

Reglement für die Vergabe und Benutzung der Kollektivmarke „3 Zinnen Dolomites“

Artikel 1 Gegenstand

Das gegenständliche Reglement normiert die Vergabe und Benutzung der Kollektivmarke „3 Zinnen Dolomites“, nachstehend als Kollektivmarke bezeichnet.

Kapitel I Kollektivmarke

Artikel 2 Wort-Bild-Marke und Corporate Design

1. Die Kollektivmarke ist eine Wort-Bild-Marke und als solche markenrechtlich geschützt.
2. Das Logo der Kollektivmarke besteht aus der stilisierten Abbildung der Drei Zinnen, dem markanten Schriftzug „3 Zinnen Dolomites“ und den definierten Farben (Basiselemente der Kollektivmarke).
3. Die Kollektivmarke soll ein einheitliches Auftreten aller Produkte und Dienstleistungen des Wirkungsgebiets Drei Zinnen Dolomiten gewährleisten. Sie soll die Marketingbemühungen bündeln und auf diese Weise die Schlagkraft auf dem Markt erhöhen.

Artikel 3 Markenidentität

1. Die graphische Identität der Kollektivmarke beruht auf mehreren Elementen, welche im CD Manual (Stand: Juni 2016) beschrieben sind.
2. Die inhaltliche Identität der Kollektivmarke beruht auf sechs Markenkernwerten. Die Kernwerte bauen auf die nachweisbaren Spitzenleistungen der Destination Drei Zinnen Dolomiten. Darunter fallen historische Verdienste und typische, abgrenzungsrelevante Eigenschaften ebenso wie Einzigartigkeitsmomente und herausragende Errungenschaften. Die Kernwerte lauten „zugänglich“, „alpinistisch“, „wohlfühlig“, „familienfreundlich“, „überlegen“ und „mächtig“.

Artikel 4 Markenpositionierung

Die Kollektivmarke positioniert sich auf den Zielmärkten wie folgt:

Die Region Drei Zinnen Dolomiten eröffnet dem Kunden eine alpine Welt mitten in den markantesten Bergen der Dolomiten, indem sie das ganze Jahr eine komfortable Erreichbarkeit der schönsten Ausblicke und Ausgangspunkte für das Naturerlebnis am Berg garantieren.

Regolamento per l'assegnazione e l'utilizzo del marchio collettivo „3 Zinnen Dolomites“

Articolo 1 Oggetto

Il presente regolamento disciplina l'assegnazione e l'utilizzo del marchio collettivo „3 Zinnen Dolomites“, in seguito denominato marchio collettivo.

Capitolo I Il marchio collettivo

Articolo 2 Il marchio e il corporate design

1. Il marchio collettivo è un marchio registrato, composto da parole e immagini.
2. Il logo del marchio collettivo è composto dalla rappresentazione stilizzata delle Tre Cime di Lavaredo e dalla scritta „3 Zinnen Dolomites“, nonché da colori ben definiti (elementi base del marchio collettivo).
3. Il marchio collettivo dovrà consentire la presentazione uniforme dei prodotti e servizi all'interno della sfera di influenza delle Tre Cime Dolomiti, concentrando gli sforzi di commercializzazione e aumentando l'incisività commerciale.

Articolo 3 L'identità del marchio

1. L'identità grafica del marchio collettivo è fondata su vari elementi, i quali sono descritti nel manuale CD (versione giugno 2016).
2. L'identità del contenuto del marchio collettivo si basa su sei valori del marchio. I valori fondamentali si basano su prodotti e servizi d'eccellenza della destinazione Tre Cime Dolomiti. Tale unicità è dovuta alle sue caratteristiche tipiche e storiche. I valori fondamentali sono: „accessibile“, „alpinistico“, „sentirsi a proprio agio“, „approntato alle famiglie“, „superiore“ e „maestoso“.

Articolo 4 Posizionamento del marchio

Il marchio collettivo si posiziona sui mercati di interesse come segue:

La regione Tre Cime Dolomiti offre ai suoi ospiti un mondo alpino nel cuore delle più conosciute cime delle Dolomiti. Ogni luogo, facilmente raggiungibile, offre un panorama meraviglioso ed esperienze indimenticabili.

Die Welt der Dolomitenregion Drei Zinnen begeistert mit ihrer Überschaubarkeit, der Erlebnisdichte, der Nähe zu Dörfern und imposanten Naturkulissen, den ortsverwurzelten Menschen und der eindrucksvollen alpinen Geschichte.

Es ist der ideale Ort für den Kenner, der nach seinen verschiedenen Erfahrungen und Begegnungen in den Bergen und den Dolomiten eine Region gefunden hat, die ihn durch ihre markante Eigenart immer wieder überrascht.

Artikel 5 Markenprinzipien

Die markenstrategischen Prinzipien dienen der Kollektivmarke als langfristige Leitplanken für die operative Führung und Weiterentwicklung der Marke. Anhand dieser Prinzipien und unter Einbeziehung der Ziele der Destination werden die entsprechenden Umsetzungsprogramme abgeleitet. Die markenstrategischen Prinzipien helfen bei der Entwicklung neuer Produkte und bei der Überarbeitung bestehender Produkte, sofern sie die Marke stärken. Die markenstrategischen Prinzipien:

1. Alpin-Prinzip: Die alpine Welt mit ihren imposanten Bergkulissen und ihren eindrucksvollen Geschichten ist überall spürbar und sichtbar. Künstliches und Aufgesetztes sucht man hier vergeblich. Das „Alpine“ spielt inhaltlich auf allen Ebenen der Region eine prägende Rolle und ist der Bezugsrahmen für die Dolomitenregion Drei Zinnen.
2. Herausforderungs-Prinzip: Die Dolomitenregion Drei Zinnen ist der ideale Ort für den Kenner, der nach seinen verschiedenen Erfahrungen und Begegnungen in den Bergen hier seine nächste Stufe findet. Die Erlebnisse – am Berg und im Tal – sind alle ein klein wenig anspruchsvoller und beeindruckender als in anderen alpinen Regionen und dafür umso prägender.
3. Alles-aus-einer-Hand-Prinzip: Die alpine Welt der Dolomitenregion Drei Zinnen begeistert mit ihrer Überschaubarkeit, der Erlebnisdichte, dem exzellenten Mobilitätsangebot, der Vernetzung von Hütten und Wegen und einem sehr guten ganzjährig nutzbaren Angebot an Aufstiegsanlagen bzw. Sportinfrastrukturen. Von überall sind die Zugänge einfach, alles ist exzellent aufeinander abgestimmt und wirkt wie aus einem Guss.

Artikel 6 Ursprungsbescheinigung

Die Dachmarke gilt als Ursprungsbescheinigung.

Artikel 7 Applikationsformen

1. Die Kollektivmarke kann als fixierte Applikation

Un mondo trasparente, ricco di emozioni, la vicinanza dei paesi e la sua maestosa natura, il profondo radicamento della gente alla terra e la sorprendente storia dell'alpinismo.

Il luogo ideale per il conoscitore, che con la sua esperienza e conoscenza della montagna e delle Dolomiti ha trovato un luogo che con la sua specificità è capace di emozionarlo ogni volta.

Articolo 5 Principi strategici

I principi strategici servono come obiettivo da perseguire a lungo termine per la gestione operativa del marchio. Sulla base di questi principi vengono programmati gli obiettivi da raggiungere. Inoltre i principi strategici del marchio sono delle linee guida per lo sviluppo dei prodotti, e aiutano a svilupparne di nuovi, a rilanciare quelli esistenti a sostegno del marchio stesso. I principi strategici sono i seguenti:

1. Principio “alpinismo”: Il paesaggio alpino con il suo maestoso scenario e la sua impressionante storia è presente e visibile ovunque. Non si cerca l'artificio, l'innaturale. La definizione „mondo alpino“ ha un ruolo rilevante, ed è la caratteristica determinante della regione dolomitica Tre Cime.
2. Principio “conoscitore esperto”: La regione dolomitica Tre Cime è il luogo ideale per l'esperto conoscitore, che con la sua esperienza e conoscenza della montagna e delle Dolomiti ha trovato un luogo per la sua prossima sfida. Le esperienze - a monte e a valle – sono più impegnative ed emozionanti rispetto ad altre regioni alpine e per questo più intense.
3. Principio “tutto a portata di mano”: Il paesaggio alpino della regione Tre Cime Dolomiti entusiasma per la sua trasparenza, la ricchezza di esperienze, l'eccellente mobilità, la rete di rifugi e sentieri e la possibilità di utilizzare tutto l'anno gli impianti di risalita e le infrastrutture sportive. Tutto è a portata di mano, semplice come bere un bicchier d'acqua.

Articolo 6 Tracciabilità

Il marchio assume la valenza di una certificazione di origine.

Articolo 7 Forme d'applicazione

1. Il marchio collettivo potrà essere utilizzato

- oder als modulare Applikation benutzt werden.
2. Bei der fixierten Applikation bilden die stilisierten Abbildung der Drei Zinnen und der Schriftzug „3 Zinnen Dolomites“ eine untrennbare Einheit.
 3. Die modulare Applikation erlaubt zusätzlich zur fixierten Applikation die Verwendung der Kollektivmarke mit dem farbigen Zusatz beinhaltend den Orts/Betriebsnamen, jedoch immer nur nach den Vorgaben und Anwendungsfällen der Richtlinien wie im CD Manual (Stand: Juni 2016).
2. Nel caso dell'utilizzo della forma fissa la rappresentazione stilizzata delle Tre Cime e della scritta "3 Zinnen Dolomites", formano un'unità indivisibile.
 3. Nel rispetto delle indicazioni riportate nel manuale CD (versione giugno 2016) è possibile usare la versione del marchio ombrello indicando nella parte colorata il nome delle località o delle attività.

Kapitel II Voraussetzungen

Artikel 8 Voraussetzungen für die Benutzung der Marke (Mitgliedschaft)

1. Die Benutzung der Marke steht unter den Bedingungen dieser Markensatzung allen Gemeinden, Unternehmen, Einrichtungen und Organisationen der Dolomitenregion Drei Zinnen offen, die Waren herstellen oder Dienstleistungen erbringen, welche mit der Region in Verbindung stehen und sich auf die Liste der Waren und Dienstleistungen beziehen, wie Sie in der Anmeldung der Unionskollektivmarke genannt sind.
2. Wer die Marke in der fixierten oder modularen Anwendung benutzt, muss in der Lage sein, das Image der Dolomitenregion Drei Zinnen sowie die Identität und die Positionierung der Marke zu festigen oder zu stärken. Zudem muss er folgende Voraussetzungen erfüllen:
 - a) Kompatibilität des Markenbenutzers, der ausgeübten Tätigkeit oder des eigenen Produktes mit der Identität und Positionierung der Marke und Assoziierbarkeit der Tätigkeit bzw. des Produkts mit dem der Dolomitenregion Drei Zinnen im Sinne von typisch, bezeichnend und charakteristisch für die Region;
 - b) Im Produktionsbereich darf die Marke nur für Waren benutzt werden, die entweder ausschließlich im Wirkungsgebiet der Dolomitenregion Drei Zinnen hergestellt worden sind oder dort ihre vorwiegende und in jedem Fall letzte wesentliche, wirtschaftlich gerechtfertigte Be- oder Verarbeitung erfahren haben;
 - c) Im Dienstleistungsbereich im weitesten Sinne darf die Marke nur dann verwendet werden, wenn die Dienstleistungen vollständig in der Dolomitenregion Drei Zinnen erbracht werden;
 - d) Die verwendeten Materialien oder Rohstoffe stammen vorwiegend aus der Dolomitenregion Drei Zinnen oder die Produktkonzeption oder das Design stammt ausschließlich aus der Region;

Capitolo II Requisiti

Articolo 8 Requisiti per l'utilizzo del marchio collettivo (adesione)

1. L'uso del marchio è accessibile a tutti i comuni, imprese, istituzioni e organizzazioni, all'interno della sfera di influenza delle Tre Cime Dolomiti, che producono beni o erogano servizi associabili alla regione e che si riferiscono a prodotti e servizi come indicati nella domanda di registrazione del marchio collettivo europeo.
2. L'utilizzatore del marchio, in forma fissa o modulare, deve essere in grado di consolidare, ovvero rafforzare l'immagine della regione Tre Cime Dolomiti, nonché l'identità e il posizionamento del marchio. L'uso del marchio in tali applicazioni è subordinato alla sussistenza dei seguenti requisiti:
 - a) L'utilizzatore del marchio, la sua attività o il suo prodotto devono essere compatibili con l'identità e il posizionamento del marchio e devono possedere i necessari requisiti di diretta associabilità alla regione Tre Cime Dolomiti in quanto impresa, attività o prodotto tipico, peculiare e caratteristico della regione;
 - b) Nei settori produttivi il marchio potrà essere utilizzato esclusivamente per beni prodotti interamente all'interno della sfera di influenza delle Tre Cime Dolomiti oppure che vi abbiano subito la loro prevalente o comunque la loro ultima sostanziale ed economicamente giustificata lavorazione;
 - c) Nel caso di servizi – nel senso più ampio del termine - il marchio può essere utilizzato solamente per i servizi interamente erogati sul territorio delle Tre Cime Dolomiti;
 - d) L'impiego di materiali o di materie prime di prevalente provenienza dalla regione Tre Cime Dolomiti, così come la concezione o il design del prodotto realizzato interamente nella regione;

- e) Die Tätigkeit darf nicht rechtswidrig, sittenwidrig oder diskriminierend sein; sie muss überparteilich und konfessionell neutral sein. Ausgeschlossen von der Benutzung der Marke sind in jedem Fall Waren und Dienstleistungen der Schwerindustrie sowie Kriegsmaterial und Waffen;
 - f) Die Waren und Dienstleistungen müssen eine hohe Qualität aufweisen. Waren und Dienstleistungen zu Tiefpreisen sind ausgeschlossen. Der Markenbenutzer muss in seinem Bereich eine erfolgreiche Tätigkeit nachweisen können oder aussichtsreiche Initiativen verfolgen. Die Marke darf nicht benutzt werden, wenn überdurchschnittlich häufige und auf Qualitätsdefizite hindeutende Kundenbeschwerden gegen ein Unternehmen oder einen registrierten beziehungsweise potentiellen Markenbenutzer vorliegen;
 - g) BZG- und ernährungswirtschaftliche Produkte können - sofern die Qualitätsanforderungen laut BZG-Gesetz vom 22. Dezember 2005, Nr. 12, in geltender Fassung, erfüllt sind - das mit demselben Gesetz eingeführte „Qualitätszeichen“ tragen;
 - h) Die Marke oder Elemente der Marke dürfen im Bereich BZG- und ernährungswirtschaftliche Produkte nur für Produkte Anwendung finden, die durch eine sich auf die Dolomitenregion Drei Zinnen beziehende geschützte geografische Angabe (ggA) oder geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) unter Schutz gestellt sind, sowie für die 3 Zinnen Dolomites DOC-Weine, sofern diese durch eigene, mit dem Brandmanagement vereinbarte, sektorenspezifische Reglements geregelt sind. Bei diesen EU-geschützten Produkten werden für die Anwendung der Fixapplikation der Marke eigene Anwendungsregeln in Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Brandmanagement erstellt;
 - i) Alle anderen BZG- und ernährungswirtschaftlichen Produkte dürfen – unbeschadet der Verwendungsmöglichkeiten des Standortzeichens nach Artikel 15 und der Angaben nach Etikettierungsrichtlinie 2000/13/EG - weder das Qualitätszeichen noch die Marke noch Elemente derselben verwenden;
 - j) Unternehmen, die im Bereich des Tourismus und Gastgewerbes tätig sind und Speisen und Getränke verabreichen, müssen geeignete Maßnahmen für die Aufwertung, die bessere Sichtbarkeit und Positionierung der Qualitätserzeugnisse der Dolomitenregion Drei Zinnen treffen;
 - k) Das gezielte Anbieten von Qualitätsprodukten aus der Dolomitenregion Drei Zinnen im Hotel- und Gastgewerbe ist für die Benutzung der Marke, die für die Drei Zinnen Dolomiten Herkunft steht, von grundlegender
- e) L'attività dell'utilizzatore del marchio non può essere illegale, immorale o discriminante, e deve essere apartitica e neutrale sul piano confessionale. Sono in ogni caso esclusi dall'uso del marchio i beni e i servizi dell'industria pesante nonché i materiali bellici e le armi;
 - f) I beni e i servizi devono essere di elevata qualità. Sono esclusi beni e servizi a basso prezzo. L'utilizzatore del marchio deve poter dimostrare il consolidamento dell'attività nel suo settore oppure perseguire iniziative innovative e promettenti. L'uso del marchio non potrà essere concesso nel caso in cui l'utilizzatore terzo, registrato o potenziale, non sia in possesso dei requisiti minimi di qualità richiesti o sia oggetto di giudizi negativi, superiori alla media, da parte della clientela.
 - g) I Prodotti agroalimentari che rispondano ai requisiti previsti dalla legge CCOBA del 22 dicembre 2005, n. 12, e successive modifiche, potranno recare “il marchio di qualità” introdotto dalla medesima legge.
 - h) Nel settore dei prodotti agroalimentari il marchio o elementi dello stesso, potranno essere utilizzati solo per prodotti tutelati da indicazione geografica protetta (IGP) o da denominazione d'origine protetta (DOP) riferibili all'Alta Pusteria e alla regione Tre Cime Dolomiti nonché per i vini DOC, qualora siano disciplinati da un regolamento specifico predisposto in concerto con il Brand management. Per questi prodotti, tutelati da norme comunitarie, l'uso del marchio, nella sua forma fissa, è disciplinato da specifiche regole concordate in collaborazione con il Brand management.
 - i) Per tutti gli altri prodotti agroalimentari – fatte salve le possibilità d'uso dell'indicazione di origine ai sensi dell'articolo 15 e delle indicazioni previste dalla direttiva sull'etichettatura 2000/13/CE - è vietato utilizzare sia il marchio di qualità che il marchio ombrello, nonché elementi degli stessi.
 - j) Le imprese attive nei settori del turismo e della ristorazione, che somministrano cibi e bevande, devono adottare misure opportune per valorizzare, rendere maggiormente visibile e migliorare il posizionamento dei prodotti di qualità della regione Tre Cime Dolomiti.
 - k) L'offerta mirata di prodotti di qualità della regione Tre Cime Dolomiti nei settori turistico-alberghiero è di fondamentale importanza per il rafforzamento e posizionamento del marchio. Le aziende che somministrano cibi e bevande devono offrire, in base alla disponibilità, cibi

Bedeutung. Die Hotellerie- und Gastronomieunternehmen müssen bei der Verabreichung von Speisen und Getränken – sofern lieferbar – in einem zumutbaren Ausmaß spezifische Produkte aus der Dolomitenregion Drei Zinnen auf ihren Speise-, Getränke- oder Frühstückskarten anbieten bzw. am Frühstücksbuffet führen. Sie müssen diese Produkte als Produkte aus der Dolomitenregion Drei Zinnen kennzeichnen oder ausschildern. Diese Verpflichtung gilt für alle Nahrungsmittelerzeugnisse der Dolomitenregion Drei Zinnen sowie für 3 Zinnen Dolomites DOC-Weine und Spirituosen. Zu den genannten Produkten zählen alle Produkte aus den Klassen 29,30,31,32 und 33;

- 1) In begründeten Fällen kann eine Sondererlaubnis zur Benutzung der Marke erteilt werden. Ebenso kann in begründeten oder in nicht im Reglement vorgesehenen Fällen die Verwendung der Marke verweigert werden.

Artikel 9

Einhaltung der Anwendungsrichtlinien

Der Markenbenutzer muss die Kollektivmarke unter strikter Beachtung der Anwendungsrichtlinien, wie sie in den Vorlagen (CD-Manual Stand: Juni 2016) beschrieben sind, verwenden.

Kapitel III

Verwaltung und Vergabe

Artikel 10

Inhaber der Kollektivmarke und Markenbenutzer

- 1) Träger und Inhaber der Kollektivmarke ist das Konsortium 3 Zinnen Dolomites vertreten durch dessen Präsidenten im Amt, mit Sitz in 39038 Innichen, Schattenweg 2F, Steuernummer 01150180212.
- 2) Die Kollektivmarke wird vom Konsortium 3 Zinnen Dolomites zur Benutzung allen Gemeinden, Unternehmen, Einrichtungen und Organisationen im gesamten Wirkungsraum der Drei Zinnen Dolomiten zum gegenseitigen positiven Imagetransfer vergeben. Der Markenbenutzer kann vom Image und der Marktkraft der Kollektivmarke profitieren und soll umgekehrt mit dem eigenen Image die Kollektivmarke stärken.

Artikel 11

Verwaltung der Marke

1. Der Inhaber der Marke beauftragt eine aus drei Personen bestehende Kerngruppe mit:
 - a. der Führung der Marke,
 - b. der Begutachtung der Anträge auf Benut-

e bevande tipici della regione Tre Cime Dolomiti. Essi devono essere contrassegnati o etichettati come prodotti della regione Tre Cime Dolomiti. Tale obbligo riguarda tutti i prodotti alimentari della regione, così come i vini DOC 3 Zinnen Dolomites e le bevande alcoliche. Fanno parte di questa categoria tutti i prodotti delle classi 29,30,31,32 und 33.

- 1) È prevista un'autorizzazione straordinaria per l'uso del marchio motivandone l'utilizzo. Potrà essere altresì rifiutato il permesso di utilizzo del marchio per motivi non previsti dal presente regolamento.

Articolo 9

Applicazione e rispetto delle regole

L'utilizzatore del marchio è obbligato al rispetto delle regole, riportate nel manuale (manuale CD versione giugno 2016).

Capitolo III

Gestione e assegnazione

Articolo 10

Titolare e utilizzatore del marchio

- 1) Detentore e titolare del marchio collettivo è il Consorzio 3 Zinnen Dolomites rappresentato dal presidente in carica pro tempore, con sede in 39038 San Candido, Via Ombrosa 2F, codice fiscale 01150180212.
- 2) Il marchio collettivo è conferito da parte del Consorzio 3 Zinnen Dolomites con priorità ai comuni, alle imprese, istituzioni e organizzazioni all'interno della sfera di influenza delle Tre Cime, allo scopo del reciproco e positivo trasferimento d'immagine. L'utilizzatore può trarre vantaggio dall'immagine e dalla forza del marchio collettivo e deve a sua volta potenziarlo attraverso la propria immagine.

Articolo 11

Gestione del marchio

1. Il titolare del marchio incarica un gruppo ristretto, composto da tre persone:
 - a. per la gestione del marchio;
 - b. per l'esaminazione delle richieste di uti-

- zung der Marke,
 - c. der Entscheidung allfälliger Anwendungs- und Auslegungsfragen betreffend die Strategie und Positionierung der Marke,
 - d. der Festlegung der Höhe des Prozentsatzes für die jährlichen Stichprobenkontrollen bei den registrierten Benutzern.
2. Die Kerngruppe schlägt dem Markeninhaber allfällige Änderungen dieses Reglements vor.
 3. Die Kerngruppe besteht aus:
 - a. dem Präsidenten des Konsortium 3 Zinnen Dolomites,
 - b. dem Vize-Präsidenten des Konsortium 3 Zinnen Dolomites
 - c. dem Direktor des Konsortium 3 Zinnen Dolomites
 4. Der Markeninhaber setzt als operative Stelle der Kerngruppe und als Ansprechpartner für die Benutzung der Marke eine Markenbeauftragte bzw. einen Markenbeauftragten ein. Diese Person ist insbesondere zuständig für die Bearbeitung der Anträge auf Benutzung der Marke gemäß Artikel 8 für die Beratung und Betreuung der Markenbenutzer, für die Erteilung der Freigabe gemäß Artikel 13 Absatz 2. Sie nimmt mit beratender Stimme an den Sitzungen der Kerngruppe teil oder ist Teil der Kerngruppe.
 5. Der bzw. die Markenbeauftragte kann auf der Grundlage einer Vereinbarung auch bei einer externen Stelle angesiedelt werden. Diese Person ist dem Konsortium 3 Zinnen Dolomites gegenüber weisungsgebunden; hinsichtlich ihrer Befugnisse untersteht sie der Kerngruppe.
- lizzo del marchio;
 - c. per decidere in merito a eventuali quesiti applicativi o interpretativi relativi alla strategia e al posizionamento del marchio;
 - d. per la determinazione della percentuale annuale dei controlli a campione da effettuare sugli utilizzatori registrati.
2. Il gruppo ristretto propone al titolare del marchio eventuali modifiche del presente regolamento.
 3. Il gruppo ristretto è composto:
 - a. dal presidente del Consorzio 3 Zinnen Dolomites,
 - b. dal vice-presidente del Consorzio 3 Zinnen Dolomites
 - c. dal direttore del Consorzio 3 Zinnen Dolomites
 4. Il titolare del marchio nomina una persona incaricata quale interlocutore per l'utilizzo del marchio, presso la quale il gruppo ristretto stabilisce la propria sede operativa. Questa persona è responsabile dell'evasione delle richieste d'utilizzo del marchio secondo l'articolo 8, per la consulenza e l'assistenza agli utilizzatori, per il rilascio del nulla osta ai sensi dell'articolo 13, comma 2. Essa partecipa alle sedute del gruppo ristretto con voto consultivo.
 5. La persona incaricata potrà, sulla base di un accordo, essere insediata anche presso un ufficio esterno. Essa resterà tuttavia sottoposta alle direttive del Consorzio 3 Zinnen Dolomites, mentre per quanto attiene alle sue funzioni dipenderà dal gruppo ristretto.

Artikel 12 Antrag auf Benutzung

1. Die Vergabe der Kollektivmarke erfolgt auf Antrag. Der Antrag kann schriftlich im Postwege oder telematisch eingebracht werden.
2. Der Antragsteller hat in seinem Antrag die wesentlichen persönlichen bzw. betrieblichen Daten anzugeben. Der Antrag muss vom Antragsteller oder, bei Betrieben, Vereinen/Konsortien, vom gesetzlichen Vertreter unterzeichnet werden.
3. Der Antragsteller oder dessen gesetzlicher Vertreter erklärt im Antrag zudem, die Vorgaben dieses Reglements und die Anwendungsrichtlinien gemäß Artikel 9 zu kennen, anzunehmen und einzuhalten sowie die Kollektivmarke weder unrechtmäßig noch missbräuchlich zu benutzen.

Artikel 13 Erlaubnis zur Benutzung

1. Der Antragsteller wählt zwischen der fixierten

Articolo 12 Richiesta d'utilizzo

1. L'assegnazione del marchio collettivo avviene in seguito a domanda. La richiesta può essere presentata per iscritto via posta o via telematica.
2. Il richiedente dovrà riportare, sul modulo della richiesta, i suoi dati personali o aziendali. La domanda dovrà essere firmata dal richiedente ovvero, in caso di aziende o associazioni/consorzi, dal legale rappresentante.
3. Il richiedente o di lui rappresentante dovrà dichiarare di conoscere, rispettare e accettare le disposizioni del presente regolamento e applicare le regole indicate nell'articolo 9. Inoltre non dovrà fare uso illegittimo o abusivo del marchio collettivo.

Articolo 13 Autorizzazione d'utilizzo

1. Il richiedente sceglie tra la forma fissa e/o

- Applikation und/oder der modularen Applikation gemäß Artikel 4.
2. Nach positiver Überprüfung des Antrages erhält der Antragsteller die Ermächtigung zur Benutzung der Kollektivmarke. Telematisch erhält er die individuellen Zugangsdaten für den Download der digitalen Vorlagen. Auf Wunsch werden ihm die entsprechenden Dateien zugesandt. Die Anwendungen der modularen Applikation müssen ausnahmslos dem Konsortium 3 Zinnen Dolomites vorab zur Freigabe vorgelegt werden. Diese wird ausschließlich im Falle einer Kollektivmarkengerechten und richtlinienkonformen Verwendung erteilt.
 3. Die Ablehnung der Erlaubnis zur Benutzung muss nicht begründet sein.
2. In caso di accettazione della richiesta, sarà rilasciata un'autorizzazione per l'utilizzo del marchio collettivo. I codici individuali necessari per poter scaricare i moduli digitali saranno inviati telematicamente. Su richiesta, saranno inviati i relativi file. Le applicazioni modulari del marchio dovranno essere autorizzate esclusivamente dal Consorzio 3 Zinnen Dolomites. Il nulla osta sarà concesso esclusivamente in conformità alle direttive e ai regolamenti del marchio collettivo.
 3. Il mancato accoglimento della richiesta d'utilizzo non dovrà essere motivato.

Artikel 14 Registrierte Benutzer

1. Mit der Erlaubnis zur Benutzung der Kollektivmarke gemäß Artikel 13 wird der Antragssteller offizieller Benutzer der Kollektivmarke.
2. Die Nutzungserlaubnis der Kollektivmarke ist nicht übertragbar.

Kapitel IV Benutzungsmöglichkeiten und -gebühren

Artikel 15 Benutzungsmöglichkeiten

Die Kollektivmarke kann unter anderem zu Promotionszwecken in werblichen Kommunikationsmaßnahmen (insbesondere Fernsehwerbung, Printwerbung, Onlinewerbung, eigene Drucksorten (Prospekte, Kataloge, Flyer, Poster, Plakate, Brief-/Geschäftspapier, Visitenkarten, etc.), Out-of-Home-Werbung, Messepräsenzen, Workshops, Gadgets, Sponsoring) verwendet werden.

Artikel 16 Benutzungsgebühren

Die Benutzung der Kollektivmarke ist gebührenfrei.

Kapitel V Kontrolle und Sanktionen

Artikel 17 Stichprobenkontrollen

1. Das Konsortium 3 Zinnen Dolomites überwacht die ordnungsgemäße Nutzung der Kollektivmarke und ist ermächtigt bei den Benutzern derselben Kontrollen durchzuführen.
2. Jeder Benutzer der Kollektivmarke ist verpflichtet, im Falle von Kontrollen alle von ihm ver-

Articolo 14 Utilizzatori registrati

1. Con il conferimento dell'autorizzazione all'utilizzo del marchio collettivo in base alle disposizioni dell'articolo 13, il richiedente riceverà la qualifica di utilizzatore ufficiale del marchio collettivo.
2. L'autorizzazione all'utilizzo del marchio collettivo non è trasferibile.

Capitolo IV Forme d'utilizzo e tariffe

Articolo 15 Varianti d'utilizzo

Il marchio collettivo può essere utilizzato per finalità promozionali, pubblicità e comunicazione (in particolare stampa, televisione, dépliant/cataloghi, pieghevoli, gadget, manifesti, inserzioni pubblicitarie, siti internet, carta intestata, biglietti da visita, sponsorizzazioni).

Articolo 16 Tariffe

Per l'utilizzo del marchio collettivo non è prevista alcuna tariffa.

Capitolo V Controlli e sanzioni

Articolo 17 Controlli a campione

1. Il Consorzio 3 Zinnen Dolomites vigila sul corretto uso del marchio collettivo ed è autorizzato a effettuare controlli presso gli utilizzatori dello stesso.
2. In caso di controllo ogni utilizzatore del marchio collettivo è tenuto a dimostrare tutti gli

wendeten Benutzungsmöglichkeiten der Kollektivmarke vorzulegen. Ebenso ist der Benutzer verpflichtet, die von ihm im Widerspruch zu den Anwendungsrichtlinien gemäß Artikel 6 genutzte Applikation diesen anzupassen.

3. Das Konsortium 3 Zinnen Dolomites kann mit der Durchführung der Kontrollen auch Dritte beauftragen.
4. Die Verweigerung zur Durchführung der Kontrollen und/oder die fehlende Anpassung der benutzten Applikationen an die Anwendungsrichtlinien gemäß Artikel 6 innerhalb der vorgegebenen Frist bedingt die Ablehnung des Nutzungsantrages oder den Widerruf der Nutzung der Kollektivmarke.

Artikel 18

Sanktionen bei unrechtmäßiger missbräuchlicher Benutzung der Kollektivmarke

1. Das Konsortium 3 Zinnen Dolomites wacht über die Einhaltung dieses Reglements und der Anwendungsrichtlinien gemäß Artikel 7.
2. Bei missbräuchlicher oder unrechtmäßiger Benutzung der Kollektivmarke – wozu die Verletzung dieses Reglements zählt – kann das Konsortium 3 Zinnen Dolomites die Nutzung der Kollektivmarke widerrufen.
3. Schließlich kann das Konsortium 3 Zinnen Dolomites den Ersatz des Schadens geltend machen, der ihm als Inhaber der Kollektivmarke durch die unrechtmäßige oder missbräuchliche Benutzung derselben entstanden ist.

Innichen, am 09.06.2016

utilizzi del marchio collettivo. L'utilizzatore è inoltre obbligato ad adempiere a tutte le azioni correttive delle non conformità prescritte dall'articolo 6.

3. Il Consorzio 3 Zinnen Dolomites può incaricare per l'esecuzione dei controlli anche terzi.
4. Il rifiuto di assoggettamento alle ispezioni e/o la mancata esecuzione delle azioni correttive in conformità alle regole di cui all'articolo 6 entro il termine indicato, comporta il non accoglimento della domanda di utilizzo del marchio o la revoca dello stesso.

Articolo 18

Sanzioni in caso d'utilizzo illegale o abusivo del marchio collettivo

1. Il Consorzio 3 Zinnen Dolomites vigila sul rispetto del presente regolamento e delle direttive conformi all'articolo 7.
2. In caso d'utilizzo abusivo o illegale - comprese le infrazioni al presente regolamento - il Consorzio 3 Zinnen Dolomites può revocare l'utilizzo del marchio collettivo.
3. Infine il Consorzio 3 Zinnen Dolomites in qualità di titolare del marchio potrà richiedere il risarcimento dei danni arrecategli tramite utilizzo illegale o abusivo dello stesso.

San Candido, il 09.06.2016