



REGOLAMENTO INERENTE L'USO DEL MARCHIO COLLETTIVO REGISTRATO
"pagoPA"

PREMESSO CHE IL PRESENTE REGOLAMENTO OPERA NEL RISPETTO

- del decreto legislativo 1 settembre 1993, n. 385 e successive modificazioni e integrazioni, recante "Testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia", (di seguito il "TUB");
- del decreto legge 18 ottobre 2012, n. 179, come convertito in legge;
- del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 11 recante "Attuazione della direttiva 2007/64/CE, relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE, 2006/48/CE ed abroga la direttiva 97/5/CE" che recepisce nell'ordinamento italiano le norme europee relative alla disciplina dei servizi di pagamento;
- del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, recante il «Codice dell'amministrazione digitale», (di seguito, il "Codice");
- del decreto legislativo 26 agosto 2016, n. 179 recante "Modifiche ed integrazioni al Codice dell'amministrazione digitale, di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, ai sensi dell'articolo 1 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche" (G.U. n. 214 del 13.9.2016);
- del decreto legislativo 13 dicembre 2017, n. 217 recante "Disposizioni integrative e correttive al decreto legislativo 26 agosto 2016, n. 179, concernente modifiche ed integrazioni al Codice dell'amministrazione digitale, di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, ai sensi dell'articolo 1 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche" (G.U. n. 9 del 12.01.2018);
- del decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267 e successive modificazioni recante "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali";
- della determinazione commissariale n. 146/2013 DIG avente ad oggetto l'approvazione delle "Linee guida per l'effettuazione dei pagamenti a favore delle pubbliche amministrazioni e dei gestori di pubblici servizi" e successive determinazioni di modifica e integrazione delle stesse;

CONSIDERATO CHE

l'articolo 5 del Codice dispone che le pubbliche amministrazioni, le società a controllo pubblico di cui all'articolo 2, comma 2, del Codice, nonché i gestori di pubblici servizi sono obbligati ad accettare, tramite la piattaforma tecnologica



messa a disposizione dall'Agenzia per l'Italia Digitale, i pagamenti spettanti a qualsiasi titolo attraverso sistemi di pagamento elettronico;

Tutto ciò premesso si prevede

1. Finalità e titolarità del Marchio

L'Agenzia per l'Italia Digitale:

- a) contribuisce alla diffusione dell'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, allo scopo di favorire l'innovazione e la crescita economica, anche mediante lo sviluppo e l'accelerazione della diffusione delle Reti di nuova generazione (NGN);
- b) detta indirizzi, regole tecniche e linee guida in materia di sicurezza informatica e di omogeneità dei linguaggi, delle procedure e degli standard, anche di tipo aperto, in modo da assicurare anche la piena interoperabilità e cooperazione applicativa tra i sistemi informatici della pubblica amministrazione e tra questi e i sistemi dell'Unione europea;
- c) assicura l'omogeneità, mediante il necessario coordinamento tecnico, dei sistemi informativi pubblici destinati ad erogare servizi ai cittadini ed alle imprese, garantendo livelli uniformi di qualità e fruibilità sul territorio nazionale, nonché la piena integrazione a livello europeo;
- d) supporta e diffonde le iniziative in materia di digitalizzazione dei flussi documentali delle amministrazioni, ivi compresa la fase della conservazione sostitutiva, accelerando i processi di informatizzazione dei documenti amministrativi e promuovendo la rimozione degli ostacoli tecnici, operativi e organizzativi che si frappongono alla realizzazione dell'amministrazione digitale e alla piena ed effettiva attuazione del diritto all'uso delle tecnologie.

In applicazione dell'articolo 5 del CAD, l'Agenzia per l'Italia Digitale ha realizzato il sistema dei pagamenti elettronici in favore delle pubbliche amministrazioni e dei gestori di pubblici servizi attraverso il Nodo dei Pagamenti-SPC (di seguito, il "Sistema").

Il Sistema mira a rendere fruibili a cittadini, professionisti, imprese (di seguito, unitamente l' "Utente"), in un regime di libera concorrenza, i servizi e i canali di pagamento messi a disposizione dal mercato, rimettendo la scelta del soggetto a cui rivolgersi per l'esecuzione del pagamento all'utente, in piena e completa autonomia.

Il Sistema, dunque, pone al centro del processo proprio l'Utente che - non solo può effettuare in via telematica i pagamenti a favore delle pubbliche amministrazioni o dei gestori di pubblici servizi (di seguito, unitamente, l' "Ente Creditore") - bensì non deve rivolgersi a un prestatore segnalatogli dall'Ente Creditore, ma può rivolgersi a tutti i prestatori aderenti al Sistema per



beneficiare delle nuove modalità di pagamento elettroniche e dei vantaggi ad esse connesse.

L'Utente che voglia pagare un Ente Creditore potrà richiedere l'esecuzione del pagamento a un prestatore di servizi di pagamento tra quelli aderenti al Nodo, potendo sceglierlo, se del caso, in base alle condizioni economiche praticate e/o agli strumenti di pagamento erogati (es. bonifico, carta di credito, carta di debito, contante) e/o ai canali/luoghi messi a disposizione per richiedere il pagamento (es. ATM, sportello delle filiali del PSP, tabaccai, bar, autogrill, altri esercizi commerciali).

Proprio per agevolare l'Utente che voglia pagare un Ente Creditore, a meglio comprendere quali sono i prestatori di servizi di pagamento già aderenti (di seguito, i "PSP Abilitati"), l'Agenzia per l'Italia Digitale ha pensato e realizzato la diffusione di un marchio che possa facilmente fare comprendere quando un soggetto sia aderente al Sistema; da qui il marchio "pagoPA".

Quindi, per pubblicizzare i nuovi servizi elettronici di pagamento che un PSP Abilitato è in grado di offrire alla sua clientela, i PSP Aderenti esibiranno il logo "pagoPA" sui loro siti web, presso le proprie filiali, agenzie, sedi, uffici, sportelli o in ogni altra postazioni ove sia possibile eseguire un'operazione di pagamento in favore di un Ente Creditore attraverso il Sistema, nonché in ogni documentazione pubblicitaria o comunque di comunicazione e/o istituzionale inerente l'esecuzione di operazioni di pagamento in favore di un Ente Creditore attraverso il Sistema al fine di meglio consentire che l'Utente sia capace di comprendere immediatamente chi tra i prestatori di servizi di pagamento ha già aderito al Sistema.

Al pari, gli Enti Creditori che abbiano già aderito al Sistema per pubblicizzare i nuovi servizi elettronici di pagamento che offrono all'Utente esibiranno anch'essi il logo "pagoPA" sui loro siti web, presso le proprie filiali, agenzie, sedi, uffici, sportelli o in ogni altra postazioni ove sia possibile eseguire un'operazione di pagamento in loro favore attraverso il Sistema, nonché in ogni documentazione pubblicitaria o comunque di comunicazione e/o istituzionale inerente l'esecuzione di operazioni di pagamento in favore di un Ente Creditore attraverso il Sistema al fine di meglio consentire che l'Utente sia capace di comprendere immediatamente chi tra gli Enti creditori ha già aderito al Sistema.

2. Denominazione e logo

Il Marchio è insieme verbale e figurativo e consiste nella dicitura "pagoPA".

Si prega tutti gli utilizzatori del Marchio di prestare la massima attenzione all'uso delle minuscole e delle maiuscole, rispettando pedissequamente le caratteristiche del Marchio, che si compone della dicitura iniziale "pago" tutta esclusivamente in carattere di formato minuscolo, inclusa la lettera "p" iniziale che non deve essere in alcun modo esposta in carattere maiuscolo, nonché



della seconda dicitura “PA” tutta invece esclusivamente in carattere di formato maiuscolo e che non deve essere in alcun modo esposta in carattere minuscolo.

Inoltre, il Marchio, a livello figurativo, si compone di n. 2 versioni grafiche, e precisamente:

1. una pluricromatica e più articolata graficamente, già da tempo in uso per il Sistema;
2. una monocromatica e meno articolata graficamente che nel tempo dovrà sostituire integralmente la versione pluricromatica.

La versione pluricromatica è composta dalla parola “pago” di colore ROSSO (RGB R:237 G:28 B:36 HSB H:375° S:87% B:92% CMYK C:8% M:87% Y:85% K:1% PANTONE 7417C) su sfondo bianco, e la parola “PA” di colore VERDE (RGB R:13 G:177 B:75 HSB H:142° S:92% B:69% CMYK C:72% M:10% Y:97% K:1% PANTONE 7738C) su sfondo bianco.

Tale versione, a livello figurativo, si compone altresì di n. 2 linee curve di cui una sola termina con il simbolo di una freccia. La prima linea curva di colore ROSSO (RGB R:237 G:28 B:36 HSB H:375° S:87% B:92% CMYK C:8% M:87% Y:85% K:1% PANTONE 7417 C) su sfondo bianco inizia da sotto la lettera “p” della parola “pago” e crea un cerchio perfetto che si chiude sopra la lettera “p” della parola “pago” in modo da ricomprendere all’interno del cerchio la restante dicitura del logo, ossia solo quota parte della lettera “p” della parola “pago” e integralmente le restanti lettere della parola “pago” e l’intera parola “PA”. La seconda linea curva di colore VERDE (RGB R:13 G:177 B:75 HSB H:142° S:92% B:69% CMYK C:72% M:10% Y:97% K:1% PANTONE 7738C) su sfondo bianco inizia da sotto la lettera “A” della parola “PA” come proseguimento della stanghetta di destra della lettera “A” della parola “PA” e crea un semicerchio perfetto che si chiude sotto la lettera “a” della parola “pago” e che termina con il simbolo di una freccia.

Il Marchio si presenta a livello figurativo nelle modalità come raffigurate nel documento allegato sotto la lettera “A” al presente regolamento.

La versione monocromatica è composta dalla parola “pago” e dalla parola “PA” entrambe di colore BLU ITALIA (RGB R:0 G:102 B:204 HSB H: 208° S:100% B:80% CMYK C:85% M:56% Y:0% K:0% PANTONE 285C) su sfondo bianco.

Tale versione, a livello figurativo, si compone altresì di n. 1 linea curva che termina con il simbolo di una freccia. Tale linea curva di colore BLU ITALIA (RGB R:0 G:102 B:204 HSB H: 208° S:100% B:80% CMYK C:85% M:56% Y:0% K:0% PANTONE 285C) su sfondo bianco inizia da sotto la lettera “A” della parola “PA” come proseguimento della stanghetta di destra della lettera “A” della parola “PA” e crea un semicerchio perfetto che si chiude sotto la lettera “a” della parola “pago” e che termina con il simbolo di una freccia.

Il Marchio si presenta a livello figurativo nelle modalità come raffigurate nel documento allegato sotto la lettera “B” al presente regolamento.

Il Marchio dovrà essere apposto solo ed esclusivamente nella versione verbale e figurativa di cui all’Allegato “A” o all’Allegato “B”, senza possibilità alcuna di variazione e/o alterazione e/o modifica alcuna, né nella sua componente verbale, né tantomeno nella sua componente figurativa e mantenendo sempre costante il rapporto delle proporzioni degli elementi grafici costituenti il logo nel rispetto dei test di cui sempre agli Allegati “A” e “B”.

Per un uso coordinato e regolato delle due versioni del logo, al fine di una valida gestione del periodo transitorio per il passaggio definitivo dalla versione pluricromatica a quella monocromatica, si riportano come seguono le relative indicazioni:

- a) chi ha diritto all’uso del Marchio e deve esporlo per la prima volta ha l’obbligo di esporre il Marchio solo ed esclusivamente nella versione monocromatica e, dunque rispettare quanto indicato nell’allegato “B”;
- b) chi ha diritto all’uso del Marchio e già lo esponeva nella versione pluricromatica può mantenere tale versione, ferma la facoltà di decidere quando sostituirlo con la sola versione monocromatica, dovendo essere da parte del singolo soggetto la sostituzione integrale e non parziale;
- c) per tutti coloro che hanno diritto all’uso del Marchio, quindi anche per coloro che hanno deciso di mantenere la versione pluricromatica perché già la esponevano, resta invece fermo l’obbligo di utilizzare solo ed esclusivamente la versione monocromatica negli avvisi analogici di pagamento, senza possibilità alcuna di esposizione del logo nella versione pluricromatica.

3. Concessione e requisiti per l’uso del Marchio

L’Agenzia per l’Italia Digitale concede in uso il Marchio ai soggetti che abbiano aderito al Sistema, e segnatamente:

- a) alle pubbliche amministrazioni che abbiano sottoscritto con l’Agenzia per l’Italia Digitale un protocollo di adesione al Sistema;
- b) alle pubbliche amministrazioni o ai gestori di pubblici servizi che abbiano inviato all’Agenzia per l’Italia Digitale la lettera di adesione al Sistema debitamente sottoscritta;
- c) ai prestatori di servizi di pagamento che abbiano sottoscritto con l’Agenzia per l’Italia Digitale l’accordo di servizio per l’adesione al Sistema;
- d) terzi che non rientrano nelle tipologie soggettive di cui alle precedenti lett. a), b) e c) specificamente individuati.



e) I soggetti di cui alla lett. d) possono essere autorizzati all'uso del Marchio dietro specifica licenza da parte dell'Agenzia per l'Italia Digitale, rilasciata all'interno di uno specifico accordo da sottoscrivere per iscritto.

L'uso del Marchio è concesso ai soggetti di cui alle lettere a), b), c) e d) a condizione che rispettino le previsioni contenute nelle Linee Guida per l'effettuazione dei pagamenti a favore delle pubbliche amministrazioni e dei gestori di pubblici servizi, ivi inclusi i relativi allegati.

I soggetti di cui alle lettere a), b), c) e d) sono liberi di esporre il Marchio sui loro siti web, presso le proprie filiali, agenzie, sedi, uffici, sportelli o in ogni altra postazioni ove sia possibile eseguire un'operazione di pagamento in favore di un Ente Creditore attraverso il Sistema, nonché sulla documentazione pubblicitaria o comunque di comunicazione e/o istituzionale inerente l'esecuzione di operazioni di pagamento in favore di un Ente Creditore. Ogni altro utilizzo del Marchio deve essere autorizzato dall'Agenzia per l'Italia Digitale.

Il Marchio può essere liberamente affiancato ad altri segni distintivi bancari o istituzionali dell'Ente Creditore a condizione che le caratteristiche dimensionali tra il Marchio e gli altri marchi a cui venga affiancato siano uguali.

Per i soggetti di cui alla lett. c) la licenza d'uso del Marchio permane per tutto il periodo di efficacia del relativo accordo di servizio.

La risoluzione dell'accordo di servizio sottoscritto con il PSP Aderente o l'esercizio del diritto di recesso da parte del PSP Aderente, in virtù della perdita della qualità di PSP Aderente al Sistema, determina la decadenza dalla licenza d'uso del Marchio, senza necessità di uno specifico atto di revoca da parte dell'Agenzia per l'Italia Digitale.

4. Divieto di cessione dell'uso del Marchio

La licenza d'uso per i soggetti di cui all'art. 4, di cui alle lettere a), b) e c) è a titolo gratuito. L'Agenzia per l'Italia Digitale si riserva il diritto di concedere a titolo oneroso la licenza d'uso del Marchio in favore dei terzi di cui all'art. 4 lett. d).

È fatto divieto ai soggetti di cui alle lettere a), b), c) e d) di cedere, in tutto od in parte, i diritti acquisiti, a seconda dei casi, con l'autorizzazione all'uso o con la licenza d'uso del Marchio.

5. Controlli

Al fine di contribuire alla migliore diffusione dell'immagine dell'Agenzia per l'Italia Digitale e della qualità dei servizi erogati dal Sistema, i soggetti autorizzati all'uso del Marchio sono tenuti a segnalare all'Agenzia per l'Italia Digitale gli usi impropri del Marchio stesso e comunque non conformi alle prescrizioni contenute nel presente Regolamento di cui vengano a conoscenza e da chiunque posti in essere e/o connessi a servizi erogati in spregio delle Linee Guida per l'effettuazione dei pagamenti a favore delle pubbliche amministrazioni e dei gestori di pubblici servizi, ivi inclusi i relativi allegati.



7. Sanzioni

1. L'Agenzia per l'Italia Digitale può applicare le seguenti sanzioni disciplinari:

- a. diffida: nel caso di atti di lieve entità, che rilevino buona fede da parte dell'utilizzatore e che non comportino maggiori gravi danni all'immagine del marchio stesso;
- b. censura: nel caso di atti più gravi su cui non sia certa o comprovabile la buona fede, nei casi in cui sussista, a seguito del comportamento dei concessionari, un rischio di concreta compromissione della corretta immagine del marchio;
- c. revoca: nel caso di gravissimi comportamenti contrari al Regolamento e/o all'immagine del Marchio, nonché nel caso che perdurino comportamenti scorretti.

8. Controversie

L'Agenzia per l'Italia Digitale nei limiti inderogabili di legge, è esonerata da qualsiasi responsabilità nei confronti del concessionario nei seguenti casi:

- a. per causa di nullità del Marchio;
- b. per causa di invalidità o di inefficacia, totali o parziali, del Marchio;
- c. per causa di violazione dei diritti di Marchio o di eventuali altri diritti di terzi connessi all'uso del marchio stesso.

Per qualsiasi controversia è competente esclusivamente la Sezione Specializzata in Proprietà Industriale e Intellettuale del Tribunale di Roma.