

Comunicazione - Risposta a comunicazione ufficiale

MUE numero: **018737868**MUE Nome: **PARCO NATURALE REGIONALE DEL VULTURE**Da: **BOTTI & FERRARI S.p.A.**A: **European Union Intellectual Property Office**Riservato: **No**

Messaggio: Ns. rif.: EPV001MUE

Egregi Signori,

trasmettiamo in allegato il Regolamento d'uso del marchio collettivo depositato il 25 luglio 2022 al n. 018737868.

Cordiali saluti

Firma: Maria Caterina SPERA
Data: 21/09/2022
Numero ID: 15496

Allegati: EPV-Regolamento uso.pdf

REGOLAMENTO D'USO DEL MARCHIO COLLETTIVO DEL PARCO NATURALE REGIONALE DEL VULTURE

Sommario

Art. 1 - Oggetto del Regolamento d'uso

Art. 2 - Definizioni

Art. 3 - Titolarità del Marchio

Art. 4 - Finalità del Marchio

Art. 5 - Caratteristiche del Marchio

Art. 6 - Soggetti che possono richiedere la concessione di Licenza d'uso del Marchio

Art. 7 - Prodotti e servizi per i quali è possibile richiedere Licenza d'uso del Marchio

Art. 8 - Condizioni per la concessione della Licenza d'uso del Marchio

Art. 9 - Quota di adesione e canone annuale di Licenza d'uso del Marchio a titolo oneroso

Art. 10 - Domanda di richiesta di Licenza d'uso del Marchio a titolo oneroso

Art. 11 - Domanda di richiesta di concessione d'uso del Marchio a titolo gratuito "in patrocinio"

Art. 12 - Commissione di Valutazione per il rilascio della Licenza d'uso del marchio

Art. 13 - Modalità di valutazione delle domande di Licenza d'uso del Marchio

Art. 14 - Diritti conferiti dalla Licenza d'uso del Marchio

Art. 15 - Durata e rinnovo della Licenza d'uso del Marchio

Art. 16 - Obblighi del Licenziatario

Art. 17 - Inadempimento e Sanzioni

Art. 18 - Verbale di ammonizione

Art. 19 - Sanzione pecuniaria

Art. 20 - Sospensione della Licenza d'uso del Marchio

Art. 21 - Revoca della Licenza d'uso del Marchio

Art. 22 - Recesso del Licenziatario

Art. 23 - Effetti del recesso e della revoca

Art. 24 - Ricorsi avverso le sanzioni

Art. 25 - Modifiche

Art. 26 - Foro Competente

Art. 27 - Obbligo di riservatezza e disposizioni finali

ARTICOLO 1 - OGGETTO DEL REGOLAMENTO D'USO

Il presente Regolamento d'uso (nel seguito, "**Regolamento d'uso**") definisce le condizioni e le modalità per l'uso e la licenza del marchio figurativo collettivo d'area "Parco Naturale Regionale del Vulture", come rappresentato nell'**ALLEGATO 1** (nel seguito, il "**Marchio Collettivo**" o anche solo "**Marchio**"), nonché i controlli e le sanzioni per le infrazioni regolamentari di cui all'art. 157 comma 1-bis D.lgs. 30/2005 recante Codice della Proprietà Industriale (nel seguito, "**c.p.i.**")

ART. 2 - DEFINIZIONI

Ente Parco Naturale Regionale del Vulture (o "**Ente Parco**"): l'Ente di diritto pubblico a cui è affidata la gestione del Parco Naturale Regionale del Vulture, istituito dalla Regione Basilicata con Legge Regionale n. 28 del 20 novembre 2017 (nel seguito, "**L.R. 28/2017**"), ai sensi degli artt. 9 e 10 della L.R. n. 28 del 28 giugno 1994 e ss.mm.ii.. L'Ente Parco ha amministrazione e rappresentanza propria, ed è dotato di personalità giuridica e di autonomia organizzativa e contabile. Esso esercita la direzione e l'amministrazione del Parco Naturale Regionale del Vulture, programma ed attua le attività e gli interventi necessari per il conseguimento delle finalità istitutive di esso.

Statuto: lo Statuto dell'Ente Parco Naturale Regionale Del Vulture, adottato dalla Comunità del Parco nella seduta del 5 giugno 2018 (e ss.mm. ii.).

Area del Parco: l'area geografica delimitata dall'art. 2 dello Statuto.

Comunità del Parco: l'organo di cui all'art. 6 dello Statuto che esercita le competenze e le funzioni ad esso attribuite dal successivo art. 7 nonché dalla L.R. 28/2017, il quale è così composto:

- a) il Presidente *pro tempore* della Provincia di Potenza o suo delegato;
- b) i Sindaci *pro tempore* dei Comuni di Atella, Barile, Ginestra, Melfi, Rapolla, Rionero in Vulture, Ripacandida, Ruvo del Monte e San Fele, indicati all'art. 2 dello Statuto dell'Ente Parco Naturale Regionale Del Vulture, o loro delegati;
- c) i Presidenti delle comunità locali nei cui territori sono ricomprese le aree del Parco.

Manuale d'uso del Marchio Collettivo (o "**Manuale d'uso**"): il documento contenente le informazioni esplicative relative al Marchio e le linee guida per il suo corretto utilizzo (**ALLEGATO 2**).

Soggetto Interessato: il soggetto, persona fisica o giuridica, che intende utilizzare il Marchio;

Licenziatario: il soggetto che ha ottenuto dall'Ente Parco la concessione del diritto di fare uso, in via non esclusiva, del Marchio;

Licenza d'uso del Marchio: atto che concede al Soggetto Interessato il diritto di utilizzare, in via non esclusiva, il Marchio, nel rispetto del presente Regolamento d'uso, del Manuale d'uso e dello Statuto;

Consiglio Direttivo del Parco: l'organo dell'Ente Parco che, ai sensi dell'art. 7 della L.R. 28/2017, è l'organo amministrativo nominato con decreto del Presidente della Giunta Regionale, composto dal Presidente dell'Ente Parco

e da altri nove componenti designati dalla Comunità del Parco, idonei a garantire la rappresentatività di tutti i Comuni dell'Area del Parco, individuati secondo i criteri e le modalità di cui all' art. 14 dello Statuto;

Commissione di Valutazione: organo *ad hoc* i cui componenti saranno annualmente individuati e nominati dal Consiglio Direttivo del Parco, nel pieno rispetto dello Statuto, e che assumerà il compito di esprimere una prima valutazione tecnica in merito alla domanda di ammissione del Soggetto Interessato e successivamente, su incarico del Consiglio Direttivo stesso, di provvedere alle fasi di istruttoria e ammissione delle richieste pervenute. Il Consiglio Direttivo definirà le modalità di designazione dei membri della Commissione di Valutazione, nonché i relativi compensi e/o rimborsi spese:

Registro dei Licenziatari: Registro, conservato presso l'Ente Parco e aggiornato annualmente dalla Commissione di Valutazione, contenente l'elenco dei Licenziatari, pubblici e privati, titolari di Licenza d'uso del Marchio in corso di validità nel periodo di riferimento.

ARTICOLO 3 - TITOLARITÀ DEL MARCHIO

1. Il marchio è di proprietà esclusiva dell'Ente Parco ed il suo utilizzo è disciplinato dal presente Regolamento d'uso, nel rispetto del Manuale d'uso e dello Statuto, nel rispetto delle finalità e degli obiettivi fissati all'art. 3 dello Statuto e da quanto stabilito dall'art. 32 dello Statuto, in base al quale *"l'Ente adotta il Piano Pluriennale Economico e Sociale per la promozione delle attività compatibili la cui durata deve essere coerente con il piano regionale di sviluppo. In particolare promuove: l'agevolazione o la promozione, anche in forma cooperativa, di attività tradizionali, artigianali, agro-silvo-pastorali, culturali, restauro anche ai fini dello sviluppo del turismo e delle attività locali connesse e l'uso del proprio Marchio"*.

2. L'Ente Parco, in qualità di titolare del Marchio, ne verifica direttamente il corretto e legittimo uso in conformità con gli scopi statutari del Parco e con le finalità di promozione economica e sociale di cui all'art. 14, comma 4 della **Legge quadro sulle aree protette** (legge 6 dicembre 1991 n. 394, nel seguito "**Legge Quadro**").

ARTICOLO 4 - FINALITÀ DEL MARCHIO

1. Ai sensi dall'art. 2, comma 5 dello Statuto *"per le finalità previste dalla Legge Quadro, l'Ente Parco può concedere, a mezzo di specifiche convenzioni, in base ad apposito regolamento, la citazione del proprio nome e l'uso del proprio simbolo per favorire la pubblica conoscenza e la affermazione dei servizi e prodotti locali che presentino requisiti di qualità e che soddisfino le finalità del Parco"*.

2. Ai sensi dell'art. 3 dello Statuto, la finalità del Marchio è quella di promuovere e sostenere le produzioni, le attività e i servizi che sono realizzati all'interno della territorialità delimitata come Area del Parco, ed identificata dal Marchio stesso, e che hanno come obiettivo il miglioramento della qualità ambientale, sociale ed economica delle risorse e dei processi produttivi dell'Area del Parco medesima, così come delimitata dall'art. 2 dello Statuto.

3. In particolare il Marchio è stato istituito al fine di:

- aumentare il livello qualitativo dell'offerta turistica e produttiva del territorio e garantire la salvaguardia del suo ambiente naturale;
- garantire i consumatori che fruiscono dei beni e servizi del territorio, favorendo l'accesso ai servizi ed ai prodotti a minor impatto ambientale;
- incentivare l'imprenditoria locale a produrre beni e servizi in modo compatibile con il territorio, salvaguardando le tradizioni locali;
- semplificare le attività di promozione attraverso la valorizzazione di un'immagine unitaria che l'utente finale possa riconoscere quale indicazione istituzionale della qualità dell'offerta del territorio;
- consentire la promozione del territorio e dei suoi prodotti;
- salvaguardare il patrimonio tradizionale, le produzioni tipiche e l'artigianato locale;
- incentivare e qualificare la produzione di beni e servizi con metodi compatibili con le caratteristiche del territorio dell'Area Naturale Protetta e con le sue esigenze di conservazione;
- promuovere la commercializzazione e il consumo di prodotti che presentino requisiti di qualità quali quelli biologici, tipici e tradizionali locali, contribuendo alla conservazione della biodiversità nel territorio dell'Area protetta;
- consentire ai consumatori un'immediata identificazione dei prodotti e delle attività che sono proprie dell'Area del Parco per essere garantiti della provenienza
- garantire la provenienza del prodotto o dei servizi attraverso un sistema di tracciabilità che consente di risalire con certezza dal prodotto/servizio al produttore iniziale.

Art. 5 - CARATTERISTICHE DEL MARCHIO

1. Il Marchio Collettivo è figurativo, e contiene sia gli elementi verbali "Parco Naturale Regionale del Vulture" sia l'elemento figurativo a colori della "Brahmea", rarissima specie di falena che ha il suo habitat nei boschi del Monte Vulture, come da rappresentazione che segue:



2. Il Marchio può essere adattato alla dimensione ritenuta più idonea al tipo di produzione/imballaggio o integrato nelle etichette delle aziende che ne fanno uso secondo le indicazioni contenute nel **Manuale d'Uso del Marchio** (ALLEGATO 2).

ARTICOLO 6 - SOGGETTI CHE POSSONO RICHIEDERE LA CONCESSIONE DI LICENZA D'USO DEL MARCHIO

1. Possono richiedere la concessione di Licenza d'uso del Marchio a titolo oneroso, in qualità di Soggetti Interessati, i seguenti soggetti privati:

- imprese agricole di produzione primaria, in forma singola o associata;
- imprese agroalimentari, agricole e non, di trasformazione/confezionamento di prodotti agricoli di produzione primaria, in forma singola o associata;
- persone fisiche che svolgono attività connesse all'agricoltura ai sensi dell'Art. 2135 del CC
- imprese del commercio e del turismo in forma singola o associata;
- imprese artigiane in forma singola o associata;
- cooperative;
- consorzi;
- associazioni con fine di lucro e/o che svolgono anche attività economica/commerciale.

2. L'Ente Parco, per sostenere eventi, manifestazioni e iniziative culturali che abbiano contenuti e finalità pertinenti all'art. 3 dello Statuto, può concedere Licenza d'uso del Marchio a titolo non oneroso ai seguenti soggetti pubblici e/o ad altri enti senza finalità di lucro ad essi assimilabili:

- enti pubblici
- fondazioni;
- associazioni;
- proloco;
- altri organismi associativi senza scopo di lucro.

Art. 7 - PRODOTTI E SERVIZI PER I QUALI È POSSIBILE RICHIEDERE LA CONCESSIONE DI LICENZA D'USO DEL MARCHIO

I soggetti di cui all'art. 6 possono richiedere la Concessione per l'Uso del Marchio per i prodotti e i servizi che rientrano nelle seguenti Classi di Nizza:

Classe 29

Carne, pesce, pollame e selvaggina; estratti di carne; frutta e ortaggi conservati, congelati, essiccati e cotti; gelatine, marmellate, composte; uova; latte, formaggio, burro, yogurt e altri prodotti lattiero-caseari; olii e grassi per alimenti; prodotti a base di carne; pesce, frutti di mare e molluschi, non vivi; latticini e succedanei del latte; uova di uccelli e prodotti a base di uova; olii e grassi commestibili; frutta trasformata, funghi, verdure, noci e legumi; zuppe e brodi; pelli di saliscia e loro imitazioni; piatti pronti, cibi pronti e snack salati.

Classe 30

Caffè, tè, cacao e succedanei del caffè; riso, pasta e noodles; tapioca e sago; farine e preparati fatti di cereali; pane, pasticceria e confetteria; cioccolato; gelati, sorbetti e altri gelati commestibili; zucchero, miele, sciroppo di melassa; lievito, polvere per fare lievitare; sale, condimenti, spezie, erbe conservate; aceto, salse ed altri condimenti; ghiaccio [acqua ghiacciata]; aromi; salse aromatiche, chutney (salsa indiana); prodotti da forno e dolci; pasticcini, torte, crostate e biscotti; dolci (caramelle) e gomme da masticare; barrette ai cereali e barrette energetiche; dolcificanti naturali, glasse e ripieni dolci, prodotti delle api; sciroppi; glasse e ripieni dolci; yogurt gelati; caffè, tè e cacao e loro succedanei; cereali lavorati, amidi e prodotti da essi derivati, preparati da forno e lieviti; pasta confezionata e fresca, tagliatelle e gnocchi; cereali; agenti lievitanti; impasti, pastelle e loro miscele.

Classe 31

Prodotti dell'agricoltura, dell'acquacoltura, orticoli e forestali allo stato grezzo e non trasformati; granaglie e sementi allo stato grezzo e non trasformati; frutta e ortaggi freschi, erbe aromatiche fresche; piante e fiori naturali; bulbi di piante, semi e sementi; animali vivi; prodotti alimentari e bevande per animali; malto; organismi per la riproduzione (allevamento); coltivazioni agricole e dell'acquacoltura, orticoltura e forestali; alghe per l'alimentazione dell'uomo o degli animali; piante e loro prodotti freschi; funghi; cibi e foraggio per animali; lettiera e strame per animali; esche, non artificiali.

Classe 32

Birre; bevande non alcoliche; acque minerali e gassose; bevande a base di frutta e succhi di frutta; sciroppi e altri preparati non alcolici per fare bevande; birra e birra analcolica; bevande a base di noci e soia; bevande gassate aromatizzate; acque; preparazioni non alcoliche per fare bevande.

Classe 33

Bevande alcoliche, tranne le birre; preparati alcolici per fare bevande; essenze ed estratti alcolici; alcoolici; vino; sidro; bevande alcoliche premiscelate.

I Servizi, secondo la Classificazione di Nizza, che il marchio collettivo - oggetto del presente Regolamento – va a designare sono i seguenti:

Classe 35

Pubblicità; gestione, organizzazione e amministrazione di affari commerciali; lavori d'ufficio; servizi di comparazione prezzi; pubblicità di prodotti di venditori terzi, per facilitare ai clienti la visione e la comparazione dei prodotti di venditori terzi; servizi di analisi di prezzi; diffusione di materiale pubblicitario (volantini, dépliant, stampati, campioni); servizi d'abbonamento a giornali per conto terzi; consulenza relativa alla organizzazione aziendale; contabilità; riproduzione di documenti; gestione di file di computer; organizzazione di esposizioni e di fiere per scopi commerciali o pubblicitari; pubblicità online su una rete informatica; noleggio di tempi pubblicitari su qualsiasi mezzo di comunicazione; servizi di pubblicazione di testi pubblicitari; locazione di spazi pubblicitari; trasmissioni pubblicitarie; relazioni pubbliche; business management e organizzazione di attività per fini caritatevoli e volontariato; promozione di iniziative di sensibilizzazione del pubblico in materia ambientale, sportiva e di tutela di monumenti storici, opere d'arte, edifici, strutture e beni culturali; servizi che promuovono la raccolta di donazioni a scopi caritatevoli; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: prodotti chimici destinati all'industria, alle scienze, alla fotografia, come anche all'agricoltura, all'orticoltura e alla silvicoltura; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: resine artificiali allo stato grezzo, materie plastiche allo stato grezzo, composizioni per estinguere il fuoco e per prevenire gli incendi; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di IT prodotti quali: preparati per la tempera e la saldatura dei metalli, sostanze concianti per pelli di animali e pellame, adesivi destinati all'industria; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: mastici e altri riempitivi di pasta, composto, concimi e fertilizzanti, preparati biologici destinati all'industria ed alla scienza; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: pitture, vernici, lacche, prodotti preservanti dalla ruggine e dal deterioramento del legno, coloranti, tinte; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: inchiostri per la stampa, la marcatura e l'incisione, resine naturali allo stato grezzo; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: metalli in fogli e in polvere per pittori, decoratori, tipografi e artisti, cosmetici e preparati per la toeletta non medicati; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: dentifrici non medicati, profumeria, olii essenziali, preparati per la sbianca e altre sostanze per il bucato; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: preparati per pulire, lucidare, sgrassare e abradere, oli e grassi industriali, cera, lubrificanti; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: prodotti per assorbire, bagnare e legare la polvere, combustibili e materie illuminanti,

candele e stoppini per l'illuminazione; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: prodotti farmaceutici, preparati medici e veterinari, prodotti igienici per scopi medici; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: alimenti e sostanze dietetiche per uso medico o veterinario, alimenti per neonati, complementi alimentari per gli esseri umani e per gli animali; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: impiastri, materiale per fasciature, materiali per otturare i denti e per impronte dentarie, disinfettanti; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: prodotti per la distruzione degli animali nocivi, fungicidi, erbicidi, metalli comuni e loro leghe, minerali, materiali da costruzione metallici; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: costruzioni trasportabili metalliche, cavi e fili metallici anche elettrici, piccoli articoli di chincaglieria metallica; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: contenitori metallici per immagazzinamento o di trasporto, casseforti, macchine, macchine-utensili, utensili a corrente; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: motori, giunti e organi di trasmissione; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: strumenti agricoli, incubatrici per uova, distributori automatici, utensili e strumenti azionati manualmente; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: articoli di coltelleria, forchette e cucchiari, pistole, tranne armi da fuoco, rasoi; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi e strumenti scientifici, di ricerca, di navigazione, geodetici, fotografici, cinematografici, audiovisivi; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi e strumenti ottici, di pesata, di misura, di segnalazione, di rilevamento, di collaudo; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi e strumenti di ispezione, di salvataggio e d'insegnamento; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione dell'elettricità; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi e strumenti per la regolazione o controllo della distribuzione o del consumo dell'elettricità; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi e strumenti per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione o il trattamento

dei suoni, delle immagini o dei dati; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: supporti registrati o scaricabili, computer software, supporti digitali o analoghi supporti per la registrazione e la conservazione vergini; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: meccanismi per apparecchi di prepagamento, registratori di cassa, macchine calcolatrici, computer e dispositivi periferici per computer; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: mute da sub, maschere per sub, tappi per orecchie per sub, pinze per subacquei e nuotatori; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: guanti per sub, autorespiratori per nuoto subacqueo, estintori; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi e strumenti chirurgici, medici, dentari e veterinari, articoli ortopedici, materiali di sutura; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: dispositivi terapeutici e di assistenza adattati per persone disabili, apparecchi per il massaggio; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi, dispositivi ed articoli di puericultura, apparecchi, dispositivi e articoli per le attività sessuali; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi ed installazioni per illuminazione, riscaldamento, raffreddamento, produzione di vapore; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: apparecchi ed installazioni per cottura, essiccamento, ventilazione, distribuzione di acqua e impianti sanitari; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: veicoli, apparecchi di locomozione terrestri, aerei o nautici, biciclette e loro parti e accessori; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: metalli preziosi e loro leghe, gioielleria, bigiotteria, pietre preziose e semipreziose, orologeria e strumenti cronometrici; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: strumenti musicali, leggit e supporti per strumenti musicali, bacchette per battere tempo; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: carta e cartone, stampati, articoli per legatoria, fotografie, cartoleria e articoli per ufficio; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: adesivi (materie collanti) per la cartoleria o per uso domestico, materiale per il disegno e materiale per artisti, pennelli; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: materiale per l'istruzione o l'insegnamento, fogli, pellicole e buste in materie

plastiche per l'imballaggio e la confezione; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: caratteri tipografici, clichés, caucciù, guttaperca, gomma, amianto, mica grezzi e semi-lavorati e succedanei di tutte queste materie; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: materie plastiche e resine semilavorate utilizzate nella produzione, materie per turare, stoppare e isolare; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: tubi flessibili, cuoio e sue imitazioni, pelli di animali, bagagli e borse per il trasporto, ombrelli e ombrelloni; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: bastoni da passeggio, fruste, finimenti e selleria, collari, guinzagli e indumenti per animali; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: materiali per l'edilizia e la costruzione, tubi rigidi per la costruzione, asfalto, pece, catrame e bitume; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: costruzioni trasportabili, monumenti, mobili, specchi, cornici; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: contenitori per lo stoccaggio o per il trasporto, osso, corno, balena o madreperla, allo stato grezzo o semilavorato; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: conchiglie, spuma di mare, ambra gialla, utensili e recipienti per il governo della casa o la cucina; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: pentole e vasellame, pettini e spugne, spazzole; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: materiali per la fabbricazione di spazzole, materiale per pulizia, vetro grezzo o semilavorato, vetreria; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: porcellana e maiolica, corde e stringhe, reti, tende, tende da sole, pensiline in materie tessili o sintetiche; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: vele, sacchi per il trasporto o l'immagazzinaggio di merci alla rinfusa; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: materiale per imbottitura; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: materie tessili fibrose grezze e i loro succedanei, fili per uso tessile, tessuti e loro succedanei, biancheria da casa; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: tende in materia tessile o in materia plastica, articoli di abbigliamento, scarpe, cappelleria; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al

consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: pizzi, merletti e ricami, e nastri e merletti a maglia di merceria, bottoni, ganci e occhiali, spille e aghi; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: fiori artificiali, decorazioni per capelli, capelli finti, tappeti, zerbini, stuoie; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: linoleum e altri rivestimenti per pavimenti, tappezzerie; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: giochi, giocattoli, apparecchi di videogiochi, articoli per la ginnastica e lo sport, decorazioni per alberi di Natale; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: carne, pesce, pollame e selvaggina, estratti di carne, frutta e ortaggi conservati, congelati, essiccati e cotti; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: gelatine, marmellate, composte, uova, latte, formaggio, burro, yogurt e altri prodotti lattiero-caseari; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: olii e grassi per alimenti, caffè, tè, cacao e succedanei del caffè, riso, pasta e noodles, tapioca e sago; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: farine e preparati fatti di cereali, pane, pasticceria e confetteria, cioccolato, gelati, sorbetti e altri gelati commestibili; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: zucchero, miele, sciroppo di melassa, lievito, polvere per fare lievitare; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: sale, condimenti, spezie, erbe conservate, aceto, salse ed altri condimenti, ghiaccio [acqua ghiacciata]; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: prodotti dell'agricoltura, dell'acquacoltura, orticoli e forestali allo stato grezzo e non trasformati; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: granaglie e sementi allo stato grezzo e non trasformati, frutta e ortaggi freschi, erbe aromatiche fresche; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: piante e fiori naturali, bulbi di piante, semi e sementi, animali vivi, prodotti alimentari e bevande per animali; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: malto, birre, le bevande non alcoliche, acque minerali e gassose, bevande a base di frutta e succhi di frutta; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: sciroppi e altri preparati non alcolici per fare bevande, bevande alcooliche; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e

acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: preparati alcolici per fare bevande, tabacco e succedanei del tabacco, sigarette e sigari; servizi di raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti, in modo tale da permettere al consumatore di osservarli, selezionarli e acquistarli su cataloghi di merci generali tramite ordine postale o altri mezzi di telecomunicazione, su siti Internet di merci generali, o in negozi al dettaglio specializzati nel marketing e la vendita di prodotti quali: sigarette elettroniche e vaporizzatori orali per fumatori, articoli per fumatori, fiammiferi; fornitura computerizzata online di servizi relativi alle informazioni, ai prezzi ed alle prenotazioni alberghiere tramite una rete globale di computer; servizi di relazioni con blogger; informazioni e consulenza in materia di tutti i servizi di cui sopra.

Classe 39

Trasporto; imballaggio e deposito di merci; organizzazione di viaggi; servizi di informazione, consulenza e prenotazione in materia di trasporti; viaggi e trasporto di passeggeri; giri turistici, visite turistiche e servizi di escursioni.

Classe 41

Educazione; formazione; divertimento; attività sportive e culturali; pubblicazione, comunicazione e redazione di testi; servizi relativi a educazione, divertimento e sport; organizzazione di conferenze, esposizioni e concorsi; servizi di giochi d'azzardo o scommesse; produzione di contenuti audiovisivi e multimediali, e fotografia; servizi relativi a sport e fitness; servizi relativi a educazione e istruzione; servizi di noleggio di attrezzature e strutture per istruzione, intrattenimento, sport e cultura; parchi ricreativi e tematici, fiere, zoo e musei; spettacoli dal vivo; servizi di videogiochi; traduzioni ed interpretariato; servizi di prenotazione di biglietti per attività ed eventi in ambito educativo, ricreativo e sportivo.

Classe 43

Servizi di ristorazione [alimentazione]; alloggi temporanei; alberghi, ostelli e pensioni, alloggi per vacanze e per turisti; asili nido, strutture per la cura diurna e degli anziani; fornitura di strutture per eventi e di strutture per uffici temporanei e convegni; servizi di pensioni per animali; noleggio di mobili, tovaglie e suppellettili per l'allestimento di tavole e attrezzature per la fornitura di alimenti e bevande; fornitura di alimenti e bevande; servizi di catering; servizi di informazione, consulenza e prenotazione in materia di alloggi temporanei; servizi di informazione, consulenza e prenotazione in materia di ristorazione.

Classe 44

Servizi medici; servizi veterinari; cure d'igiene e di bellezza per l'uomo o per gli animali; servizi di agricoltura, di acquacoltura, di orticoltura e di silvicoltura.

ARTICOLO 8 - CONDIZIONI PER LA CONCESSIONE DI LICENZA D'USO DEL MARCHIO

1. Il Marchio può essere concesso in uso, per le finalità descritte nel presente Regolamento, ai produttori di beni e ai fornitori di servizi che abbiano sede (legale e/o produttiva) nell'area del Parco e siano conformi alle disposizioni comunitarie, nazionali e regionali in materia di sanità, sicurezza e ambiente.

2. Il Soggetto Interessato, per essere ammesso all'uso del Marchio deve osservare le prescrizioni e leggi vigenti in materia di qualità dei prodotti e/o dei servizi, e non deve violare i diritti dei consumatori di cui alla L. 30 Luglio 1998 n. 281.

3. L'appartenenza all'Area del Parco è complementare al rispetto delle seguenti condizioni:

- per i Soggetti Interessati che offrono servizi, questi ultimi devono offrire attività non in contrasto con la sostenibilità ambientale ovvero in grado di migliorare la sostenibilità ambientale anche attraverso promozione del territorio, sensibilizzazione al territorio, organizzazione di eventi.

- per i Soggetti Interessati che producono e/o commercializzano prodotti, questi ultimi devono garantire la provenienza locale di non meno del 60% dei prodotti e delle materie prime impiegate nel ciclo produttivo, così ripartita: i) 30% provenienza/produzione dall'Area del Parco; ii) 30% provenienza/produzione dal territorio della Regione Basilicata.

4. Il Marchio non può, in alcun caso, identificarsi, sostituirsi e/o comunque essere confondibile, con il marchio d'impresa individuale indicante la provenienza e l'origine imprenditoriale dei prodotti; esso costituisce esclusivamente uno strumento di promozione e valorizzazione dei prodotti e dei servizi rispondenti ai criteri previsti dal presente Regolamento d'uso.

5. Hanno diritto di utilizzare il marchio tutti gli operatori economici, le istituzioni e le associazioni che operano nell'ambito dell'Area del Parco, e in generale tutti i soggetti elencati all'art. 6 del presente Regolamento d'uso, a fronte dell'inderogabile rispetto delle ulteriori condizioni in esso previste. In particolare, i Soggetti Interessati di cui all'art. 6 del presente Regolamento devono soddisfare le seguenti condizioni:

a) devono produrre beni e/o offrire servizi rientranti in almeno una delle categorie previste dall'articolo 7 del presente Regolamento d'uso;

b) devono rispettare quanto previsto dal presente Regolamento d'uso e dagli eventuali regolamenti/programmi specifici per settore/prodotti/servizi predisposti dall'Ente Parco;

c) i Soggetti Interessati di cui all'art. 6, in persona dei loro titolari e/o delle persone preposte ai loro organi amministrativi interni, devono dimostrare di possedere, negli ultimi 5 anni, i seguenti requisiti di onorabilità:

- non sia stata pronunciata sentenza penale definitiva di condanna o non siano in corso procedimenti penali nei quali sia già stata pronunciata sentenza di condanna per reati non colposi a pena detentiva superiore a tre anni o sentenza di condanna per reati contro la fede pubblica o il patrimonio, o alla pena accessoria dell'interdizione dall'esercizio di una professione o di un'arte o dell'interdizione dagli uffici direttivi delle imprese, salvo che sia intervenuta la riabilitazione;
- non sia stata pronunciata sentenza penale definitiva di condanna per uno dei delitti di cui ai titoli II (dei delitti contro la Pubblica Amministrazione) e VII (dei delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio) del libro II del codice penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;
- non aver commesso illeciti e/o reati paesaggistici - ambientali secondo le vigenti disposizioni di settore;
- non sia stata svolta o non sia in corso procedura fallimentare, salvo che sia intervenuta la riabilitazione ai sensi degli artt. 142, 143 e 144 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267;

6. Il Marchio non può, in alcun caso, identificarsi, sostituirsi e/o comunque essere confondibile, con il marchio d'impresa individuale indicante la provenienza e l'origine imprenditoriale dei prodotti; esso costituisce esclusivamente uno strumento di promozione e valorizzazione dei prodotti e dei servizi rispondenti ai criteri previsti dal presente Regolamento d'uso.

7. Il numero dei Licenziatari è potenzialmente illimitato. Hanno diritto di diventare Licenziatari tutti gli operatori economici, le istituzioni e le associazioni che operano nell'ambito dell'Area del Parco, e in generale tutti i soggetti elencati all'art. 6, a condizione che gli stessi possano garantire che l'intero processo produttivo avvenga nel pieno rispetto della qualità ambientale dell'Area del Parco, e che si siano obbligati per iscritto all'osservanza del presente Regolamento d'uso, dello Statuto, delle deliberazioni della Comunità del Parco, del Consiglio Direttivo e del Presidente, nonché di tutte le future delibere e decisioni legittimamente assunte dagli organi dell'Ente Parco volte a contribuire al perseguimento delle finalità del Marchio di cui all'art. 4 del presente Regolamento.

ART. 9 - QUOTA DI ADESIONE E CANONE ANNUALE DI LICENZA D'USO DEL MARCHIO A TITOLO ONEROSO

1. I Soggetti Interessati sono tenuti al versamento della quota annuale per la Licenza d'uso del Marchio come in seguito descritto:

- € **100,00** (cento euro) Soggetti interessati che dichiarano fatturato relativo all'ultimo anno fino a € 20.000,00 (ventimila euro)
- € **250,00** (duecentocinquanta euro) Soggetti interessati che dichiarano fatturato relativo all'ultimo anno compreso tra € 20.000,00 (ventimila euro) e € 80.000,00 (ottantamila euro)

- € **600,00** (seicento euro) Soggetti interessati che dichiarano fatturato relativo all'ultimo anno compreso tra € 80.000,00 (ottantamila euro) e € 300.000,00 (trecentomila euro)
- € **1.200,00** (milleduecento euro) Soggetti interessati che dichiarano fatturato relativo all'ultimo anno superiore a € 300.000,00 (trecentomila euro)

2. Gli importi derivati dalla concessione di Licenza d'uso del Marchio sono controllati dall'Ente Parco e saranno destinati esclusivamente a finanziare la gestione e la promozione del Marchio stesso. A questo fine l'Ente Parco istituirà un apposito capitolo di bilancio denominato "*Marchio collettivo d'area*" destinato alle esigenze promozionali connesse all'iniziativa, predisponendo un relativo Regolamento di utilizzo delle risorse finanziarie e disponendo annualmente un piano di attività.

3. L'importo di cui al comma 1, dovrà essere versato all'Ente Parco ogni anno entro e non oltre il mese successivo all'ottenimento della concessione della Licenza d'uso.

ART. 10 - DOMANDA DI RICHIESTA DELLA LICENZA D'USO DEL MARCHIO A TITOLO ONEROSO

Il Soggetto Interessato a utilizzare il Marchio deve presentare all'Ente Parco, in persona del Presidente del Consiglio Direttivo, una domanda di concessione di Licenza d'uso del Marchio completa della seguente documentazione:

- a) Dati anagrafici e recapiti del dichiarante, comprensivi di almeno un indirizzo PEC eletto come domicilio digitale, ed indicazione del ruolo e del titolo per cui agisce in nome e per conto del Soggetto Interessato;
- b) Dati fiscali e recapiti aziendali del Soggetto Interessato di cui all'art. 6 comma 1°, comprensivi di almeno un indirizzo PEC eletto come domicilio digitale, codici ATECO e descrizione del tipo di attività svolta;
- c) Dichiarazione di impegno ad osservare il presente Regolamento d'uso, lo Statuto, nonché le deliberazioni legittimamente assunte dagli organi dell'Ente Parco, e a contribuire al perseguimento delle finalità del Marchio di cui all'art. 4 del presente Regolamento;
- d) Dichiarazione di assenso al trattamento dei dati aziendali e personali ai sensi della disciplina in materia di privacy di cui al Regolamento Europeo n. 2016/679 (c.d. GDPR) e al D.lgs. 196/2003;
- e) Dichiarazione contenente l'indicazione del fatturato conseguito nell'ultimo anno (i dati raccolti dall'Ente Parco saranno tutelati dalla normativa in materia di Privacy);
- f) Dichiarazione di impegno a comunicare entro e non oltre 30 giorni all'Ente Parco ogni intervenuta variazione dei dati riportati nella domanda concernenti il Licenziatario;
- g) Dichiarazione sostitutiva di atto notorio nonché di consapevolezza delle sanzioni in caso di dichiarazioni non veritiere, omissive, false o mendaci;
- h) Copia della ricevuta di avvenuto versamento del canone annuo di Licenza d'uso.

ART. 11 - DOMANDA DI RICHIESTA DI CONCESSIONE D'USO DEL MARCHIO A TITOLO GRATUITO "IN PATROCINO"

1. Ai Soggetti Interessati di cui all'art. 6 comma 2° costituiti da enti pubblici, associazioni, fondazioni, proloco e altri organismi associativi senza scopo di lucro, l'utilizzo del marchio è concesso a titolo gratuito, per la durata limitata

dell'evento, della manifestazione e/o dell'iniziativa culturale, specificamente finalizzata alla promozione culturale e turistica dell'area del Parco, in cui verrà utilizzato il Marchio.

2. Il Soggetto Interessato a utilizzare il Marchio a titolo gratuito, ai sensi dell'art. 6 comma 2°, deve presentare all'Ente Parco, in persona del Presidente del Consiglio Direttivo, una domanda di concessione completa della seguente documentazione:

- a) Dati anagrafici e recapiti del dichiarante, comprensivi di almeno un indirizzo PEC eletto come domicilio digitale, ed indicazione del ruolo e del titolo per cui agisce in nome e per conto del Soggetto Interessato
- b) Dati fiscali e recapiti del Soggetto Interessato di cui all'art. 6 comma 2°, comprensivi di almeno un indirizzo PEC eletto come domicilio digitale, eventuali codici ATECO e descrizione del tipo di attività svolta e/o dello scopo/finalità associativa;
- c) Dichiarazione di impegno ad osservare il presente Regolamento d'uso, lo Statuto, nonché le deliberazioni legittimamente assunte dagli organi dell'Ente Parco, e a contribuire al perseguimento delle finalità del Marchio di cui all'art. 4 del presente Regolamento;
- d) Dichiarazione di assenso al trattamento dei dati aziendali e personali ai sensi della disciplina in materia di privacy di cui al Regolamento Europeo n. 2016/679 (c.d. GDPR) e al D.lgs. 196/2003;
- e) Dichiarazione di impegno ad utilizzare la Licenza d'uso per il solo periodo di svolgimento dell'evento, della manifestazione e/o dell'iniziativa culturale per cui si richiede la concessione di Licenza d'uso in patrocinio del Marchio, fatto salvo il caso di perdita dei requisiti di ammissione;
- f) Dichiarazione contenente l'indicazione del fatturato conseguito nell'ultimo anno (i dati raccolti dall'Ente Parco saranno tutelati dalla normativa in materia di Privacy);
- g) Dichiarazione di impegno a comunicare entro e non oltre 30 giorni all'Ente Parco ogni intervenuta variazione dei dati riportati nella domanda concernenti il Licenziatario;
- h) Dichiarazione sostitutiva di atto notorio nonché di consapevolezza delle sanzioni in caso di dichiarazioni non veritiere, omissive, false o mendaci;
- i) Scheda dettagliata dell'evento, la manifestazione e/o l'iniziativa culturale per cui si richiede la concessione di Licenza d'uso a titolo gratuito in patrocinio del Marchio;

ARTICOLO 12 - COMMISSIONE DI VALUTAZIONE PER IL RILASCIO DELLA LICENZA D'USO DEL MARCHIO

Al fine di esaminare l'ammissibilità delle domande presentate dai Soggetti Interessati e di garantire il corretto uso del Marchio da parte dei Licenziatari, è istituita un'apposita Commissione di Valutazione nominata annualmente dal Consiglio Direttivo dell'Ente Parco, la quale ha il compito di:

- esaminare la documentazione presentata dai Soggetti Interessati;
- coordinare lo svolgimento delle attività di controllo e di vigilanza sulla corretta applicazione e sul rispetto del presente Regolamento d'uso;
- esprimere una valutazione tecnica sia in merito alla prima concessione di Licenza d'uso del Marchio, sia in merito alle eventuali sanzioni ai Licenziatari inadempienti;

- avviare le procedure di verifica e sanzione per coloro che non rispettano il presente Regolamento d'uso trasmettendo i relativi verbali di verifica al Presidente, che emana le eventuali sanzioni.

La Commissione, una volta ricevuta la documentazione presentata dal Soggetto Interessato, provvede a:

- verificarne la completezza e la congruità;
- verificare l'ammontare del corrispettivo che il Soggetto Interessato dovrà versare all'Ente Parco per l'utilizzo del Marchio, nei casi di Licenza d'uso del Marchio a titolo oneroso;
- formulare un parere circa l'ammissibilità o meno del Soggetto Interessato che ha presentato domanda;
- trasmettere il parere, con il relativo verbale, al Presidente del Parco.

La Commissione aggiorna annualmente il Registro dei Licenziatari.

ARTICOLO 13 - MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELLE DOMANDE DI LICENZA D'USO DEL MARCHIO

1. Al fine di svolgere tutte le attività connesse con l'istruttoria della domanda di concessione di Licenza d'uso del Marchio, la Commissione di Valutazione verifica la completezza della documentazione a corredo dell'istanza, richiedendo al Soggetto Interessato eventuale opportuna integrazione, nel rispetto del presente Regolamento. Le integrazioni dovranno pervenire entro 10 gg dal ricevimento della richiesta.
2. Accertata la completezza della documentazione presentata, la Commissione procede alle verifiche di istruttoria della domanda, effettuando una valutazione sulla idoneità amministrativa del richiedente.
3. Se il parere della Commissione di Valutazione per una domanda di concessione d'uso a titolo oneroso è positivo, esso viene notificato al Soggetto Interessato. Il termine per il versamento della quota annuale è di 30 gg dal ricevimento della notifica.
4. La Commissione di Valutazione trasmette l'istruttoria finale al Presidente che delibera la concessione di Licenza d'uso al Soggetto Interessato, provvedendo a darne comunicazione all'operatore.
5. Il Presidente si esprime in merito alla concessione di Licenza d'uso del Marchio solo previo esito favorevole dell'istruttoria della Commissione di Valutazione di cui al precedente art. 12. L'esito dell'istruttoria finale è riportato in uno specifico verbale.
6. In caso di parere negativo, la Commissione di Valutazione notifica al Soggetto Interessato il relativo verbale, completo di motivazioni, con l'indicazione dell'autorità, delle modalità e dei termini di decadenza per proporre impugnazione avverso di esso. È possibile impugnare le decisioni dell'Ente Parco a mezzo raccomandata o PEC, esponendo le ragioni ed i motivi di impugnazione. L'Ente Parco ha l'obbligo di esaminare le impugnazioni entro 90 giorni dalla data di ricevimento.

ART. 14 - DIRITTI CONFERITI DALLA LICENZA D'USO DEL MARCHIO

1. Il Marchio è di proprietà esclusiva dell'Ente Parco che ne concede Licenza d'uso **non esclusiva** ai Soggetti Interessati, a titolo oneroso e/o a titolo gratuito "in patrocinio", a condizione che tutte le verifiche sul possesso dei requisiti da parte del Soggetto Interessato abbiano dato esito positivo, e che quest'ultimo abbia versato all'Ente Parco la quota annuale di cui al precedente art. 9.
2. Il titolo che autorizza il Licenziatario a fare uso non esclusivo del Marchio all'interno della propria attività economica è la Licenza d'uso del Marchio, e non può essere né trasferito né sub-concesso a terzi.

3. La Licenza d'uso del Marchio contiene i dati anagrafici del Licenziatario, il codice identificativo dello stesso, il codice ATECO identificativo dell'attività, la data di rilascio e di prima scadenza della Licenza d'uso stessa, nonché tutte le condizioni alle quali l'uso del Marchio viene concesso.

4. I Licenziatari sono tenuti a fare un uso "funzionale" del Marchio in quanto potranno impiegarlo esclusivamente in relazione ai prodotti e/o ai servizi e alle attività per i quali avranno ottenuto la concessione di Licenza d'uso del Marchio.

5. Stante lo scopo precipuo di garanzia di qualità e di affidamento per il consumatore, il Licenziatario dovrà attenersi rigorosamente agli standard qualitativi specificati e sottoporsi tassativamente ad ogni forma di controllo e verifica previsti dallo Statuto e dal presente Regolamento d'uso, o che il Consiglio Direttivo riterrà opportuno effettuare direttamente e/o tramite soggetti a ciò delegati.

6. Con il venir meno, per qualsiasi causa, delle condizioni di cui all'art. 8, ovvero a seguito del mancato versamento della quota annuale entro il termine di cui all'art. 13 comma 3°, al Licenziatario è inibito l'ulteriore uso del Marchio a qualsiasi titolo.

7. Il Marchio così come descritto nell'art. 5 del presente Regolamento d'uso potrà essere riprodotto dal Licenziatario quale segno distintivo della propria appartenenza all'Area del Parco su bollini, bottiglie, tappi, confezioni, pendagli, materiale pubblicitario, insegne, cartelli stradali, sito internet aziendale e quanto altro concerna la presentazione dei propri prodotti e/o servizi, rispettando le proporzioni e le prescrizioni fissate dal Manuale d'uso (ALLEGATO 2).

ART. 15 - DURATA E RINNOVO DELLA LICENZA D'USO DEL MARCHIO

La Licenza d'uso del Marchio a titolo oneroso è concessa per la durata di un anno e si rinnova automaticamente di anno in anno, finché quest'ultimo mantiene la predetta qualità di Licenziatario nel rispetto delle condizioni di cui all'art. 8, e comunque purché in regola con i versamenti dovuti all'Ente Parco, salvo rinuncia all'uso del Marchio da parte del Licenziatario e/o revoca della Licenza d'uso da parte dell'Ente Parco.

ART. 16 - OBBLIGHI DEL LICENZIATARIO

1. La Licenza d'uso del Marchio conferisce al Licenziatario il diritto non esclusivo di utilizzare il Marchio alle condizioni e nei limiti stabiliti nel presente Regolamento, e impegna il Licenziatario a:

a. rispettare il presente Regolamento d'uso, lo Statuto del Parco e tutte le deliberazioni legittimamente assunte dagli organi dell'Ente Parco, e a contribuire al perseguimento delle finalità del Marchio di cui all'art. 4 del presente Regolamento;

b. non far parte di altri enti/associazioni le cui finalità o attività siano incompatibili con quelle del Marchio;

c. utilizzare il Marchio nella sua interezza, nelle forme e nelle dimensioni che lo rendano immediatamente distinguibile rispetto agli altri segni, anche distintivi, legittimamente utilizzati dal Licenziatario, nel rispetto delle proporzioni e dei colori indicati nell'ALLEGATO 2 del presente Regolamento d'uso.

d. utilizzare il Marchio esclusivamente in connessione ai prodotti e alle attività per i quali la Licenza d'uso è stata concessa;

e. non utilizzare, sia sul prodotto che sulla confezione e/o altra forma di presentazione di esso, segni diciture o informazioni diverse che possano ingenerare confusione o trarre in inganno i destinatari del messaggio rispetto al Marchio, e a non compiere alcun atto o omissione che possa danneggiare o, comunque, ledere la reputazione del Marchio e/o dell'Ente Parco;

f. utilizzare il Marchio esclusivamente per i prodotti, per i servizi o per le attività per i quali si è in possesso della Licenza d'uso;

g. mantenere inalterate tutte le condizioni personali e aziendali che hanno consentito il rilascio della Licenza d'uso del Marchio, e non compiere alcun atto o omissione che rischi, anche in futuro, di danneggiare o ledere la reputazione del Parco.

2. Il Licenziatario, una volta ottenuta Licenza d'uso non esclusivo del Marchio, viene iscritto in uno speciale Elenco dei Licenziatari conservato presso la sede dell'Ente Parco Naturale Regionale del Vulture, ma i diritti che derivano da quest'iscrizione non sono trasmissibili. L'Elenco dei Licenziatari è altresì pubblicato nell'apposita sezione del sito web del Parco Naturale Regionale del Vulture denominata "Prodotti e Servizi del Parco".

ART. 17 - INADEMPIMENTO E SANZIONI

1. Il Licenziatario che non adempia agli impegni assunti nei confronti del Parco e violi le disposizioni del presente Regolamento d'uso e/o dello Statuto del Parco, anche a prescindere dal fatto che provochi e/o semplicemente possa provocare un danno agli interessi dell'Ente, è soggetto alle sanzioni previste negli articoli che seguono, graduate in relazione alla gravità dell'inadempimento.

2. L'inadempimento può essere:

- lieve: quando non pregiudica l'immagine del Marchio e/o del Parco;

- grave: quando è tale da pregiudicare l'immagine del Marchio e/o del Parco.

3. La Commissione di Valutazione avvia le procedure di verifica e sanzione per coloro che non rispettano il presente regolamento trasmettendo verbali di verifica al Presidente che può decretare, salvo in ogni caso il risarcimento del danno, le seguenti sanzioni graduate in relazione alla gravità dell'inadempimento: verbale di ammonizione, sanzione pecuniaria, sospensione e revoca della Licenza d'uso del Marchio.

4. I provvedimenti contenenti le sanzioni e le relative motivazioni vengono comunicati ai Licenziatari interessati con lettera raccomandata, posta elettronica certificata (PEC) o altro mezzo equivalente.

5. La sanzione pecuniaria, la sospensione e la revoca devono essere annotate nell'Elenco dei Licenziatari di cui all'art. 16 comma 2°. Le sanzioni applicate a fronte di un inadempimento particolarmente grave possono essere accompagnate

dall'obbligo pubblicazione, a cura del Parco e a spese del Licenziatario inadempiente, della notizia della sanzione stessa su di un quotidiano o su una rivista specializzata di settore.

ART. 18 - VERBALE DI AMMONIZIONE

Il verbale di ammonizione è la sanzione applicabile a fronte di un inadempimento lieve.

ART. 19 - SANZIONE PECUNIARIA

1. La sanzione pecuniaria è applicabile a fronte della reiterazione di più inadempimenti lievi, anche diversi tra loro, e/o a fronte di un solo inadempimento grave.

2. Gli importi della sanzione pecuniaria variano da un minimo di euro 300,00 ad un massimo di euro 10.000,00 e possono essere modificati con delibera dal Presidente del Parco.

Art. 20 – SOSPENSIONE DELLA LICENZA D'USO DEL MARCHIO

1. La sospensione, con o senza la sanzione pecuniaria accessoria, è applicabile per un tempo determinato non superiore ad un anno a fronte di uno o più inadempimenti gravi.

2. La sospensione deve essere comunque applicata al Licenziatario quando:

- sia stato constatato che quest'ultimo ha fatto uso improprio del Marchio;
- sia stato emesso nei confronti del Licenziatario un provvedimento sanzionatorio, anche di natura cautelare, da parte dell'Autorità Giudiziaria;
- il Licenziatario non abbia posto rimedio, nei tempi assegnatigli dal Presidente del Parco all'inadempimento già contestatogli dall'Ente;
- non sia stato versato l'importo della sanzione pecuniaria applicata ai sensi del precedente articolo 19.

3. La sospensione può essere applicata anche su richiesta motivata dello stesso Licenziatario. In questo caso il Presidente del Parco, preso atto della richiesta del Licenziatario, gli comunica la sospensione per un periodo determinato con lettera raccomandata, PEC o con mezzi equivalenti.

4. L'applicazione della sanzione della sospensione, unitamente alle motivazioni che l'hanno determinata, viene comunicata dall'Ente Parco al Licenziatario con lettera raccomandata, PEC o mezzo equivalente, nella quale è indicato il periodo e le condizioni alle quali il Licenziatario destinatario della sanzione potrà richiederne all'Ente la revisione o l'annullamento.

5. La sospensione può comunque essere annullata direttamente dal Presidente del Parco quando quest'ultimo abbia accertato l'adempimento tardivo del Licenziatario.

6. Sia la sospensione sia l'eventuale annullamento della stessa devono essere annotati nell'Elenco dei Licenziatari.

ART. 21 - REVOCA DELLA LICENZA D'USO DEL MARCHIO

La revoca della Licenza d'uso del Marchio viene deliberata dal Presidente del Parco nei confronti del Licenziatario che:

- abbia compiuto violazioni particolarmente gravi, integranti comportamenti scorretti o fraudolenti, anche suscettibili di arrecare un danno alla reputazione del Marchio e/o dell'Ente Parco,
- sia stato dichiarato fallito o sottoposto ad altra procedura concorsuale, o abbia cessato l'attività;
- si sia reso insolvente verso l'Ente Parco o non abbia adempiuto alle obbligazioni assunte verso di esso o assunte in suo nome e/o per suo conto;
- non osservi gli obblighi previsti all'articolo 16 del presente Regolamento d'uso;
- non abbia dato esecuzione alle deliberazioni assunte nei suoi confronti dall'Ente Parco;
- assuma comportamenti che arrechino o siano in grado di arrecare in qualsiasi modo danno materiale o morale al Parco e/o agli altri Licenziatari;

La revoca comporta la cessazione del diritto di utilizzare il Marchio e la cancellazione dall'Elenco dei Licenziatari di cui al precedente articolo 16.

ART. 22 - RECESSO DEL LICENZIATARIO

Il Licenziatario, anche prima della scadenza della propria Licenza d'uso del Marchio può recedere volontariamente dalla Licenza d'uso del Marchio. In questo caso dovrà inviare all'Ente Parco una comunicazione espressa in tal senso, mediante lettera raccomandata con ricevuta di ritorno, PEC o altro mezzo equivalente.

L'operatività del recesso del Licenziatario decorre dal momento della avvenuta ricezione della predetta comunicazione da parte dell'Ente.

ART. 23 - EFFETTI DEL RECESSO E DELLA REVOCA

Nel caso di recesso o di revoca, al Licenziatario non sarà riconosciuto alcun rimborso delle somme già versate. Inoltre egli resta obbligato agli ulteriori pagamenti già dovuti e non ancora versati all'Ente Parco.

Il recedente ed il revocato sono altresì responsabili verso l'Ente e verso terzi per tutte le altre obbligazioni assunte dall'Ente Parco sino alla data in cui era efficace la loro Licenza d'uso del Marchio.

A seguito del recesso o della revoca, il Licenziatario viene cancellato dall'Elenco dei Licenziatari di cui al precedente articolo 16. Ogni successivo utilizzo del Marchio, o di un marchio simile, da parte del recedente e del revocato, costituirà contraffazione del Marchio.

ART. 24 - RICORSI AVVERSO LE SANZIONI

Avverso le sanzioni comminate dal Presidente del Parco è ammesso presentare ricorso, a mezzo raccomandata con ricevuta di ritorno, PEC o altro mezzo equivalente, entro il termine di 60 giorni dalla data di ricezione della comunicazione della sanzione stessa. Entro 90 giorni dalla ricezione del ricorso, il Presidente del Parco lo esamina ed emette una decisione, oppure fissa una nuova data per la discussione del ricorso alla presenza del Licenziatario. La decisione finale sul ricorso sarà comunicata al Licenziatario ricorrente, con raccomandata o PEC o altro mezzo equivalente, entro i successivi 30 giorni.

ART. 25 - MODIFICHE

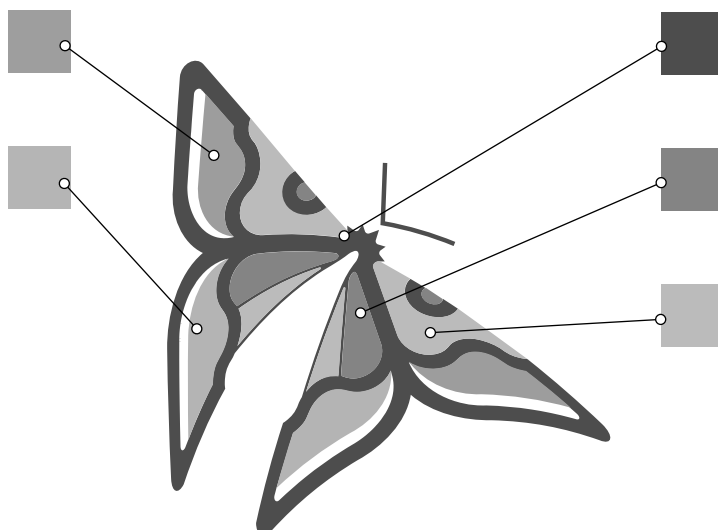
Tutte le modifiche che dovessero essere deliberate dal Presidente del Parco, dal Consiglio Direttivo del Parco e/o dalla Comunità del Parco e apportate al presente Regolamento d'uso saranno comunicate per iscritto, oltre che all'EU IPO, a tutti i Licenziatari mediante lettera raccomandata con ricevuta di ritorno, PEC o altro mezzo equivalente.

ART. 26 - FORO COMPETENTE

Per tutte le controversie derivanti da, o collegate a, l'interpretazione e/o l'applicazione del presente Regolamento d'uso, è competente il Tribunale di Potenza, Sez. Spec. per le Imprese.

ART. 27 - OBBLIGO DI RISERVATEZZA E DISPOSIZIONI FINALI

1. I dati, gli atti e le informazioni riguardanti i Soggetti Interessati ed i Licenziatari sono considerati riservati, e verranno utilizzati dall'Ente Parco esclusivamente per le finalità del Marchio, salvo disposizioni di legge contrarie o autorizzazione scritta del Soggetto Interessato o del Licenziatario medesimi, e in ogni caso in conformità alla normativa vigente. L'Ente Parco è vincolato al rispetto della normativa in materia di privacy, anche commerciale, rispetto ai Soggetti Interessati (anche non ammessi) ed ai Licenziatari.
2. L'applicazione del Regolamento avviene in maniera imparziale e senza alcuna discriminazione nei confronti di coloro che chiedono, e/o hanno ottenuto, Licenza d'uso del Marchio.
3. L'adempimento delle disposizioni contenute nel Regolamento non solleva i singoli soggetti dal rispetto degli obblighi di legge.



PARCO NATURALE REGIONALE DEL VULTURE

Pantone 7540

C 62 **R** 77
M 52 **G** 77
Y 50 **B** 77
K 47

Pantone 298

C 71 **R** 41
M 13 **G** 171
Y 0 **B** 226
K 0

Pantone 7488

C 57 **R** 122
M 0 **G** 201
Y 87 **B** 67
K 0

Pantone 403

C 43 **R** 138
M 37 **G** 131
Y 44 **B** 120
K 21

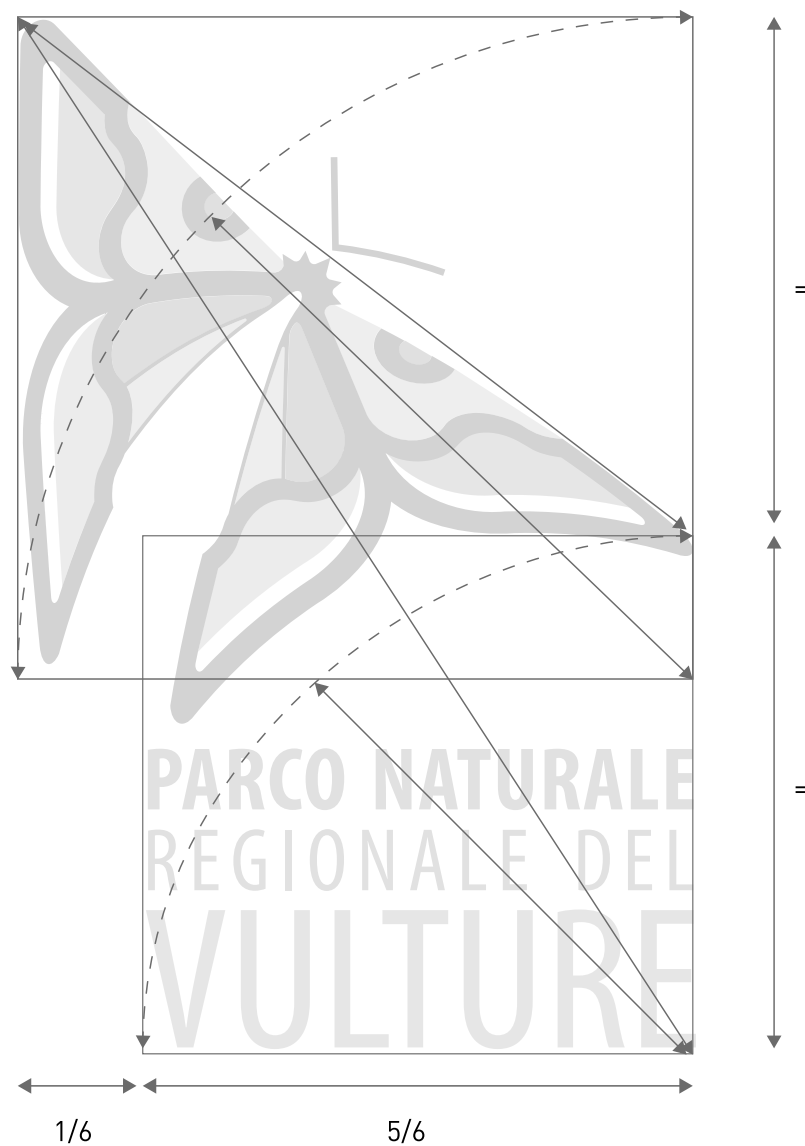
Pantone 7528

C 25 **R** 196
M 23 **G** 186
Y 29 **B** 174
K 4

Nella versione a colori sono utilizzati il pantone: 7540 per il segno perimetrale e il 298, 7488, 403 e 7528 per rappresentare nella stilizzazione cromatica il patrimonio e le risorse naturali presenti nel Parco.

Tav. 4 **Parco Naturale Regionale del Vulture**

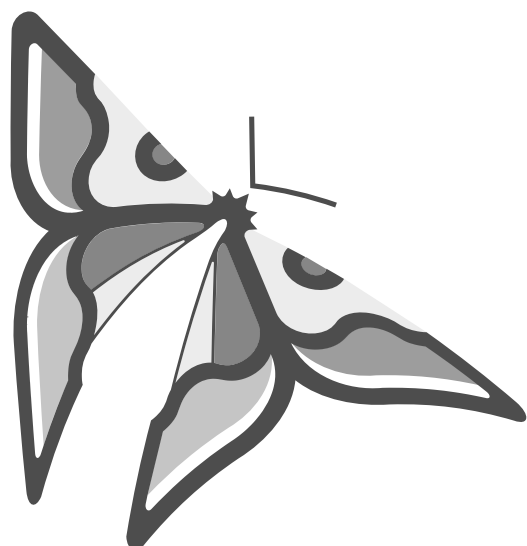
I colori del marchio: riferimento Pantone, CMYC e RGB



RAPPORTI DI GRANDEZZA
E RELAZIONE TRA LE PARTI
CHE COMPONGONO IL MARCHIO

Il marchio è stato progettato creando tra i componenti il giusto rapporto di grandezza che permette di ottenere armonia e leggibilità a qualsiasi dimensione sia nelle versioni a colori che in monocromia.

Tav. 5 **Parco Naturale Regionale del Vulture**
Il marchio: rapporti di grandezza



PARCO NATURALE REGIONALE DEL VULTURE

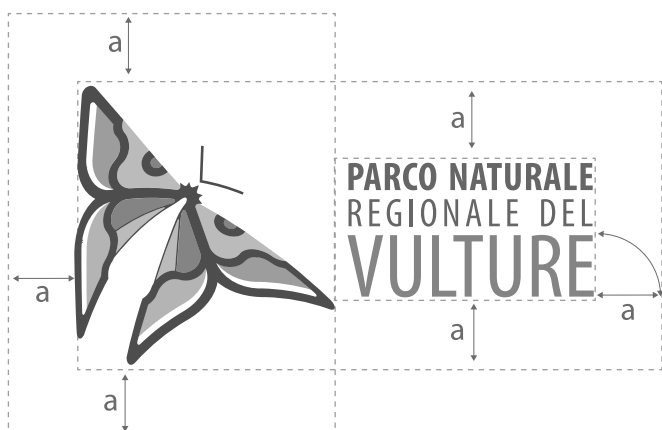
Pantone 7540 nero 100%	Pantone 298 nero 50%	Pantone 7488 nero 30%	Pantone 403 nero 60%	Pantone 7528 nero 20%
----------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

A ciascun colore del marchio è abbinata una percentuale di colore al fine di rendere distinguibili gli elementi che lo compongono anche ad un colore.

Tav. 8 **Parco Naturale Regionale del Vulture**
Il marchio: versione scala di grigio



LOGO VERTICALE



LOGO ORIZZONTALE



LETTERING DEL LOGO

a { L'AREA DI RISPETTO
SI OTTIENE ALL'ALTEZZA DELLA SCRITTA VULTURE

Al marchio completo o parziale in tutte le versioni di utilizzo, va prevista una spaziatura minima perimetrale da ogni elemento che lo circonda, al fine di ottenere un'area di rispetto. La dimensione dell'area di rispetto potrà essere ricavata com'è indicato nella tavola dall'altezza della scritta "vulture".