



## HANDELSMERKBELEID

<b>Verwysingsnommer</b>	6P/6.1
<b>Verantwoordelike uitvoerende bestuurder</b>	Uitvoerende Direkteur: Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking
<b>Beleideienaar</b>	Uitvoerende Direkteur: Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking
<b>Verantwoordelike afdeling</b>	Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking
<b>Status</b>	Goedgekeur
<b>Goedgekeur deur</b>	Raad
<b>Datum van goedkeuring</b>	28 Maart 2018
<b>Hersieningsdatum</b>	2021
<b>Prosedures ingevolge hierdie beleid</b>	Geen
<b>Webadres van hierdie beleid</b>	<a href="http://www.nwu.ac.za/gov_man/policy/index.html">http://www.nwu.ac.za/gov_man/policy/index.html</a>
<b>Adres op die beleidsdatabasis</b>	(10935746) H:\HSC\2. Management\2.1.3 Policy management\Beleide\Raad Maart 2018\6P/6.3_Brand_e.docm

## HANDELSMERKBELEID

Teen die agtergrond van die droom om 'n internasionaal erkende universiteit in Afrika te wees, wat bekend is vir sy wetenskapsbeoefening, maatskaplike responsiwiteit en 'n sorgsaamheidsetiek, het die Raad van die Noordwes-Universiteit hierdie beleid op 28 Maart 2018 aanvaar om vorige beleide oor die universiteitshandelsmerk te vervang.

By die NWU is 'n handelsmerkbeeld die totale indruk van die Universiteit in 'n individu se gedagte-wêreld (wat die Universiteit vir 'n individu doen en wat die Universiteit vir 'n individu beteken).

### 1 Beleidsverklaring

Die Raad van die Noordwes-Universiteit beskou 'n behoorlike proses en raamwerk vir die bestuur van die handelsmerk, beeld en reputasie van die Noordwes-Universiteit deur die implementering van 'n handleiding vir korporatiewe identiteit wat verwante doelstellings soos voldoening aan korporatiewe-identiteit-regulasies, visuele taal, fotografiese styl en kreatiewe konsepte in ag neem as iets wat van kardinale belang is vir die doeltreffende en effektiewe bestuur, korporatiewe bestuur en administrasie van die Noordwes-Universiteit.

Dit is dus die beleid van die Noordwes-Universiteit dat die NWU van sy handelsmerkidentiteit afhanklik is om 'n konsekwente en toepaslike handelsmerkbeeld vir die Universiteit se posisionering as 'n "instansie van hoogstaande akademiese uitnemendheid, met 'n verbintenis tot maatskaplike geregtigheid" te bereik. Sekondêre posisioneringsboodskappe (skriftelik en visueel) posisioneer die Universiteit deur op sy handelsmerkeienskappe te fokus.

Die NWU is daartoe verbind om "uit te munt in innoverende leer en onderrig en baanbrekersnavorsing, om sodoende die gemeenskap deur kennis te dien".

Die beeld van die Universiteit en hoe dit uitgebeeld word, is van die grootste belang aangesien dit 'n voorstelling is van wie ons is en waarvoor ons staan, en 'n direkte effek het op die interne en eksterne persepsie van die handelsmerk van die NWU sowel as die NWU as instansie.

### 2 Vertolking en toepassing

Die vertolking en toepassing van hierdie beleid is onderhewig aan die bepalings van die Wet op Hoër Onderwys, 101 van 1997, en die Statuut van die Noordwes-Universiteit.

### 3 Woordomsrywings

In hierdie beleid –

verwys "**handelsmerk**" na 'n naam of handelsnaam wat verband hou met die NWU, sy produkte en aanbod, met inbegrip van die gewenste emosionele en sielkundige verhouding wat die Universiteit met sy interne en eksterne belanghebbendes deel deur sy handelsmerkeienskappe en wese;

is "**handelsmerkambassadeur**" 'n beïnvloeder wat noukeurig uitgekies is om die NWU in 'n positiewe lig te verteenwoordig;

sluit "**handelsmerkeienskappe**" akademiese uitnemendheid, dinamiese studente-lewe, relevante graduandi, en maatskaplike responsiwiteit in;

is "**handelsmerkbeeld**" die karakter en beeld van die NWU, met inbegrip van die Universiteit se naam en logo, wat sy kultuur weerspieël en aan verskeie publieke voorgelê word;

verwys "**handelsmerkvestiging**" na die seleksie, vermenging en aanwending van tasbare en ontasbare eienskappe om die produkte, dienste of die NWU as geheel op 'n aantreklike, betekenisvolle, konsekwente en oortuigende manier te differensieer;

beteken "**die KID-handleiding**" die dokument met riglyne vir die gebruik van die NWU se logo, template, stylgidse, konsepte en visuele taal;

verwys “**korporatiewe identiteit (KID)**” na die visuele identiteit van die Universiteit (insluitende die logo, primêre en sekondêre universiteitskleure) wat gebruik word om die NWU aan sy belanghebbendes te identifiseer en om homself van ander organisasies te onderskei;

is “**die NWU-slagspreuk**” ‘It all starts here’; ‘Dit begin alles hier’; ‘Gotlhe go simolola fano’;

beteken “**handelsnaam**”, in ooreenstemming met die Wet op Handelsmerke, 194 van 1993, ’n merk wat gebruik word of beoog word om gebruik te word deur die NWU met betrekking tot goedere of dienste met die doel om die goedere of dienste met betrekking waartoe die merk gebruik word of beoog word om gebruik te word te onderskei van dieselfde soort goedere of dienste wat in die handel met enige ander persoon geassosieer word: die formele naam ‘Noordwes-Universiteit’, die akroniemlogo's en die NWU-slagspreuk is geregistreerde handelsname;

is “**tipografie**” die manier waarop die amptelike setwerk met betrekking tot lettertipe, belyning en spasiëring ingestel word soos gestipuleer in die KID-handleiding;

verwys “**visuele taal**” na die styl van beelding, illustrasie, fotografie, tipografie en uitleg in bemarkingskommunikasie materiaal en ander handelsmerkraakpunte van die NWU.

## 4 Rolle en verantwoordelikhede

- 4.1 Die NWU-handelsmerkbeleid is van toepassing op die NWU-Raad en sy lede, komitees en ander korporatiewebestuurstrukture, alle permanente en gekontrakteerde personeel, en studente.
- 4.2 Niemand anders as diegene soos bedoel in 5.1 mag gemagtig word om die NWU-handelsmerk of handelsname te gebruik voordat hulle skriftelik onderneem het om aan die vereistes van hierdie beleid te voldoen nie.
- 4.3 Alle kommunikasies moet die handelsmerkessensie en -eienskappe van die Universiteit weerspieël, en die slagspreuk ondersteun.
- 4.4 Hierdie beleid geld vir alle kommunikasie en visuele taal, wat alle vorms van media, gedrukte materiaal, digitale voorstellings, skryfbehoeftes, kennisgewings, klere en uitbeeldings insluit wat vir en deur die NWU geskep is.
- 4.5 Die Universiteitsbestuurskomitee (UBK) is oorhoofs daarvoor verantwoordelik om te verseker dat die NWU-handelsmerk doeltreffend en verantwoordelik binne die NWU geïmplementeer en bestuur word in ooreenstemming met hierdie beleid.
- 4.6 Die Uitvoerende Direkteur: Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking is verantwoordelik vir die oorhoofse implementering van hierdie beleid.

## 5 Reëls

### 5.1 Handelsmerktoepassing

- 5.1.1 Die NWU-handelsmerk mag nie geassosieer word met –
  - die misbruik van verslawende middels;
  - die misbruik van alkohol;
  - seksueel eksplisiete beelde of verwysings;
  - profaniteit of onvanpaste onsensitiewe taal, of
  - dobbelary nie,behalwe met die doel om verwante euwels te bekamp.
- 5.1.2 Alle logo's wat gebruik word vir die uitbeelding van enige gedeelte van die NWU, sy komitees, studenteverenigings, fakulteite, departemente, sentrums, filiale en verwante entiteite of enigiets m.b.t. die interne en eksterne voorstelling van die NWU moet voldoen aan hierdie beleid en aan tersaaklike riglyne soos uiteengesit in die KID-handleiding.
- 5.1.3 Indien fakulteite en departement van die NWU nie gebruik maak van die sentrale grafiese-ontwerp-departement van Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking nie, moet hul ontwerpkonsepte hou by die voorgeskrewe styl in die KID, moet hulle gebruik maak van goedgekeurde NWU-beelde en template wat beskikbaar is by die digitale handelsmerk-winkel (Skakel), en moet alle ontwerpe goedgekeur word deur die Direkteur: Bemarking en Studentewerwing.
- 5.1.4 Geen kampus, fakulteit, instituut of sentrum van die NWU mag gebruik maak van ’n identiteit, simbool of logo wat verskil van die NWU-logo nie, maar navorsingsentiteite, -eenhede en -sentrums mag hul name saam met die NWU-logo gebruik.

- 5.1.5 As 'n uitsondering mag die NWU se Skool vir Besigheid en Korporatiewe Bestuur en newemaatskappye hul eie logo's gebruik, maar slegs saam met die NWU-logo.
- 5.1.6 Alle kommunikasie- (intern en ekstern), bemarkings- en studentewerwingsveldtogte moet belyng wees met die oorhoofse NWU-handelsmerkstrategie.
- 5.1.7 Alle kommunikasie van die NWU moet die handelsmerkessensie en -ienskappe van die Universiteit ondersteun en weerspieël.
- 5.1.8 Die Uitvoerende Direkteur: Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking is verantwoordelik vir die bywerk van die KID-handleiding, onderhewig aan goedkeuring deur die Universiteitsbestuurskomitee (UBK) en latere kommunikasie van die handleiding.
- 5.1.9 Die Direkteur: Bemarking en Studentewerwing is verantwoordelik vir die verspreiding van die bywerkings van die KID-handleiding deur amptelike NWU-kommunikasiekanale en aan alle interne handelsmerkambassadeurs en belanghebbendes.
- 5.1.10 Die Direkteur: Bemarking en Studentewerwing moet geraadpleeg word deur enigiemand wat van die NWU-handelsmerk of handelsmerke wil gebruik maak ten einde te verseker dat daar belyng is tussen alle veldtogte, konsepte, visuele, advertensie- en kommunikasiemateriaal wat oor gedrukte, elektroniese en digitale platforms heen geïmplementeer word.

## 5.2 Handelsware

- 5.2.1 Handelsware wat die Universiteit se handelsmerke of logo's vertoon, mag slegs deur gekontrakteerde verskaffers gereproduseer en versprei word.
- 5.2.2 Kontraktuele ooreenkomste met verkopers en verskaffers ten opsigte van handelsmerke en bemarking mag slegs deur die Departement Korporatiewe Verhoudinge en Bemarking namens die NWU aangegaan word.
- 5.2.3 Indien die gebruik van die NWU-logo met enige ander logo nie gedek word deur die riglyne in die KID nie, moet toestemming vir sodanige gebruik verkry word van die Direkteur: Bemarking en Studentewerwing.
- 5.2.4 Studiemateriaal en akademiese projekte is nie onderhewig aan handelswarebeginsels nie.

## 5.3 Studenteverenigings en koshuise

- 5.3.1 Geregistreeerde studenteverenigings en koshuise mag hul eie ikone of visuele identifiseerders skep en gebruik, behoudens goedkeuring van die Direkteur: Bemarking en Studentewerwing.
- 5.3.2 Geregistreeerde studenteverenigings en koshuise moet die NWU-logo te alle tye saam met hul ikone en visuele identifiseerders gebruik.

## 5.4 Medegebruik van 'n handelsmerk

Alle gesamentlike gebruik van 'n handelsmerk moet aan hierdie beleid en KID-riglyne voldoen en alle ontwerpe is onderhewig aan goedkeuring deur die Direkteur: Bemarking en Studentewerwing.

## 6 Nie-voldoening aan hierdie beleid

- 6.1 Enige geïdentifiseerde misbruik van die NWU-handelsmerk moet aangemeld word by die Direkteur: Bemarking en Studentewerwing vir opvolg, waar nodig deur middel van regsdinge.
- 6.2 Handelsware wat die NWU-handelsmerk sonder behoorlike magtiging vertoon, moet as 'n vervalsing en as 'n skending van die intellektuele eiendom van die NWU hanteer word.

## 7 Verwante beleide en ander tersaaklike dokumente

Hierdie beleid moet gelees word in samehang met verwante beleide, insluitende maar nie beperk nie tot mediabeleid, beleid oor aanlyn publikasies, sosialemedia-beleid, gedragsbeleid en studente dissiplinêre reëls.

Original details: (10935746) H:\HSC\2. Management\2.1.3 Policy management\Beleide\Raad Maart 2018\Brand Policy\_e.docm  
3 May 2018

File reference: 6P/6.3