



**REGOLAMENTO PER L'UTILIZZO E LA CONCESSIONE
DEL MARCHIO
DEL PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA**

Parte integrante e sostanziale della deliberazione di Giunta Esecutiva n. -__ del 19 maggio 2020

Il Segretario
Dott. Cristiano Trotter

Il Presidente
Avv. Joseph Masè

Art. 1 (disposizioni generali)

Il marchio adottato dal Parco Naturale Adamello Brenta nel 1990, successivamente depositato e registrato come marchio presso la C.C.I.A. di Trento in data 30 dicembre 1991, nel 2008 è stato modificato con l'aggiunta del logotipo "Geopark" in virtù dell'ingresso del Parco nella Rete europea e mondiale dei geoparchi e nel 2009 intervenendo sulla sagoma dell'orso.

Esso rappresenta l'immagine del Parco ed è presente su tutti gli atti ufficiali e gli strumenti di comunicazione dell'Ente.

Consolidatosi nel tempo, è diventato progressivamente familiare al grande pubblico, affermandosi come "rappresentazione grafica" che rimanda immediatamente al Parco. Esistono varie tipologie di marchi:

- marchio del Parco (di seguito marchio): ad uso dell'Ente Parco ad eccezione di casi specifici (Art.3);
- marchi abbandonati da eliminare entro il 31.12.2020 (Art. 4);
- altre versioni del marchio del Parco concessi a soggetti terzi, a seguito di una specifica richiesta in forma scritta (Art. 5);

Ogni uso del marchio dell'Ente in difetto della autorizzazione di cui sopra sarà perseguito a termini di legge.

Art. 2 (terminologia)

Ai fini del presente regolamento si esplicitano le seguenti definizioni:

La parola logo è l'abbreviazione di logotipo. Con questo termine si intende la trasposizione grafica del nome di un prodotto, di un'azienda o di un servizio, che può essere accompagnato anche da altri elementi, come un simbolo (pittogramma) ed il payoff. Ogni logotipo ha un particolare lettering, cioè un carattere tipografico.

Il Pittogramma è la parte simbolica di un marchio, l'emblema non leggibile e non pronunciabile che rimanda all'impresa. Il pittogramma riproduce graficamente l'azienda che rappresenta.

Il marchio è l'insieme degli elementi visuali e testuali (ovvero pittogramma e logo). Questi elementi insieme ne identificano il codice comunicativo del brand. Un marchio può avere o meno il pay-off, cioè una frase che riassume l'universo di riferimento della Brand Identity.

Art 3. (marchio del Parco)

Di seguito si riporta il marchio del Parco presente su tutti gli atti ufficiali e gli strumenti di comunicazione.



Marchio del Parco

Il marchio è stato definito in coerenza con le indicazioni della Corporate Identity che ha definito l'immagine coordinata dell'Ente da adottare nella produzione dei propri strumenti di comunicazione, che prevede la possibilità di utilizzare il marchio anche con la variante in bianco e nero.

Il marchio può essere concesso a soggetti terzi in casi eccezionali e sulla base di particolari accordi siglati da specifiche convenzioni.

Esistono altre due varianti del marchio - con la scritta *Parco Naturale Adamello Brenta Geopark* rotondeggiante rispetto al pittogramma e con la stessa scritta in parte rispetto al pittogramma - , che possono essere utilizzate sia su molti strumenti di comunicazione che sulla stampa del merchandising.

Il marchio viene riprodotto nel "Box" contenente le più importanti certificazioni che il Parco ha conseguito, oltre alle informazioni generali di contatto dell'Ente. Esso viene utilizzato nella firma di posta elettronica e, in alcune casi, anche sulla carta stampata (dépliant, ecc.).

Nell'appendice 1 si riportano i marchi citati.

Art 4.

(marchi abbandonati da eliminare entro il 31.12.2020)

Esiste tutta una serie di marchi che si differenziano rispetto al marchio del Parco (art. 3 comma 1), perché creati per particolari eventi, occasioni e iniziative anche estemporanee per valorizzare progetti e attività per cui l'Ente si fa promotore. Questi marchi vengono utilizzati in determinate fasi storiche dell'Ente per poi entrare in disuso.

Esistono poi altri marchi che non rispecchiano più le esigenze comunicative dell'Ente che vanno oggi nella direzione di sfolire la varietà di marchi che negli anni sono stati creati. Tale proliferazione di marchi ha portato ad un inevitabile disorientamento sia dei soggetti terzi che ne richiedevano la concessione, che degli utenti finali a cui il messaggio comunicativo era rivolto.

I marchi "Qualità Parco miele" e "Qualità Parco formaggio di malga", che ad oggi sono rilasciati a quelle aziende che rispettano i rispettivi disciplinari del progetto di certificazione "Qualità Parco" per il settore agroalimentare, verranno progressivamente eliminati entro il 31.12.2020 in quanto l'Ente provvederà alla ridefinizione del progetto, con la definizione del nuovo marchio "Prodotto nel" (art. 5 comma 2) e specifico disciplinare. In questo periodo di transizione le strutture attualmente attestare sono autorizzate ad utilizzare il marchio "Qualità Parco miele".

Anche il marchio "Qualità Parco scuole", che ad oggi è concesso a quelle scuole che rispettano il disciplinare del progetto di certificazione "Qualità Parco scuole" verrà eliminato entro il 31.12.2020, in quanto l'Ente provvederà alla ridefinizione del progetto, che porterà anche all'individuazione di un nuovo marchio (art. 5 comma 2) e specifico disciplinare. In questo periodo di transizione le scuole attualmente attestare sono autorizzate ad utilizzare il marchio "Qualità Parco scuola".

Nell'appendice 2 si riportano i marchi abbandonati da eliminare entro il 31.12.2020. Tale appendice può essere implementata nel tempo a seconda delle progettualità su cui il Parco investirà.

Art 5.

(Altre versioni del marchio del Parco concessi a soggetti terzi)

Attualmente esistono 8 versioni del marchio del Parco che vengono concesse a soggetti terzi su espressa autorizzazione dell'Ente Parco rilasciata in conformità a questo specifico regolamento, a seguito di una precisa richiesta pervenuta all'Ente in forma scritta da parte di un Soggetto terzo pubblico o privato interessato all'utilizzo del marchio del Parco. Tutte le concessioni avvengono esclusivamente per attività, eventi ed iniziative in linea con la mission e gli obiettivi dell'Area Protetta.

La Giunta con proprio provvedimento, può deliberare la definizione di nuove versioni del marchio sulla base di esigenze specifiche in merito a nuove progettualità.

Nell'appendice 3 si riportano queste versioni del marchio.

Art. 6 (casi di utilizzazione da parte di altri Soggetti)

La concessione dell'utilizzo del marchio del Parco (Art. 3) e delle altre versioni del marchio così come descritte nell'Art 5, da parte di Soggetti pubblici o privati è subordinata ad apposita autorizzazione rilasciata dalla Giunta Esecutiva o dal Direttore, sulla base del disposto del presente regolamento.

In via generale, le fattispecie astratte che legittimano la concessione per tale utilizzazione, sono costituite dalle seguenti:

- a) concessione a titolo gratuito, in caso di utilizzazione a fini meramente divulgativi e promozionali delle caratteristiche ambientali, naturalistiche, turistiche e ricreative del territorio protetto (Art. 7);
- b) concessione a titolo oneroso, in caso di utilizzazione a fini commerciali e produttivi imprenditoriali (Art. 8);
- c) acquisto a titolo oneroso, da parte dell'Ente Parco, di spazi e servizi promozionali, pubblicitari e divulgativi della immagine del Parco (Art. 10).

Art. 7 (concessione a titolo gratuito)

La concessione dell'utilizzo del marchio del Parco (Art. 3) e delle sue varianti (Art. 5) ad Enti, Amministrazioni, Associazioni, Soggetti, pubblici o privati, operanti territorialmente in tutto o in parte del Parco, per la divulgazione della conoscenza del territorio e dell'ambiente del Parco naturale è rilasciata, in forma gratuita, dal Direttore.

In merito alla tipologia di marchio che verrà concessa si valuterà caso per caso, a seconda della tipologia di iniziativa, progetto o evento per cui il Soggetto terzo ne fa richiesta.

Art. 8 (concessione a titolo oneroso)

La Giunta Esecutiva può concedere l'uso marchio del Parco (Art. 3) e delle sue varianti (Art. 5), per la pubblicizzazione e la commercializzazione di prodotti e di servizi, realizzati nel territorio del Parco, ovvero per prodotti la cui area di riferimento produttivo anche se esterna al territorio a Parco, sia a questa assimilabile per ambiente e contesto storico, culturale, e/o il prodotto sia analogo a quello prodotto in tale area.

In merito alla tipologia di marchio che verrà concessa si valuterà caso per caso, a seconda del tipo di iniziativa, progetto o evento per cui il Soggetto terzo ne fa richiesta. Detta concessione assume per l'utilizzatore forma onerosa, in relazione all'interesse economico perseguito dal medesimo.

L'onere finanziario connesso con l'autorizzazione all'uso dei marchi, sarà stabilito dalla Giunta Esecutiva con il provvedimento di concessione sulla base della tipologia del prodotto o del servizio commercializzato.

La concessione a titolo oneroso può avvenire anche dietro il riconoscimento di royalties da concordare di volta in volta sulla base della tipologia di attività svolta dall'Azienda con la quale si definisce l'accordo.

L'autorizzazione del Parco sarà rilasciata dalla Giunta Esecutiva per periodi temporali definiti comunque non superiori a tre anni, rinnovabili.

La Giunta Esecutiva, prima dell'emissione dell'autorizzazione potrà richiedere informazioni e dati economici relativi al prodotto o al servizio, ovvero del prototipo dello stesso, nonché di tenere in deposito un campione dello stesso.

La Giunta esecutiva, tramite il proprio personale, effettuerà controlli diretti all'accertamento dell'uso corretto, da parte del richiedente, del marchio.

Art. 9 (limiti alla concessione a titolo oneroso)

I prodotti e i servizi autorizzati alla riproduzione del marchio dell'Ente dovranno essere realizzati e commercializzati nel rispetto delle leggi e delle normative vigenti, oltre che del disciplinare approvato al quale è subordinato il mantenimento della autorizzazione concessa.

Il Parco ha facoltà di procedere, ad insindacabile giudizio dell'Ente, alla revoca immediata all'uso del marchio in caso di mancato rispetto degli accordi siglati in convenzione, con facoltà di rivalsa per danni all'immagine dell'Ente.

Art. 10 sponsorizzazione attiva (acquisto di spazi e servizi promozionali)

La Giunta Esecutiva è autorizzata a stipulare con Enti e Soggetti pubblici o privati, apposite convenzioni in ordine alla utilizzazione del marchio del Parco (Art. 3) e delle sue versioni (Art. 5), con finalità promozionali, divulgative e pubblicitarie dirette della immagine, delle attività, dei servizi e dei prodotti dell'Ente Parco.

In tali casi la Giunta Esecutiva riconoscerà all'Ente o al Soggetto divulgatore del marchio, un corrispettivo, commisurato di volta in volta alla tipologia e alla natura del servizio prestato, al grado di diffusione del medesimo, alla sua durata e alla potenziale ricaduta in termini di immagine per l'Ente Parco.

Nel caso di attivazione del presente articolo, il marchio del Parco non potrà essere associato ad attività o servizi, costituenti il mezzo di diffusione, che contrastino con le finalità istituzionali dell'Ente e con le finalità di tutela e di valorizzazione delle risorse ambientali.

Art. 11 (integrazione e sostituzione deliberazione di dd 26.03.1995)

Il presente regolamento integra e sostituisce il provvedimento di data 26 marzo 1995 con cui la Giunta esecutiva ha approvato il regolamento per l'uso del marchio del Parco, attualmente non più adeguato alle nuove e più articolate esigenze dell'Ente Parco in merito a questa specifica tematica.

Art. 12 (integrazione e sostituzione paragrafo 3.3 - Il Logo del Documento P.I.A.)

Il presente regolamento integra e sostituisce il paragrafo 3.3. Il Logo (capitolo 3. Comunicazione) del Documento "Piano di Interpretazione Ambientale" approvato dalla Giunta Esecutiva dell'Ente con proprio provvedimento, deliberazione n. 145 di data 7 ottobre 2010, attualmente non più adeguato alle nuove e più articolate esigenze dell'Ente Parco in merito a questa specifica tematica.



Art. 13 (disposizioni finali)

I marchi dei quali la Giunta Esecutiva autorizzerà l'uso, devono corrispondere alla tipologia ufficialmente adottata, e devono essere eventualmente associati a specifiche descrizioni o informazioni, che permettano la diretta individuazione dell'impiego per gli scopi di cui al presente regolamento.

Appendice 1: marchio del Parco, marchio rotondeggiante, marchio con scritta in parte e box

	<p>Marchio del Parco</p>
	<p>Marchio utilizzato su molti canali di comunicazione e sul merchandising del Parco.</p>
	<p>Marchio con scritta in parte</p>
	<p>Box contenente le più importanti certificazioni che il Parco ha conseguito, ovvero il riconoscimento Unesco Global Geopark, la Carta Europea del turismo sostenibile e il marchio del Parco socio fondatore UNESCO, oltre alle informazioni generale di contatto dell'Ente. Esso viene utilizzata nella firma di posta elettronica e sulla carta stampata (dépliant, ecc). Per particolari esigenze è possibile utilizzare il box senza la parte dedicata alle certificazioni o solo la parte dedicata alle certificazioni senza le informazioni di contatto.</p>

Appendice 2: marchi abbandonati da eliminare entro il 31.12.2020

	<p>"Siamo nel": veniva concesso ad enti, associazioni, organizzazioni territoriali che proponevano iniziative in sintonia con la politica ambientale del Parco. Sostituita dal marchio "In collaborazione con"</p>
	<p>"Selezionato da": identificava i prodotti tipici, coltivati e lavorati nell'area protetta, che sono iscritti in specifici disciplinari ed elenchi che ne attestano la qualità (Atlante dei Prodotti tradizionali trentini; Registro delle Produzioni a denominazione di origine protetta – Dop o Indicazione geografica protetta - Igp - Qualità Trentino); certificati come prodotti di agricoltura biologica o inserimento nei presidi Slow Food. Verrà sostituito con un nuovo marchio da definire.</p>

	<p>"Edizioni": è il marchio che veniva apposto sulle pubblicazioni edite dal Parco che in virtù dell'iscrizione al Registro operatori della comunicazione (Roc) è anche casa editrice.</p>
	<p>"20 anni": creato in occasione dell'anniversario dei 20 anni dall'istituzione del Parco è stato realizzato un marchio ad hoc utilizzato su tutto il materiale divulgativo.</p>
	<p>"GGN Conference": creato in occasione dell'8^ Conferenza Mondiale dei Geoparchi ospitata dal Parco Naturale Adamello Brenta, è stato realizzato un marchio ad hoc utilizzato su tutto il materiale divulgativo.</p>
	<p>Identificava le aziende agricole che avevano conseguito il marchio "Qualità Parco". Verrà sostituito con un nuovo marchio da definire.</p>
	<p>Identifica le aziende produttrici di formaggio di malga che avevano conseguito il marchio "Qualità Parco". Verrà sostituito con un nuovo marchio da definire.</p>
	<p>Identificava le scuole che avevano conseguito il marchio "Qualità Parco". Verrà sostituito con un nuovo marchio da definire.</p>

Appendice 2: altre versioni del marchio del Parco concessi a soggetti terzi



Versione del marchio con possibilità di inserimento nella cornice in alto, sopra il pittogramma, di diciture inerenti attività e/o progetti dell'Ente. La scritta è di colore verde (pantone del pittogramma) e con il font "mistral" lo stesso della scritta *Geopark*. Versioni attuali:

- **"Comune del"**: predisposto ad hoc per le amministrazioni comunali del Parco da utilizzare su tutta la documentazione ufficiale cartacea e web.
- **"In collaborazione con"**: concesso ad enti, associazioni, organizzazioni territoriali che si occupano dell'organizzazione di eventi in linea con la mission del Parco.
- Declinazione del marchio in inglese **"In partnership with"**
- **"Prodotto nel"**: rilasciato ai prodotti locali il cui processo di produzione si svolge interamente all'interno del territorio del Parco o per prodotti realizzati con materie prime provenienti dal

	<p>territorio del Parco (nonostante il processo di lavorazione avvenga fuori dall'area parco)</p>
	<p>“Dolomiti di Brenta Bike”, “Dolomiti di Brenta Trek” e “Dolomiti di Brenta Horse”: sono tre tipologie di marchi che richiamano la Corporate Identity del Parco e vengono utilizzati su tutto il materiale divulgativo, cartaceo e multimediale, che promuovono i progetti (anche nelle diverse declinazioni “expert”)</p>
	<p>Identifica le strutture ricettive che hanno conseguito il marchio “Carta Europea del turismo sostenibile- Qualità Parco”</p>