comuni o accordi di collaborazione con l'Università stessa.

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. Tali accordi sono gestiti dall'area centrale competente dell'Amministrazione centrale dell'Ateneo e non possono essere attivati dalle strutture decentrate.

È tuttavia possibile citare sul prodotto la collaborazione con l'Ateneo attraverso la dicitura "in collaborazione con Università degli Studi di Firenze".

Ufficio istruttorio:

Ufficio Identità visiva, prodotti multimediali e URP.

### *3.4 Sponsorizzazioni*

Il marchio dell'Università o delle Strutture di ricerca può essere affiancato a quello di soggetti che ne sponsorizzano le attività secondo quanto indicato nelle linee guida di Ateneo sulle sponsorizzazioni, limitatamente al periodo in cui è in vigore l'attività sponsorizzata e secondo quanto disposto nell'ambito del contratto di sponsorizzazione attivato. Non è mai consentito l'utilizzo del marchio per finalità commerciali dello sponsor.

### *3.5 Co-branding*

Eventuali politiche di co-branding, finalizzate a dare visibilità ad un marchio tramite affiancamento al logo dell'Università, sono deliberate dal Consiglio di Amministrazione.

L'Università concede l'autorizzazione all'utilizzazione del logo e del nome, previo accordo tra le parti sulla determinazione di un corrispettivo di natura economica.

Ufficio istruttori:

Ufficio Identità visiva, prodotti multimediali e URP e Settore Crowdfunding e sponsorizzazioni.

### *3.6 Start-up e Spin-off*

Le società Start-up e Spin-off non sono autorizzate ad utilizzare il marchio di Ateneo, mentre possono usare l'apposito marchio derivato "Unifi Start-up" e "Unifi Spin-off", inserendolo sui materiali di comunicazione in posizione secondaria rispetto al logo della società stessa, nelle modalità indicate nel contratto uso-logo che ogni Start-up e Spinoff sottoscrive con l'Università.

È in ogni caso esclusa la possibilità di apposizione del marchio derivato Spin off o del marchio di Ateneo su prodotti o per l'identificazione dei servizi sviluppati dalle società.

Ufficio istruttorio: Up Placement e imprenditorialità.

### *3.7 Uso del marchio nei contratti di valorizzazione dei beni immateriali dell'Ateneo (trasferimento tecnologico)*

L'Ateneo non autorizza di norma l'uso del Marchio ai soggetti terzi che concludono con l'Ateneo contratti per la valorizzazione dei beni immateriali, tipicamente licenziatari di titoli di proprietà industriale dell'Ateneo.

Su richiesta del soggetto terzo licenziatario o cessionario di un titolo di proprietà industriale dell'Ateneo, l'Università può concedere l'uso del marchio a titolo oneroso. Il Marchio non potrà tuttavia mai essere apposto sul prodotto ma esclusivamente sul materiale di marketing collegato alla tecnologia coperta da privativa. La concessione e le condizioni della licenza sono regolate da apposito contratto che deve essere approvato dal Consiglio di Amministrazione. Tali accordi sono gestiti dall'area centrale competente dell'Amministrazione centrale dell'Ateneo e non possono essere attivati dalle strutture decentrate.

Ufficio istruttorio KTO-Rapporti con le imprese, Tutela e Valorizzazione IP.

### *3.8 Uso del marchio da parte di associazioni o enti partecipati dall'Università*

Gli Enti partecipati dall'Università di Firenze possono riportare il marchio della stessa nei propri siti web, esclusivamente nella parte dedicata ai soci, apponendo il relativo link al sito web dell'Ateneo. In assenza di una sezione soci nel sito web o in caso di ogni altro uso è necessaria espressa autorizzazione.

## **Punto 4 - Patrocinio**

### *4.1 Le richieste di patrocinio possono essere presentate:*

- a) all'Ateneo, per la concessione del patrocinio di Ateneo;*
- b) a un Dipartimento, per la concessione del patrocinio del Dipartimento.*

*4.2 L'Ateneo concede il proprio patrocinio a tutte le iniziative organizzate o promosse da terzi, rientranti nella definizione di cui al punto 1.6. delle presenti Linee guida, di particolare rilevanza o di interesse di più aree scientifico-disciplinari. Per tutte le iniziative non rientranti nella definizione di cui al presente punto può essere richiesto il patrocinio del Dipartimento.*

*4.3 Il Dipartimento concede il proprio patrocinio a tutte le iniziative organizzate e promosse da terzi, rientranti nella definizione di cui al punto 1.6 delle presenti Linee guida ed avente carattere prevalentemente scientifico, ove il Dipartimento stesso sia referente del settore scientifico – disciplinare maggiormente attinente all'iniziativa.*

*4.4 Nel caso di richiesta del patrocinio di Ateneo, ove l'iniziativa rientri tra quelle previste per la concessione del patrocinio di Dipartimento, gli uffici competenti, previa informale istruttoria, reindirizzano direttamente l'istanza al Dipartimento interessato, informando contestualmente il richiedente. In tal caso l'attività istruttoria viene demandata al*



Dipartimento per la concessione del patrocinio del Dipartimento.

4.5 L'Ateneo o il Dipartimento concedono il patrocinio a titolo esclusivamente gratuito, non assumendo alcun obbligo di carattere economico e finanziario, né logistico– organizzativo.

4.6 Il patrocinio deve essere richiesto, e nel caso, viene concesso, per singole manifestazioni/eventi/iniziativa e non si estende a ulteriori iniziative dello stesso soggetto, o di soggetti diversi, per le quali deve essere formulata una nuova richiesta.

4.7 Il patrocinio non può essere concesso:

- a) per manifestazioni/eventi/iniziativa a carattere commerciale o nei casi in cui sia richiesto da un soggetto privato che svolge attività commerciale;
- b) per attività didattiche, ivi compresi i corsi di formazione a qualsiasi titolo organizzati da soggetti diversi dall'Università di Firenze e/o da altre Università;
- c) per manifestazioni/eventi/iniziativa aventi carattere politico e/o sindacale e, comunque, qualora il richiedente sia un soggetto a vario titolo riconducibile a partiti/ organizzazioni politiche o sindacati/organizzazioni sindacali;
- d) per manifestazioni che pregiudichino, anche potenzialmente, l'immagine o la reputazione dell'Ateneo.

### **Punto 5 - Modalità di richiesta del patrocinio**

5.1 La richiesta deve contenere:

- a) la descrizione della manifestazione/evento/iniziativa, la durata della sua diffusione e le modalità di pubblicizzazione (inviti, locandine, manifesti, opuscoli, comunicati, depliant, brochure, pagine web e simili);
- b) l'impegno del richiedente a tenere indenne l'Università da qualsiasi responsabilità in relazione a danni a terzi derivanti dal non corretto utilizzo del proprio nome, nonché la garanzia che nessun danno potrà essere arrecato all'Università, al suo buon nome alla sua reputazione.

5.2 La richiesta deve pervenire dal Rappresentante legale dell'ente promotore dell'evento e, qualora sia diverso dal Responsabile scientifico, la richiesta deve essere firmata anche da quest'ultimo. Ogni richiesta trasmessa da soggetti diversi da quelli di cui al presente punto non viene presa in carico dagli uffici competenti.

5.3 La richiesta di patrocinio all'Ateneo di cui al n. 4.1, lett. a) è presentata almeno quarantacinque giorni prima della data prevista per lo svolgimento dell'iniziativa ed inviata esclusivamente via mail al Settore Affari istituzionali all'indirizzo: [affari.istituzionali@unifi.it](mailto:affari.istituzionali@unifi.it) compilando l'apposito modulo (modulo C), che è unico anche per le richieste di cui al punto 5.5.



- 5.4 Qualora dovessero pervenire richieste oltre il suddetto termine, le stesse dovranno essere corredate da motivazioni adeguate e potranno essere prese in carico ed evase solo compatibilmente con le esigenze istruttorie.
- 5.5 La richiesta di patrocinio al Dipartimento di cui al n. 4.1 lett b) è presentata nel rispetto delle modalità fissate da ciascun dipartimento, compilando l'apposito modulo (modulo C).

### **Punto 6 - Autorizzazione del patrocinio**

- 6.1 La concessione del patrocinio di cui al n. 4.1, lett. a) è autorizzata dal Rettore, che può richiedere un parere al Senato accademico o a uno o più Consigli di dipartimento. Il patrocinio è concesso previa istruttoria condotta dagli Uffici competenti, che valutano la sussistenza dei presupposti. Qualora la richiesta sia relativa a una iniziativa che coinvolga ambiti disciplinari di riferimento di due o più Dipartimenti dell'area biomedica, ovvero sia relativa a una iniziativa di interesse di almeno un Dipartimento della stessa area e della Scuola di Scienze della salute umana, il Rettore può richiedere un parere al Comitato consultivo della Scuola di Scienze della salute umana (COSSUM).
- 6.2 La concessione del patrocinio di cui al n. 4.1, lett. a) è comunicata al richiedente con lettera firmata dal Rettore o da un suo delegato. L'autorizzazione consente anche l'utilizzo del marchio dell'Università con la dicitura "*Con il patrocinio dell'Università degli Studi di Firenze*".
- 6.3 La concessione del patrocinio di cui al punto n. 4.1 lett. b) è comunicata dal Direttore del Dipartimento, secondo le modalità previste dal Dipartimento. L'autorizzazione consente l'utilizzo del marchio del Dipartimento con la dicitura "*Con il patrocinio del Dipartimento...*".
- 6.4 Sia in caso di concessione del patrocinio dell'Ateneo, che del Dipartimento, i materiali con il marchio apposto devono essere inviati a [comunicazione@adm.unifi.it](mailto:comunicazione@adm.unifi.it) per supervisione e approvazione.
- 6.5 Per iniziative promosse o organizzate da enti esterni all'Università rientranti nella definizione di cui al punto 1.6 delle presenti linee guida, il marchio dell'Ateneo non può essere richiesto, né concesso, né utilizzato separatamente dal patrocinio.
- 6.6 Il Rettore o il Direttore del Dipartimento possono revocare unilateralmente in qualsiasi momento il patrocinio concesso di cui al n. 4.1 lett. a) e 4.1 lett. b) in presenza di cause che possano pregiudicare il nome, l'immagine, il decoro ovvero la reputazione dell'Università, ovvero arrecare danni a terzi.

Firenze,

La Rettrice  
*Prof.ssa Alessandra Petrucci*

Visto del Dirigente competente  
*Dott. Massimo Benedetti*