

REGOLAMENTO D'USO DEL MARCHIO FIGURATIVO
"ALTROCONSUMO APPROVATO"
(A COLORI)

Il presente Regolamento d'Uso definisce le condizioni e le modalità cui devono attenersi i soggetti interessati ad usare il Marchio figurativo di certificazione **Altroconsumo APPROVATO**.

Art. 1 – Definizioni

- 1.1. AC: sigla utilizzata per identificare ad Altroconsumo Edizioni S.r.l. con sede in Milano, Via Valassina 22
- 1.2. Marchio: il segno distintivo ALTROCONSUMO APPROVATO di cui all'Allegato A, che rientra nella definizione dell'art. 11-bis del d.lgs. n. 15/2019.
- 1.3. Licenziatario: il soggetto che produce i beni o eroga i servizi sui quali AC svolge i propri test e/inchieste o i soggetti che si occupano della distribuzione dei beni/servizi in questione a seguito di specifica autorizzazione del produttore/fornitore.
- 1.5. Contratto: documento contrattuale sottoscritto da AC e dal Licenziatario avente ad oggetto le modalità, i termini e gli strumenti di supporto messi a disposizione da AC per la gestione del contratto di licenza del Marchio.
- 1.6. Numero di licenza: codice alfanumerico da 9 a 12 caratteri che identifica in modo univoco la singola licenza.
- 1.7. Prodotti Aggiudicatari: i prodotti, servizi che AC ha ritenuto meritevoli di potersi fregiare del Marchio, come elencati all'art. 9.8 e seguenti.
- 1.8. Manuale d'uso: insieme delle regole e delle specifiche tecniche che disciplinano le modalità d'uso del Marchio da parte del Licenziatario di cui all'Allegato B.

Art. 2 – Marchio di certificazione

- 2.1. Il Marchio oggetto del presente Regolamento è **ALTROCONSUMO APPROVATO** figurativo di certificazione di cui all'Allegato "A", relativo ai prodotti delle classi da 01 a 45 della Classificazione Internazionale di Nizza di titolarità di AC.
- 2.2. Il Marchio può essere utilizzato esclusivamente dai



soggetti autorizzati secondo le disposizioni del presente Regolamento, che deve essere integralmente accettato dal Licenziatario.

2.3. Il Marchio dovrà essere utilizzato nel rispetto delle specifiche indicate nel Manuale d'uso che verrà fornito ai Licenziatari unitamente al presente Regolamento.

2.4. Il marchio consiste nella denominazione "ALTROCONSUMO APPROVATO", sovrapposta alla figura di una "V" stilizzata" (colori rivendicati bianco e nero).

2.5. Ai sensi dell'art. 11-bis del d.lgs. n. 15/2019, AC dichiara di non svolgere un'attività che comporti la fornitura di prodotti o di servizi del tipo oggetto dell'attribuzione del Marchio.

Art. 3 – Finalità del deposito del Marchio

3.1. AC da oltre 40 anni effettua test comparativi/studi, inchieste e analisi su prezzi, prodotti e servizi, con l'intento di informare consumatori e risparmiatori, di tutelarne la salute, la sicurezza e il risparmio. Le pubblicazioni di AC hanno come unico obiettivo l'informazione e la difesa dei consumatori. Per garantire la trasparenza e dell'obiettività dei giudizi le riviste editate da AC non contengono alcuna pubblicità, né informazioni pagate o ispirate da produttori, venditori, fornitori di servizi, da gruppi di interesse politico o finanziario.

3.2. I test comparativi, le analisi e le inchieste su prodotti e servizi sono l'elemento che contraddistingue le sopra citate pubblicazioni.

3.3. I laboratori e gli esperti incaricati di svolgere i test, le inchieste e gli studi, sono indipendenti da produttori, fornitori, esercenti, o da associazioni che in qualsivoglia forma li rappresentino;

3.4. Tutti i campioni utilizzati per la realizzazione dei test di prodotti vengono scelti tra quelli disponibili sul mercato, acquistati e inviati direttamente ai laboratori per l'esame. I campioni gratuiti vengono rifiutati. I risultati delle prove condotte dai laboratori ed esperti incaricati da AC riguardano solo i prodotti presi in esame, anche se è possibile trarne valutazioni di carattere generale e consigli utili per gli acquisti.

3.5. Le inchieste di valutazione della qualità e/o dei prezzi di mercato di specifiche tipologie di servizio, possono essere svolte per scenario e/o raccogliendo le opinioni dei consumatori anche attraverso questionari di soddisfazione, e/o attraverso l'analisi contrattuale, e/o attraverso analisi delle offerte di mercato e/o attraverso l'utilizzo da parte dei consumatori di dispositivi o applicativi



web che consentono di raccogliere opinioni, valutazioni, esperienze e/o commenti (a titolo meramente esemplificativo ma non esaustivo, come l'applicazione "Che Banda" di AC).

3.6 Nelle analisi di scenario AC si avvale di una rete di rilevatori (o panel), previamente istruiti e formati, che, in diverse città, richiedono l'erogazione di uno specifico servizio a uno o più operatori del settore, senza palesare la propria appartenenza al panel. I dati raccolti consentono di addivenire a una valutazione della qualità del servizio, grazie all'aiuto o meno di un laboratorio o di consulenti ad hoc e grazie a una metodologia di valutazione sviluppata internamente da AC.

3.8 La valutazione, intesa come esito dei giudizi dei consumatori, viene fatta direttamente dai consumatori, raggiunti con panel esterni o costituiti internamente (tramite specifiche piattaforme). Il compito di AC è raccogliere e sintetizzare le valutazioni relative ai singoli aspetti del servizio, nonché effettuare valutazioni complessive.

3.9 Le inchieste di valutazione del livello dei prezzi avvengono tramite rilevazioni in loco, dove vengono raccolte informazioni e prezzi su specifici servizi e prodotti, allo scopo di confrontare realtà diverse o stabilire indici di economicità attribuibili ai singoli operatori dei vari settori.

3.10 L'affidabilità bancaria è valutata sulla base di indicatori CET1 ratio e TCR ratio e gli altri elementi di valutazione indicati sul sito di AC e sulla rivista "Altroconsumo Finanza", i risultati dell'Analisi vengono pubblicati e tradotti in un "giudizio" intendendosi per tale il punteggio rappresentato in stelle che individua il grado di affidabilità di ciascun Istituto bancario.

3.11. Sulla base dei risultati delle diverse prove vengono attribuiti diversi titoli a quei prodotti e servizi o negozi che superino le prove cui sono sottoposti e si siano distinti per qualità o convenienza o affidabilità.

3.12 Nonostante AC vieti espressamente la riproduzione, anche parziale, degli articoli e dei risultati dei test per fini commerciali e pubblicitari, il loro utilizzo è sempre più frequente.

3.13 AC ha, quindi, deciso di limitare il rischio di utilizzo scorretto del Marchio, depositandolo come marchio di certificazione e concedendolo in licenza ai Licenziatari i cui prodotti/servizi abbiano superato i test ed abbiano i requisiti per potersi fregiare del Marchio. In questo modo, i consumatori avranno a disposizione informazioni più corrette e uno strumento utile e affidabile per effettuare scelte di acquisto più consapevoli.

3.14. A salvaguardia della propria indipendenza di giudizio e della correttezza ed imparzialità del processo di attribuzione del Marchio, AC ha istituito all'interno della propria organizzazione un

Alfredo

Servizio Gestione Marchi, separato e distinto rispetto agli Uffici e Servizi tecnici che effettuano le prove e le indagini sui prodotti e servizi, per la gestione del processo di attribuzione del Marchio e dei relativi controlli e con il quale il soggetto che richiede l'attribuzione del Marchio dovrà interloquire in via esclusiva. .

Art. 4 – Titolare del Marchio

4.1. AC è il titolare esclusivo del Marchio e provvede a registrarlo in Italia e/o all'estero ai sensi della normativa vigente.

4.2. Il Marchio è stato depositato o verrà depositato da AC nelle classi da 01 a 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 e 45 per i seguenti prodotti e servizi:

Classe 1 Prodotti chimici destinati all'industria, alla fotografia, come anche all'agricoltura, all'orticoltura e alla silvicoltura; fertilizzanti e concimi chimici, concimi per terreni, materie plastiche allo stato grezzo; concimi per i terreni; composizioni per estinguere il fuoco; prodotti per estinguere il fuoco, prodotti chimici destinati a conservare gli alimenti; materie e collanti destinati all'industria; terricci; gas industriali, gas ossidanti, gas da laboratori e per l'agricoltura.

Classe 2 Colori, vernici, lacche; prodotti e vernici antiruggine, prodotti per la preservazione del legno; mordenti; metalli in fogli e in polvere per artisti; idropitture.

Classe 3 Detersivi liquidi e in polvere, prodotti per il bucato liquidi e in polvere; prodotti per sbiancare, detersivi per lavare i piatti, prodotti per la pulizia della casa e preparati per pulire, sgrassare, abradere, e prodotti per lucidare; saponi; profumi e prodotti di profumeria, olii essenziali, cosmetici, prodotti per la cura e la bellezza del corpo, deodoranti per uso personale, shampoo, balsami lozioni per capelli; dentifrici; bagno e doccia schiuma, smalti per unghie.

Classe 4 Olii e grassi industriali; lubrificanti; polvere; combustibili (comprese le benzine per i motori) e materie illuminanti; candele e stoppini per illuminazione; olii per il motore; gas naturali, gas combustibile, gas liquido, gas per riscaldamento, gas d'illuminazione, gas di carbone.

Classe 5 Prodotti farmaceutici e veterinari; deodoranti per ambienti; prodotti igienici per scopi medici; alimenti integratori alimentari e sostanze dietetiche per uso medico o veterinario, alimenti per neonati, latti per l'infanzia; complementi alimentari per umani ed animali; impiastri, materiale per fasciature, cerotti, garze, materiali per otturare i denti e per impronte dentarie, fili interdentali, paste per dentiere; disinfettanti; prodotti per la distruzione degli animali nocivi, repellenti per animali nocivi; fungicidi, erbicidi; omogeneizzati; gas per uso medico e dentario.

Classe 6 Materiali per costruzione metallici, tubi, giunti metallici; costruzioni metalliche trasportabili, container metallici; cavi e fili metallici non elettrici; serrami e serrature, chincaglieria metallica;



casseforti; minerali; serrature e chiavi di porte blindate.

Classe 7 Macchine e macchine-utensili; motori per macchine; giunti e organi di trasmissione (eccetto quelli per veicoli terrestri); strumenti agricoli non azionati manualmente; incubatrici per uova; distributori automatici; tagliaerba.

Classe 8 Coltelleria, forchette e cucchiari; cucchiaini, posate per pesce e per dolce, armi bianche; rasoi; utensili per la preparazione di alimenti.

Classe 9 Occhiali da sole e da vista; apparecchi e strumenti scientifici; apparecchi e strumenti, nautici e geodetici; apparecchi e strumenti di geo localizzazione; macchine fotografiche, apparecchi e strumenti cinematografici; bilance, apparecchi e strumenti ottici, di pesata, di misura, di segnalazione, di controllo (ispezione), di soccorso (salvataggio) e d'insegnamento; apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo dell'elettricità; apparecchi per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione del suono o delle immagini; supporti di registrazione magnetica, dischi acustici; compact disk, DVD, chiavette USB ; meccanismi per apparecchi di prepagamento; registratori di cassa, macchine calcolatrici, computer; software, tablet, telefoni cellulari, phablet; parti di computer e telefoni cellulari; schede di memoria, videogiochi, videocamere; estintori; attrezzature per la telefonia informatica; software per la telefonia informatica; torri d'antenna di telefonia senza fili; contatori del gas; allarmi e sensori di rilevamento gas; apparecchi per l'analisi del gas; dispositivi per il controllo di test e di qualità.

Classe 10 Apparecchi e strumenti chirurgici, medici, dentari e veterinari, membra, occhi e denti artificiali; articoli ortopedici; materiale di sutura; apparecchi acustici, strumenti contraccettivi.

Classe 11 Lampadari, piantane illuminanti, lampade da interno ed esterno, apparecchi di riscaldamento, di produzione di vapore, di cottura, di refrigerazione, di essiccamento, di ventilazione, di distribuzione d'acqua e impianti sanitari; frigoriferi, pompe di calore, forni; rasoi elettrici, epilatori elettrici a luce pulsata; luci a gas; lampade a gas; accessori per la regolazione e la sicurezza di impianti di acqua e gas.

Classe 12 Veicoli terrestri; veicoli, bici, biciclette tricicli, biciclette elettriche, apparecchi di locomozione terrestri, aerei o nautici; auto, scooter.

Classe 13 Armi da fuoco; munizioni e proiettili; esplosivi; fuochi d'artificio, petardi.

Classe 14 Prodotti di oreficeria, bigiotteria, gioielleria, pietre preziose; orologeria e strumenti cronometrici; smartwatch.

Classe 15 Strumenti musicali; chitarre, pianoforti.

Classe 16 Libri, riviste giornali, carta; stampati; articoli per legatoria; fotografie; cartoleria; adesivi

Silvia

per la cartoleria o per uso domestico; materiale per artisti; pennelli; macchine da scrivere e articoli per ufficio (esclusi i mobili); materiale per l'istruzione o l'insegnamento (tranne gli apparecchi); materie plastiche per l'imballaggio; caratteri tipografici; cliché; colle, cianocrilati e stick per cartoleria; dispositivi cartacei per il controllo di test e di qualità.

Classe 17 Caucciù, guttaperca, gomma, amianto, mica; prodotti in materie plastiche semilavorate; materie per turare, stoppare e isolare; tubi flessibili non metallici; isolanti, siliconi.

Classe 18 Borse, borsoni, zaini, trolley; prodotti in cuoio e sue imitazioni, pelli di animali; bauli e valigie; ombrelli e ombrelloni; bastoni da passeggio; fruste e articoli di selleria.

Classe 19 Materiali da costruzione non metallici; tubi rigidi non metallici per la costruzione; costruzioni trasportabili non metalliche; monumenti non metallici; casette da giardino.

Classe 20 Mobili, tavoli, sedie, divani, librerie, specchi, cornici; prodotti di arredamento in legno, sughero, canna, ginko, vimini, cestini, ambra, madreperla, spuma di mare,

Classe 21 Utensili e recipienti per uso domestico o di cucina; pettini e spugne e spazzole; materiale per pulizia; paglia di ferro; Complementi di arredamento in vetro grezzo semilavorato, porcellana e maiolica; vetreria; spugnette per lavare i piatti.

Classe 22 Corde, spaghi, reti, tende, teloni, vele, sacchi; materiale d'imbottitura (tranne il caucciù o le materie plastiche); materie tessili fibrose grezze

Classe 23 Fili per uso tessile, filo da cucito, filo elastico, fettucce

Classe 24 Tessuti e prodotti tessili; coperte da letto e copritavolo, tovaglie, lenzuola, federe copridivani

Classe 25 Articoli di abbigliamento da uomo, donna e bambino; articoli di biancheria intima; calzature, scarpe, cappelleria; scarpe da corsa e scarpe sportive foulard e cinture, cappelli, cappellini con visiera e berretti.

Classe 26 Merletti, pizzi e ricami, nastri e lacci; bottoni, ganci e occhielli, spille e aghi; fiori artificiali, coccarde.

Classe 27 Tappeti, zerbini, stuoie, linoleum e altri rivestimenti per pavimenti; tappezzerie per pareti in materie non tessili; pavimenti laminati.

Classe 28 Giochi, giocattoli, bambole, articoli per la ginnastica e lo sport non compresi in altre classi; decorazioni per alberi di Natale; palloni calcio, statuette per il presepe.

Classe 29 Carne, pesce, pollame e selvaggina; estratti di carne, dadi di carne e di verdure; frutta e ortaggi conservati, congelati, essiccati e cotti; gelatine, marmellate, composte; uova, latte e prodotti derivati dal latte; olii e grassi commestibili; latte, yogurt.

Alfredo

Classe 30 Caffè, tè, cacao e succedanei del caffè; riso; tapioca e sago; farine e preparati fatti di cereali, pane, pasticceria e confetteria; prodotti da ricorrenza, biscotti, gelati; zucchero, miele, sciroppo di melassa; lievito, polvere per fare lievitare; sale; senape; aceto, salse e condimenti; spezie; ghiaccio; caffè in polvere, caffè in cialde, pasta.

Classe 31 Granaglie e prodotti agricoli, orticoli, forestali; animali vivi; frutta e ortaggi freschi; sementi, piante e fiori naturali; alimenti per gli animali; malto; cibo per gatti, cibo per cani.

Classe 32 Birre; acque minerali e gassose e bevande analcoliche; bevande a base di frutta e succhi di frutta, tisane; sciroppi e altri preparati per fare bevande; succhi e bevande all'arancia; birre a bassa fermentazione.

Classe 33 Bevande alcoliche (escluse le birre); vino, aperitivi a base di vino.

Classe 34 Tabacco; articoli per fumatori; fiammiferi; sigarette elettroniche.

Classe 35 Pubblicità; gestione di affari commerciali; amministrazione commerciale; lavori di ufficio; servizi di editoria online; il raggruppamento, per conto terzi, di una varietà di prodotti (eccetto il loro trasporto) tali da consentire al consumatore di vederli ed acquistarli agevolmente; detti servizi possono essere forniti da punti vendita al dettaglio, magazzini all'ingrosso, distributori automatici, tramite cataloghi di vendita per corrispondenza oppure tramite mezzi elettronici, ad esempio mediante siti web o programmi di televendita; servizi di fatturazione nel settore dell'energia; servizi di confronto dei prezzi dell'energia; servizi di assistenza e consulenza in materia di gestione aziendale di società nel settore dell'energia; servizi di lettura di contatori del gas a scopo di fatturazione; controllo e monitoraggio della fluttuazione dei prezzi del gasolio per conto terzi, a fini di revisione di conti; servizi al dettaglio e all'ingrosso in relazione ad apparecchi di riscaldamento e di refrigerazione; servizi fiscali, servizi di comparazione prezzi.

Classe 36 Assicurazioni; affari finanziari, affari monetari, affari immobiliari; servizi bancari; agenzie per la riscossione di pagamenti di bollette del gas e/o elettricità; servizi finanziari ed assicurativi per la tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti di beni e servizi.

Classe 37 Costruzione, riparazione, servizi d'installazione; servizi di appaltatori in materia di elettricità; servizi di fornitori in materia di riscaldamento; servizi di consulenza inerenti l'installazione di sistemi e apparecchiature per il riscaldamento e raffreddamento; estrazione di gas; riparazione e manutenzione di impianti elettrici e a gas; installazione di condutture del gas e dell'acqua.

Classe 38 Telecomunicazioni; telefonia mobile, telefonia informatica, telefonia senza fili, telefonia via internet, servizi di comunicazione mediante telefonia cellulare, servizi di telefonia mobile wireless; servizi di telefonia e telecomunicazioni; servizi di telefonia fissa; trasferimento wireless di

Autentica

dati tramite telefonia mobile digitale; trasmissioni di messaggia breve (SMS), immagini, voci, suoni, musica e testo tra dispositivi di telefonia mobile; servizi resi tramite reti informatiche di analisi qualitativa e test di controllo su prodotti e/o servizi effettuali al fine di garantire, informare e tutelare la sicurezza dei consumatori

Classe 39 Trasporto; imballaggio e deposito di merci organizzazione di viaggi; servizi pubblici, ovvero erogazione di energia elettrica; servizi di informazione e consulenza inerenti la distribuzione dell'energia; trasporto, deposito, erogazione e distribuzione di gas; servizi di consulenza inerenti la distribuzione di elettricità

Classe 40 Trattamento di materiali; servizi di consulenza inerenti la produzione di energia elettrica; servizi di informazione e consulenza inerenti la produzione di elettricità dall'energia del moto ondoso; trattamento, lavorazione, raffinazione, filtrazione di gas secchi e pericolosi; produzione di gas e di elettricità

Classe 41 Educazione; formazione; divertimento; attività sportive e culturali; servizi individuale di informazione per la scelta dei prodotti; servizi di formazione relativa a test assistiti da computer; analisi di risultati e dati relativi a test didattici per conto terzi; servizi di formazione in materia d'installazione riparazione e manutenzione di sistemi per test computerizzati; servizi per la pubblicazione di bollettini d'informazione; servizi di editoria on-line

Classe 42 Servizi scientifici e tecnologici e servizi di ricerca e progettazione ad essi relativi; servizi di analisi e di ricerche industriali; progettazione e sviluppo di hardware e software; test di qualità; progettazione e ingegneria personalizzate di sistemi di telefonia, sistemi di televisione via cavo e fibre ottiche; servizi di ingegneria in tema di tecnologia dell'energia; servizi di consulenza in materia di utilizzo di energia; servizi di consulenza tecnica in materia di generazione di energia alternativa; consulenze inerenti servizi tecnologici in tema di fornitura di elettricità ed energia; servizi di ingegneria nel settore della produzione di energia elettrica e gas naturale; servizi di analisi tecnologiche relative ai bisogni di energia ed elettricità di terzi; analisi ambientali delle emissioni di gas di scarico; prospezioni geofisiche per il settore del gas; monitoraggio di terreni contaminati per ricerca di gas; servizi di ingegneria per l'industria del gas; misurazioni ed analisi di emissioni di gas causanti effetto serra; conduzione di studi di fattibilità relativi all'estrazione del gas; realizzazione di programmi per computer per l'analisi delle emissioni dei gas di scarico; certificazione (controllo qualità); servizi di certificazione dell'efficienza energetica di edifici; test tecnici; test scientifici; test metallurgici; test di qualità; test di prodotti; test di conformità; test in agricoltura; test su cosmetici; test su prodotti chimici; conduzione di test industriali; test di prodotti farmaceutici; servizi di

Alfredo

progettazione di strumenti per test di trasmissione dati; fornitura di informazioni relative a ricerca scientifica e medica nel settore di prodotti farmaceutici e test clinici; test medici; servizi di fornitura e di informazioni tecnologiche sulle innovazioni ecologiche e a tutela dell'ambiente; test su solventi; test in allevamenti di bestiame; test sul terreno; test per l'industria ittica; test di tossicità per la ricerca; servizi di laboratorio per test analitici; test di sicurezza in materia di apparecchiature di sollevamento; servizi di progettazione di strumenti per test di trasmissione dati; test genetici di animali; servizi resi a terzi sotto forma di test di qualità su prodotti e/o servizi; servizi legali per la tutela degli interessi dei consumatori e degli utenti di beni e servizi

Classe 43 Test su servizi resi da persone o enti che preparano alimenti o bevande per il consumo es. Ristoranti, mense scolastiche, bed and breakfast .Servizi di ristorazione e alloggi temporanei

Classe 44 Test per determinare l'abuso di sostanze stupefacenti; servizi di informazione in materia di salute

Classe 45 Servizi di tutela; servizi personali e sociali resi per soddisfare le esigenze del consumatore; servizi di informazione tecnica ai consumatori per la scelta dei prodotti al fine di garantire, informare e tutelare gli stessi

Art. 5 – Soggetti che possono richiedere la licenza d'uso del Marchio

5.1. I soggetti che producono i beni o erogano i servizi che abbiano superato le prove cui sono stati sottoposti e si siano distinti per qualità o convenienza, affidabilità, sicurezza, conseguendo uno dei titoli attribuiti da AC, o soggetti terzi da essi autorizzati alla sottoscrizione del Contratto per la licenza d'uso del Marchio.

5.2. Premessa essenziale per l'inizio d'uso del Marchio è che AC abbia già pubblicato sulle proprie riviste e/o sito web il test o l'inchiesta relativo al prodotto/servizio in questione con i relativi risultati.

5.3. Il presente Regolamento viene fornito ai Licenziatari unitamente al Manuale d'uso del Marchio che descrive le specifiche per il suo utilizzo.

5.4. La licenza non viene concessa in caso di test limitati a singole caratteristiche o funzionalità del prodotto, per esempio in caso di un telefono cellulare di cui si è valutata sola la fotocamera.

Art. 6 – Modalità per ottenere la licenza del Marchio

6.1. I soggetti interessati ad ottenere la licenza del Marchio devono rivolgersi ad AC, attraverso i recapiti che si trovano sul web, per ricevere le informazioni circa le procedure necessarie per aderire al presente Regolamento, sottoscrivere il Contratto e ottenere la licenza d'uso del Marchio.



6.2. Per l'ottenimento della licenza il richiedente deve

1. compilare il Contratto nella parte dedicata all'anagrafica del Licenziatario con le seguenti informazioni e dichiarazioni:

- le generalità del soggetto richiedente la concessione d'uso del Marchio (denominazione sociale, sede legale ed operativa, nome e cognome del legale rappresentante, P. IVA);
- numero di iscrizione al Registro Imprese della Camera di Commercio;
- il nome del prodotto per cui richiede la licenza;
- dichiarazione di presa visione e accettazione integrale del presente Regolamento e del Manuale d'uso del Marchio;
- autorizzazione al trattamento dei dati personali ai fini dell'iscrizione nell'elenco dei licenziatari e al fine dell'espletamento di eventuali necessità istituzionali e di promozione del Marchio da parte di AC.

6.3. Ricevuti i documenti sottoscritti di cui all'art. 6.2.1, inviati dal soggetto richiedente la licenza, AC verifica, entro 5 giorni lavorativi, che tali documenti siano completi in conformità all'art. 6.1 e 6.2.1 del presente Regolamento e che il soggetto richiedente la licenza rispetti i requisiti di ammissibilità di cui al precedente art. 5 punto 1 (cioè che vi sia corrispondenza tra quanto dichiarato dal richiedente, dai risultati dei test condotti o delle inchieste condotti da AC). Nel caso in cui i documenti di cui sopra siano incompleti oppure il soggetto richiedente la licenza non abbia i requisiti di ammissibilità descritti dal citato art. 5 punto 1, AC contatta il soggetto richiedente la licenza affinché completi o integri tali requisiti e/o documenti. In mancanza di completamento o integrazione dei documenti di cui sopra, entro un termine congruo fissato da AC, il Contratto non potrà essere perfezionato. Il richiedente rinuncia sin da ora ad ogni e qualunque richiesta di risarcimento o indennità nei confronti di AC a fronte dell'assenza dei requisiti di ammissibilità e/o del completamento della procedura di richiesta del Marchio.

6.4. Completata l'istruttoria positivamente AC invia al Licenziatario il contratto di cui all'art. 6.2.1, sottoscritto e la richiesta di pagamento delle somme di cui all'art. 7.6 del presente Regolamento.

6.5. Verificato il buon fine del pagamento AC, entro 5 giorni lavorativi, mette a disposizione del Licenziatario, con le modalità definite nel contratto tra AC e il Licenziatario, il Marchio in formato vettoriale comprensivo della data del test e del numero di licenza a lui assegnato.



6.6. Qualora il Licenziatario ritenga che alcuni dati debbano essere modificati o corretti farà una espressa richiesta scritta ad AC che, dopo aver verificato la correttezza della richiesta, potrà provvedere in merito.

Art. 7 - Condizioni d'uso della Licenza di Marchio

7.1. La licenza deve essere stipulata per iscritto a pena di nullità.

7.2. La concessione della licenza del Marchio da parte di AC al Licenziatario è non esclusiva. La licenza si riferisce al territorio italiano, Repubblica di San Marino e Stato del Vaticano.

7.3. La licenza deve essere richiesta e sottoscritta dal Licenziatario entro il termine indicato nel Contratto.

7.4. La durata delle singole licenze è indicata nel Contratto e decorre dal ricevimento del Marchio da parte di AC.

7.5. Quando previsto, il rinnovo può essere autorizzato solo ed esclusivamente se il Prodotto Aggiudicatario ha conservato inalterate le caratteristiche (a titolo esemplificativo ma non esclusivo: formato, packaging, composizione, fragranza, formulazione, particolari costruttivi, annata di produzione) presenti al momento della effettuazione del test.7.6. Il Licenziatario, con la richiesta di rinnovo, garantisce sotto la propria responsabilità che il Prodotto Aggiudicatario non abbia subito modifiche durante il periodo intercorso tra l'effettuazione del test e il rinnovo della licenza.

7.7. Fermo quanto previsto all'art. 6, AC si riserva a sua discrezione di conferire il Marchio anche ai prodotti che risultano simili ai Prodotti Aggiudicatari, purché appartenenti allo stesso Licenziatario e purché conservino inalterate le caratteristiche, ritenute fondamentali a discrezione di AC, ai fini dell'assegnazione del Marchio dei Prodotti Aggiudicatari, tra cui, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, formato, packaging, composizione, fragranza, formulazione, particolari costruttivi, annata di produzione (d'ora innanzi "**Prodotti Similari**"). I Prodotti Similari possono essere valutati da AC anche su richiesta del Licenziatario.

7.8. La licenza è a titolo oneroso. Il corrispettivo per l'uso della licenza è indicato nel Contratto e viene corrisposto entro i termini stabiliti nel Contratto stesso tra il Licenziatario e AC, e in base al sistema di tariffazione previsto per le diverse tipologie di concessione.

Art. 8 - Usi consentiti del Marchio



8.1. Il Licenziatario non può usare il Marchio parzialmente o con modifiche, ma deve sempre usarlo rispettandone interezza e forme, anche dimensionali, nonché i colori e le proporzioni così come risulta dall'Allegato A; ovvero in messaggi, comunicazioni e materiali di qualsiasi natura diversi da quelli precisati nel Contratto. Inoltre, il Licenziatario si impegna ad usare il Marchio secondo le regole e le specifiche previste nel presente Regolamento e nel Manuale d'uso del Marchio che ne costituisce parte integrante e sostanziale.

8.2. Il Marchio non può essere tradotto in lingue diverse da quelle previste e concordate con AC.

8.3. Il Licenziatario non può cedere la licenza, concedere sublicenze, o altrimenti disporre del Marchio nei confronti di terzi, senza la preventiva autorizzazione scritta, caso per caso, di AC.

8.4. Tale intrasferibilità è vincolante per il Licenziatario anche in ipotesi di cessione d'azienda o ramo d'azienda, l'incedibilità permane anche in ipotesi di fusione per incorporazione qualora il Licenziatario sia incorporato, così come in ipotesi di scissione, qualora il Licenziatario scinda il ramo d'azienda afferente il settore per cui è concessa la licenza.

8.5. Il Licenziatario si obbliga espressamente ad usare il Marchio solo per contraddistinguere i Prodotti Aggiudicatari e non potrà farne uso in relazione a prodotti/servizi diversi dai Prodotti Aggiudicatari, con l'eccezione dei Prodotti Similari a cui si applica sempre l'art. 7.7.

8.6. In caso di test di prodotti non è consentito apporre il Marchio:

- sulle confezioni di bundle di prodotti e/o servizi, nel caso in cui il Prodotto Aggiudicatario sia confezionato e venduto in combinazione con uno o più prodotti diversi dal prodotto aggiudicatario, in maniera tale da far ritenere che la qualità rappresentata dal Marchio riguardi tutti prodotti venduti nella confezione.

- su edizioni speciali che modifichino anche parzialmente le caratteristiche attestate dal Marchio, ivi compresi i casi di produzione in serie limitata ispirata a eventi speciali o sviluppata in codesign e/o cobranding con altre marche (Christmas edition, luxury edition, etc.).

Art. 9 – Obblighi del Licenziatario

Obblighi generali

9.1. Nella produzione e/o commercializzazione dei Prodotti Aggiudicatari per i quali viene utilizzato anche il Marchio, il Licenziatario deve attenersi alla normativa vigente e agli standard di qualità adottati nel settore di riferimento.

9.2 Il Licenziatario comunque si impegna nell'uso del Marchio e nelle relative attività, a non compiere alcun atto o omissione che possa danneggiare, o comunque, ledere la reputazione del Marchio o di AC e a non ingenerare nei confronti dei consumatori finali, dei fornitori, in genere del mercato di riferimento, la convinzione che l'attività del Licenziatario sia subordinata, o connessa, o diretta, o controllata da AC, dovendo ben specificare all'esterno, con qualsiasi mezzo, l'autonomia della propria attività rispetto a quella di AC.

9.3. Il Licenziatario garantisce inoltre che le modalità con cui il Marchio verrà usato, anche da parte di terzi, in qualsiasi comunicazione avverrà nel pieno rispetto delle regole e specifiche previste nel presente Regolamento e nel Manuale d'uso.

9.4 Il Licenziatario si impegna a porre fine senza indugio, immediatamente dopo la scadenza della licenza e/o comunque in qualunque caso in cui la stessa venga a cessare, all'utilizzo del Marchio, in qualsiasi forma e/o luogo, impegnandosi altresì, a proprie spese, onere e cura, al ritiro dei materiali contrassegnati dal Marchio, ivi compresi imballaggi, siti internet ecc. L'esaurimento delle scorte entro 1 mese dalla scadenza della licenza, dei prodotti stampigliati con il Marchio non comporta esonero da responsabilità.

9.5. Il Licenziatario si impegna ad assoggettarsi alle verifiche che AC, il Gestore o terzi incaricati intendono condurre sul rispetto del presente Regolamento e in particolare dell'art.9.4 che precede.

9.6 Il Licenziatario si impegna a non utilizzare, depositare o registrare simboli identici o simili al Marchio, o comunque che si ispirino allo stesso o siano con esso confondibili, sia nel corso del presente Contratto che successivamente alla sua scadenza.

9.7 Il Licenziatario si impegna a corrispondere ad AC il compenso di cui all' art. 7.

Obblighi specifici per settore

Beni di consumo

9.8. Il Licenziatario si obbliga ad usare il Marchio:

- esclusivamente per i Prodotti Aggiudicatari come specificato nel precedente articolo 8;
- posizionato in maniera chiaramente distinta e distante da eventuali marchi di terzi e/o di eventuali sponsor in maniera da non ingenerare confusione tra il marchio AC e il marchio o altre affermazioni di terzi;



9.9. Il prezzo di listino dei Prodotti Aggiudicatari non può essere aumentato o aumentare in seguito all'attribuzione del Marchio. E' vietato un aumento di prezzo che non possa ragionevolmente essere ricondotto a pure logiche di mercato non legate all'attribuzione del Marchio.

Banche

9.10 Il Licenziatario si obbliga ad usare il Marchio:

- esclusivamente per la Banca Aggiudicataria come specificato nel Contratto; escludendo qualsiasi accostamento o confusione con il Gruppo di banche o con le singole banche componenti, controllate, collegate o controllanti, dello stesso Gruppo di banche.
- collocandolo in posizione chiaramente distinta e distante da eventuali marchi di terzi in maniera da non ingenerare confusione tra il Marchio di AC e i marchi o affermazioni di terzi.
- in maniera tale da non ingenerare nella clientela l'idea che il Marchio si riferisca alla qualità o alla convenienza di un prodotto o di un servizio offerto dal Licenziatario o da terzi.

Supermercati e Negozi

9.11 Il Licenziatario si obbliga ad usare il Marchio esclusivamente:

- per l'insegna e/o il punto vendita aggiudicatari come specificato nel Contratto;
- per i servizi per i quali è stata rilasciata la licenza d'uso;
- posizionato in maniera chiaramente distinta e distante da eventuali marchi di terzi e/o di eventuali sponsor in maniera da non ingenerare confusione tra il di Marchio di AC e i marchi o affermazioni di terzi.

Provider

- 9.12. Il Licenziatario si obbliga a usare il Marchio esclusivamente:
- per il Provider aggiudicatario come specificato nel contratto; escludendo qualsiasi accostamento o confusione con il Gruppo di appartenenza del Provider o con le singole società componenti, controllate, collegate o controllanti, dello stesso Gruppo di appartenenza del Provider.
- collocandolo in posizione chiaramente distinta e distante da eventuali marchi di terzi in maniera da non ingenerare confusione tra il Marchio di AC e i marchi o affermazioni di terzi;
- in maniera tale da non ingenerare nella clientela l'idea che il Marchio si riferisca alla qualità o alla convenienza di un prodotto o di un servizio offerto dal Licenziatario o da terzi.



E-shop online

- 9.13. Il Licenziatario si obbliga a usare il Marchio esclusivamente:
- esclusivamente per il sito web che ospita l'e-shop online come specificato nel Contratto; escludendo qualsiasi accostamento o confusione con altri siti collegati a tale e-shop online oppure con la società e/o il Gruppo di società proprietari dell'e-shop online oppure con le singole società componenti, controllate, collegate o controllanti, dello stesso Gruppo.
- collocandolo in posizione chiaramente distinta e distante da eventuali marchi di terzi in maniera da non ingenerare confusione tra il Marchio di AC e i marchi o affermazioni di terzi.
- in maniera tale da non ingenerare nella clientela l'idea che il Marchio si riferisca alla qualità o alla convenienza di un prodotto o di un servizio offerto dal Licenziatario o da terzi.

Marche

- 9.14. Il Licenziatario si obbliga a usare il Marchio esclusivamente:
- per la marca aggiudicataria come specificato nel contratto, escludendo qualsiasi accostamento o confusione con altre marche dello stesso gruppo societario, nonché con eventuali suoi prodotti appartenenti a categorie merceologiche differenti, nonché da eventuali altre marche appartenenti alla stessa società produttrice o sue controllate, collegate o controllanti, dello stesso gruppo.
- collocandolo in posizione chiaramente distinta e distante da eventuali marchi di terzi in maniera da non ingenerare confusione tra il Marchio di AC e i marchi o affermazioni di terzi.
- in maniera tale da non ingenerare nella clientela l'idea che il Marchio si riferisca alla qualità o alla convenienza di un singolo prodotto o servizio offerto dal Licenziatario o da terzi.



Art. 10 - Garanzie e manleve

10.1. Il Licenziatario in tutte le attività nelle quali usa il Marchio deve indicare la propria qualità di Licenziatario.

10.2. In ogni caso, il Licenziatario si assume tutte le responsabilità derivanti dai prodotti contraddistinti dal Marchio, ivi incluse, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, quelle derivanti dalla ricerca e sviluppo, progettazione e design, fabbricazione, applicazione dei procedimenti, test e collaudo dei prodotti, prestazione dei servizi, promozione, pubblicità, distribuzione, vendita.

10.3. Il Licenziatario si obbliga comunque a manlevare e tenere indenne AC da ogni e qualsiasi pretesa e/o richiesta di terzi, incluse quelle di eventuali danni, derivante dall'inosservanza e/o dalla violazione di ogni e qualsiasi disposizione di cui al presente Regolamento e del Contratto.

10.4. Qualora AC dovesse essere chiamata in giudizio da terzi per l'inosservanza e/o la violazione di qualsiasi disposizione di cui al presente Regolamento, il Licenziatario si obbliga a sostenere tutte le spese del giudizio e risarcire AC di ogni danno, ivi incluso il danno all'immagine.

10.5. Il Licenziatario si obbliga a non depositare e/o registrare e/o a non utilizzare e/o adottare marchi, ditte, insegne, ragioni o denominazioni sociali e altri segni distintivi identici e/o simili e/o confondibili con il Marchio.

10.6. AC è esonerata da qualsiasi responsabilità nei confronti del Licenziatario e dei terzi in caso di nullità o altra causa di invalidità o inefficacia del Marchio, totale o parziale, così come nel caso in cui il Marchio dovesse violare diritti di esclusiva o altri eventuali diritti di terzi.

10.7. Il Licenziatario non matura alcun diritto, né ha titolo ad alcuna indennità, risarcimento o compenso a causa della risoluzione o della cessazione per qualsiasi motivo della Licenza, e/o dell'uso del Marchio concesso in Licenza.

10.8. Il Licenziatario si impegna a garantire e tenere manlevata e indenne AC da qualsiasi ipotesi di responsabilità diretta e/o indiretta, derivante da danni provocati a terze persone o cose, dai difetti, dai malfunzionamenti impliciti e/o espliciti sussistenti o sopravvenuti e dalla messa in circolazione e/o dall'uso proprio e/o improprio dei prodotti commercializzati, per i quali venga usato il nome di AC e/o del Marchio, non potendo e non dovendo AC essere in alcun modo chiamata a rispondere, né in via esclusiva né in via solidale, di obblighi risarcitori verso i terzi e verso lo stesso Licenziatario per danni di qualsiasi specie natura ed entità.

10.9. Non sono in alcun caso e a qualsiasi titolo o per qualsiasi ragione riconducibili e/o riferibili e/o imputabili ad AC le opinioni, le espressioni o i giudizi, formulati diffusi e utilizzati dal Licenziatario in qualsiasi forma e modalità, veritieri o non veritieri, ma comunque eccedenti i limiti delle attività pubblicitarie concordate ed autorizzate e disciplinate dal presente Regolamento, dal Contratto e dettagliatamente descritte e individuate nel Manuale d'uso; qualora tali fattispecie siano tali da configurare qualsivoglia ipotesi di responsabilità di qualsiasi natura e, quindi, ipotesi di risarcimento di danni a persone o cose, diretti o indiretti, prevedibili o imprevedibili, il Licenziatario si obbliga sin da ora a garantire e tenere manlevata e indenne AC dal pagamento di indennizzi, dal rimborso di



spese o dal riconoscimento di altre pretese da parte di terzi, rispondendo in prima persona, in ogni sede nei confronti degli stessi.

10.10. Qualora da tali attività eccedenti i contenuti concordati delle attività pubblicitarie, derivino, altresì danni diretti o indiretti, patrimoniali e non patrimoniali di qualsiasi natura al buon nome, all'immagine, alla reputazione di AC, quest'ultima, ferma restando la risoluzione di diritto della licenza e del Contratto, si riserva di agire in ogni sede per la tutela dei propri interessi e per la cessazione del fatto lesivo, e fatto salvo e impregiudicato il risarcimento del danno ulteriore.

10.11 Il Licenziatario riconosce sin da ora che la licenza sull'uso del Marchio si dovrà considerare immediatamente revocata in caso di liquidazione o dell'apertura di una qualunque procedura concorsuale nei confronti del Licenziatario stesso.

Art. 11 – Violazione dei diritti del Marchio

11.1. Qualora il Licenziatario dovesse venire a conoscenza di violazioni del Marchio, si impegna a darne immediata informazione scritta ad AC ed a richiesta di quest'ultimo a prestare la propria collaborazione per la difesa del Marchio.

Art. 12 – Verifiche e controlli

12.1. Per consentire la verifica della rispondenza dell'utilizzo del Marchio a quanto previsto nel presente Regolamento e nel Manuale d'uso, il Licenziatario si impegna a inviare, entro 10 giorni prima della diffusione del materiale promozionale e, in ogni caso prima della sua produzione e distribuzione, ad AC in formato elettronico i campioni di tutti i materiali di marketing, pubblicitari e promozionali, le sequenze filmate, le registrazioni sonore o le comunicazioni verbali relativi ai Prodotti recanti il Marchio o facenti riferimento alla concessione del titolo, comprese le stampe di tutti i casi di utilizzo online, nonché prototipi di grafica e design delle eventuali confezioni e/o packaging in generale.

Entro 5 giorni dal ricevimento del materiale di cui sopra, AC comunica al Licenziatario il nulla osta sulla produzione e diffusione del materiale promozionale stesso.

12.2. Il Licenziatario si impegna a inviare, prima della messa in produzione, ad AC in formato elettronico i campioni di tutti gli utilizzi del Marchio su eventuali confezioni o etichette dei Prodotti.

12.3. Per quanto riguarda la diffusione, proiezione o altra distribuzione o trasmissione di qualunque materiale di marketing, pubblicitario o promozionale, sequenza filmata, registrazione sonora o altre comunicazioni verbali, il Licenziatario si impegna a inviare in formato elettronico ad



AC un calendario dettagliato in cui vengono riportate le date, gli orari e i relativi media o posizione (compresi, laddove applicabili, i dettagli di qualunque pagina internet relativa) in cui viene programmata la trasmissione di tale materiale, sequenza filmata o registrazione sonora.

12.4. AC e/o soggetti terzi incaricati da AC effettuano indagini e verifiche finalizzate ad accertare il corretto uso del Marchio e il rispetto del presente Regolamento e del Manuale, nonché la veridicità e la completezza delle dichiarazioni fornite dal Licenziatario. Tuttavia, si precisa che tali indagini e verifiche, nonché il nulla osta di cui al punto 12.1, avranno ad oggetto esclusivamente il controllo della corrispondenza di quanto inviato ad AC dal Licenziatario rispetto al Manuale, al Regolamento e alle norme in materia di tutela della proprietà intellettuale e dei segni distintivi. In nessun caso le valutazioni di AC saranno da considerarsi come pareri legali e/o certificazioni di conformità di alcun tipo con riferimento, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, alle norme sulla pubblicità, comunicazione e/o sulla stampa.

12.5. Qualora vengano riscontrate violazioni delle prescrizioni del presente Regolamento presso il Licenziatario soggetto a verifica si applicheranno le sanzioni previste nel successivo articolo.

Art. 13 – Sanzioni

13.1 In caso di violazione delle previsioni del presente Regolamento e/o del Manuale D'uso e/o del mancato pagamento delle somme stabilite all'art. 7 oppure con 10 giorni di ritardo rispetto ai termini di pagamento concordati nel Contratto AC intima per iscritto al Licenziatario di porre fine senza indugio e con decorrenza immediata all'inottemperanza e in ogni caso non oltre il termine di 7 (sette) giorni dal ricevimento della comunicazione, con dichiarazione che, decorso inutilmente detto termine, la licenza d'uso del Marchio s'intenderà senz'altro risolta, senza pregiudizio per ogni altro diritto di AC.

Art. 14 – Divieto d'uso del Marchio successivamente allo scioglimento della licenza

14.1. A partire dal momento della comunicazione, effettuata tramite raccomandata A/r, della risoluzione, recesso o scioglimento per qualsiasi motivo del contratto di licenza d'uso del Marchio, il Licenziatario non potrà fare più alcun uso dello stesso con effetto immediato dal giorno di ricevimento della raccomandata.

Art. 15 – Rinuncia



15.1 Il Licenziatario che ha ottenuto la licenza del Marchio può rinunciarvi tramite comunicazione scritta inviata per raccomandata RR ad AC.

15.2 A seguito della rinuncia, il Licenziatario non ha più diritto di usare il Marchio e deve cessare immediatamente l'uso dello stesso a partire dal giorno di spedizione della raccomandata.

Art. 16 – Risoluzione della licenza

16.1. La licenza del Marchio è sottoposta alla condizione risolutiva ex artt. 1353 e seguenti del codice civile, a norma del quale AC ha diritto di dichiarare la licenza del Marchio risolta e priva di qualsiasi effetto con decorrenza immediata, mediante dichiarazione scritta al Licenziatario a mezzo di lettera raccomandata con ricevuta di ritorno nei seguenti casi:

- violazione di quanto previsto del presente Regolamento, dal Manuale d'uso o in caso di applicazione delle sanzioni di cui all'art. 13.1.
- effettuazione da parte di AC di nuovi test o indagini per effetto dei quali risulti, a suo insindacabile giudizio, che i Prodotti Aggiudicatari o il Licenziatario non siano più meritevoli di fregiarsi del Marchio o non abbiano più le caratteristiche presenti al momento del test;
- utilizzo del Marchio che diminuisca o leda la reputazione, l'immagine o il prestigio del Marchio o di AC;
- mancato rispetto della qualità dei Prodotti Aggiudicatari offerti sul mercato dal Licenziatario e contraddistinti dal Marchio oggetto della presente licenza, qualora siano riscontrati difetti di produzione/disservizi dei Prodotti Aggiudicatari;
- emersione di nuovi elementi non presenti al momento dell'effettuazione del test tali da rendere inopportuna secondo l'insindacabile giudizio di AC la continuazione sia della pubblicità del prodotto aggiudicatario che dell'uso del Marchio.

16.2. Licenza e contratto possono essere risolti nel caso in cui emergano nuovi elementi non presenti al momento dell'effettuazione del test tali da rendere inopportuna secondo l'insindacabile giudizio di AC la continuazione sia della pubblicità del prodotto aggiudicatario che dell'uso del Marchio.

16.3. Il Licenziatario non può vantare nessun rimborso, onere, spesa dopo la risoluzione del presente accordo, per fatto e colpa ad egli imputabile, così come alla scadenza naturale della licenza.

Art. 17 – Composizione delle controversie

17.1 Il presente Accordo è regolato dalla legge italiana e deve essere interpretato in conformità alla medesima.



17.2 Le Parti si impegnano a risolvere tutte le controversie nascenti dal presente contratto in modo amichevole e secondo correttezza e buona fede.

17.3 Nell'ipotesi in cui non si giungesse ad una composizione bonaria, per qualsiasi controversia sulla validità, interpretazione o esecuzione del presente contratto sarà esclusivamente competente il Foro di Milano.

Milano, li _____

Per accettazione

Il Licenziatario

