

Regolamento
per l'assegnazione
e l'utilizzo del marchio/logotipo
Trekking Urbano



Art. 1

Oggetto

1. Il presente regolamento disciplina l'assegnazione e l'utilizzo del marchio "Trekking Urbano" in seguito denominato marchio.

CAPO I MARCHIO

Art. 2

Marchio e corporate design

1. Il marchio "Trekking Urbano" è un marchio denominativo e figurativo registrato.
2. Il corporate design del marchio si compone della scritta "Trekking Urbano", elaborata *ad hoc* e dai colori predefiniti.
3. Il marchio serve a presentare in modo uniforme il progetto "Trekking Urbano", concentrando gli sforzi di commercializzazione ed aumentando l'efficacia delle iniziative ad esso collegate.

Art. 3

Identità del marchio

1. L'identità del marchio si basa su cromie distintive dell'ecosistema di valori "Trekking Urbano".
2. Si tratta dei valori che il marchio intende veicolare e a cui associare in futuro il progetto.

Art. 4

Posizionamento del marchio

1. Il posizionamento del marchio si basa sul seguente messaggio di fondo: "Fare Trekking Urbano è vivere un'esperienza immersiva nella cultura e nelle tradizioni di una città attraverso il cammino".

Art. 5

Tracciabilità

1. Il marchio assume la valenza di una certificazione di origine.

Art. 6

Forme d'applicazione

1. Il marchio potrà essere utilizzato sotto forma d'applicazione fissa oppure modulare.
2. Nel caso dell'applicazione fissa la scritta "TREKKING URBANO" forma un'unità indivisibile. La dimensione di questa unità è scalabile esclusivamente in proporzione nonché entro le varianti di grandezza predefinite.
3. L'applicazione modulare permette l'uso di tutti gli elementi di base del marchio. L'utilizzo dell'applicazione modulare è riservato alle istituzioni. L'applicazione modulare è consentita solamente nel rispetto delle regole applicative.

CAPO II REQUISITI

Art. 7

Requisiti per l'uso del marchio

L'uso del marchio è accessibile a tutte le imprese, istituzioni e organizzazioni che producono beni o erogano servizi associabili al marchio nel rispetto delle condizioni del presente regolamento.

L'utilizzatore del marchio deve essere in grado di consolidare ovvero rafforzare l'immagine del progetto, nonché l'identità e il posizionamento del marchio.

L'uso del marchio in tali applicazioni è subordinato alla sussistenza dei seguenti requisiti:

- a. L'utilizzatore del marchio, la sua attività o il suo prodotto devono essere compatibili con l'identità e il posizionamento del marchio, e devono possedere i necessari requisiti di diretta associabilità al marchio stesso in quanto impresa, attività o prodotto tipico, peculiare e caratteristico del Territorio;
- b. Nel caso dei servizi – nel senso più ampio del termine - il marchio può essere utilizzato solamente per i servizi interamente erogati nel Comuni partner del progetto;
- c. L'attività dell'utilizzatore del marchio non può essere illegale, immorale o discriminante, e deve essere apartitica e neutrale sul piano confessionale. Sono in ogni caso esclusi dall'uso del marchio i beni e servizi dell'industria pesante nonché i materiali bellici e le armi;
- d. I beni e servizi devono essere di elevata qualità. Sono esclusi beni e servizi a prezzi stracciati. L'utilizzatore del marchio deve poter certificare il successo dell'attività nel suo settore oppure perseguire iniziative promettenti. L'uso del marchio non può essere concesso nel caso in cui l'azienda o l'utilizzatore registrato o potenziale del marchio sia fatto oggetto di lamentele da parte dei clienti con una frequenza superiore alla media e tali da fare supporre carenze qualitative.
- e. Il presupposto per l'uso del Marchio è che l'impresa sia iscritta nel registro delle imprese della Camera di Commercio di una delle province aderenti al progetto, abbia la propria sede legale e sociale nella regione corrispondente, non eserciti attività illegali, immorali o discriminanti e che, nell'esercizio delle proprie attività, non arrechi danno o pregiudizio alcuno al proprio territorio.
- f. Le imprese attive nei settori del turismo e della ristorazione che somministrano cibi e bevande devono adottare misure opportune per valorizzare, rendere maggiormente visibili e per migliorare il posizionamento dei prodotti nel settore alberghiero e della gastronomia. L'offerta mirata di prodotti di qualità nel settore alberghiero e della ristorazione è di fondamentale importanza per l'uso del marchio.

Art. 8

Rispetto delle regole d'applicazione

1. L'utilizzatore del marchio è tenuto al tassativo rispetto delle regole d'applicazione (All.1), e pubblicate nel sito internet www.trekkingurbano.info.

CAPO III GESTIONE ED ASSEGNAZIONE

Art. 9

Proprietario e utilizzatore del marchio

1. Titolare, proprietario e detentore del marchio è il Comune capofila del progetto.
2. Il suddetto Comune assegna il marchio soprattutto ad imprese o organizzazioni con sede nelle province

aderenti al progetto, allo scopo di promuovere la reciproca valorizzazione d'immagine. L'utilizzatore del marchio trae vantaggio dall'immagine e dalla posizione sul mercato del marchio, e potenzia a sua volta il marchio con la propria immagine.

Art. 10

Gestione del marchio

1. Il Comune capofila del progetto affida al proprio Assessorato di riferimento:
 - a) la gestione del marchio;
 - b) l'esame delle richieste di utilizzo del marchio;
 - c) la decisione in merito ai quesiti applicativi o interpretativi relativi alla strategia e al posizionamento del marchio;
 - d) L'approvazione delle manifestazioni in cui si può utilizzare l'applicazione del marchio di cui all'articolo 6, comma 3;
 - e) la determinazione dei diritti di utilizzo previsti in caso di contratto di licenza ai sensi dell'articolo 17;
 - f) la determinazione della percentuale dei controlli a campione annuali da effettuare presso gli utilizzatori registrati ai sensi dell'articolo 18, comma 1.

Art. 11

Richiesta di uso del marchio

1. Il diritto di uso del marchio viene concesso su richiesta. La richiesta può essere presentata on-line attraverso il sito internet www.trekkingurbano.info. In alternativa, la richiesta può essere presentata anche via posta.
2. Nella richiesta devono essere indicati i principali dati personali del richiedente, che deve anche dichiarare di rispettare le disposizioni del presente regolamento e le regole d'applicazione di cui all'articolo 8, e di non fare uso illegittimo o abusivo del marchio.

Art. 12

Licenza d'uso

1. Si può scegliere tra applicazione fissa o applicazione modulare.
2. In caso di richiesta dell'applicazione fissa la licenza d'uso del marchio è concessa previo esito positivo del controllo della richiesta.
3. In caso di richiesta dell'applicazione modulare, la licenza d'uso del marchio è concessa previo esito positivo del controllo della stessa.

A seguito delle verifiche il richiedente riceverà a mezzo posta elettronica i codici individuali, necessari per poter scaricare i moduli digitali necessari alla iscrizione. Su richiesta sono inviati i relativi file.

Art. 13

Diritti e doveri del licenziatario

1. Con la licenza d'uso del marchio il licenziatario acquisisce il diritto all'utilizzo del marchio alle condizioni e nei limiti indicati nel presente regolamento e assume in particolare i seguenti obblighi:
 - a. osservare fedelmente quanto prescritto nelle regole d'applicazione e nel presente regolamento;
 - b. assoggettarsi alle verifiche di controllo, consentendo il libero accesso del personale incaricato, garantendo ogni assistenza durante le visite e fornendo ogni informazione utile per l'espletamento dell'incarico;
 - c. mantenere inalterate tutte le condizioni che hanno permesso il rilascio della licenza d'uso del marchio;

- d. utilizzare il marchio esclusivamente per gli scopi per i quali è stata rilasciata la licenza d'uso;
- e. utilizzare il marchio nella sua interezza e senza modifiche, rispettandone le forme e dimensioni, i colori e le proporzioni, che lo rendono immediatamente distinguibile;
- f. non utilizzare eventuali altri segni, scritte o informazioni in modo tale da non generare confusione con il marchio o trarre in inganno i destinatari del messaggio;
- g. non compiere alcun atto o omissione che possa danneggiare o, comunque, ledere la reputazione del marchio;
- h. non utilizzare il marchio se la licenza d'uso del marchio è stata oggetto di revoca, recesso o sospensione;
- i. non partecipare ad altri organismi le cui finalità o attività siano incompatibili con quelle del marchio;
- j. non depositare o registrare marchi analoghi o tali da generare rischi di confusione con il marchio;
- k. cooperare attivamente alla realizzazione delle attività collettive tese alla promozione e valorizzazione del marchio.

Art. 14

Utilizzatori registrati

1. Con la licenza d'uso del marchio il licenziatario è anche registrato con la qualifica d'utilizzatore ufficiale del marchio.
2. Il licenziatario è iscritto in uno speciale elenco dei licenziatari del marchio, tenuto dalla persona incaricata e pubblicato in Internet (<https://www.trekkingurbano.info>). Tale elenco è continuamente aggiornato.

CAPO IV

FORME D'UTILIZZO, DI COOPERAZIONE E DIRITTI DI LICENZA

Art. 15

Varianti d'utilizzo

Il marchio può essere utilizzato ricorrendo ad una o più varianti riportate di seguito:

1. Finalità promozionali: utilizzo per iniziative pubblicitarie e di comunicazione (soprattutto a mezzo stampa, televisione, opuscolo, catalogo, pieghevole, gadget, manifesto, inserzione pubblicitaria, sito internet, carta intestata, biglietto da visita, targhetta sulla porta, sponsorizzazioni);
2. Riferimento al prodotto: il marchio è applicato su un prodotto oppure utilizzato per il merchandising;
3. Sponsorizzazione del progetto;
4. Marchio collettivo: il marchio può essere utilizzato per marchi collettivi di prodotti agroalimentari come pure per i marchi delle organizzazioni turistiche locali;
5. In caso di utilizzo del marchio su siti internet il link indirizza alla home-page www.trekkingurbano.info oppure a siti web autorizzati dal Comune capofila.

Art. 16

Cooperazione commerciale, contratto di licenza, sponsorizzazione e convenzioni

1. In caso di utilizzo del marchio per finalità promozionali in conformità al numero 1 dell'articolo 15, l'utilizzatore del marchio stipula un accordo di cooperazione commerciale con il Comune capofila del progetto. Il fine è la reciproca valorizzazione d'immagine. La stipula dell'accordo di cooperazione avviene con la licenza d'uso del marchio ai sensi dell'articolo 14.
2. In caso di utilizzo del marchio sul prodotto, l'utilizzatore può stipulare un contratto di licenza con il Comune capofila del progetto. Con la licenza d'uso del marchio il licenziatario acquisisce il diritto di apporre il

marchio sul prodotto. Il contratto di licenza stabilisce l'inizio e la fine dei termini contrattuali, i prodotti, l'area di distribuzione, i canali di distribuzione e i diritti di licenza. Il contratto di licenza non è trasferibile. È valido al massimo per cinque anni dalla firma e può essere rinnovato per altri quattro anni.

3. L'utilizzo del marchio nel quadro di attività di sponsorizzazione del progetto è subordinato alla firma di un accordo di sponsorizzazione, che può essere stipulato sia per eventi che per testimonials (individuali o di gruppo). Della sponsorizzazione è responsabile – nel rispetto del capo II del presente regolamento – il Comune capofila del progetto.
4. Il Comune capofila del progetto può stipulare convenzioni con agenzie pubblicitarie, studi grafici e tipografie con l'obiettivo di garantire l'osservanza di tutte le prescrizioni del regolamento da parte dei clienti e di rendere possibile la loro regolare registrazione come utilizzatori del marchio. La richiesta di utilizzo del marchio ai sensi dell'articolo 12 può essere presentata su incarico del cliente anche da agenzie pubblicitarie, studi grafici e tipografie, ma deve essere a nome dell'utilizzatore.

Il contratto di licenza per l'uso del marchio non è trasferibile. È valido al massimo per cinque anni e può essere rinnovato per altri quattro anni.

Art. 17

Diritti d'utilizzo

1. L'utilizzo del marchio per finalità promozionali ai sensi dell'articolo 16, comma 1, è esente da diritti d'utilizzo in virtù della cooperazione commerciale.
2. In caso di contratto di licenza per l'utilizzo del marchio sul prodotto, ai sensi dell'articolo 16, comma 2, può essere previsto il pagamento di diritti, qualora il marchio applicato al prodotto, che esprime una vicinanza ai valori del marchio, abbia una notevole rilevanza economica. I diritti variano a seconda dell'utilizzo diretto sul prodotto oppure tramite merchandising. I diritti sono calcolati in proporzione ai benefici che il licenziatario trae dall'utilizzo del marchio.
3. Per il calcolo dei diritti nei contratti di licenza si richiede un'autocertificazione della ditta, dalla quale risultano la quantità dei prodotti nonché il prezzo di vendita. Il diritto corrisponde ad una percentuale che varia dal 5 al 20% sul prezzo di vendita.
4. Per merchandising con il marchio il diritto per l'applicazione è pagato annualmente. Il primo pagamento deve avvenire dopo un anno. In caso di modesta entità può essere previsto un importo forfetario annuale.
5. Per l'applicazione del marchio sul prodotto il diritto è dovuto per la durata del contratto ed è pagato in un'unica soluzione oppure in forma rateizzata, ed è esigibile dopo un anno.
6. In caso di sponsorizzazione il Comune capofila del progetto paga per l'effetto promozionale e stabilisce le prescrizioni e condizioni per l'utilizzo gratuito del marchio.
7. Nel caso di contratto di licenza per l'uso del marchio ai sensi dell'articolo 16, può essere previsto il pagamento di diritti. Questi ultimi sono calcolati in proporzione ai benefici che il partner contraente ricava dall'uso del marchio o dai suoi elementi. Ciononostante, sarà tenuto conto anche dell'eventuale vantaggio derivante al progetto dall'uso del marchio del partner contraente.

CAPO V

CONTROLLI E SANZIONI

Art. 18

Controlli e gestione dei reclami

1. Il Comune capofila del progetto controlla il rispetto del presente regolamento e delle regole d'applicazione

di cui all'articolo 8.

2. Il Comune capofila del progetto effettua i controlli presso gli utilizzatori del marchio. Per garantire il rispetto del presente regolamento, sono effettuati controlli a campione presso gli utilizzatori registrati secondo una percentuale ritenuta opportuna dal gruppo ristretto per il marchio.

Art. 19

Non conformità e sanzioni

1. Le non conformità possono essere:
 - a. lievi: quando non pregiudicano l'immagine del marchio, la sua identità o il posizionamento che il marchio intende tutelare;
 - b. gravi: quando sono tali da pregiudicare l'immagine del marchio, la sua identità o il posizionamento che il marchio intende tutelare.
3. A fronte delle non conformità di cui al comma 1, il Comune capofila del progetto può decidere di comunicare ai licenziatari responsabili, fatto salvo l'eventuale risarcimento del danno, la sospensione o la revoca annotandole nell'elenco dei licenziatari.

Art. 20

Recesso

1. Il licenziatario può in qualsiasi momento rinunciare alla licenza d'uso del marchio, prima della sua scadenza. A tal fine deve inviare alla persona incaricata del marchio una esplicita comunicazione, mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento.
2. Il recesso ha effetto dalla data di ricevimento di tale comunicazione.

Art. 21

Effetti del recesso e della revoca

1. Nel caso di recesso o di revoca, al licenziatario non è riconosciuto alcun rimborso delle somme versate nel corso dell'anno cui si riferisce il recesso o la revoca. Inoltre egli resta obbligato ai versamenti di pertinenza del periodo in cui è stato licenziatario del marchio.
2. Il recedente o il revocato è altresì responsabile verso il Comune capofila del progetto e verso i terzi per tutte le obbligazioni assunte a suo nome e per suo conto per il periodo in cui è stato licenziatario del marchio.
3. A seguito del recesso o della revoca, il licenziatario è cancellato dall'elenco dei licenziatari e cessa altresì ogni suo diritto all'utilizzo del marchio.

Art. 22

Obbligo di riservatezza

1. Gli atti e le informazioni riguardanti il licenziatario sono considerati riservati, salvo disposizioni di legge contrarie o autorizzazione scritta del licenziatario medesimo.



pangea