

## **DISCIPLINARE DI ADESIONE E LICENZA D'USO DEL MARCHIO FRIULANDO**

### **1. COS'È E COSA NON È**

FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE è una società che, attraverso la concessione in uso del proprio marchio registrato **FRIULANDO.** e il riutilizzo degli introiti della propria gestione per la realizzazione di iniziative volte a valorizzare l'identità delle aziende friulane e il loro legame con la Regione Friuli-Venezia Giulia, opera nell'ambito della promozione e la valorizzazione del territorio e degli aspetti storico-artistici, socio-culturali, ambientali e naturalistici del Friuli-Venezia Giulia.

L'obiettivo di FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE è promuovere le imprese di qualità *made in* Friuli-Venezia Giulia, rappresentando ai terzi, imprenditori e non, il valore aggiunto posseduto dalle imprese friulane che hanno in via predominante le proprie radici, le proprie sedi, le proprie risorse umane e non, e i propri valori etici e aziendali in questa Regione.

FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE opera attraverso un meccanismo di adesione, delle realtà economiche che intendono farne parte, caratterizzata da una quota annuale parametrata in diverse percentuali, sul fatturato economico dell'anno precedente all'anno di adesione, quota che viene reinvestita in iniziative condivise a vantaggio della collettività e, in via indiretta, della stessa compagine degli aderenti, grazie alla quale tali iniziative sono rese possibili.

Contro il pagamento della quota annuale, l'aderente a FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE ottiene la licenza d'uso del marchio **FRIULANDO.**, impegnandosi a utilizzarlo nel rispetto dei principi a cui la predetta società si ispira e senza lederne l'immagine di marchio del *business* regionale di qualità, nonché una pluralità di servizi per le imprese, selezionati parimenti secondo criteri di qualità e forniti in forma coordinata e integrata a prezzi e condizioni di favore.

FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE non è un'impresa incentrata sullo scopo di lucro. Essa possiede la forma e la sostanza di una società di capitali, requisito che si ritiene necessario per garantire il corretto dialogo con gli imprenditori, mentre la mission esprime: la sua vocazione trasversale, etica e fortemente identitaria mira a costruire progressivamente il volano del cambiamento della terra friulano-giuliana, valorizzandola per la ricchezza ch'essa ha e che, anche per la *forma mentis* che presuppone nei suoi attori di *business*, è il punto forte e caratterizzante di una vera e propria categoria di imprenditori.

FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE non è un'associazione, una onlus o una cooperativa, né tantomeno una fondazione. Essa opera come una società commerciale, quale è ad ogni effetto, poiché

è “un’impresa per gli imprenditori friulani”. È legata al principio dell’economicità (ossia al parametro minimo di pareggio tra costi e ricavi) e vocata alla realizzazione di un utile d’impresa, che tuttavia non distribuisce o distribuisce in minima parte, reinvestendolo invece in nuove attività e iniziative.

FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE non è una rete d’impresa. L’adesione a FRIULANDO comporta l’acquisizione della licenza d’uso del marchio **FRIULANDO**. e la partecipazione alle iniziative della società, l’attività di FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE ha una vocazione sociale incentrata sul *business* etico e per questa ragione essa resta autonoma e indipendente tanto da logiche di mero profitto quanto da indefinite basi di aderenti che rischierebbero di pregiudicare l’efficienza dell’attività svolta e la sua neutralità rispetto agli interessi del singolo settore.

## **2. PERCHÉ FRIULANDO E PERCHÉ COSÌ**

FRIULANDO esiste ed è stata pensata e realizzata come un’impresa sociale perché i canoni dell’imprenditoria privata sono ritenuti i migliori presupposti per la realizzazione di attività efficaci e remunerative sotto ogni aspetto, rispettose dei tempi rapidi del mercato, flessibili e adattabili al cambiamento, ed economicamente efficienti.

Sin dalla privatizzazione, formale e sostanziale, delle grandi società pubbliche si è compreso il valore aggiunto derivante dalla logica di profitto dell’impresa privata: oggi questa logica si sposa con l’orizzonte etico del fare *business* e la combinazione di questi valori si traduce in un nuovo strumento di valorizzazione dell’identità e della qualità, che per FRIULANDO è quella della nostra Regione.

## **3. CHI PUÒ ADERIRE A FRIULANDO**

L’adesione e l’utilizzo del marchio Friulando sono consentiti ad aziende o organizzazioni la cui attività sia coerente con tutti e tre i seguenti presupposti, interpretati tenendo conto delle peculiarità dei processi di produzione e di offerta che li caratterizzano con riguardo a ciascun settore di appartenenza:

### **a) La territorialità**

L’attività del soggetto richiedente utilizzo del marchio deve essere riferibile al territorio del Friuli Venezia Giulia con:

- sede legale in Friuli Venezia Giulia;
- 60% fra titolari, maestranze, collaboratori, devono essere residenti in Friuli Venezia Giulia;
- legame ed indotto con il territorio (radicamento risorse umane e imprenditoriali, approvvigionamenti locali ove possibile, collaborazioni con enti, imprese ed istituzioni).

## **b) Il contributo al miglioramento dell'attrattività del territorio**

Il marchio territoriale potrà essere utilizzato da soggetti:

- che con le loro attività e produzioni collaborino a rafforzare l'identità ed i valori del marchio stesso con specifica attenzione ed interesse per la narrazione del proprio territorio;
- che non compromettano la salvaguardia delle risorse ambientali, culturali e paesaggistiche che rendono di valore l'offerta del Friuli Venezia Giulia;
- che non pregiudichino l'immagine del Friuli Venezia Giulia a qualsiasi livello garantendo affidabilità ed autonomia (equilibrio economico-finanziario / assenza protesti / rispetto normative su contratti, igiene e sicurezza, welfare aziendale, crescita e tutela dei collaboratori );
- che presentino elementi di eccellenza per le particolari modalità produttive derivanti da tradizioni o da particolari innovazioni divenute patrimonio aziendale (relativamente a produzioni avente valenza nativa, storica o tradizionale);
- la cui attività sia accettata socialmente dalla popolazione residente, e non sia di disagio.

## **c) La generazione di indotto nella logica della sostenibilità di crescita socio-economica endogena**

L'attività delle organizzazioni private che utilizzano il marchio territoriale deve essere in grado di divenire volano del progresso sociale ed economico del territorio al quale esse appartengono, ovvero avere una rilevanza significativa nella generazione di ricadute socioeconomiche a livello locale con:

- attenzione e/o interesse a progetti per azioni di welfare aziendale e/o sociale,
- attenzione e/o interesse a progetti per azioni di Responsabilità Sociale d'Impresa,
- attenzione e/o interesse con disponibilità a percorsi di formazione individuale e/o aziendale,
- attenzione e/o interesse con disponibilità a progetti per l'ambiente e la sua tutela,
- attenzione e/o interesse con disponibilità a progetti per la valorizzazione delle culture locali.

Resta facoltà di FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE accettare o meno la richiesta di adesione delle singole imprese. L'eventuale mancata accettazione dell'adesione dev'essere tuttavia motivata in modo idoneo e sufficiente a consentire all'impresa richiedente di adeguare i parametri di adesione non allo stato soddisfatti e individuati come determinanti per la futura accettazione.

La perdita dei requisiti per l'adesione e l'utilizzo del marchio **FRIULANDO.** da parte dell'imprenditore costituisce valido motivo di recesso da parte di FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE dal contratto con lo stesso sottoscritto.

## **4. DIRITTI E DOVERI DEL LICENZIATARIO**

L'impresa aderisce al progetto sociale mediante la sottoscrizione del contratto di adesione e licenza d'uso del marchio **FRIULANDO.** e il pagamento della quota annuale di adesione, che ha validità e durata, come espressamente indicato nel contratto, dal 01 Luglio al 30 Giugno dell'anno successivo.

In caso di prima adesione in termini diversi, la quota annuale sarà parametrata ai residui mesi (interi) dell'anno di riferimento.

Per gli anni successivi al primo, la quota annuale dev'essere pagata entro il 30 Giugno di ogni anno.

Con l'adesione, l'impresa aderente diviene licenziataria del marchio **FRIULANDO.** e partecipa, essendone cofinanziatrice, delle iniziative e delle attività svolte da FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE, acquisendo i seguenti diritti e facoltà:

### **quanto all'utilizzo del marchio e dei servizi alle imprese**

- 1) esibizione del marchio **FRIULANDO.** sul proprio sito internet, sulle proprie pagine dei *social network* e in generale in tutti i riferimenti alla propria attività presenti sul *web*, nel rispetto dei parametri del book/brand
- 2) esposizione dell'insegna **FRIULANDO.** nei locali della propria azienda, nei luoghi e secondo le modalità più confacenti alla natura dell'attività esercitata;
- 3) utilizzo del marchio **FRIULANDO.** nella promozione della propria attività e nelle proprie iniziative e campagne pubblicitarie (quest'ultime, previa approvazione da parte di FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE);
- 4) inclusione tra le imprese licenziatricie del marchio **FRIULANDO.**, all'interno del sito e delle pagine dei *social network* di FRIULANDO;
- 5) realizzazione e messa a disposizione di materiali di promozione integrata del Friuli-Venezia Giulia e delle sue realtà d'impresa aderenti a FRIULANDO, suddivise per zone e settori.

### **quanto alla partecipazione all'attività di FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE**

- 1) inclusione del nominativo dell'impresa aderente e licenziataria all'interno delle comunicazioni divulgative e promozionali delle attività e iniziative organizzate e realizzate da FRIULANDO IMPRESA SOCIALE S.R.L.;
- 2) facoltà di proporre a FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE iniziative di valorizzazione del territorio e delle realtà locali secondo i suoi principi ispiratori;

- 3) accesso a tutti i servizi coordinati e integrati a FRIULANDO, di cui alcuni inclusi e altri a pagamento con separato contratto concluso direttamente con il terzo fornitore del servizio;
- 4) predisposizione e realizzazione di servizi per la singola impresa aderente quale accoglienza di clienti, *manager* o *partner* strategici provenienti dall'esterno dei confini regionali, e di eventi aperti alla collettività, cerimonie ed eventi socioculturali o sportivi, esperienze di *team-building*, ecc...

I diritti e le facoltà di utilizzazione del marchio contenuti nel presente articolo costituiscono altrettanti obblighi e limiti per le imprese licenziatricie, le quali devono utilizzare il marchio **FRIULANDO.** nell'ambito della propria attività d'impresa secondo quanto sopra previsto, valorizzandolo e non arrecando danno alcuno all'immagine di FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE e al marchio **FRIULANDO.**

## **5. VIOLAZIONE DEI DOVERI E DEI LIMITI GRAVANTI SUL LICENZIATARIO**

Il mancato pagamento della quota annuale di adesione entro il termine del 30 Giugno, di ogni anno determina in capo all'impresa aderente la decadenza dal contratto e la revoca della licenza d'uso del marchio **FRIULANDO.**, con esclusione di tutti i diritti, le facoltà e i benefici derivanti e connessi all'adesione.

La violazione dei doveri gravanti sul licenziatario come previsti nel contratto di adesione e licenza d'uso e nel presente disciplinare darà diritto a FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE di:

- recedere immediatamente dal contratto di adesione e licenza d'uso del marchio **FRIULANDO.** concluso con l'impresa autrice della violazione;
- trattenuta dell'intera quota annuale pagata dall'impresa autrice della violazione;
- richiesta e ottenimento da parte dell'impresa autrice della violazione di un importo pari alla quota annuale pagata da quest'ultima a titolo di penale per la violazione commessa, fatto salvo comunque il diritto al risarcimento del maggior danno eventualmente subito da FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE e/o dal marchio **FRIULANDO.**;
- richiesta di risarcimento da parte dell'impresa autrice della violazione del maggior danno subito da FRIULANDO S.R.L. IMPRESA SOCIALE e/o dal marchio **FRIULANDO.** in conseguenza della violazione medesima.

In ogni caso in cui sia esercitato il recesso, sia ai sensi del presente articolo che del successivo, il licenziatario dovrà cessare l'utilizzazione del marchio e rimuovere ogni riferimento combinato tra la propria realtà aziendale e il marchio **FRIULANDO.** entro 30 giorni dall'avvenuto recesso.

## **6. DURATA DEL CONTRATTO E DIRITTO DI RECESSO**

Il contratto di adesione e licenza d'uso può essere concluso a tempo determinato, per la durata di un anno o suoi multipli interi, o indeterminato.

A entrambe le parti è sempre riconosciuto il diritto di recesso che, salvi i casi di recesso immediato di cui all'art. 5, va comunicato per iscritto almeno 3 mesi prima della scadenza dell'anno in corso (ossia il 31 Marzo di ogni anno rispetto al 30 Giugno).

Il mancato esercizio tempestivo del diritto di recesso lo renderà efficace a decorrere dal primo anno rispetto al quale risulti rispettato il termine trimestrale di cui al periodo precedente, ferma la revoca espressa o tacita del recesso medesimo.

## **7. CONTROVERSIE, OBBLIGO DI MEDIAZIONE E FORO COMPETENTE**

Qualsiasi controversia relativa a sottoscrizione, interpretazione, esecuzione del contratto di adesione e licenza d'uso del marchio FRIULANDO o comunque in qualsivoglia modo connessa a tale contratto dovrà essere previamente sottoposta a una procedura di mediazione volta a rinvenire una composizione stragiudiziale delle ragioni delle parti interessate.

Il previo esperimento della procedura di mediazione costituisce una condizione per l'avvio di azioni giudiziali.

Per tutte le controversie di cui al presente articolo è competente il Foro di Udine.

Per tutte le controversie di cui al presente articolo è pattuito quale foro competente il Tribunale di Udine.