

Croce Rossa Italiana



REGOLAMENTO SULL'USO DELL'EMBLEMA, DEI PATROCINI E MANUALE DI COMUNICAZIONE

1. PREMESSE

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

1.1 Il presente regolamento disciplina l'utilizzo dell'emblema della Croce Rossa, del marchio CRI, degli altri marchi di proprietà ed uso esclusivo di Croce Rossa Italiana.

1.2 Il presente regolamento e ss.mm.ii. è soggetto all'approvazione del Consiglio Direttivo Nazionale, sentito il parere della Consulta Nazionale, in conformità con quanto previsto all'art. 45 comma 4 dello Statuto CRI.

1.3 Il presente regolamento deve essere adottato dai Comitati con formula immediata e ove possibile retroattiva rispetto ad attività già intraprese che non siano conformi.

1.4 Il presente regolamento è redatto in coordinamento con la stesura del Manuale di Comunicazione 2016, che ne costituisce il mansionario applicativo. Il Manuale di Comunicazione è quindi espressione del presente regolamento e ogni sua successiva variazione costituisce aggiornamento del presente regolamento e come tale dovrà essere adottato dalla CRI e dai Comitati.

1.5 In base all'art. 44 della I Convenzione di Ginevra del 12 agosto 1949, resa esecutiva in Italia con legge n.1739 del 27/10/1951, si deve fare distinzione fra Emblema protettivo (d'ora in poi definito EMBLEMA della CRI) – esclusivamente finalizzato ad individuare strutture sanitarie, personale sanitario e religioso che deve essere rispettato e protetto nei conflitti armati e Emblema indicativo (d'ora in avanti definito MARCHIO della CRI) impiegato al solo fine di individuare beni e persone appartenenti all'Associazione della Croce Rossa Italiana.

1.6 In conformità alle convenzioni di Ginevra del 1949, rese esecutive in Italia con legge n.1739 del 27/10/1951 e ai Protocolli Aggiuntivi del 1977 resi esecutivi in Italia con legge n.762 del 11/12/1985 l'Associazione può impiegare l'Emblema (protettivo) solo in conformità alla legislazione nazionale e con il consenso e in accordo con le competenti Autorità Statuali. Con il consenso delle Autorità Statuali, già in tempo di pace, l'Associazione – quale Ausiliaria dei Servizi Sanitari delle FF.AA. – potrà impiegare l'Emblema per personale e strutture dei Corpi della CRI Ausiliari delle FF.AA.

1.7 Il presente regolamento recepisce i contenuti del "Regulations on the use of the Emblem of the Red Cross or the Red Crescent by the National Societies" (international Review of the Red Cross no 289, p. 339-362)

2. PRINCIPI

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

2.1 La necessità di applicazione del presente regolamento e delle indicazioni contenute nel Manuale di Comunicazione corrispondono alla esigenza di tutelarne l'immagine e con essa quella della CRI, di valorizzarne l'opera, di contribuire a consolidarne il valore.

2.2 È necessario evitare abusi, usi impropri e distorsivi, e ogni altra "declinazione" che leda l'immagine della CRI, la sua Unità e la corretta percezione dei cittadini e di ogni forma di pubblico.

2.3 L'emblema della Croce Rossa, e tutti i suoi "derivati" come il marchio della CRI, sono tutelati da norme e leggi che ne normano l'utilizzo che quindi non è libero né può essere fatto rientrare nella prassi dei marchi "di uso comune".

2.4 L'utilizzo appropriato dell'Emblema e del marchio CRI non solo risponde a norme internazionali e nazionali ma è essenziale per garantire un corretto ed equo utilizzo del loro valore per creare sostenibilità alla nostra Associazione, una azione coordinata di tutti i comitati nell'interesse della Missione di CRI, una giusta rappresentazione di chi siamo, di cosa facciamo e di come agiamo.

2.5 L'utilizzo appropriato dell'Emblema e del marchio CRI in tutti gli ambiti consente di rafforzarci come Associazione e come rete di volontariato, evita disallineamenti e comunicazioni e azioni contrastanti.

2.6 Il Marchio CRI e la denominazione vengono concessi ai Comitati dalla Associazione per essere utilizzato, con la denominazione territoriale, per tutti i fini statutarî. La concessione può essere revocata in caso di gravi o ripetute violazioni sull'uso dello stesso.

2.7 L'Associazione è la garante del corretto uso dell'Emblema e di tutti i suoi "derivati", compresi quindi i marchi CRI utilizzati sul territorio. È pertanto tenuta a vigilare sulla osservanza delle norme e leggi che lo tutelano e ne indicano il corretto utilizzo ovunque e in ogni circostanza e modalità. L'Associazione può intraprendere qualsiasi forma di azione interna ed esterna atta a tutela l'emblema e il marchio di CRI.

3. TUTELA DELL'EMBLEMA E DEL MARCHIO

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

3.1 Usi dell'emblema

Due sono gli usi a cui l'Emblema è deputato: di protezione, detto uso protettivo, e di appartenenza al Movimento, detto uso indicativo.

3.1.1 Uso protettivo

L'uso protettivo è lo scopo fondamentale dell'Emblema. Nei conflitti armati la presenza dell'emblema segnala la protezione secondo le Convenzioni di Ginevra e i Protocolli Aggiuntivi.

La protezione si può applicare al personale che presta soccorso ai feriti, ai mezzi di trasporto, alle attrezzature mediche e ad ogni altro bene che necessita di protezione. L'utilizzo dell'emblema a uso protettivo spetta in primo luogo ai servizi sanitari delle forze armate ed è esteso agli ospedali civili, alle unità sanitarie civili e alle società di soccorso volontarie riconosciute e autorizzate.

L'emblema deve essere di grandi dimensioni e non deve essere accompagnato da altre informazioni.

Le unità sanitarie delle Società Nazionali, il cui incarico sanitario sia previsto nel caso di un conflitto armato, possono esibire l'Emblema protettivo già in tempo di pace.

3.1.2 Uso indicativo

L'uso indicativo dell'Emblema, detto anche distintivo, segnala che una persona o un oggetto è collegato al Movimento Internazionale della Croce Rossa e Mezzaluna Rossa. In questo caso l'emblema deve essere accompagnato dal nome o dalle iniziali della Società Nazionale e deve essere di piccole dimensioni.

In tempo di pace le società nazionali possono usare l'emblema a uso indicativo per il personale e i materiali ad uso interno ed esterno. Anche le ambulanze e le postazioni di soccorso (anche gestite da terzi) possono usarlo se in conformità con la legislazione nazionale.

3.2 Abuso dell'emblema

Al fine di garantire il rispetto universale dell'emblema e la sua protezione, tutti gli Stati parte delle Convenzioni di Ginevra hanno emanato leggi o provvedimenti legislativi per disciplinare l'utilizzo dell'Emblema e prevenire e punire l'uso non autorizzato sia in tempo di pace che di conflitto.

3.3 Conseguenze dell'abuso dell'emblema

L'abuso dell'Emblema a scopo protettivo in tempo di guerra può avere conseguenze gravissime in quanto mette a repentaglio il sistema di protezione costruito dal diritto internazionale umanitario.

L'abuso dell'Emblema a scopo distintivo indebolisce invece la sua immagine agli occhi del pubblico ingenerando confusione e creando un illegittimo affidamento da parte del pubblico nei confronti dell'utilizzatore.

A livello internazionale la Convenzione di Ginevra cita: "L'uso, da parte di privati, di società o ditte commerciali sia pubbliche che private, che non vi abbiano diritto in virtù della presente Convenzione, dell'emblema o della denominazione di "croce rossa" o "croce di Ginevra", nonché di qualunque segno o di qualunque denominazione che ne costituisca un'imitazione, sarà vietato in qualunque tempo, qualunque sia lo scopo di quest'uso e qualunque possa essere stata la data anteriore di adozione".

In Italia l'uso dell'Emblema viene normato con la legge 740/1912 depenalizzata con Dlgs 507/99, nell'articolo 62, e dal Regio Decreto 303/1941, anche lui revisionato successivamente, negli articoli 180 e 181.

L'articolo 1 della legge 740/1912 così inizialmente riprende quanto scritto nella Convenzione di Ginevra recita: "[...] Chiunque, senza autorizzazione del Governo,

3. TUTELA DELL'EMBLEMA E DEL MARCHIO

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

adopera, come emblema, la Croce rossa in campo bianco, o fa uso della denominazione di "Croce Rossa"; o "Croce di Ginevra"; è punito, salvo che il fatto costituisca reato, con la sanzione amministrativa pecuniaria da lire cinquecentomila a tre milioni.

Alla stessa sanzione soggiace chiunque contraffà o altera l'emblema o la denominazione su ricordate o le adopera in guisa da generare confusione od inganno.

Tali sanzioni sono aumentate di un terzo se l'emblema o la denominazione di cui sopra si usano quale marchio o parte di marchio di fabbrica o di commercio, o come insegna o contrassegno in qualsiasi modo applicato, a scopo di lucro".

3.4 Tipologie di abuso dell'emblema

3.4.1 Imitazione dell'emblema

L'imitazione è l'utilizzo di un simbolo che, per la sua forma e/o colore, può causare confusione e/o ingenerare nel pubblico un illegittimo affidamento nei confronti dell'utilizzatore con uno degli Emblemi.

3.4.2 Uso improprio dell'emblema

L'uso improprio è l'utilizzo dell'Emblema da parte di enti o persone e comunque dei soggetti terzi che non ne hanno il diritto o non sono preventivamente ed espressamente autorizzati, come ad esempio imprese commerciali, farmacie, edifici privati, organizzazioni non governative, singoli individui.

Rientra nell'ipotesi di uso improprio anche il caso di persone che hanno diritto a usare l'Emblema ma che lo utilizzano senza attenersi alle norme delle Convenzioni e dei Protocolli e per fini non coerenti con i principi del Movimento.

3.4.3 Perfidia (grave abuso dell'emblema)

Con perfidia si intende l'uso in tempo di conflitto armato degli emblemi protettivi previsti dalle Convenzioni per proteggere combattenti armati o equipaggiamento militare. Tale utilizzo è in contrasto con il diritto internazionale umanitario ed è considerato un crimine di guerra.

3.5 Marchio CRI

3.5.1 Emblema e Marchio

Il Marchio (o comunemente anche logo) della CRI contiene al suo interno l'Emblema, e come tale ne costituisce una declinazione. Per il suo uso occorre quindi rispettare le stesse norme e leggi che disciplinano l'utilizzo dell'emblema stesso.

3.5.2 Dicitura territoriale

E' data facoltà a tutti i Comitati dell'Associazione di aggiungere al Marchio della CRI, sotto la scritta per esteso "Croce Rossa Italiana", la dicitura territoriale del Comitato territoriale, ma con un font di dimensioni inferiori del 20% nel Marchio verticale, e del 30% nel Marchio orizzontale, rispetto alla suddetta scritta per esteso "Croce Rossa Italiana".

4. PRINCIPALI NORME DI UTILIZZO DEL MARCHIO

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

4.1 Partenariati e collaborazioni con soggetti terzi

4.1.1 Contesto territoriale

Qualora le collaborazioni o le partnership vengano realizzate con soggetti che hanno rilievo, risonanza o attività al di fuori dal contesto territoriale del proprio comitato, tale collaborazione deve essere approvata dal livello territoriale di riferimento (regionale o nazionale).

4.1.2 Accordi territoriali con sedi locali di case madri nazionali

In caso di accordi con una affiliata o consociata o sede territoriale di una casa madre che ha rilevanza nazionale (es. esercizi in franchising, filiali, ecc) si deve comunque comunicare l'iniziativa alla Associazione per averne l'approvazione, per consentire il coordinamento con analoghe iniziative sul territorio nazionale e favorire lo sviluppo di collaborazione di livello nazionale.

La Croce Rossa Italiana, in linea con le direttive internazionali, non può collaborare senza restrizioni con entità coinvolte in attività contrarie agli scopi o ai Principi del Movimento. Collaborazioni con soggetti operanti in settori sensibili quali tabacchi alcolici, produzioni belliche o rivendita di armi, produzioni percepite chiaramente come nocive per l'ambiente o la salute, devono quindi essere escluse o considerata solamente previo attento esame della Associazione, che ne valuterà l'eventuale possibile fattibilità in casi di eccezionalità, sempre in piena conformità con i Principi.

In ogni caso, anche per le collaborazioni consentite, l'immagine dell'azienda o del partner non deve essere pregiudizievole nei confronti della Croce Rossa Italiana e dei suoi Principi.

Sono da evitare le collaborazioni che per mezzi e finalità sono in conflitto con campagne di sensibilizzazione della CRI.

4.2 Sponsor e partner

4.2.1 Sponsorizzazioni

La sponsorizzazione in senso fiscale è un contratto atipico di prestazioni corrispettive di denaro con cui lo sponsorizzato, per un determinato periodo di tempo e dietro pagamento di un corrispettivo in denaro o in natura, lascia che al suo marchio venga associato il nome (il prodotto, i servizi o un'altra attività produttiva) dello sponsor. La sponsorizzazione gode di un regime fiscale specifico quindi va evitato qualsiasi uso di questo termine al di fuori delle attività tipiche.

4.2.2 Partenariati

Sono partner le aziende e le organizzazioni con le quali la Croce Rossa collabora nella realizzazione e nello sviluppo di attività o progetti, condividendone gli obiettivi.

Il partenariato si realizza attraverso la stipulazione di accordo più o meno dettagliato ma sempre formale e scritto, con il quale entrambe le parti si impegnano a raggiungere un obiettivo comune, mettendo in campo risorse e competenze e partecipando entrambe all'organizzazione.

Ogni partenariato deve prevedere la stipula di un contratto o di una scrittura sottoscritte dalle parti in cui vengano regolamentate le azioni e i compiti delle parti, nonché la tutela della immagine e del marchio CRI.

Ogni accordo che non contenga azioni di tutela del marchio CRI e da considerarsi inadeguato.

Qualora nel corso del periodo di validità dell'accordo occorressero fatti connessi, collegati o causati dal partner di CRI (anche locale) che fossero ritenute lesive dai comitati o dalla Associazione del buon nome, della reputazione o del marchio CRI è

4. PRINCIPALI NORME DI UTILIZZO DEL MARCHIO

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

prevista la immediata sospensione di tutte le attività concordate. È nei compiti della associazione richiedere ogni forma possibile di soluzione compresa la modifica o l'annullamento degli impegni presi a qualsiasi livello territoriale.

4.3 Marchio CRI da utilizzare

In qualunque tipologia di collaborazione bisogna utilizzare il marchio CRI adeguato alla competenza territoriale, con l'indicazione territoriale del Comitato coinvolto nella collaborazione. L'utilizzo da parte dei comitati locali del solo marchio nazionale CRI è proibito in qualsiasi forma, o può essere autorizzato unicamente dalla Associazione Nazionale.

4.4 Ambiti commerciali o affini

Il marchio e il nome della Croce Rossa Italiana in ogni forma e declinazione anche territoriale non possono essere usati in modo da essere direttamente collegati ad alcuna attività commerciale, suggerire una promozione commerciale diretta, favorirne in maniera esplicita i risultati.

4.4.1 Uso da parte di terzi del Marchio

Il marchio della CRI, poiché contiene l'emblema, acquisisce tutti i diritti e le protezioni dell'emblema stesso, quindi è da ritenersi uso improprio e quindi non possibile, l'uso del marchio CRI in qualsiasi declinazione da parte di gruppi o persone non previamente ed espressamente autorizzate (imprese commerciali, organizzazioni non governative, singoli individui, ecc.) o per fini commerciali anche indiretti.

L'autorizzazione all'utilizzo del marchio CRI a terzi deve essere concessa dal Presidente del Comitato di riferimento. A seguito della concessione, il marchio concesso dovrà sempre riportare l'indicazione territoriale. Questa misura si rende necessaria per distinguere chiaramente il Comitato che ha sottoscritto l'accordo.

In caso di utilizzi in ambiti commerciali o affini la autorizzazione deve essere valutata ed eventualmente concessa dalla Associazione, poiché ogni declinazione del logo anche a livello locale eredita le prerogative dell'emblema.

Salvo il caso di abbinamento del Marchio con Enti Statuali o Pubblici, dovrà prestarsi la massima attenzione a non avvicinare il logotipo con la denominazione del Comitato a simboli di Organizzazioni che non siano di provata rettitudine morale e imparzialità.

4.4.2 Presenza marchi CRI abbinata su prodotti di terzi in vendita

La presenza del logo CRI direttamente su prodotti e servizi o abbinata ad essi può creare la associazione diretta tra il marchio CRI ed una attività commerciale, e deve essere evitata.

Un oggetto o prodotto venduto da una impresa, da un'organizzazione o da altri soggetti, non può esibire esclusivamente e solamente il marchio CRI o l'emblema della Croce Rossa. Per questo motivo gadget o qualsiasi altro prodotto anche legato alle attività di CRI riportante l'Emblema e/o logo e e/o dicitura della Croce Rossa o altri marchi registrati dalla CRI sono da considerarsi non vendibili da terzi a termini di legge. Caso diverso è quello in cui l'azienda propone un prodotto realizzato direttamente dalla CRI e da quest'ultima messo a disposizione. In questo caso andranno valutati di volta in volta i profili di collaborazione adeguati alle norme.

Un'impresa commerciale può menzionare la CRI in forme collegate a prodotti o servizi da lei commercializzati o proposti solamente previa autorizzazione della Associazione Nazionale, che tutelerà l'uso del logo nel rispetto delle norme.

Non devono essere inseriti nel packaging slogan che suggeriscano proprietà qualitative migliori rispetto a prodotti simili, o un ruolo di diretto garante della CRI sulle proprietà del prodotto o del servizio.

4. PRINCIPALI NORME DI UTILIZZO DEL MARCHIO

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

4.5 Merchandising

4.5.1 Prodotti diffusi da CRI

Qualora i prodotti proposti siano realizzati direttamente dalla Croce Rossa, o acquistati da essa per la successiva proposta, possono esibire il marchio CRI con la indicazione territoriale solamente previo autorizzazione della Associazione.

Come già indicato il logo della CRI, poiché contiene l'emblema, acquisisce tutti i diritti e le protezioni dell'emblema stesso, quindi è da ritenersi uso improprio e quindi non possibile, l'uso del logo per la realizzazione di merchandising commercializzato da terzi. Come linea generale sui materiali deve essere sempre usata l'indicazione territoriale, e a condizione che esso sia di piccole dimensioni ovvero di grandezza non prevalente rispetto alla superficie totale stampata.

Non è consentita da parte dei Comitati la realizzazione e diffusione di merchandising con marchi e denominazione "nazionali", o con marchi registrati dalla CRI,

4.5.2 Ambito territoriale

La promozione del merchandising sui canali on line per definizione supera i confini territoriali e quindi non è consentita se non previo approvazione dalla Associazione. Dovranno comunque sempre e solamente il logo con l'indicazione territoriale.

4.6 Indumenti per esterni alla CRI

4.6.1 Presenza del marchio

In caso di attività (anche se svolte in collaborazione con altri partner) che prevedono la realizzazione di indumenti per personale non appartenente all'Associazione (maglie, felpe, t-shirt, ecc), il marchio CRI e l'Emblema non devono essere modificati per nessun motivo. Ove si renda necessaria la presenza del marchio, ed in accordo con l'Associazione Nazionale che dovrà approvare la realizzazione, per specifici progetti è possibile inserire il marchio o l'emblema, ma se presenti devono essere di piccole dimensioni e devono riportare l'indicazione territoriale del Comitato CRI che realizza l'indumento.

4.6.2 Produzioni potenzialmente ingannevoli

Non è consentito produrre capi di abbigliamento che possano richiamare in qualche modo le divise o i capi di servizio, che facciano riferimento a corpi o aree operative della struttura, o suggerire qualifiche di ogni sorta.

In ogni caso il marchio o l'emblema non dovranno essere presenti sul fronte, retro, o spalla dell'indumento.

Non è consentita la realizzazione di alcun capo che porti messaggi o soluzioni grafiche e fotografiche che possano indurre involontariamente alla percezione di corpi o aree operative non esistenti o approvate.

4.6.3 Compatibilità dei messaggi

Eventuali messaggi o frasi o segni grafici e fotografici presenti sui capi, anche se in linea con le precedenti indicazioni, non dovranno essere in contrasto con i Principi e i Valori della CRI.

5. PATROCINI

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

Il patrocinio si configura quale riconoscimento simbolico, sostegno, promozione o tutela che l'Associazione riconosce a iniziative e manifestazioni organizzate da soggetti terzi, ritenute meritevoli di apprezzamento per le loro finalità culturali, scientifiche, economiche e sociali, celebrative, con diretta attinenza con la missione istituzionale dell'Associazione.

Il patrocinio a nome della CRI può essere autorizzato unicamente dal Presidente Nazionale. Il marchio da utilizzare dovrà contenere necessariamente l'indicazione territoriale del Comitato territorialmente attinente all'iniziativa. Il marchio CRI senza l'indicazione territoriale può essere usato solo per iniziative nazionali.

I presidenti territoriali possono quindi concedere il patrocinio del proprio Comitato solamente dopo essere stati autorizzati a livello nazionale.

Il termine iniziativa è da intendersi come evento, convegno, congresso, seminario, corso, attività di formazione, ricerca, indagine conoscitiva, mostra, rassegna, premio, iniziativa, opera di stampa (libro o pubblicazione in genere).

5.1 Disposizioni generali e ambito di applicazione

5.1.1 Concessione

La concessione del patrocinio e l'autorizzazione all'utilizzo del marchio CRI non possono avere carattere oneroso per l'Associazione e non comportano benefici finanziari diretti di alcun genere a favore del soggetto richiedente. I patrocini possono essere concessi a una singola iniziativa e non si estendono estese ad altre iniziative analoghe o affini.

Non possono inoltre essere accordati in via permanente o utilizzati per altri effetti giuridici, e non possono essere concessi per sostenere iniziative a scopo di lucro, anche indiretto. Nessun beneficio economico per l'Associazione può essere legato alla concessione del patrocinio e l'autorizzazione all'utilizzo del marchio CRI.

5.1.2 Marchio e patrocini

La concessione del patrocinio non dà diritto automaticamente all'utilizzo del marchio. L'eventuale richiesta in tal senso va formulata espressamente (anche contestualmente alla richiesta di concessione di patrocinio).

5.2 Criteri per la concessione del patrocinio

Il patrocinio e l'autorizzazione all'utilizzo del marchio CRI sono concessi a enti pubblici o privati, associazioni, organizzazioni, comitati, fondazioni che, in forza del loro rilievo istituzionale, scientifico, economico, culturale, di notorietà e struttura sociale posseduti, diano garanzia di correttezza e validità dell'iniziativa. Il patrocinio viene concesso nel rispetto dei seguenti criteri:

coerenza e pertinenza dell'oggetto con le finalità statutarie dell'Associazione; rispetto di criteri etici e professionali compatibili con i valori associativi; autorevolezza, credibilità e finalità sociale dell'Associazione che richiede la concessione; assenza di conflitti di interesse di qualsiasi genere fra il richiedente e l'Associazione; assenza di elementi che possono recare danno e offuscamento all'immagine dell'Associazione.

La richiesta di concessione del patrocinio va presentata minimo 60 giorni prima dell'iniziativa al Presidente Nazionale della Croce Rossa Italiana, o in alternativa ai Presidenti locali e regionali che a loro volta inoltreranno la richiesta al Comitato Nazionale.

L'istanza, sottoscritta dal legale rappresentante del soggetto richiedente, può avere a oggetto, congiuntamente o disgiuntamente, il patrocinio e l'utilizzo del marchio CRI e deve obbligatoriamente contenere tutte le informazioni e la documentazione necessarie a individuare esattamente il soggetto richiedente e a illustrare in modo esauriente contenuti, finalità, pubblico destinatario, sede e modalità di svolgimento dell'iniziativa programmata.



5.3 Procedimento di concessione

La concessione del patrocinio e dell'uso del marchio CRI sono di competenza esclusiva del Presidente Nazionale e degli uffici preposti.

5.3.1 Concessione

Verificata la completezza della domanda, la coerenza dei contenuti e delle finalità dell'iniziativa con i fini istituzionali dell'Associazione, l'istruttoria si conclude con eventuale approvazione e relativo provvedimento finale.

Nel caso di concessione all'uso del marchio CRI, gli uffici preposti provvedono all'invio al beneficiario del marchio CRI, con il contestuale invio delle linee guida per il suo corretto utilizzo.

5.3.2 Non concessione

La mancata comunicazione dell'accoglimento dell'istanza equivale a diniego.

5.4 Adempimenti derivanti dalla concessione

I soggetti patrocinati utilizzano la denominazione e il marchio CRI con la dicitura "Con il patrocinio della Croce Rossa Italiana" e sono autorizzati formalmente al patrocinio e alla menzione negli atti dopo averne ricevuto comunicazione ufficiale da parte dell'Associazione.

Con la concessione del patrocinio l'Associazione non si assume alcuna responsabilità riguardo al contenuto delle informazioni diffuse, non ne garantisce in alcun modo la veridicità, la completezza, la correttezza o la qualità. In particolare, in nessun caso e per nessuna ragione la Croce Rossa Italiana potrà essere ritenuta responsabile per eventuali errori e/o omissioni nei contenuti o per eventuali danni occorsi in conseguenza dell'utilizzo delle informazioni contenute nella documentazione anche elettronica del soggetto destinatario del patrocinio.

L'Associazione non si assume inoltre alcuna responsabilità per eventuali danni derivanti dalle modalità tecnico-operative di svolgimento dall'iniziativa/manifestazione organizzata.

5.5 Recessione

La Croce Rossa Italiana, e i suoi comitati territoriali, possono in qualunque momento recedere dalla concessione del patrocinio al fine di tutelare la propria immagine qualora venga riscontrato il mancato rispetto delle condizioni indicate nel presente regolamento e nel provvedimento di concessione, o per sopravvenute ragioni di opportunità.

Nel caso di dichiarazioni mendaci relative alla tipologia, allo svolgimento ed alle finalità dell'iniziativa, alla natura del soggetto organizzatore, ovvero all'erroneo utilizzo della dicitura "patrocinio" e del marchio CRI, ovvero a modalità di impiego degli stessi non conformi al presente regolamento, è inibita, per il soggetto richiedente, la possibilità di ricevere ulteriori patrocini per un periodo fino ad un massimo di 5 anni, fatto salvo il riscontro di ulteriori responsabilità di ordine penale e civile.

5.6 Uso improprio del marchio

Nell'ambito delle attività oggetto del patrocinio non è consentito l'uso del marchio CRI, di ogni sua declinazione, o di altri marchi registrati da CRI, che sia in contrasto con le norme contenute nel presente regolamento e all'interno del Manuale di Comunicazione.

6. MATERIALI DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Croce Rossa Italiana



Croce Rossa Italiana

6.1 Materiali di comunicazione istituzionale nazionale

I materiali di comunicazione istituzionale nazionale e/o relativi a campagne nazionali, sia fisici (brochure, manifesti, rollup, allestimenti, ecc) sia da veicolare on line (banner, immagini coordinate, allegati, materiali scaricabili, ecc), al fine di garantire il rispetto delle norme sull'uso del Marchio e con esso la uniformità della comunicazione a livello nazionale, devono essere realizzati a cura della Associazione.

I materiali saranno resi disponibili per i Comitati Regionali, e da questi ai Comitati sul territorio, nelle modalità più opportune scelte di volta in volta.

I materiali di interesse istituzionale nazionale, ma riguardanti attività ed iniziative locali, dovranno essere approvati dai vari Comitati Regionali.

Ogni altro materiale di comunicazione a interesse locale (fisico e online) deve essere approvato dal Comitato Regionale competente.

6.2 Materiali di comunicazione locale e Manuale di Comunicazione

Al fine di rendere più rapido ed efficace il lavoro si raccomanda, per la produzione di qualsiasi materiale di comunicazione locale di seguire le indicazioni contenute nel Manuale di Comunicazione.



7. USO DEL MANUALE DI COMUNICAZIONE

7.1 Scopi e utilizzo

Il Manuale di Comunicazione è lo strumento che può essere utilizzato ogni giorno per ottenere i principali riferimenti e consigli operativi sui temi della comunicazione legata alla CRI.

Il Manuale di Comunicazione contiene le stesse indicazioni presenti all'interno del Regolamento, ampliandone l'applicazione a tutti i maggiori campi inerenti il tema della Comunicazione e fornendo esempi a concreti a cui riferirsi.

Il Manuale di Comunicazione è una guida per la corretta e quotidiana applicazione delle norme e delle leggi che regolamentano l'utilizzo dell'Emblema e del marchio CRI.

7.2 Raccomandazioni

Il Manuale di Comunicazione fornisce le principali linee guida da osservare, ma può non contenere tutte le casistiche che possono presentarsi. Per ogni situazione non espressamente trattata nel Manuale o nei casi di non certa risoluzione si raccomanda di contattare gli uffici centrali della Associazione per chiarimenti e consigli.

Seguire le indicazioni del Manuale di Comunicazione vuol dire muoversi con sicurezza all'interno delle norme e delle leggi, vuol dire contribuire quotidianamente al rafforzamento della CRI, vuol dire esprimere i Principi e i Valori della CRI.

Esiste un solo Manuale di Comunicazione ed ogni altro elaborato non può svolgerne la funzione.