

ALLEGATO 2 BIS

Qui di seguito si riassumono i principali aspetti esaminati nella scheda.

Carattere: si intende distinguere tra il marchio a carattere **generale**, che riguarda cioè la generalità dei servizi, ad esempio di una certa provincia (e che può essere esteso anche ai prodotti), o a carattere **settoriale**, che riguarda uno o più settori dei servizi (es. agenzie immobiliari).

Estensione: questa distinzione ha invece riferimento all'estensione geografica del marchio, che può essere **nazionale**, o **territoriale** (ad esempio su base provinciale).

Contenuto: si intende chiarire se il marchio ha lo scopo di garantire la **qualità** intesa in senso generale o altri aspetti specifici, quali l'**adesione a un codice di condotta**, la **sicurezza**, l'**ambiente**, la **responsabilità sociale**, o **altri** (es. salute). Possono coesistere più caratteristiche, dato che tutti gli aspetti considerati sono oggi ritenuti compresi in un concetto di qualità più ampio.

Il concetto di codice di condotta, presente in numerose normative europee a tutela del consumatore, è oggi definito nel Codice del consumo (Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e sue modificazioni ed integrazioni) all'art. 27-bis.

Finalità: vanno indicate le specifiche finalità del marchio, come riportate nei documenti pubblicati sul sito Internet.

Gestione: va indicato il **oggetto gestore** del marchio, specificando se si serve o meno di un eventuale **verificatore esterno**, ed in caso positivo se si tratta di un **organismo di certificazione accreditato ai sensi del Regolamento europeo 765/2008 o no**.

Sito Internet: viene riportato il **link al sito Internet** del soggetto gestore.

Servizi di riferimento: vanno indicati il **settore o i settori di riferimento**. Se disponibile, ai settori andrebbe aggiunta la classificazione Ateco o secondo le categorie relative ai Marchi se il marchio è depositato presso l'UIBM (cfr. punto successivo).

Deposito del marchio c/o UIBM: se il marchio è stato depositato presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, vengono riportati il numero e la data dell'attestato di registrazione, o se il procedimento è ancora in corso, la data di deposito della domanda.

Imprese aderenti (facoltativo): se il soggetto gestore lo ritiene, può indicare il numero delle imprese aderenti ad una certa data.

N.B. Se, per un soggetto pubblico, l'utilizzo o meno di soggetti verificatori esterni assume il carattere di una scelta organizzativa, per i soggetti privati, specie se si tratta di rappresentanti delle categorie in questione (es. associazioni di categoria), l'utilizzo di organismi di certificazione accreditati secondo il citato regolamento europeo può rappresentare un elemento positivo di valutazione. Tuttavia, nel caso dei codici di condotta spesso è la stessa associazione a valutare il comportamento dei propri membri.