



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

NORMATIVA REGULADORA DEL PROCEDIMENT PER AUTORITZAR L'ÚS DE LA MARCA UNIVERSITAT DE BARCELONA PER IDENTIFICAR ELS RESULTATS DE CONTRACTES DE RECERCA I TRANSFERÈNCIA

Exposició de motius.

D'acord amb el que disposa l'article 11 de l'Estatut de la Universitat de Barcelona, la marca i el seu logotip són el distintiu de la Universitat. Els òrgans de govern i de representació de la Universitat n'ha de fer ús en totes les activitats oficials i el seu personal ha de fer constar el nom de la Universitat en tots els actes públics i en tots els productes derivats de la seva activitat docent i de recerca, quedant, no obstant, expressament prohibida la utilització per part de terceres persones físiques i jurídiques que no disposin d'autorització expressa del rector.

La UNIVERSITAT DE BARCELONA és titular en exclusiva de la marca registrada amb el nº 3573759, que consisteix en un símbol, l'escut de la Universitat de Barcelona, envoltat superior i inferiorment amb el lema "Libertas Perfvndet Omnia Lvce" i, a la dreta del símbol, el logotip amb l'expressió "UNIVERSITAT DE BARCELONA". La marca es troba registrada per a la seva aplicació, entre d'altres, als serveis d'estudis i informes de projectes tècnics; serveis d'enginyeria (treballs d'enginyers); serveis d'investigacions tècniques, serveis d'investigacions judicials, tot especialment relacionat amb l'activitat pròpia d'un centre universitari (classe 42).

La marca de la universitat i el seu logotip formen part del domini privat de la Universitat de Barcelona i, d'acord amb el que disposa el Reglament del patrimoni de la Universitat de Barcelona ha de ser explotada d'acord amb el criteri de més rendibilitat en les condicions usuals a la pràctica civil o mercantil, corresponent al Rector disposar-ne la forma d'explotació.

En el marc dels contractes de recerca i transferència que la UB formalitza a l'empara de l'article 83 de la llei orgànica d'universitats amb empreses o institucions per la realització d'estudis, treballs o informes per part de departaments, instituts, grups de recerca o entitats investigadores de la UB, sorgeix sovint la petició d'utilitzar la marca de la Universitat de Barcelona per tal de poder fer difusió o publicitat comercial dels productes o serveis que han estat objecte de l'estudi o treball. Atès l'increment d'aquest tipus de peticions, sorgeix la necessitat d'establir un marc que unifiqui criteris, en reguli l'ús i el procediment de concessió de les llicències.

Per tot l'exposat, i de conformitat amb les competències del Consell de Govern previstes en l'article 63.f) i 173 de l'Estatut de la Universitat de Barcelona, s'aprova la present **NORMATIVA REGULADORA DEL PROCEDIMENT PER AUTORITZAR L'ÚS DE LA MARCA UNIVERSITAT DE BARCELONA PER IDENTIFICAR ELS RESULTATS DE CONTRACTES DE RECERCA I TRANSFERÈNCIA**



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Article 1. Disposicions generals.

1.1 Cap persona, empresa ni entitat pot utilitzar la marca Universitat de Barcelona sense l'autorització expressa i per escrit del rector/a.

1.2 Tot ús de la marca Universitat de Barcelona ha de ser respectuós amb els principis i valors de la Universitat de Barcelona proclamats al seu Estatut i al Codi ètic, d'integritat i bones pràctiques.

1.3 L'autorització d'ús de la marca en cap cas pot tenir caràcter exclusiu i només es pot usar de conformitat amb els termes i condicions establerts en la llicència corresponent i en la present normativa.

1.4 L'autorització d'ús de la marca Universitat de Barcelona no pot tenir una durada superior als 4 anys, prorrogables, prèvia sol·licitud, de forma expressa.

1.5 Les autoritzacions d'ús que es concedeixin no es poden transmetre, en cap cas, a tercers.

1.6 L'incompliment dels termes i condicions d'aquesta normativa i de les condicions d'autorització serà causa de revocació automàtica de l'autorització.

Article 2. Sol·licitud.

2.1 Les persones, empreses i/o entitats que hagin subscrit amb la Universitat de Barcelona o amb la Fundació Bosch i Gimpera o altres estructures creades per la UB per a la transferència de resultats de la recerca poden sol·licitar a la Universitat una autorització per usar la marca Universitat de Barcelona per a difondre i/o fer publicitat dels treballs, estudis, productes i/o serveis resultants d'acord amb el procediment establert en aquesta normativa, que s'instrumentalitzarà mitjançant una llicència de marca.

2.2 El procediment per a l'obtenció d'una llicència de marca s'iniciarà a instància del tercer/a interessat, que presentarà una sol·licitud al registre general de la Universitat de Barcelona, d'acord amb el model normalitzat que es facilitarà a la seu electrònica de la UB, acompanyada de la següent documentació:

- a) documentació acreditativa de la identitat del sol·licitant i de la representació de qui actua
- b) còpia del contracte de recerca/transferència subscrit
- c) descripció succinta de l'informe, estudi, producte i/o servei pel qual se sol·licita l'autorització d'ús de la marca i especificació del tipus d'ús que es preveu fer de la marca, identificant del període de temps pel qual se sol·licita la llicència.

2.3 La presentació de la sol·licitud suposa l'acceptació del contingut de la present normativa.



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Article 3. Preu.

3.1 El preu de la llicència serà el corresponent a les tarifes aprovades per Consell Social de la Universitat de Barcelona.

3.2 La distribució interna dels ingressos obtinguts per les llicències de marca serà la següent:

- Universitat de Barcelona: 70%
- Facultat: 10%
- Fundació Bosch i Gimpera: 10%
- Investigador/a principal: 10% perquè es reverteixin en activitats de recerca

En el cas que la FBG no hagi intervingut en la celebració del contracte, el percentatge de la UB serà del 80%.

3.3 La distribució dels ingressos procedents de pròrrogues de les llicències serà:

- Universitat de Barcelona: 80%
- Facultat: 10%
- Investigador/a principal: 10% perquè es reverteixin en activitats de recerca

Article 4. Tramitació.

4.1 Rebuda la sol·licitud, la unitat encarregada de la imatge corporativa i màrqueting de la Universitat de Barcelona comprovarà que el contracte hagi estat correctament executat i complertes les obligacions i elaborarà una proposta d'atorgament de llicència de marca en la que cal especificar la durada del contracte, l'àmbit i condicions d'utilització de la marca i el preu, d'acord amb les tarifes aprovades per Consell Social.

4.2 La unitat encarregada de la imatge corporativa i màrqueting de la Universitat de Barcelona podrà demanar al sol·licitant que complementi la informació i/o documentació requerida per a poder formular la proposta.

4.3 La proposta formulada per la unitat encarregada de la imatge corporativa i màrqueting de la Universitat de Barcelona, un cop acceptada per l'empresa, requerirà vistiplau de l'investigador/a responsable dels treballs realitzats en el marc del contracte signat entre la UB i l'empresa; del director del departament al que estigui adscrit l'investigador principal o del director de l'institut de recerca al que pertanyi l'investigador principal, si s'escau; i del degà/ana de la Facultat. En cas de no atorgar el vist i plau caldrà indicar-ne els motius.

Article 5. Autorització i atorgament de la llicència.

5.1 La Comissió de Llicències de marca, formada pel vicerector/a de comunicació, que la presideix, el vicerector/a d'emprenedoria, transferència i innovació, el vicerector/a de recerca i, -o els vicerectors que en un futur assumeixin les respectives competències- i pel gerent/a, avalua la



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

proposta de llicència i els informes emesos i autoritza, si correspon, la proposta, tenint en compte les raons d'oportunitat, objectius, principis i valors de la universitat establerts al seu Estatut i altres normatives d'aplicació.

5.2 Autoritzada la llicència per la Comissió, el rector/a o la persona en qui delegui, signarà el contracte de llicència de marca, tal com estableix l'article 11.3 de l'Estatut de la Universitat.

5.3 El termini màxim de tramitació de les llicències és de tres mesos. En cas que la UB no resolgui expressament la sol·licitud de llicència aquesta s'entendrà desestimada a tots els efectes.

5.4 Contra la resolució de la Comissió de llicències l'interessat/da podrà formular recurs d'alçada al rector/a.

Disposició final.

Aquesta normativa entrarà en vigor a l'endemà de la seva publicació al Portal de la Transparència de la Universitat de Barcelona.

**PROPOSTA DE TARIFES CONTRACTE L·LICÈNCIA DE MARCA (Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting)
Exercici 2019**

Tarifes Actuals	Tarifes Proposades	Augment / Decrement (%)	Motiu de l'Augment/Decrement
-----------------	--------------------	-------------------------	------------------------------

euros

euros

CONCEPTE	Tarifa única	Tarifa única	Tarifa única	
----------	--------------	--------------	--------------	--

CONTRACTE DE L·LICÈNCIA DE MARCA	<i>L·licència no transmissible i no exclusiva que es concedeix a una empresa per un període i preu determinats, en virtut de la qual, pot fer servir, en els termes que es pactin, la marca i denominació registrada "UNIVERSITAT DE BARCELONA". La l·licència es concedeix per ús de la marca i denominació Universitat de Barcelona en les accions de comunicació i publicitat que, dutes a terme per l'empresa, facin difusió d'informes o estudis que sobre el seu producte, servei o empresa hagi realitzat un departament, institut, grup o, en general, una entitat investigadora de la UB. El contracte l·licència de marca es preveu per aquelles accions de comunicació i publicitat que comporten un caire lucratiu per a l'empresa mitjançant la comercialització del producte o servei objecte de l'estudi. En el contracte l·licència de marca, s'especificarà l'ús o usos pels quals es concedeix l'autorització de l'ús de la marca i/o la denominació Universitat de Barcelona, així com el seu període de vigència. La UB es reserva el dret de poder cedir la marca i/o la denominació sense cost, prèvia autorització de la Secretaria General de la UB, tal com s'especifica en el procediment de tramitació de cessió de la marca UB a tercers (sense cost). No obstant, s'haurà de demanar autorització prèvia a la UB, a través de la Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting, especificant l'aplicació corresponent i el tipus d'ús sol·licitat.</i>			
---	--	--	--	--

Menció UB. Inclou la menció del nom "Universitat de Barcelona" com a font dels resultats d'un anàlisi o estudi que d'un producte o servei hagi dut a terme una entitat investigadora de la Universitat de Barcelona.

Material gràfic de l'empresa (fulletons, dossiers, catàlegs, notes de premsa...)	2.500,00	2.500,00	0,0%	Preu ajustat a mercat
Comunicació digital: web i xarxes socials empresa	---	3.500,00	NOVA TARIFA	Novetat
Campanya publicitària autonòmica: TV, ràdio, premsa, exterior i publicitat digital	4.500,00	4.500,00	0,0%	Preu ajustat a mercat
Campanya publicitària estatal: TV, ràdio, premsa, exterior i publicitat digital	8.000,00	8.000,00	0,0%	Preu ajustat a mercat
Embalatge del producte (packaging)	11.500,00	11.500,00	0,0%	Preu ajustat a mercat

Marca UB. Inclou la menció del nom "Universitat de Barcelona" i la incorporació de la marca UB com a font dels resultats d'un anàlisi o estudi que d'un producte o servei hagi dut a terme una entitat investigadora de la Universitat de Barcelona.

Material gràfic de l'empresa (fulletons, dossiers, catàlegs, notes de premsa...)	5.000,00	5.000,00	0,0%	Preu ajustat a mercat
Comunicació digital: web i xarxes socials empresa	---	6.500,00	NOVA TARIFA	Novetat
Campanya publicitària autonòmica: TV, ràdio, premsa, exterior i publicitat digital	8.000,00	8.000,00	0,0%	Preu ajustat a mercat
Campanya publicitària estatal: TV, ràdio, premsa, exterior i publicitat digital	13.500,00	13.500,00	0,0%	Preu ajustat a mercat
Embalatge del producte (packaging)	15.000,00	15.000,00	0,0%	Preu ajustat a mercat

Comentaris	<p>Preus sense IVA Tarifes anuals. Tarifes per a un producte. Per a la incorporació de la menció/marca a més d'un producte i en el cas de necessitats no contemplades, s'estudiarà la tarifa de manera personalitzada, previ vist-i-plau del Gerent de la UB. La durada mínima d'un contracte l·licència de marca és de 12 mesos, amb possibilitat de pròrroga. El pagament es farà a la signatura del contracte, previ enviament de la corresponent factura per part de la UB.</p> <p><u>Observacions:</u> Les noves tarifes incorporen la comunicació digital de la marca o el nom UB</p>			
-------------------	---	--	--	--

Distribució interna dels ingressos derivats dels contractes l·licència de marcat (No publicar)
Nou contracte
 - Universitat de Barcelona: 70%
 - Investigador/a principal: 10%
 - Facultat: 10%
 - Fundació Bosch i Gimpera: 10%*
 * En el cas que la FBG no hagi intervingut en la celebració del contracte, el percentatge de la UB serà del 80%

Renovació o pròrroques del mateix contracte:
 - Universitat de Barcelona: 80%
 - Investigador/a principal: 10%
 - Facultat: 10%

RESUM RESULTAT ACTIVITAT	Ingressos	Despeses	Resultat
Abril 2018 - Setembre 2019	21.750,00 €	0,00 €	21.750,00 €
Estimació Exercici 2020	35.000,00 €	0,00 €	35.000,00 €
Variació %	38,00%		38,00%

Signatura responsable	Vist i plau Vicedirector

Nom: Lourdes Sesma Orti Nom: Dr. Francisco Esteban Bara

Càrrec: Cap Unitat Imatge Corporativa i Màrqueting Càrrec: Vicedirector de Comunicació

Data: 12/09/2019 Data: 12/09/2019