

**Reglement für die Vergabe und Benutzung der Dachmarke
„Südtirol“/„Alto Adige“**

Art. 1

Gegenstand

1. Dieses Reglement regelt die Vergabe und Benutzung der Dachmarke „Südtirol“ bzw. „Alto Adige“, nachstehend als Dachmarke bezeichnet.

1. ABSCHNITT
DACHMARKE

Art. 2

Dachmarke und Corporate Design

1. Die Dachmarke ist eine markenrechtlich geschützte Wort-Bild-Marke.
2. Das Corporate Design der Dachmarke besteht aus dem eigens entwickelten Schriftzug „Südtirol“ oder „Alto Adige“, den vordefinierten Farben und dem stilisierten Südtirol-Panorama (Basiselemente der Dachmarke), sowie den typografischen Schriftzeichen Südtirol Pro und Südtirol Next.
3. Die Dachmarke soll ein einheitliches Erscheinungsbild der Produkte und Dienstleistungen des Landes gewährleisten. Sie soll die Initiativen im Marketingbereich bündeln und dadurch die Schlagkraft auf dem Markt erhöhen.

Art. 3

Markenidentität

1. Die Identität der Dachmarke Südtirol vereint die mit der Marke verbundenen Werte, beschreibt den „Lebensraum Südtirol“, bildet die Grundlage für eine unverwechselbare und starke Positionierung der Marke Südtirol und definiert ihre Kompetenzfelder.
2. Das Identitätsmodell ist auf dem Dachmarkenportal www.dachmarke-suedtirol.it.

Art. 4

**Regolamento per l'assegnazione e l'utilizzo del marchio ombrello
“Alto Adige”/“Südtirol”**

Art. 1

Oggetto

1. Il presente regolamento disciplina l'assegnazione e l'utilizzo del marchio ombrello “Alto Adige” o “Südtirol”, di seguito denominato marchio ombrello.

CAPO I
MARCHIO OMBRELLO

Art. 2

Marchio e corporate design

1. Il marchio ombrello è un marchio denominativo e figurativo registrato.
2. Il corporate design del marchio ombrello si compone della scritta “Alto Adige” o “Südtirol”, elaborata ad hoc, dei colori predefiniti e del panorama stilizzato dell'Alto Adige (elementi base del marchio ombrello), nonché dei caratteri tipografici Südtirol Pro e Südtirol Next.
3. Il marchio ombrello serve a presentare in modo uniforme i prodotti e servizi della provincia di Bolzano, concentrando gli sforzi di commercializzazione e aumentando l'efficacia delle iniziative commerciali.

Art. 3

Identità del marchio

1. L'identità del marchio ombrello Alto Adige esprime in sintesi i valori associati al marchio, descrive l'Alto Adige come “spazio vitale”, è alla base del forte e inconfondibile posizionamento del marchio Alto Adige e ne definisce gli ambiti di competenza.
2. Il modello identitario è visualizzabile sul portale del marchio ombrello, al sito www.marchioombrello-altoadige.it.

Art. 4

Markenpositionierung

1. Die Positionierung der Dachmarke basiert auf folgender Kernaussage: „Südtirol ist die kontrastreiche Symbiose aus alpin und mediterran, Spontaneität und Verlässlichkeit, Natur und Kultur“.

Art. 5

Ursprungsbescheinigung

1. Die Dachmarke gilt als Ursprungsbescheinigung.

Art. 6

Anwendungsformen

1. Die Dachmarke kann in einer fixierten Form (Pointer oder Badge) oder als Sonderanwendung verwendet werden.

2. Bei der fixierten Anwendung bilden der Schriftzug „Südtirol“ oder „Alto Adige“ und das stilisierte Südtirol-Panorama eine untrennbare Einheit. Die fixierte Anwendung kann die Form des Badges (freie Position) oder des Pointers (randabfallend) aufweisen und darf nur gemäß den Anwendungsrichtlinien eingesetzt werden. Die Größe dieser Einheit ist nur proportional skalierbar, und zwar innerhalb der festgelegten Größenvarianten.

3. Für Sonderanwendungen können die Elemente, wenn vom Output-Format gefordert, auch getrennt voneinander eingesetzt werden, wobei die Wortmarke „Südtirol“ auch alleinig zum Einsatz kommen kann, das Panorama aber niemals ohne Wortmarke stehen darf. Genannte Sonderanwendung ist ausschließlich auf institutioneller Ebene jenen Einrichtungen (zuständige Abteilungen innerhalb der Landesverwaltung, „In House-Gesellschaften“, Sonderbetriebe oder Hilfskörperschaften des Landes oder vom Land abhängige Körperschaften) vorbehalten, denen die Aufgabe übertragen wurde, Südtirol und seine Produkte zu vermarkten. Diese Anwendungsform kann gegebenenfalls auch von Dritten, nach vorheriger Freigabe und Genehmigung durch die Leitung der Dachmarke, bei Veranstaltungen und Sponsorings

Posizionamento del marchio

1. Il posizionamento del marchio ombrello si basa sul seguente messaggio di fondo: “L’Alto Adige rappresenta una simbiosi ricca di contrasti tra elementi alpini e mediterranei, spontaneità e affidabilità, natura e cultura”.

Art. 5

Certificazione di origine

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

Art. 6

Forme di applicazione

1. Il marchio ombrello può essere utilizzato sotto forma di applicazione fissa (Pointer o Badge) oppure come applicazione speciale.

2. In caso di applicazione fissa la scritta “Alto Adige” o “Südtirol” e il panorama stilizzato dell’Alto Adige formano un’unità indivisibile. L’applicazione fissa può avere la forma del badge (posizione libera) o del pointer (posizionamento al margine) e può essere utilizzata solamente secondo le regole applicative. La dimensione di questa unità è modulabile esclusivamente in proporzione ed entro varianti di grandezza predefinite.

3. In caso di applicazioni speciali, gli elementi possono essere riportati singolarmente, se richiesto dal formato di output. In tal caso la dicitura “Alto Adige” può essere riportata anche da sola, il panorama stilizzato invece non può figurare senza marchio denominativo. L’utilizzo dell’applicazione speciale è riservato a livello istituzionale alle strutture (ripartizioni provinciali competenti nonché società “in house”, aziende speciali o enti strumentali della Provincia o da essa dipendenti) cui sia stato assegnato il compito di promuovere l’Alto Adige e i suoi prodotti. Tale forma applicativa può essere eventualmente utilizzata anche da terzi nell’ambito di manifestazioni o sponsorizzazioni, previa approvazione della Direzione del marchio ombrello. L’applicazione speciale può essere utilizzata solamente nel rispetto delle regole applicative di cui all’articolo 12.

eingesetzt werden. Die Sonderanwendung kann nur unter Einhaltung der Anwendungsrichtlinien laut Artikel 12 benutzt werden.

4. Der Einsatz der Sonderanwendung kann im Falle von Produktlizenzverträgen gewährt werden. Die Entscheidung darüber, ob und wie eine Sonderanwendung eingesetzt wird, obliegt der Leitung der Dachmarke.

5. Die Dachmarke kann auch in der Anwendungsform „Ein Unternehmen aus Südtirol“ (Standortzeichen) verwendet werden. Bei dieser Anwendungsform bilden die Dachmarke (Wort-Bild-Marke) und der Kievit-Schriftzug „Ein Unternehmen aus“ eine untrennbare Einheit, wobei der Wortlaut „Ein Unternehmen aus“ in verschiedenen Sprachvarianten Anwendung finden kann.

2. ABSCHNITT VORAUSSETZUNGEN

Art. 7

Voraussetzungen für die Benutzung der Dachmarke

1. Die Benutzung der Dachmarke steht unter den Bedingungen dieses Reglements allen Unternehmen, Einrichtungen und Organisationen Südtirols offen, die Waren herstellen oder Dienstleistungen erbringen, die mit Südtirol in Verbindung stehen.

2. In besonderen Fällen kann auch anderen Rechtssubjekten als den in Absatz 1 angeführten eine Genehmigung in Abweichung zur Benutzung der Dachmarke erteilt werden.

Art. 8

Anwendung der Dachmarke

1. Wer die Dachmarke nutzt, muss in der Lage sein, das Image von Südtirol sowie die Identität und die Positionierung der Dachmarke zu konsolidieren oder zu stärken. Zudem müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

4. L'utilizzo dell'applicazione speciale può essere autorizzato in caso di contratti di licenza. La decisione se e come impiegare l'applicazione speciale spetta alla Direzione del marchio ombrello.

5. Il marchio ombrello può essere utilizzato anche nella forma applicativa di "Impresa dell'Alto Adige" (marchio di localizzazione). In questa forma applicativa il marchio ombrello e la scritta "Impresa dell'Alto Adige", in carattere Kievit, costituiscono un'unità indivisibile, nella quale però la dicitura "Impresa dell'" può essere usata in diverse varianti linguistiche.

CAPO II REQUISITI

Art. 7

Requisiti per l'uso del marchio ombrello

1. L'uso del marchio ombrello è consentito a tutte le imprese, istituzioni e organizzazioni dell'Alto Adige che producono beni o erogano servizi associabili al territorio altoatesino, nel rispetto delle condizioni del presente regolamento.

2. In casi particolari può essere concessa un'autorizzazione in deroga all'uso del marchio ombrello a soggetti diversi da quelli indicati al comma 1.

Art. 8

Applicazioni del marchio ombrello

1. L'utilizzatore del marchio deve essere in grado di consolidare o rafforzare l'immagine dell'Alto Adige, nonché l'identità e il posizionamento del marchio ombrello. L'uso del marchio ombrello in tali applicazioni è subordinato alla sussistenza dei seguenti requisiti:

a) der Markennutzer, seine Tätigkeit und seine Produkte müssen mit der Identität und Positionierung der Dachmarke kompatibel und das Unternehmen, die Tätigkeit bzw. das Produkt mit Südtirol im Sinne von typisch, bezeichnend und charakteristisch für die Region assoziierbar sein. Dies unter Beachtung der Spezifikationen und Einschränkungen laut den folgenden Buchstaben c), d), e) und f),

b) im Produktionsbereich darf, unter Beachtung der näheren Einschränkungen laut den Buchstaben c), d) und e), ausschließlich die fixierte Applikation der Dachmarke für Waren benutzt werden, die entweder ausschließlich in Südtirol hergestellt worden sind oder dort ihre vorwiegende und in jedem Fall letzte wesentliche, wirtschaftlich gerechtfertigte Be- oder Verarbeitung erfahren haben. Im Dienstleistungsbereich im weitesten Sinne darf die Dachmarke nur dann verwendet werden, wenn die Dienstleistungen vollständig in Südtirol erbracht werden,

c) im Bereich Kosmetik muss die wertgebende Substanz nachweislich und vorwiegend (mindestens 50%) aus Südtirol stammen. Sind in Südtirol keine geeigneten Einrichtungen vorhanden, kann die Verarbeitung in Produktionsstätten außerhalb Südtirols (Italien und Alpenraum) erfolgen,

d) im Bereich Produkte mit starkem Südtirol-Bezug (Handwerk/Kunsthandwerk, verarbeitete/veredelte Produkte) muss entweder der wertgebende Rohstoff typisch sein und zu 100% aus Südtirol stammen oder die Verarbeitungsmethode für Südtirol typisch sein. Der Ver- und Bearbeitungsprozess muss in Südtirol stattfinden. Es muss sich um ein Endprodukt handeln, welches das „Erlebnis Südtirol“ vermitteln kann.

e) die Produktkonzeption oder das Design stammt ausschließlich aus Südtirol,

f) die Tätigkeit des Markennutzers darf nicht rechtswidrig, sittenwidrig oder diskriminierend sein; sie muss überparteilich und konfessionell neutral sein. Ausgeschlossen von der Benutzung der Dachmarke sind in jedem Fall Waren

a) l'utilizzatore del marchio, la sua attività e i suoi prodotti devono essere compatibili con l'identità e il posizionamento del marchio ombrello e devono possedere i necessari requisiti di diretta associabilità all'Alto Adige in quanto impresa, attività o prodotti tipici, peculiari e caratteristici della regione. Questo nel rispetto delle specifiche e delle limitazioni di cui alle seguenti lettere c), d), e) ed f);

b) nel settore produttivo il marchio ombrello potrà essere utilizzato, nel rispetto delle specifiche e delle limitazioni di cui alle seguenti lettere c), d), ed e), esclusivamente per beni prodotti interamente in Alto Adige oppure che abbiano subito la loro prevalente o comunque la loro ultima sostanziale lavorazione, economicamente rilevante, in provincia di Bolzano. Nel settore dei servizi – inteso nel senso più ampio del termine – il marchio ombrello può essere utilizzato solo per i servizi erogati interamente nel territorio altoatesino;

c) nel settore dei cosmetici naturali la materia prima caratterizzante deve provenire in misura prevalente (almeno il 50%) dall'Alto Adige e ciò deve essere comprovato. In mancanza di impianti idonei nel territorio provinciale, la lavorazione può essere effettuata in siti produttivi ubicati al di fuori dell'Alto Adige (Italia e regioni alpine);

d) nel settore dei prodotti a forte connotazione territoriale (artigianato/artigianato artistico, prodotti lavorati/raffinati), la materia prima caratterizzante deve essere tipica e provenire al 100% dall'Alto Adige, oppure il metodo di lavorazione deve essere tipico dell'Alto Adige. La lavorazione deve avvenire in Alto Adige. Il prodotto finale deve essere in grado di trasmettere "l'esperienza Alto Adige";

e) la concezione o il design del prodotto deve essere esclusivamente dell'Alto Adige;

f) l'attività dell'utilizzatore del marchio non può essere illegale, immorale o discriminatoria e deve essere apartitica e neutrale sul piano confessionale. Sono in ogni caso esclusi dall'uso del marchio ombrello i beni e servizi dell'industria pesante, nonché i materiali bellici e le armi;

und Dienstleistungen der Schwerindustrie sowie Kriegsmaterial und Waffen,

g) die Waren und Dienstleistungen müssen qualitativ hochwertig sein. Waren und Dienstleistungen zu unangemessen niedrigen Preisen sind ausgeschlossen. Der Markennutzer muss in seinem Bereich eine erfolgreiche Tätigkeit nachweisen können oder innovative Initiativen verfolgen. Die Dachmarke darf nicht benutzt werden, wenn häufige und auf Qualitätsdefizite hindeutende Kundenbeschwerden gegen ein Unternehmen oder einen registrierten beziehungsweise potentiellen Markennutzer vorliegen.

Art. 9

Standortzeichen „Ein Unternehmen aus Südtirol“

1. Die Anwendungsform des Standortzeichens „Ein Unternehmen aus Südtirol“ können Unternehmen benutzen, die im Produktions- oder Dienstleistungssektor tätig sind. Voraussetzungen für die Benutzung sind, dass das Unternehmen im Handelsregister der Handelskammer Bozen eingetragen ist, in Südtirol seinen Rechts- und Geschäftssitz hat, dass die Tätigkeit weder rechts- noch sittenwidrig oder diskriminierend ist und dass das Unternehmen dem Land keinen wie auch immer gearteten Schaden zufügt. Das Standortzeichen darf ausschließlich für die Unternehmenskommunikation verwendet werden.

Art. 10

Land- und ernährungswirtschaftliche Produkte

1. Land- und ernährungswirtschaftliche Produkte können – sofern die Qualitätsanforderungen laut Landesgesetz vom 22. Dezember 2005, Nr. 12, in geltender Fassung, erfüllt sind – das mit genanntem Gesetz eingeführte Qualitätszeichen „Qualität mit Herkunftsangabe“ tragen.

g) i beni e servizi devono essere di elevata qualità. Sono esclusi beni e servizi a prezzi irrisori. L'utilizzatore del marchio deve essere in grado di dimostrare il successo della sua attività nel rispettivo settore di appartenenza, oppure deve perseguire iniziative innovative. L'uso del marchio ombrello non può essere concesso nel caso in cui l'azienda o l'utilizzatore registrato o potenziale del marchio sia stato oggetto di ripetuti reclami da parte dei clienti, tali da fare supporre carenze qualitative.

Art. 9

Marchio di localizzazione “Impresa dell’Alto Adige”

1. La forma applicativa del marchio di localizzazione “Impresa dell’Alto Adige” può essere utilizzata da imprese operanti nel settore produttivo o dei servizi. Requisiti richiesti per l'uso di tale applicazione sono che l'impresa sia iscritta nel Registro delle imprese della Camera di Commercio di Bolzano, abbia la propria sede legale e operativa in Alto Adige, non eserciti attività illegali, immorali o discriminatorie e che, nell'esercizio delle proprie attività, non arrechi danno o pregiudizio alcuno alla Provincia. Il marchio di localizzazione può essere utilizzato esclusivamente nella comunicazione d'impresa.

Art. 10

Prodotti agroalimentari

1. I prodotti agroalimentari che rispondono ai requisiti previsti dalla legge provinciale 22 dicembre 2005, n. 12, e successive modifiche, possono fregiarsi del “marchio di qualità con indicazione di origine” introdotto dalla medesima legge.

2. Die Dachmarke oder Elemente der Dachmarke dürfen im Bereich der land- und ernährungswirtschaftlichen Erzeugnisse nur bei Südtiroler DOC-Weinen sowie bei Produkten verwendet werden, die durch eine sich auf Südtirol beziehende geschützte geografische Angabe (g.g.A) oder geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) unter Schutz gestellt sind; alle genannten Produkte aus Südtirol müssen einer sektorenspezifischen Regelung unterliegen, die von der zuständigen Landesabteilung Wirtschaft unter Mitwirkung des Brand Managements der Dachmarke Südtirol ausgearbeitet wird.

3. Bei den drei durch EU-Bestimmungen geschützten Produktkategorien laut Absatz 2 werden für die Anwendung der Dachmarke eigene Anwendungsregeln von der Landesabteilung Wirtschaft unter Mitwirkung des Brand Managements erstellt.

4. Ebenso erlaubt ist die Verwendung der Dachmarke für abgefülltes Mineralwasser gemäß Artikel 13 Absatz 5) Buchstabe a) des Landesgesetzes vom 30. September 2005, Nr. 7, in geltender Fassung.

5. Für alle anderen land- und ernährungswirtschaftlichen Produkte dürfen weder das Qualitätszeichen noch die Dachmarke noch Elemente derselben verwendet werden, unbeschadet der Verwendungsmöglichkeiten des Standortzeichens nach Artikel 15 und der Angaben der Etikettierungsrichtlinie 2000/13/EG.

Art. 11

Qualitätserzeugnisse im Tourismus und Gastgewerbe

1. Im Tourismus und Gastgewerbe tätige Unternehmen mit Betriebsstätte in Südtirol, die die Dachmarke führen und Speisen und Getränke verabreichen, müssen geeignete Maßnahmen treffen, um die Südtiroler Qualitätserzeugnisse in diesen Sektoren aufzuwerten, sichtbar zu machen und besser zu positionieren. Das gezielte Anbieten von Südtiroler Qualitätsprodukten in der Hotellerie und Gastronomie ist für die Benutzung der

2. Nel settore dei prodotti agroalimentari il marchio ombrello o elementi dello stesso possono essere utilizzati solo per i prodotti tutelati da indicazione geografica protetta (IGP) o da denominazione di origine protetta (DOP) riferibili all'Alto Adige, nonché per i vini DOC altoatesini; a tal fine tutti questi prodotti devono essere disciplinati da un regolamento specifico predisposto dalla competente Ripartizione provinciale Economia, di concerto con il Brand Management del marchio ombrello.

3. Per le tre categorie di prodotti di cui al comma 2, tutelati da norme dell'Unione europea, l'utilizzo del marchio ombrello è disciplinato da apposite regole applicative, elaborate dalla Ripartizione provinciale Economia, di concerto con il Brand Management.

4. L'utilizzo del marchio ombrello è inoltre consentito per le acque minerali destinate all'imbottigliamento, di cui all'articolo 13, comma 5, lettera a), della legge provinciale 30 settembre 2005, n. 7, e successive modifiche.

5. Per tutti gli altri prodotti agroalimentari non è consentito utilizzare né il marchio di qualità, né il marchio ombrello, né elementi degli stessi – fatte salve le possibilità di uso del marchio di localizzazione ai sensi dell'articolo 15 e le indicazioni previste dalla direttiva sull'etichettatura 2000/13/CE.

Art. 11

Prodotti di qualità nei settori turistico e alberghiero

1. Le imprese dei settori turistico e alberghiero con sede operativa in Alto Adige, che utilizzano il marchio ombrello e che somministrano cibi e bevande devono adottare misure opportune per valorizzare e dare maggiore visibilità ai prodotti di qualità altoatesini, nonché per migliorarne il posizionamento in tali settori. L'offerta mirata di prodotti di qualità altoatesini nel settore alberghiero e della gastronomia è di fondamentale importanza per l'uso del marchio ombrello, che garantisce l'origine altoatesina.

Dachmarke, die für die Südtiroler Herkunft steht, von grundlegender Bedeutung.

2. Die Hotellerie- und Gastronomieunternehmen müssen auf ihren Speise-, Getränke- oder Frühstückskarten bzw. am Frühstücksbuffet auch spezifische Südtiroler Produkte – sofern lieferbar – in einem angemessenen Ausmaß von mindestens 25% des Gesamtangebots anbieten. Diese Produkte müssen als Südtiroler Produkte gekennzeichnet sein.

3. Diese Verpflichtung gilt in jedem Fall für alle Südtiroler Nahrungsmittelerzeugnisse (Südtiroler Qualitätsprodukte), die das Qualitätszeichen mit der Herkunftsangabe Südtirol, eine Südtiroler geschützte geographische Angabe (g.g.A.) oder eine Südtiroler geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) führen sowie für Südtiroler DOC-Weine und Spirituosen. Zu den Südtiroler Nahrungsmittelerzeugnissen zählen insbesondere Qualitätsprodukte wie Frischmilch, Joghurt, Sahne, Butter und Käsesorten, Brot, und, sofern im Buffet angeboten oder auf der Karte vorgesehen, auch Äpfel und Speck.

Art. 12

Beachtung der Anwendungsrichtlinien

1. Die Markennutzer müssen die Dachmarke unter strikter Beachtung der Anwendungsrichtlinien verwenden, die in den Vorlagen und auf der Webseite des Landes unter www.dachmarke-suedtirol.it angeführt sind.

3. ABSCHNITT

FÜHRUNG UND VERGABE

Art. 13

Eigentümer der Dachmarke und Markennutzer

1. Träger, Eigentümer und Inhaber der Dachmarke ist die Autonome Provinz Bozen, in der Folge als Land bezeichnet.

2. Das Land vergibt die Dachmarke vor allem an Unternehmen oder Organisationen mit Rechts- und Geschäftssitz in Südtirol, mit dem Ziel, einen positiven

2. Le imprese dei settori alberghiero e della gastronomia devono offrire nelle loro liste delle vivande e delle bevande o nel buffet della prima colazione anche prodotti tipici altoatesini – sempre se disponibili – in misura adeguata, pari ad almeno il 25% del totale. Tali prodotti devono essere contrassegnati come prodotti altoatesini.

3. Questo obbligo vale in ogni caso per tutti i prodotti alimentari altoatesini (prodotti di qualità altoatesini) recanti il marchio di qualità con l'indicazione di origine Alto Adige, l'indicazione geografica protetta (IGP) o la denominazione di origine protetta (DOP), nonché per i vini DOC e le bevande alcoliche altoatesini. Tra i prodotti alimentari altoatesini rientrano in particolare prodotti di qualità come latte fresco, yogurt, panna, burro e vari tipi di formaggio, pane e, se previsti nelle liste o nel buffet, anche mele e speck.

Art. 12

Rispetto delle regole applicative

1. L'utilizzatore del marchio è tenuto al tassativo rispetto delle regole applicative riportate nei moduli e nel sito internet della Provincia www.marchioombrello-altoadige.it.

CAPO III

GESTIONE ED ASSEGNAZIONE

Art. 13

Proprietario del marchio ombrello e utilizzatori del marchio

1. Soggetto titolare, proprietario e detentore del marchio ombrello è la Provincia autonoma di Bolzano, di seguito denominata Provincia.

2. La Provincia assegna il marchio ombrello prevalentemente a imprese o a organizzazioni con propria sede legale e operativa in provincia di Bolzano, allo

gegenseitigen Imagetransfer zu fördern. Der Markennutzer profitiert vom Image und der Marktkraft der Dachmarke und stärkt im Gegenzug mit seinem Image die Dachmarke.

Art. 14

Führung der Dachmarke

1. Die Direktorin/Der Direktor der Landesabteilung Wirtschaft, in der Folge die Leitung der Dachmarke, erfüllt – im Einvernehmen mit der Direktorin/dem Direktor der für Tourismus zuständigen Organisationseinheit des Landes, der Direktorin/dem Direktor der IDM Südtirol – Alto Adige sowie der/dem Verantwortlichen des Brand Managements folgende Aufgaben:

- a) Führung der Dachmarke,
- b) strategische Markenführung und Weiterentwicklung der Dachmarke und ihrer Anwendungsformen,
- c) Begutachtung und Freigabe von dachmarkenrelevanten Verwendungen (Corporate Design, Logos, Layout u.dgl.) auf institutioneller Ebene und durch Lizenznehmer,
- d) Entscheidung über allfällige Anwendungs- und Auslegungsfragen betreffend die Strategie und Positionierung der Dachmarke,
- e) Genehmigung von besonderen Anträgen auf Sonderanwendung der Dachmarke laut Artikel 6 Absatz 3 sowie der Veranstaltungen, bei denen diese Anwendung sofern für zweckmäßig erachtet, benutzt werden darf,
- f) Festlegung der beim Lizenzvertrag vorgesehenen Nutzungsgebühren gemäß Artikel 22,
- g) Festlegung des Prozentsatzes der jährlichen Stichprobenkontrollen bei den registrierten Nutzern gemäß Artikel 23 Absatz 2.

Art. 15

Brand Management

1. Das Land beauftragt ein Team, in der Folge Brand Management bezeichnet,

scopo di promuovere la reciproca valorizzazione d'immagine. L'utilizzatore del marchio trae vantaggio dall'immagine e dall'attrattività del marchio ombrello e potenzia a sua volta con la propria immagine il marchio ombrello.

Art. 14

Gestione del marchio ombrello

1. La Direttrice/Il Direttore della Ripartizione provinciale Economia, di seguito denominata/denominato Direzione del marchio ombrello, svolge le seguenti funzioni, d'intesa con la Direttrice/il Direttore dell'unità organizzativa provinciale competente per il turismo, la Direttrice/il Direttore di IDM Südtirol – Alto Adige, nonché la/il responsabile del Brand Management:

- a) gestione del marchio ombrello;
- b) gestione strategica del marchio ombrello, dei processi di revisione del marchio e delle relative forme di applicazione;
- c) esame e approvazione degli utilizzi rilevanti del marchio (Corporate Design, loghi, layout e simili) a livello istituzionale e da parte dei licenziatari;
- d) decisione in merito ad eventuali questioni applicative o interpretative relative alla strategia e al posizionamento del marchio ombrello;
- e) autorizzazione di particolari richieste di applicazioni speciali del marchio ombrello di cui all'articolo 6, comma 3, e delle manifestazioni in cui quest'ultimo, se ritenuto opportuno, può essere utilizzato;
- f) determinazione dei diritti di utilizzo previsti in caso di contratto di licenza ai sensi dell'articolo 22;
- g) determinazione della misura percentuale dei controlli a campione annuali da effettuare presso gli utilizzatori registrati ai sensi dell'articolo 23, comma 2.

Art. 15

Brand Management

1. La Provincia incarica un team, di seguito denominato Brand Management,

mit der strategischen und operativen Verwaltung der Dachmarke.

2. Das Brand Management ist insbesondere zuständig für die Bearbeitung der Anträge auf Nutzung der Dachmarke gemäß Artikel 16, für die Beratung und Betreuung der Markennutzer, das Beschwerdemanagement gemäß Artikel 23 sowie, falls erforderlich, für die Erteilung der Freigabe laut Artikel 17 Absatz 3.

3. Das Brand Management kann auf der Grundlage einer Vereinbarung auch bei einer „In House-Gesellschaft“, einem Sonderbetrieb oder einer Hilfskörperschaft des Landes bzw. einer vom Land abhängigen Körperschaft angesiedelt werden. Dieses Team ist dem Land gegenüber weisungsgebunden und untersteht hinsichtlich der Ausübung seiner Befugnisse direkt der zuständigen Landesabteilung.

Art. 16

Antrag auf Nutzung der Dachmarke

1. Die Berechtigung zur Nutzung der Dachmarke wird auf Beantragung erteilt. Der Antrag muss online unter der Adresse www.dachmarke-sudtirol.it gestellt werden.

2. Der Antrag muss die persönlichen Daten der Antragstellenden (Firmendaten, gesetzlicher Vertreter/gesetzliche Vertreterin) enthalten, ferner eine Erklärung, dass die Vorgaben dieses Reglements und die Anwendungsrichtlinien laut Artikel 12 eingehalten werden und die Dachmarke weder rechtswidrig noch missbräuchlich benutzt wird.

Art. 17

Nutzungslizenz

1. Die Dachmarke steht als Pointer bzw. Badge oder als Sonderanwendung sowie als Standortzeichen „Ein Unternehmen aus Südtirol“ zur Verfügung.

2. Um die Dachmarke zu erhalten, müssen die Antragstellenden im Dachmarkenportal www.dachmarke-suedtirol.it die entsprechende Anwenderkategorie auswählen und sich registrieren. Die Lizenz zur Nutzung der Dachmarke

della gestione strategica e operativa del marchio ombrello.

2. Il Brand Management è responsabile in particolare dell'evasione delle richieste di utilizzo del marchio ombrello ai sensi dell'articolo 16, della consulenza e dell'assistenza agli utilizzatori del marchio, della gestione degli eventuali reclami ai sensi dell'articolo 23, nonché, ove richiesto, del rilascio dell'approvazione di cui all'articolo 17, comma 3.

3. Il Brand Management può, a mezzo di convenzione, essere insediato anche presso una società "in house", un'azienda speciale o un ente strumentale della Provincia o da essa dipendente. Questo team deve tuttavia attenersi alle direttive della Provincia e, nell'esercizio delle proprie funzioni, risponde direttamente alla Ripartizione provinciale competente.

Art. 16

Richiesta di utilizzo del marchio

1. Il diritto di utilizzo del marchio ombrello viene concesso su richiesta. La richiesta va presentata online al seguente sito: www.marchioombrello-altoadige.it

2. Nella richiesta devono essere indicati i dati personali del soggetto richiedente (dati dell'impresa, rappresentante legale), che deve anche dichiarare di rispettare le disposizioni del presente regolamento e le regole applicative di cui all'articolo 12 e di non fare un uso illegittimo o abusivo del marchio ombrello.

Art. 17

Licenza d'uso

1. Il marchio ombrello è disponibile in forma di pointer o badge oppure come applicazione speciale, nonché come marchio di localizzazione "Impresa dell'Alto Adige".

2. Per ottenere il marchio ombrello il soggetto richiedente deve selezionare sul portale www.marchioombrello-altoadige.it la categoria di utenti a cui appartiene e registrarsi. La licenza d'uso è concessa previa verifica dei requisiti di

wird nach Prüfung der Voraussetzungen durch ein automatisches Verfahren erteilt. Je nach Zugehörigkeit zur Anwenderkategorie erhalten die Antragstellenden die Dachmarke als Pointer, Badge oder als Sonderanwendung oder als Standortzeichen. Die Dachmarke kann im passwortgeschützten Downloadbereich des Portals heruntergeladen werden. Hier finden sich auch die grafischen Richtlinien zur Platzierung. Ist das Unternehmen nicht im Handelsregister eingetragen, so wird die Lizenz zur Benutzung der fixierten Applikation der Dachmarke erst dann erteilt, wenn der Antrag nach Prüfung für positiv befunden wurde.

3. Die Variante der Sonderanwendung muss, bis auf Widerruf, ausnahmslos dem Brand Management zur Freigabe vorgelegt werden. Die Freigabe wird ausschließlich bei einer dachmarkenge-rechten und reglementkonformen Nutzung erteilt.

Art. 18

Rechte und Pflichten des Lizenznehmers

1. Mit der Lizenz für die Nutzung der Dachmarke erwirbt der Lizenznehmer das Recht, die Dachmarke zu den Bedingungen und innerhalb der Grenzen zu verwenden, die in diesem Reglement angeführt sind. Insbesondere hat der Lizenznehmer folgende Pflichten:

a) er muss sich genau an die Vorgaben halten, die in diesem Reglement und in den Anwendungsrichtlinien enthalten sind,

b) er unterliegt den Kontrollen und muss dem beauftragten Personal dafür freien Zugang gewähren; während der Kontrollbesuche leistet er jegliche Unterstützung und liefert sämtliche Informationen, die für die Durchführung der Kontrollen notwendig sind,

c) er muss dafür sorgen, dass sämtliche Bedingungen für die Erteilung der Markenlizenz unverändert bleiben,

d) er darf die Dachmarke ausschließlich für die Zwecke verwenden, für welche die Nutzungslizenz erteilt wurde,

utilizzato tramite una procedura automatica. A seconda della categoria di appartenenza, il richiedente ottiene il marchio ombrello in forma di pointer o badge oppure come applicazione speciale o come marchio di localizzazione. Il marchio ombrello può essere scaricato nell'area download del portale, a cui si accede con una password. In quest'area si trovano anche le regole applicative grafiche. Se al momento della richiesta l'impresa non è iscritta al Registro delle imprese della Camera di commercio di Bolzano, la licenza d'uso dell'applicazione fissa del marchio ombrello verrà concessa solo in seguito all'esito positivo dell'istruttoria della domanda.

3. Fino alla revoca, le utilizzazioni in forma di applicazione speciale devono essere sottoposte, senza eccezioni, all'esame del Brand Management, per l'approvazione. Quest'ultima è rilasciata esclusivamente in caso di utilizzo conforme alle regole applicative e alle prescrizioni del presente regolamento.

Art. 18

Diritti e doveri del licenziatario

1. Con la licenza d'uso del marchio ombrello il licenziatario acquisisce il diritto all'utilizzo del marchio ombrello alle condizioni e nei limiti indicati nel presente regolamento. Il licenziatario deve assumere, in particolare, i seguenti obblighi:

a) osservare fedelmente quanto prescritto nel presente regolamento e nelle regole applicative;

b) sottoporsi alle verifiche di controllo, consentendo libero accesso al personale incaricato, garantendo ogni tipo di assistenza durante le visite e fornendo ogni informazione utile per l'espletamento dei controlli;

c) mantenere inalterate tutte le condizioni che hanno permesso il rilascio della licenza d'uso del marchio ombrello;

d) utilizzare il marchio ombrello esclusivamente per gli scopi per i quali è stata rilasciata la licenza d'uso;

e) er muss die Dachmarke als Ganzes ohne Veränderungen jedweder Art verwenden, das heißt, dass er Form und Maße sowie Farben und Proportionen beibehält, um den Wiedererkennungswert der Dachmarke zu gewährleisten,

f) er muss allfällige andere Zeichen, Schriften oder Informationen so verwenden, dass keine Verwechslung mit der Dachmarke entstehen kann und die Adressaten der Botschaft nicht in die Irre geleitet werden,

g) er darf nichts tun oder unterlassen, was der Dachmarke oder ihrem Ansehen wie auch immer schaden kann,

h) er darf die Dachmarke nicht verwenden, wenn die Nutzungslizenz widerrufen oder ausgesetzt wurde oder ein Rücktritt erfolgt ist,

i) er darf sich nicht an anderen Organisationen beteiligen, deren Zielsetzungen oder Tätigkeiten mit jenen der Dachmarke unvereinbar sind,

j) er darf keine analogen Marken anmelden oder registrieren lassen oder Marken, die mit der Dachmarke verwechselt werden können,

k) er muss sich aktiv an den gemeinsamen Tätigkeiten zur Förderung und Aufwertung der Dachmarke beteiligen.

e) utilizzare il marchio ombrello nella sua interezza e senza modifiche, rispettandone le forme e dimensioni, i colori e le proporzioni, che lo rendono immediatamente distinguibile;

f) utilizzare eventuali altri segni, scritte o informazioni in modo tale da non generare un rischio di confusione con il marchio ombrello e trarre in inganno i destinatari del messaggio;

g) non compiere alcun atto od omissione che possa danneggiare o, comunque, ledere la reputazione del marchio ombrello;

h) non utilizzare il marchio ombrello se la licenza d'uso del marchio è stata oggetto di revoca, recesso o sospensione;

i) non aderire ad altri organismi le cui finalità o attività siano incompatibili con quelle del marchio ombrello;

j) non depositare o registrare marchi analoghi o tali da generare rischi di confusione con il marchio ombrello;

k) cooperare attivamente alla realizzazione delle attività comuni finalizzate a promuovere e valorizzare il marchio ombrello.

Art. 19

Registrierte Nutzer

1. Bei Ausstellung der Nutzungslizenz erfolgt auch die Registrierung als offizieller Nutzer der Dachmarke.

2. Der Lizenznehmer wird in einem eigenen Verzeichnis der Lizenznehmer der Dachmarke eingetragen, das vom Brand Management geführt wird und im Internet auf der Webseite www.dachmarke-suedtirol.it einsehbar ist. Dieses Verzeichnis wird ständig aktualisiert.

Art. 19

Utilizzatori registrati

1. Con la licenza d'uso del marchio ombrello il licenziatario è anche registrato in qualità di utilizzatore ufficiale del marchio ombrello.

2. Il licenziatario è iscritto in un apposito registro dei licenziatari del marchio ombrello, tenuto dal Brand Management e pubblicato sul sito internet www.marchioombrello-altoadige.it. Tale registro è costantemente aggiornato.

4. ABSCHNITT

NUTZUNGSFORMEN, KOOPERATIONSFORMEN UND LIZENZGEBÜHREN

CAPO IV

FORME DI UTILIZZO, DI COOPERAZIONE E DIRITTI DI LICENZA

Art. 20

Nutzungsformen

1. Die Dachmarke kann in einer oder mehreren der nachstehenden Formen genutzt werden:

a) für Promotionszwecke: Verwendung in Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen, auch in digitaler Form (insbesondere Printmedien, Social Media, Fernsehen, Prospekte, Kataloge, Flyer, Faltblätter, Gadgets, Poster, Plakate, Werbeanzeigen, Internetseiten, Brief- bzw. Geschäftspapier, Visitenkarten, Türschilder, Sponsoring),

b) Produktbezug: die Dachmarke wird auf einem Produkt angebracht, auch in Form von Merchandising am Produkt,

c) Shop-in-Shop-System: die mit der Dachmarke versehenen Produkte werden innerhalb eines Einzelhandelbetriebes (modulares Ladenkonzept) auf einer optisch abgegrenzten Fläche im Rahmen spezifischer Vorgaben für die Gestaltung dieser Verkaufsabteilung sowie der Verkaufsbedingungen zum Verkauf ausgestellt;

d) elektronischer Handel: Produkte mit der Dachmarke Südtirol sowie jene laut den Buchstaben b) und c) können auch über den elektronischen Handel, sogenanntes Onlineshopping, im Rahmen von spezifischen Vorgaben für die Gestaltung der Webseiten sowie der Verkaufsbedingungen vertrieben werden,

e) Sponsoring des Landes,

f) Kollektivmarke: die Dachmarke kann für Kollektivmarken von land- und ernährungswirtschaftlichen Produkten laut Artikel 2 Absatz 2 des Landesgesetzes vom 22. Dezember 2005, Nr. 12, in geltender Fassung, sowie für Marken lokaler Tourismusorganisationen laut Landesgesetz vom 18. August 1992, Nr. 33, in geltender Fassung, verwendet werden.

2. Eigenmarken, Handelsmarken bzw. Unternehmensbezeichnungen dürfen weder die Dachmarke noch Elemente davon verwenden bzw. enthalten. Von dieser Einschränkung können ausgenommen sein:

Art. 20

Forme di utilizzo

1. Il marchio ombrello può essere utilizzato in una o più delle seguenti forme:

a) per finalità promozionali: per iniziative pubblicitarie e di comunicazione, anche digitali (soprattutto a mezzo stampa, social media, televisione, opuscolo, catalogo, pieghevole, gadget, manifesto, inserzione pubblicitaria, sito internet, carta intestata, biglietto da visita, targhetta sulla porta, sponsorizzazione);

b) riferimento al prodotto: il marchio ombrello è apposto su un prodotto, anche in forma di merchandising sul prodotto;

c) sistema "shop in shop": i prodotti con il marchio ombrello sono esposti e offerti in vendita all'interno di un esercizio commerciale su un'apposita superficie otticamente delimitata, secondo specifiche indicazioni in merito all'allestimento di questo spazio di vendita e alle condizioni di vendita dei prodotti;

d) commercio elettronico: i prodotti con il marchio ombrello nonché i prodotti di cui alle lettere b) e c) possono essere venduti anche tramite il commercio elettronico, il cosiddetto "shopping online", secondo specifiche indicazioni in merito alla creazione delle pagine web e alle condizioni di vendita;

e) sponsorizzazione della Provincia;

f) marchio collettivo: il marchio ombrello può essere utilizzato per marchi collettivi dei prodotti agroalimentari di cui all'articolo 2, comma 2, della legge provinciale 22 dicembre 2005, n. 12, e successive modifiche, come pure per i marchi delle organizzazioni turistiche locali di cui alla legge provinciale 18 agosto 1992, n. 33, e successive modifiche.

2. Il marchio ombrello o elementi dello stesso non possono essere utilizzati per o all'interno di marchi propri, marchi commerciali o denominazioni d'impresa. Tale limitazione può non valere nei seguenti casi:

a) Marken von Organisationen, „In House-Gesellschaften“, Sonderbetrieben oder Hilfskörperschaften des Landes oder vom Land abhängigen Körperschaften (wie z.B. IDM, BLS), die für die Vermarktung Südtirols einen institutionellen Auftrag haben bzw. unter der Verwendung der Bezeichnung „Südtirol“ auch außerhalb des Landes Tätigkeiten institutionellen Charakters abwickeln. Die Einhaltung dieses Reglements und die Registrierung als Nutzer gemäß Artikel 19 gelten dabei als Voraussetzung,

b) die Nutzung der Dachmarke oder von Elementen derselben kann außerdem für registrierte g.g.A.-Marken erlaubt werden, sofern dies die Verbreitung der Dachmarke in diesem Sektor stärkt.

3. Bei Verwendung der Dachmarke auf Internetseiten muss der Link zur Homepage www.suedtirol.info oder www.altoadige.info führen oder zu Webseiten, die von der zuständigen Landesabteilung autorisiert wurden.

4. Das Standortzeichen wird in der Anwendungsform „Ein Unternehmen aus Südtirol“ benutzt; die Dachmarke (Wortbildmarke) und der Kievit-Schriftzug „Ein Unternehmen aus“ bilden eine untrennbare Einheit, wobei der Wortlaut „Ein Unternehmen aus“ in verschiedenen Sprachvarianten Anwendung finden kann.

5. Die Anwendungsform des Standortzeichens „Ein Unternehmen aus Südtirol“ können Unternehmen benutzen, die im Produktions- oder Dienstleistungssektor tätig sind. Voraussetzungen für die Benutzung sind, dass das Unternehmen im Handelsregister der Handelskammer Bozen eingetragen ist, in Südtirol seinen Rechts- und Geschäftssitz oder seine Betriebsstätte hat, dass die Tätigkeit weder rechts- noch sittenwidrig oder diskriminierend ist und dass das Unternehmen in der Ausübung seiner Tätigkeit dem Land keinen wie auch immer gearteten Schaden zufügt.

6. Das Standortzeichen kann nur für die Unternehmenskommunikation bzw. für Werbe- und Kommunikationszwecke von Unternehmen selbst verwendet werden und muss grundsätzlich in Verbindung mit dem Adressblock (z.B. auf

a) per i marchi di organizzazioni, società “in house”, aziende speciali o enti strumentali della Provincia o da essa dipendenti (p.es. IDM, BLS) a cui è stato conferito un incarico istituzionale finalizzato alla promozione dell’Alto Adige o che, tramite l’utilizzo della denominazione “Alto Adige”, svolgono anche fuori provincia attività aventi carattere istituzionale. Il rispetto del presente regolamento e la registrazione in qualità di utilizzatore ai sensi dell’articolo 19 ne costituiscono i presupposti;

b) l’utilizzo del marchio ombrello o di elementi dello stesso può inoltre essere autorizzato per marchi registrati con indicazione geografica protetta (IGP), purché ciò risulti opportuno per accrescere la diffusione del marchio ombrello nel rispettivo settore.

3. In caso di utilizzo del marchio ombrello su siti internet, il link deve indirizzare alla homepage www.suedtirol.info o www.altoadige.info oppure a siti web autorizzati dalla ripartizione provinciale competente.

4. Il marchio di localizzazione viene utilizzato nella forma applicativa del marchio di localizzazione “Impresa dell’Alto Adige”; il marchio ombrello e la scritta in carattere Kievit “Impresa dell’Alto Adige” costituiscono un’unità indivisibile, nella quale però la dicitura “Impresa dell’” può essere adottata in diverse varianti linguistiche.

5. La forma di applicazione del marchio di localizzazione “Impresa dell’Alto Adige” può essere utilizzata da imprese operanti nel settore produttivo o dei servizi. Requisiti richiesti per l’utilizzo di tale applicazione sono che l’impresa sia iscritta nel Registro delle imprese della Camera di Commercio di Bolzano, abbia la propria sede legale e operativa ovvero la sede produttiva in Alto Adige, non eserciti attività contrarie alla legge, immorali o discriminatorie e che, nell’esercizio delle proprie attività, non arrechi danno o pregiudizio alcuno alla Provincia.

6. Il marchio di localizzazione può essere utilizzato solo per la comunicazione d’impresa o per finalità promozionali e comunicative della stessa e deve essere apposto sempre in associazione alla intestazione della ditta (per es. su mezzi di

Fahrzeugen, im Internet) stehen; in keinem Fall darf es im Zusammenhang mit der Bewerbung von Produkten des Unternehmens geführt werden. Nur so erfüllt das Standortzeichen seinen Zweck, nämlich der Zuordnung des Unternehmens zum Standort Südtirol.

7. Das Standortzeichen darf weder am Produkt noch in irgendeiner Art und Weise im Produktumfeld verwendet werden.

Art. 21

Marketingkooperation, Produktlizenzvertrag, Sponsoring und Vereinbarung

1. Wird die Dachmarke für Promotionszwecke gemäß Artikel 20 Absatz 1 Buchstabe a) verwendet, so schließt der Markennutzer mit dem Land eine Marketingkooperation ab. Ziel dieser Kooperation ist ein positiver gegenseitiger Image-Transfer. Die Kooperationsvereinbarung wird mit dem Lizenzvertrag zur Nutzung der Dachmarke gemäß Artikel 17 abgeschlossen.

2. Wird die Dachmarke gemäß Artikel 20 Absatz 1 Buchstaben b), c) und d) am Produkt verwendet, so kann der Nutzer mit dem Land einen Produktlizenz- und/oder Vertriebslizenzvertrag abschließen. Mit der Erteilung einer Produktlizenz erwirbt der Lizenznehmer das Recht, die Dachmarke am Produkt anzubringen. Im Produktlizenzvertrag werden Beginn und Ende der Vertragszeit, Produkte, Vertriebsgebiet, Vertriebswege und Lizenzgebühren festgelegt. Die Grafik muss vor Vertragsunterzeichnung dem Brand Management vorgelegt werden. Dieses unterbreitet den Vorschlag der Leitung der Dachmarke für die definitive Genehmigung. Der Produktlizenzvertrag ist nicht übertragbar. Er gilt für höchstens fünf Jahre und kann einmalig für weitere vier Jahre verlängert werden.

3. Die Nutzung der Dachmarke im Rahmen von Sponsoring-Aktivitäten des Landes gemäß Artikel 20 Absatz 1 Buchstabe e) ist an die Unterzeichnung einer Sponsoringvereinbarung gebunden. Diese Vereinbarung kann sowohl für Events als auch für Testimonials (Einzelpersonen oder Teams) abgeschlossen werden. Zuständig für das Sponsoring ist

trasporto, in internet). In nessun caso ne è consentito l'utilizzo in relazione alla promozione dei prodotti dell'impresa. Solamente così il marchio di localizzazione adempie al suo scopo, ossia quello di evidenziare l'appartenenza dell'impresa all'Alto Adige.

7. Il marchio di localizzazione non può essere mai impiegato né sul prodotto né in alcun modo in relazione allo stesso.

Art. 21

Cooperazione commerciale, contratto di licenza, sponsorizzazione e convenzioni

1. In caso di utilizzo del marchio ombrello per finalità promozionali ai sensi dell'articolo 20, comma 1, lettera a), l'utilizzatore del marchio ombrello stipula un accordo di cooperazione commerciale con la Provincia. Il fine è la reciproca valorizzazione d'immagine. L'accordo di cooperazione viene stipulato contestualmente al contratto di licenza d'uso del marchio ombrello ai sensi dell'articolo 17.

2. In caso di utilizzo del marchio ombrello sul prodotto, ai sensi dell'articolo 20, comma 1, lettere b), c) e d), l'utilizzatore può stipulare un contratto di licenza e/o di distribuzione commerciale con la Provincia. Con la licenza d'uso del marchio il licenziatario acquisisce il diritto di apporre il marchio ombrello sul prodotto. Il contratto di licenza d'uso stabilisce l'inizio e la fine della durata contrattuale, i prodotti, l'area di distribuzione, i canali di distribuzione e i diritti di licenza. La grafica deve essere presentata prima della firma del contratto al Brand Management, che inoltra alla Direzione del marchio ombrello per l'autorizzazione definitiva. Il contratto di licenza non è trasferibile, ha una durata massima di cinque anni e può essere rinnovato una sola volta per altri quattro anni.

3. L'utilizzo del marchio ombrello nel quadro delle attività di sponsorizzazione della Provincia ai sensi dell'articolo 20, comma 1, lettera e), è subordinato alla stipula di un accordo di sponsorizzazione, che può essere stipulato sia per eventi che per testimonial (singole persone o interi team). Della sponsorizzazione è responsabile – nel rispetto del

– unter Beachtung des 2. Abschnittes dieses Reglements – die jeweils zuständige Landesabteilung. Das Layout mit der Anbringung der Dachmarke Südtirol wird der zuständigen Abteilung und gegebenenfalls dem Brand Management zur Freigabe vorgelegt.

4. Das Land kann, ohne Lasten für den Landeshaushalt, mit Werbeagenturen, Graphikstudios und Druckereien Vereinbarungen abschließen, um zu gewährleisten, dass die Kunden alle Vorgaben des Reglements einhalten und sich als Markennutzer registrieren können. Der Antrag auf Nutzung der Dachmarke gemäß Artikel 16 kann im Auftrag des Kunden auch von der Werbeagentur, dem Graphikstudio oder der Druckerei gestellt werden, muss aber auf den Namen des Nutzers lauten.

5. Wird die Dachmarke gemäß Artikel 20 Absatz 1 Buchstabe f) sowie Absatz 2 Buchstabe b) beantragt, kann das Land einen Markennutzungsvertrag abschließen, in welchem die Bedingungen für die Nutzung der Dachmarke oder deren Elemente gemäß Artikel 2 Absatz 2 des Landesgesetzes vom 22. Dezember 2005, Nr. 12, festgelegt werden. Der Markennutzungsvertrag ist nicht übertragbar. Er gilt für höchstens fünf Jahre und kann einmalig für weitere vier Jahre verlängert werden.

Art. 22

Nutzungsgebühren

1. Die Nutzung der Dachmarke für Promotionszwecke gemäß Artikel 20 Absatz 2 Buchstabe a) und Artikel 21 Absatz 1 ist aufgrund der Marketingkooperation gebührenfrei.

2. Bei einem Produktlizenz- und/oder einem Vertriebslizenzvertrag gemäß Artikel 21 Absatz 2 kann die Bezahlung einer Gebühr vorgesehen werden, wenn der Dachmarke durch Anbringung am Produkt, das eine Nähe zu den Kernwerten der Dachmarke aufweist, eine wesentliche wirtschaftliche Bedeutung zukommt. Die Gebühr ist unterschiedlich hoch, je nachdem, ob die Dachmarke auf

capo II del presente regolamento – la competente ripartizione provinciale. Il layout con l'applicazione del marchio ombrello Alto Adige viene sottoposto all'approvazione della ripartizione provinciale competente ed eventualmente del Brand Management.

4. La Provincia può stipulare convenzioni, senza oneri a carico del bilancio provinciale, con agenzie pubblicitarie, studi grafici e tipografie al fine di garantire l'osservanza di tutte le prescrizioni del presente regolamento da parte dei clienti e di consentire la loro regolare registrazione come utilizzatori del marchio ombrello. La richiesta di utilizzo del marchio ombrello ai sensi dell'articolo 16 può essere presentata su incarico del cliente anche da agenzie pubblicitarie, studi grafici e tipografie, ma deve essere a nome dell'utilizzatore.

5. Nel caso in cui l'utilizzo del marchio ombrello venga richiesto ai sensi dell'articolo 20, comma 1, lettera f), e comma 2, lettera b), la Provincia può stipulare un contratto di licenza d'uso del marchio, nel quale vengono stabilite le condizioni per l'utilizzo del marchio ombrello e dei suoi elementi ai sensi dell'articolo 2, comma 2, della legge provinciale 22 dicembre 2005, n. 12. Il contratto di licenza d'uso del marchio non è trasferibile, ha una durata massima di cinque anni e può essere rinnovato una sola volta per altri quattro anni.

Art. 22

Diritti di utilizzo

1. L'utilizzo del marchio ombrello per finalità promozionali ai sensi degli articoli 20, comma 2, lettera a), e 21, comma 1, è esente dal pagamento di diritti di utilizzo in virtù della cooperazione commerciale.

2. In caso di contratto di licenza e/o di distribuzione commerciale per l'utilizzo del marchio sul prodotto, ai sensi dell'articolo 21, comma 2, può essere previsto il pagamento di diritti, qualora il marchio ombrello apposto sul prodotto, che esprime vicinanza ai valori del marchio ombrello, abbia una notevole rilevanza economica. I diritti variano a seconda che il marchio ombrello venga apposto

einem Produkt angebracht oder im Merchandising verwendet wird. Außerdem wird ihre Höhe im Verhältnis zu dem mit der Benutzung der Dachmarke verbundenen Vorteil des Lizenznehmers berechnet.

3. Für die Berechnung der Gebühren bei Produktlizenz- und/oder Vertriebslizenzverträgen wird eine Eigenerklärung des Unternehmens verlangt, aus der die Stückzahl der Produkte sowie der Verkaufspreis hervorgehen. Die Gebühr entspricht einem Prozentsatz von 2 bis 20 Prozent des Verkaufspreises des Produktes (ohne Mehrwertsteuer). Die Grundsatzentscheidung über die Höhe des Prozentsatzes obliegt der zuständigen Landesabteilung, nach Anhörung der Personen laut Artikel 14 Absatz 1; der Prozentsatz wird aufgrund folgender Kriterien festgelegt:

materieller Wert des Produktes,

a) Mehrwert der Handelsware, der sich ergibt aus:

1) Vertriebskanäle,

2) Sichtbarkeit,

3) Umsatz,

4) Bedeutung für die Dachmarke.

4. Bei ähnlichen Fällen wird, unter Gewährleistung der Gleichbehandlung, gleichermaßen vorgegangen; die Leitung legt die Detailregelung fest.

5. Bei Merchandising mit der Dachmarke wird für die Anbringung der Marke eine Jahresgebühr verlangt. Die erste Zahlung ist nach einem Jahr fällig. Bei jährlichen Netto-Umsatzbeträgen bis zu 1.000,00 Euro kann eine Jahrespauschale vorgesehen werden.

6. Wird die Dachmarke auf dem Produkt angebracht, ist die Gebühr für die Dauer des Vertrages vorgesehen, kann in einmaliger Form oder in Raten bezahlt werden und ist nach einem Jahr fällig.

7. Im Rahmen des Sponsorings bezahlt das Land für die Öffentlichkeitswirkung und legt die Auflagen und Bedingungen für die gebührenfreie Nutzung der Dachmarke fest.

su un prodotto o utilizzato per il merchandising. I diritti sono calcolati in proporzione ai benefici che il licenziatario trae dall'utilizzo del marchio ombrello.

3. Per il calcolo dei diritti nei contratti di licenza e/o di distribuzione commerciale si richiede un'autocertificazione dell'impresa, dalla quale risultano la quantità dei prodotti e il prezzo di vendita. Il diritto corrisponde ad una percentuale che varia dal 2 al 20 per cento del prezzo di vendita (IVA esclusa). La decisione di massima sull'ammontare della percentuale spetta alla ripartizione provinciale competente, sentiti i soggetti di cui all'articolo 14, comma 1; la percentuale si determina in base ai seguenti criteri:

valore materiale del prodotto;

a) valore aggiunto derivante da

1) canali di distribuzione;

2) visibilità;

3) fatturato;

4) rilevanza per il marchio ombrello.

4. I casi equiparabili verranno comunque trattati nello stesso modo, a garanzia della parità di trattamento; la regolamentazione di dettaglio sarà definita dalla Direzione.

5. Per il merchandising il diritto per l'applicazione del marchio ombrello si paga annualmente. Il primo pagamento è dovuto dopo un anno. Per un fatturato netto annuo fino a euro 1.000,00 può essere previsto un importo forfetario annuale.

6. Per l'applicazione del marchio ombrello sul prodotto il diritto è dovuto per la durata del contratto e si paga in un'unica soluzione oppure in forma rateizzata; il primo pagamento è dovuto dopo un anno.

7. In caso di sponsorizzazione la Provincia paga per l'effetto promozionale e stabilisce le prescrizioni e condizioni per l'utilizzo gratuito del marchio ombrello.

8. Bei einem Markennutzungsvertrag gemäß Artikel 21 Absatz 5 kann die Bezahlung einer Gebühr vorgesehen werden. Die Gebühr orientiert sich dann an dem mit der Nutzung der Dachmarke oder deren Elementen verbundenen Vorteil für den Vertragspartner, wobei der allfällig für das Land aus der Nutzung der Eigenmarke des Vertragspartners erwachsende Vorteil zu berücksichtigen ist.

5. ABSCHNITT

KONTROLLEN UND SANKTIONEN

Art. 23

Kontrollen und Beschwerdemanagement

1. Die zuständige Landesabteilung wacht über die Einhaltung dieses Reglements und der Anwendungsrichtlinien laut Artikel 12.

2. Die zuständige Landesabteilung führt bei den Dachmarkennutzern Kontrollen durch. Für die Sicherstellung der Einhaltung dieses Reglements werden im Rahmen eines von der Leitung der Dachmarke als angemessen erachteten Prozentsatzes auch Stichprobenkontrollen bei den registrierten Nutzern durchgeführt. Die Dachmarkennutzer sind verpflichtet, bei Kontrollen des Landes alle von ihnen verwendeten Varianten der Dachmarkenanwendung vorzulegen.

3. Ein eigenes Beschwerdemanagement kanalisiert die Rückmeldungen betreffend die Dachmarkennutzung und bildet gleichzeitig eine zusätzliche Grundlage für die Durchführung von Kontrollen bei den Markennutzern.

4. Mit der Vereinbarung laut Artikel 15 Absatz 3 können „In House-Gesellschaften“, Sonderbetriebe oder Hilfskörperschaften des Landes bzw. vom Land abhängige Körperschaften mit der Durchführung der Kontrollen betraut werden.

Art. 24

Nichtkonformität und Sanktionen

1. Die Nichtkonformität kann unterschiedlich geartet sein

8. Nel caso di contratto di licenza d'uso del marchio ai sensi dell'articolo 21, comma 5, può essere previsto il pagamento di diritti. Questi ultimi sono calcolati in proporzione ai benefici che il partner contraente ricava dall'utilizzo del marchio ombrello o dai suoi elementi e dall'eventuale vantaggio derivante alla Provincia dall'utilizzo del marchio del partner contraente.

CAPO V

CONTROLLI E SANZIONI

Art. 23

Controlli e gestione dei reclami

1. La competente ripartizione provinciale vigila sul rispetto del presente regolamento e delle regole applicative di cui all'articolo 12.

2. La competente ripartizione provinciale effettua controlli presso gli utilizzatori del marchio ombrello. Per garantire il rispetto del presente regolamento, vengono effettuati controlli, anche a campione, presso gli utilizzatori registrati, in una percentuale ritenuta adeguata dalla Direzione del marchio ombrello. In caso di controllo da parte della Provincia, gli utilizzatori del marchio ombrello sono tenuti a presentare tutte le applicazioni d'uso utilizzate.

3. Un'apposita gestione dei reclami acquisisce i riscontri relativi all'utilizzo del marchio ombrello e costituisce nel contempo un'ulteriore base di riferimento per l'esecuzione dei controlli presso gli utilizzatori del marchio.

4. Con la convenzione di cui all'articolo 15, comma 3, il compito di effettuare i controlli può essere affidato ad una società "in house", a un'azienda speciale oppure a un ente strumentale della Provincia o da essa dipendente.

Art. 24

Non conformità e sanzioni

1. Le non conformità possono essere:

a) leichte Nichtkonformität: Wenn dadurch das Image der Dachmarke, ihre Identität oder die Positionierung, die die Dachmarke schützen soll, keinen Schaden nimmt,

b) schwerwiegende Nichtkonformität: Wenn dadurch dem Image der Dachmarke, ihrer Identität oder der Positionierung, die die Dachmarke schützen soll, geschadet wird.

2. Bei leichter Nichtkonformität laut Absatz 1 Buchstabe a) kann die zuständige Landesabteilung – unbeschadet eines eventuellen Schadenersatzes – folgende Sanktionen gegenüber den verantwortlichen Lizenznehmern erlassen:

- a) Verwarnung,
- b) Geldbuße,
- c) Aussetzung der Nutzungslizenz,
- d) Widerruf der Nutzungslizenz.

3. Die Maßnahmen betreffend die Sanktionen und die diesbezüglichen Begründungen werden den Lizenznehmern von der zuständigen Landesabteilung mit zertifizierter elektronischer Post (PEC) zugestellt.

4. Die Geldbuße, die Aussetzung und der Widerruf der Nutzungslizenz werden im Verzeichnis der Lizenznehmer vermerkt.

5. Bei Sanktionen im Fall schwerwiegender Nichtkonformität kann die zuständige Landesabteilung gleichzeitig auf Kosten des Lizenznehmers die diesbezügliche Maßnahme in einer Tageszeitung oder in einer Fachzeitschrift veröffentlichen.

Art. 25

Verwarnung

1. Eine Verwarnung wird in Fällen leichter Nichtkonformität angewandt.

2. Die Verwarnung besteht in der Aufforderung, innerhalb einer angemessenen Ausschlussfrist die festgestellte Nichtkonformität zu beheben.

Art. 26

a) lievi: quando non pregiudicano l'immagine del marchio ombrello, la sua identità o il posizionamento che il marchio ombrello intende tutelare;

b) gravi: quando sono tali da pregiudicare l'immagine del marchio ombrello, la sua identità o il posizionamento che il marchio ombrello intende tutelare.

2. In caso di lievi non conformità di cui al comma 1, lettera a), la competente ripartizione provinciale può applicare ai licenziatari responsabili, fatto salvo l'eventuale risarcimento del danno, le seguenti sanzioni:

- a) l'ammonizione;
- b) la sanzione pecuniaria;
- c) la sospensione della licenza d'uso del marchio;
- d) la revoca della licenza d'uso del marchio.

3. I provvedimenti relativi a eventuali sanzioni con le relative motivazioni sono comunicati ai licenziatari dalla competente ripartizione provinciale via posta elettronica certificata (PEC).

4. La sanzione pecuniaria, la sospensione e la revoca della licenza d'uso del marchio sono annotate nel registro dei licenziatari.

5. Le sanzioni per gravi non conformità possono prevedere – a discrezione della competente ripartizione provinciale – la pubblicazione, a cura e a spese del licenziatario, del relativo provvedimento su un quotidiano o una rivista specializzata.

Art. 25

Ammonizione

1. L'ammonizione è la sanzione applicabile in caso di lievi non conformità.

2. L'ammonizione consiste nell'invito ad eliminare, entro un ragionevole termine perentorio, le non conformità riscontrate.

Art. 26

Geldbuße

1. Unbeschadet der strafrechtlichen und zivilrechtlichen Bestimmungen wird bei missbräuchlicher oder unrechtmäßiger Nutzung der Dachmarke oder bei Verstoß gegen die Bestimmungen dieses Reglements gemäß Artikel 22 Absatz 3 des Landesgesetzes vom 17. Jänner 2011, Nr. 1, in geltender Fassung, eine Geldbuße von 3.000,00 Euro bis zu 30.000,00 Euro verhängt. Bei jedem weiteren Verstoß innerhalb von 12 Monaten vervielfacht sich der Betrag der Geldbuße. Das Land verhängt die Geldbuße und hebt die entsprechenden Beträge ein.

Art. 27

Aussetzung der Nutzungslizenz

1. Bei schwerwiegendem oder wiederholtem Verstoß gegen die Bestimmungen kann der zuständige Abteilungsdirektor/die zuständige Abteilungsdirektorin, gemäß Artikel 22 Absatz 4 des Landesgesetzes vom 17. Jänner 2011, Nr. 1, in geltender Fassung, die Nutzungslizenz bis zu sechs Monate aussetzen. Bei Rückfall bzw. bei wiederholten Verletzungen wird die Nutzungslizenz widerrufen.

2. Die Aussetzung der Nutzungslizenz, mit oder ohne Geldbuße, kann bei schwerwiegender Nichtkonformität für einen befristeten Zeitraum angewandt werden, in keinem Fall jedoch länger als ein Jahr.

3. Die Aussetzung muss in jedem Fall angewandt werden, wenn

- a) eine unsachgemäße Nutzung festgestellt wurde,
- b) der Lizenznehmer zweimal nacheinander ohne gerechtfertigten Grund die Kontrollbesuche verweigert hat,
- c) die Gerichtsbehörde eine einstweilige Verfügung erlassen hat,
- d) nach Auferlegung der Geldbuße gemäß Artikel 26 der fällige Betrag nicht entrichtet wurde,

Sanzione pecuniaria

1. Fatta salva l'applicazione delle norme penali e civili, in caso di abuso o di indebito utilizzo del marchio ombrello o di violazione delle disposizioni del presente regolamento, ai sensi dell'articolo 22, comma 3, della legge provinciale 17 gennaio 2011, n. 1, e successive modifiche, viene irrogata una sanzione pecuniaria da euro 3.000,00 a euro 30.000,00. Per ogni successiva violazione commessa nell'arco di 12 mesi, l'importo della sanzione pecuniaria viene quintuplicato. La Provincia irroga la sanzione e introita le somme riscosse.

Art. 27

Sospensione della licenza d'uso

1. In caso di grave violazione delle disposizioni o di reiterazione delle violazioni, il Direttore/la Direttrice di ripartizione competente può, ai sensi dell'articolo 22, comma 4, della legge provinciale 17 gennaio 2011, n. 1, e successive modifiche, sospendere la licenza d'uso fino a sei mesi. In caso di recidiva, ovvero di ulteriori violazioni, la licenza d'uso è revocata.

2. In caso di gravi non conformità la sospensione della licenza d'uso, con o senza sanzione pecuniaria, è applicabile per un tempo determinato non superiore ad un anno.

3. La sospensione della licenza d'uso deve essere comunque applicata qualora:

- a) sia stato accertato un uso improprio del marchio;
- b) il licenziatario abbia rifiutato per due volte consecutive e senza giustificato motivo le visite di controllo;
- c) sia stato emanato un provvedimento cautelare da parte dell'autorità giudiziaria;
- d) non sia stato versato l'importo della sanzione pecuniaria irrogata ai sensi dell'articolo 26;

e) eine festgestellte schwerwiegende Nichtkonformität nicht innerhalb der festgesetzten Frist behoben wurde.

4. Die zuständige Landesabteilung teilt dem Lizenznehmer die Aussetzung der Nutzungslizenz mit der entsprechenden Begründung durch zertifizierte elektronische Post (PEC) mit. Die Mitteilung enthält eine genaue Angabe des Zeitraums der Aussetzung und der Bedingungen, zu denen diese aufgehoben werden kann. Die Aussetzung kann in jedem Fall vorzeitig widerrufen werden, wenn die zuständige Landesabteilung feststellt, dass die Bedingungen erfüllt wurden.

5. Die Aussetzung der Nutzungslizenz kann auch auf begründeten Antrag des Lizenznehmers erfolgen. In diesem Fall teilt die Leitung der Dachmarke diesem nach Kenntnisnahme seines Antrags die Aussetzung für einen befristeten Zeitraum mit zertifizierter elektronischer Post (PEC) mit.

6. Die Aufhebung der Aussetzung der Nutzungslizenz muss im Verzeichnis der Lizenznehmer vermerkt werden.

Art. 28

Widerruf der Nutzungslizenz

1. Der Widerruf der Nutzungslizenz, mit oder ohne Geldbuße, wird grundsätzlich bei schwerwiegender Nichtkonformität und insbesondere verfügt

a) bei wiederholter schwerwiegender Nichtkonformität,

b) bei Konkurs oder Aufgabe der Geschäftstätigkeit des Lizenznehmers,

c) bei illegaler oder betrügerischer Nutzung der Dachmarke,

d) bei Übertretung der Vorschriften des Artikels 18 Absatz 1 Buchstaben d), g), h), i), j) und k),

e) bei nicht erfolgter Überweisung der geschuldeten Beträge an das Land und anhaltender Nichterfüllung trotz Zustellung der Inverzugsetzung und Aufforderung zur Erfüllung,

e) non sia stata eliminata nei tempi indicati una grave non conformità riscontrata.

4. La ripartizione provinciale competente comunica al licenziatario la sospensione della licenza d'uso, con la relativa motivazione, via posta elettronica certificata (PEC). La comunicazione contiene la precisa indicazione della durata della sospensione e delle condizioni di annullamento della stessa. La sospensione può essere comunque revocata anticipatamente, qualora la ripartizione provinciale competente abbia accertato l'adempimento delle condizioni richieste.

5. La sospensione della licenza d'uso può essere applicata anche su richiesta motivata del licenziatario. In questo caso, la Direzione del marchio ombrello, preso atto della richiesta del licenziatario, gli comunica via posta elettronica certificata (PEC) la sospensione per un periodo determinato.

6. L'annullamento della sospensione della licenza d'uso deve essere annotato nel registro dei licenziatari.

Art. 28

Revoca della licenza d'uso

1. La revoca della licenza d'uso, con o senza sanzione pecuniaria, è generalmente disposta in caso di grave non conformità, e in particolare nei seguenti casi:

a) reiterazione di una grave non conformità;

b) fallimento o cessazione dell'attività del licenziatario;

c) utilizzo illegale o fraudolento del marchio ombrello;

d) contravvenzione alle prescrizioni di cui all'articolo 18, comma 1, lettere d), g), h), i), j) e k);

e) mancato versamento delle somme dovute alla Provincia e persistenza dell'inadempimento, nonostante la notifica della messa in mora e della diffida ad adempiere;

f) bei Nichtbefolgung der Anweisungen der Leitung der Dachmarke oder der zuständigen Landesabteilungen,

g) bei Rückfall oder wiederholten Verletzungen.

2. Der Widerruf hat die Streichung aus dem Verzeichnis der Lizenznehmer zur Folge.

Art. 29

Rücktritt

1. Der Lizenznehmer kann jederzeit auf die Nutzungslizenz verzichten, auch vor ihrem Ablauf. Dazu muss er dem Brand Management den Rücktritt durch zertifizierte elektronische Post (PEC) mitteilen.

2. Der Rücktritt ist ab dem Datum rechtswirksam, an dem die Mitteilung beim Empfänger eingeht.

Art. 30

Rechtliche Wirkungen des Rücktritts und des Widerrufs

1. Bei Rücktritt und Widerruf werden dem Lizenznehmer keine Beträge rückerstattet, die er im Laufe des Jahres, auf das sich der Rücktritt oder der Widerruf bezieht, überwiesen hat. Ferner bleibt die Pflicht des Lizenznehmers aufrecht, die Beträge für den Zeitraum zu überweisen, in dem er die Markenlizenz innehatte.

2. Lizenznehmer, die zurückgetreten sind oder deren Nutzungslizenz widerrufen wurde, haften zudem für den Zeitraum, in dem sie die Markenlizenz innehatten, gegenüber dem Land und gegenüber Dritten für sämtliche Verpflichtungen, die das Land in ihrem Namen und für ihre Rechnung eingegangen ist.

3. Nach erfolgtem Rücktritt oder Widerruf wird der Lizenznehmer aus dem Verzeichnis der Lizenznehmer gestrichen. Mit der Streichung erlischt jedes Recht auf Nutzung der Dachmarke.

Art. 31

f) mancata esecuzione delle istruzioni impartite dalla Direzione del marchio ombrello o dalle ripartizioni provinciali competenti;

g) recidiva o reiterate violazioni.

2. La revoca della licenza d'uso comporta la cancellazione dal registro dei licenziatari.

Art. 29

Recesso

1. Il licenziatario può, in qualsiasi momento, rinunciare alla licenza d'uso del marchio ombrello prima della sua scadenza. A tal fine deve inviare una comunicazione di recesso per posta elettronica certificata (PEC) al Brand Management.

2. Il recesso ha effetto dalla data di ricezione della comunicazione.

Art. 30

Effetti giuridici 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 il licenziatario è ancora tenuto al pagamento dei diritti di pertinenza per il periodo in cui è stato licenziatario del marchio.

2. Il licenziatario che abbia proceduto al recesso o abbia ricevuto la revoca della licenza d'uso è altresì responsabile verso la Provincia e verso terzi per tutte le obbligazioni assunte a suo nome e per suo conto dalla Provincia per il periodo in cui è stato licenziatario del marchio.

3. A seguito del recesso o della revoca, il licenziatario è cancellato dal registro dei licenziatari e cessa altresì da ogni diritto all'utilizzo del marchio ombrello.

Art. 31

Beschwerden

1. Gegen die Nichterteilung der Lizenz zur Dachmarkennutzung oder die Anwendung einer der Sanktionen laut Artikel 24 Absatz 2 kann bei der Landesregierung Beschwerde eingelegt werden.

Art. 32

Geheimhaltungspflicht

1. Die Akten und Informationen betreffend den Lizenznehmer unterliegen der Geheimhaltungspflicht, es sei denn, es liegen anderweitige gesetzliche Bestimmungen oder eine schriftliche Ermächtigung des Lizenznehmers selbst vor, die von der Geheimhaltungspflicht entbindet.

2. Das Land und das Brand Management unterliegen dem Amtsgeheimnis.

Ricorsi

1. Avverso la negata concessione della licenza d'uso del marchio ombrello o l'applicazione di una delle sanzioni di cui all'articolo 24, comma 2, può essere presentato ricorso alla Giunta provinciale.

Art. 32

Obbligo di riservatezza

1. Gli atti e le informazioni riguardanti il licenziatario sono coperti dall'obbligo di riservatezza, salvo disposizioni di legge contrarie o autorizzazione liberatoria scritta del licenziatario medesimo.

2. La Provincia e il Brand Management sono vincolati al segreto d'ufficio.