

LINEE GUIDA
E CRITERI OGGETTIVI DI DISTRIBUZIONE SELETTIVA
DI PRODOTTI C.P. COMPANY

INDICE

1. PREMESSE	3
2. POLICY SULL'UTILIZZO DEL MARCHIO "C.P. COMPANY", DEL MATERIALE PUBBLICITARIO E DELLE IMMAGINI DEI PRODOTTI	4
3. COLLABORAZIONE E RAPPORTI COMMERCIALI	7
4. LINEE GUIDA PER I NEGOZI.....	8
5. LINEE GUIDA PER LE VENDITE ONLINE.....	10

1. PREMESSE

Tristate International SA (di seguito anche soltanto "Tristate Int."), nella sua qualità di sublicenziante, e Altana Società Benefit Srl (di seguito anche soltanto "Altana"), nella sua qualità di sublicenziataria del marchio "C.P. Company" (di seguito, il "Marchio") limitatamente alla produzione, distribuzione e vendita della linea di abbigliamento bambino/ragazzo (di seguito, i "Prodotti"), dedicano il massimo impegno alla diffusione e alla tutela dell'immagine del Marchio consentendo allo stesso di godere di un consolidato prestigio internazionale e di essere riconosciuto, a livello mondiale, come segno distintivo caratterizzato da una forte e bendefinita identità, fondata sulla ricerca, sull'innovazione e sull'altissima qualità dei prodotti dallo stesso contraddistinti e da un contenuto in termini di stile e di design, ma pur/e sempre fedele a quella filosofia di empatia e di interpretazione dei bisogni delle community che ne ha decretato nel tempo il successo a livello internazionale.

Tristate Int. e Altana hanno pertanto adottato, per la distribuzione dei prodotti a marchio "C.P. Company", un sistema di distribuzione selettiva, allo scopo di preservare l'immagine, l'identità e il prestigio del Marchio e dei prodotti da esso contraddistinti, consentendo al contempo ai propri rivenditori autorizzati (di seguito, i "Clienti") di beneficiare di tutti i vantaggi derivanti dall'appartenenza alla rete di distribuzione selettiva di Tristate Int. e di Altana (di seguito, "Reti di Distribuzione"), in termini di immagine e promozione delle vendite.

A tal fine, Tristate ed Altana hanno adottato i criteri qualitativi oggettivi di distribuzione selettiva (di seguito, i "Criteri Oggettivi") contenuti nelle presenti linee guida (di seguito, le "Linee Guida"), che costituiscono parte integrante ed essenziale delle Condizioni Generali di Vendita e dettano i requisiti e le condizioni che tutti i Clienti appartenenti alle Reti di Distribuzione sono tenuti a soddisfare e ad osservare, essendo giustificati dalla natura stessa dei Prodotti.

I Criteri Oggettivi qui di seguito definiti costituiscono pertanto il metodo di valutazione circa la conformità e l'idoneità tanto di una impresa (di seguito "Richiedente") che richieda *ex novo* l'autorizzazione a vendere i Prodotti all'interno di uno o più punti vendita, ovvero sul proprio sito web, quanto di un Cliente già appartenente alla Rete di Distribuzione.

2. POLICY SULL'UTILIZZO DEL MARCHIO, DEL MATERIALE PUBBLICITARIO E DELLE IMMAGINI DEI PRODOTTI

Tristate Int. e Altana adottano la presente policy in relazione all'utilizzo del Marchio, del materiale pubblicitario e delle immagini dei prodotti contraddistinti dal Marchio al fine di consentire ai propri Clienti, che fanno parte della Rete di Distribuzione, di farne un utilizzo appropriato, legittimo e uniforme, in modo tale da tutelare il prestigio e l'immagine del Marchio stesso.

A tal fine Tristate Int. e Altana autorizzano i propri Clienti ad utilizzare esclusivamente il Marchio relativo ai Prodotti acquistati ed effettivamente offerti al pubblico attraverso i propri canali di vendita, soltanto nei limiti qui stabiliti e nel rispetto delle condizioni espresse nel presente documento.

L'autorizzazione all'uso del Marchio, nei limiti contemplati nelle presenti Linee Guida, non implica alcuna rinuncia alla titolarità di tutti i diritti relativi al Marchio, che sono e resteranno di esclusiva proprietà del titolare degli stessi. Conseguentemente, il Cliente si obbliga a rispettare le modalità di utilizzo del Marchio determinate nelle presenti Linee Guida e a non effettuare e/o richiedere, in qualunque parte e luogo, alcun deposito e/o registrazione del Marchio, né di altri marchi simili o identici, o comunque confondibili o che, in ogni caso, contengano elementi ideativi e/o evocativi del Marchio stesso.

Modalità di utilizzo del Marchio e dei relativi loghi

Salvo quanto previsto nella successiva sezione 5 (Linee guida per le vendite on-line), l'uso del Marchio relativi ai Prodotti acquistati dal Cliente è autorizzato soltanto per le finalità, alle condizioni e nel rispetto dei limiti di seguito descritti:

- il Marchio non può essere utilizzato a titolo di insegna, essendo tale utilizzo concesso esclusivamente alle boutique monomarca che fanno parte del Gruppo Tristate;
- salvo Altana dia diversa autorizzazione scritta (es. "vetrina dedicata"), il Marchio può essere utilizzato unicamente come vetrofania sulle vetrine delle boutique autorizzate alla vendita dei Prodotti (di seguito, "Boutique") ed esclusivamente all'interno di un elenco di altri marchi proposti in vendita nella stessa Boutique, senza alcuna associazione ad immagini, foto o altro materiale informativo e/o promozionale;
- per posizione e dimensioni, il Marchio non deve essere prevalente rispetto agli altri marchi raffigurati nel medesimo elenco;
- nel caso di materiali POS marchiati C.P. Company messi a disposizione da Altana ai Clienti, detti materiali non possono essere in alcun modo modificati senza la preventiva autorizzazione di Altana e devono essere mantenuti in uno stato di ordine e sistemazione eccellenti.

Salvo quanto previsto nella successiva sezione 5, l'utilizzo dei loghi relativi al Marchio (di seguito, i "Loghi"), potrà avvenire soltanto previa autorizzazione scritta da parte di Altana ed esclusivamente secondo la raffigurazione grafica riprodotta di seguito:

C.P. Company



C.P. Company & Sailor



È inoltre fatto espresso divieto senza la previa autorizzazione scritta di Altana:

- riprodurre i loghi secondo modalità e caratteristiche diverse da quelle sopra indicate;
- abbinare il Marchio o i Loghi della linea Uomo ai Prodotti della linea Undersixteen e viceversa;
- esporre il Marchio o i Loghi in boutique non autorizzate alla vendita dei Prodotti.

Immagini e video delle campagne pubblicitarie istituzionali e delle campagne vendite

È fatto espresso divieto di riprodurre, diffondere o utilizzare in qualsiasi modo immagini e video delle campagne pubblicitarie e/o promozionali "C.P. Company" e dei prodotti presentati ed esposti in showroom o in qualsiasi altro locale del Gruppo Tristate o di Altana, o ancora sui siti web del Gruppo Tristate o di Altana in occasione di campagne vendite, presentazioni di collezioni o di altro evento analogo. In particolare, a titolo puramente esemplificativo, il Cliente non potrà utilizzare detti video o immagini per inserirli su cataloghi, pubblicità, cartelli vetrina, inviti, siti web o qualsiasi altro supporto cartaceo o digitale (inclusi pop-up, pop-under, banners, social media, etc.), fatta eccezione per il materiale fornito direttamente da Tristate Int. o da Altana il cui utilizzo sia stato preventivamente autorizzato per iscritto da queste ultime.

Immagini dei Prodotti

Il forte carattere identificativo del Marchio comporta come inevitabile conseguenza la facile riconoscibilità dei Prodotti contraddistinti da tale Marchio e, quindi, la implicita associazione dei Prodotti stessi al Marchio.

Tale identificabilità del Marchio implica la necessità di utilizzare tutte le immagini, cartacee o digitali, dei relativi Prodotti, con prudenza ed opportuna cautela, ed in modo oculato, al fine di trasmettere e preservare il carattere distintivo che da sempre li contraddistingue. È pertanto vietato utilizzare foto e altre immagini dei Prodotti, di qualunque natura esse siano, per qualsiasi finalità diversa dalla vendita e dalla promozione dei medesimi, senza la previa autorizzazione scritta di Altana. Al fine di mantenere un elevato standard di comunicazione e di uniformità di immagine, Altana permette ai propri Clienti l'utilizzo di materiale ufficiale secondo le modalità e nei limiti indicati di volta in volta dalla medesima Altana.

3. COLLABORAZIONE E RAPPORTI COMMERCIALI

Ai fini di una corretta ed efficace gestione della propria Rete di Distribuzione, Tristate Int. e Altana chiedono ai propri Clienti la massima collaborazione e lo scambio costante di ogni informazione necessaria ad un proficuo svolgimento del rapporto commerciale, fornendo ogni notizia o dato utile a tale scopo (ivi compresi, qualora determinate circostanze lo richiedano, i risultati di vendita).

Il Cliente è tenuto a non vendere i Prodotti a rivenditori che non fanno parte della Rete di Distribuzione di Altana.

Il Cliente è tenuto inoltre a rispettare, secondo principi di correttezza e buona fede, tutti i termini e le condizioni concordati con Altana e contenuti nella documentazione sottoscritta.

Altana fornirà ai propri Clienti un listino dei prezzi suggeriti per la vendita al dettaglio dei Prodotti.

Al fine di tutelare in modo uniforme l'immagine del Marchio secondo la strategia commerciale predisposta a livello globale, Altana comunicherà inoltre al Cliente i periodi di vendita di fine stagione. Allo stesso fine, Altana fornirà ai Clienti un elenco di Prodotti che consiglia di mettere in saldo durante i suddetti periodi di vendita di fine stagione, ovvero durante quelli previsti dalle singole legislazioni nazionali. Tale elenco riporterà altresì le percentuali di sconto suggerite. Allo stesso modo, Altana fornirà ai Clienti un elenco di Prodotti che consiglia di non mettere in saldo.

4. BOUTIQUE

In relazione al proprio, o ai propri punti vendita (di seguito, "Boutique"), per far parte della Rete di Distribuzione di Altana il Cliente deve soddisfare i requisiti descritti qui di seguito.

Immagine e qualità della Boutique

Al fine di preservare l'immagine e il prestigio del Marchio e dei Prodotti, la Boutique deve essere un punto vendita di prodotti di abbigliamento sportswear premium o di lusso o un reparto a ciò dedicato, il cui ambiente interno ed esterno deve essere all'altezza del prestigio e della notorietà del Marchio e dei prodotti.

La qualità dell'ambiente esterno ed interno di ciascuna Boutique è valutata sulla base dei seguenti elementi:

- posizione geografica all'altezza del prestigio e della notorietà del Marchio e dei Prodotti, tenendo conto delle peculiarità legate alla specifica area geografica, dell'aspetto dell'edificio o del centro commerciale che ospita la Boutique, dell'aspetto delle strade circostanti, dell'accessibilità, del prestigio delle attività commerciali circostanti;
- aspetto generale, pulizia e manutenzione dei locali della Boutique, del suo ingresso e delle vetrine;
- aspetto e qualità dell'insegna della Boutique;
- aspetto e manutenzione generale della facciata esterna della Boutique;
- qualità e manutenzione degli arredi interni della Boutique;
- qualità dell'area di esposizione, delle scaffalature e delle vetrine;
- qualità e manutenzione dei pavimenti, delle pareti, dei soffitti, degli infissi e dei sistemi di illuminazione;
- adeguatezza della rappresentazione del Marchio all'interno della Boutique;
- disposizione e presentazione dei Prodotti all'interno della Boutique anche in riferimento alla prossimità e/o separazione rispetto a prodotti concorrenti.

Presentazione dei Prodotti

In particolare, per quanto riguarda la presentazione dei Prodotti all'interno della propria Boutique, ogni Cliente è tenuto a:

- rappresentare in forma corretta e completa la collezione "C.P. Company Undersixteen" per tutte le categorie merceologiche acquistate;
- presentare i Prodotti in modo adeguatamente visibile e di impatto, anche se in area multi-brand;
- evitare di posizionare i Prodotti accanto ad altri prodotti che, per ragioni di somiglianza, possano creare confusione nella percezione del brand da parte del cliente finale, né accanto ad articoli appartenenti al settore fast fashion e casual;
- evitare di porre in vendita prodotti la cui vicinanza possa svilire l'immagine dei Marchi;
- rispettare le linee guida che verranno fornite da Altana per i periodi di vendita di fine stagione;
- presentare i Prodotti insieme a quelli di altri marchi di riferimento nel settore dello

sportswear premium o di lusso.

Personale addetto alla vendita

La qualità della consulenza ed assistenza alla vendita, da parte del personale della Boutique, ed in generale dell'esperienza di acquisto da parte del cliente finale è valutata sulla base dei seguenti elementi:

- numero, qualifica ed immagine degli addetti alla vendita;
- esperienza maturata dagli addetti alla vendita, in particolare nella vendita di articoli di sportswear premium o di lusso;
- formazione degli addetti sui Prodotti e sul Marchio;
- qualità dell'accoglienza e disponibilità degli addetti nel corso dell'esperienza di vendita a fornire informazioni o consigli sui Prodotti ed il Marchio.

In particolare, ogni Cliente è tenuto a:

- garantire un numero adeguato di personale addetto alla vendita in relazione alle dimensioni e ai volumi di vendita della propria Boutique;
- formare adeguatamente il proprio personale per garantire una consulenza cortese, competente, efficiente e appropriata, in risposta a qualsiasi richiesta ricevuta.

Obbligo di assistenza e garanzia

Ogni Cliente è tenuto ad assicurare ai propri clienti tutte le garanzie previste dalla legge applicabile in materia di vizi e difetti di conformità dei Prodotti.

A tal fine ogni Cliente deve avere un servizio post-vendita, che gli consenta di gestire in modo rapido ed efficiente le richieste provenienti dai clienti finali.

5. VENDITE ON-LINE

La vendita dei Prodotti attraverso il canale di vendita on-line (di seguito "Vendita On-line") è consentita soltanto nel pieno rispetto dei limiti, dei requisiti e delle modalità indicati nel presente documento, che permettono di garantire elevati standard qualitativi e di assicurare la corretta e uniforme divulgazione dell'immagine del Marchio e dei Prodotti, in conformità con quanto previsto per la vendita nelle Boutique.

La Vendita On-line è consentita a condizione che il Cliente dia a Tristate Int. e ad Altana la possibilità di verificare il nome a dominio proposto, l'aspetto e i contenuti del proprio sito web, al fine di verificare che essi siano in linea con tutte le condizioni espresse nelle presenti Linee Guida.

Il Cliente deve inoltre:

- adottare ogni misura necessaria ad evitare che si possa creare confusione nel pubblico tra il proprio sito web e quelli di proprietà del Gruppo Tristate o di Altana;
- evitare di rappresentare il proprio sito web in modo tale da suggerire che esso sia quello ufficiale "C.P. Company";
- fare in modo che l'URL del proprio sito non violi in alcun modo il Marchio e/o gli altri segni distintivi appartenenti al Gruppo Tristate o ad Altana.

È espressamente richiesto ai Clienti di impiegare tecniche di vendita che siano compatibili con il settore sportswear premium o del lusso e idonei a garantire l'identità e il prestigio del Marchio.

Con riferimento alla vendita dei Prodotti mediante piattaforme e-commerce (denominate anche marketplace) o social network, Altana e i Clienti condividono la necessità di evitare l'utilizzo di marketplace e social network non idonei a garantire elevati standard qualitativi quali eBay e Amazon (marketplace) o Facebook (social network). Per i marketplace e social network come Farfetch e Instagram, i Clienti sono autorizzati a offrire in vendita i Prodotti a condizione che avvenga in modo tale da non ledere l'immagine e il prestigio del Marchio e dei Prodotti.

Ogni Cliente deve garantire che la promozione e la Vendita On-line dei Prodotti sia completamente conforme a tutta la legislazione applicabile e deve assicurarsi che i visitatori del suo sito web, gli utenti e i consumatori, ricevano tutte le informazioni e le tutele contemplate dalla legge.

5.1 REQUISITI DEI SITI WEB

La qualità e l'aspetto del sito web sono valutati tenendo in considerazione i seguenti elementi:

- dal punto di vista tecnico:
 - o il tempo di accesso al sito e di navigazione tra le pagine,
 - o la sicurezza del sito e del sistema di pagamento,
 - o le funzionalità del sito e la sua compatibilità con i vari tipi di dispositivi,
 - o il posizionamento sui motori di ricerca (naturale e a pagamento) del sito;
- dal punto di vista estetico:
 - o la qualità grafica generale del sito,

- la qualità della presentazione dei Prodotti e l'accessibilità alle pagine ad essi dedicate,
- la qualità di navigazione all'interno del sito,
- la qualità delle immagini,
- la quantità e qualità di pubblicità all'interno del sito;
- dal punto di vista contenutistico:
 - la qualità dei contenuti,
 - la frequenza di aggiornamento degli stessi,
 - la separazione grafica tra i Prodotti e altri prodotti offerti in vendita sul sito,
 - la qualità delle pagine di contatto,
 - la qualità del servizio post-vendita,
 - le tempistiche di risposta alle domande dei visitatori del sito,
 - l'informazione sulla disponibilità dei Prodotti.

In particolare, al fine di garantire una qualità e un'immagine del sito adeguata, alla luce dei criteri di valutazione su eposti, il sito web:

- deve essere appositamente progettato per la promozione e la vendita di prodotti premium o di lusso e realizzato in modo professionale;
- deve garantire e mantenere una presentazione grafica e una qualità che, nella percezione del pubblico, siano coerenti con l'immagine ed il prestigio del Marchio e dei Prodotti;
- non deve contenere materiale, testi, banner o link ad altri siti web che non siano compatibili con l'immagine e il prestigio dei Prodotti venduti o che violino diritti di terzi;
- può contenere soltanto link ad altri siti web di comprovata affidabilità professionale e commerciale, a condizione che abbiano contenuti simili, standard di qualità elevati e caratteristiche delle immagini di alto livello.

Presentazione dei Prodotti e del Marchio

Al fine di garantire la corretta presentazione al pubblico dei Prodotti e del Marchio, ogni sito web:

- deve offrire in vendita una gamma di Prodotti che rappresenti esaustivamente l'accollezione acquistata dal Cliente;
- deve consentire la sola visualizzazione di Prodotti disponibili in magazzino o per i quali il Cliente possa garantire una consegna tempestiva;
- deve offrire in vendita i prodotti di altri marchi di riferimento nel settore della moda dello sportswear premium o del lusso;
- deve utilizzare e consentire di visualizzare il Marchio e i relativi Loghi in modo coerente con l'esigenza di tutelarne l'immagine e il prestigio e in conformità a quanto previsto dalle presenti Linee Guida (v. *infra* par. 5.2);
- deve avere una sezione e pagine Brand dedicate alla promozione e alla rivendita dei Prodotti, separate dalla sezione e dalle pagine in cui il Cliente promuove e vende altri Brand, è ammessa la coesistenza dei Prodotti con prodotti di altri marchi in listing page di categorie di prodotti (ad es. "giacche");
- deve avere una funzione di ricerca che consenta di visualizzare soltanto i Prodotti afferenti al Marchio in seguito alla ricerca delle parole "C.P. Company";
- deve consentire di visualizzare i dettagli dei Prodotti in modo che il cliente finale riceva informazioni adeguate, in particolare in merito alle caratteristiche, al nome, alla taglia e all'utilizzo dei Prodotti;

- deve presentare, attraverso fotografie e immagini di alta qualità, una descrizione fedele ed esatta dei Prodotti stessi.

Rapporti con i consumatori, servizio di assistenza e sicurezza delle transazioni

Ogni Cliente che intenda vendere on-line i Prodotti:

- deve avere un proprio servizio di assistenza clienti raggiungibile via e-mail e/o telefonicamente, in grado di rispondere alle richieste dei propri clienti in modo rapido ed efficiente;
- deve illustrare chiaramente sul sito web la propria policy post-vendita;
- deve fare in modo che ogni consumatore finale possa avere informazioni aggiornate sulla tracciatura della spedizione dei Prodotti, fino al momento della consegna fisica;
- deve formare o far formare adeguatamente il personale del servizio di assistenza clienti per garantire una consulenza appropriata in risposta a qualsiasi richiesta ricevuta;
- deve consegnare solamente Prodotti in perfetto stato, non alterati anche nella loro etichettatura;
- deve accertarsi che il Prodotto sia sempre accuratamente confezionato e adeguatamente protetto;
- deve dotare il proprio sito di un programma sicuro per tutte le transazioni e prevedere funzionalità di pagamento sicure quali per esempio verified by Visa, Paypal, Google Pay, Apple Pay, Amazon Pay (riportando il rispettivo logo) e criptate (ad esempio, https) o altre tecnologie che siano di prassi comune in tutto il settore della vendita di articoli premium online;
- senza pregiudizio alla facoltà di rivendita dei Prodotti ad altri Clienti che siano parte della Rete di Distribuzione, deve impegnarsi a far sì che ogni singolo cliente possa acquistare una limitata quantità di Prodotti.

5.2 CORPORATE IDENTITY

Il Cliente deve utilizzare il testo riportato di seguito in relazione al background e alla storia del Marchio senza modificarlo (è possibile selezionare alcune frasi senza apportare modifiche):

"In 1971 Massimo Osti, a young graphic designer from Bologna who would go on to be recognized as the "godfather of urban sportswear," founded the brand Chester Perry, famous for its screen-printed t-shirts. In 1978 he changed the name in C.P. Company. This drier, more mature name inaugurated one of the most explosive and influential bursts of creativity in the history of sportswear.

Over the last decades the brand has continued to pioneer a connoisseurial hybrid style that combines the functionality of vintage military, work and sportswear with intense fabric research and innovation, heightened by using garment dyeing, a technique which C.P. Company was the first brand in the world to pioneer in the mid-1970s. This hybridization of functional menswear and Italian fabric innovation is the origin of C.P. Company and still today remains the basis of every piece of clothing to carry the C.P. Company label".

Altana fornirà gli elementi grafici e descrittivi che potranno essere utilizzati dai Clienti per le rappresentazioni grafiche online.

I materiali saranno composti da:

- LOGO in formato vettoriale
- IMMAGINE DI RIFERIMENTO STAGIONALE
- CORPORATE PROFILE

5.2.1 USO DEL LOGO "C.P. Company"

Salva diversa indicazione scritta, l'utilizzo del Logo "C.P. Company" per le Vendite On-line è consentito soltanto nel rispetto delle seguenti condizioni:

Versioni del logo

C.P.
COMPANY

C.P. COMPANY

C.P.
COMPANY
undersixteen

Di seguito l'area di rispetto da tenere intorno al Logo:





Regole generali:

1. Non cambiare colore al logo
2. Non usare il logo con le sole outline
3. Non applicare trasparenze, ombre o altri effetti
4. Non distorcere il logo
5. Non modificare lo spazio tra le lettere
6. Non ruotare il logo

Esempi:

1



2



3



4



5.2.2 USO DEL LOGO C.P. COMPANY & SAILOR

Salvo diversa indicazione scritta, l'utilizzo del Logo "C.P. Company & Sailor" per le Vendite Online è consentito soltanto nel rispetto delle seguenti condizioni:

Versioni del logo



Di seguito l'area di rispetto da tenere intorno al Logo:



Regole generali:

1. Non cambiare colore al logo
2. Non usare il logo con le sole outline
3. Non applicare trasparenze, ombre o altri effetti
4. Non distorcere il logo
5. Non modificare lo spazio tra le lettere
6. Non ruotare il logo

5.3 LINEE GUIDA PER LA PUBBLICITÀ DIGITALE

Assumendo come condivisa l'accezione che la "Digital Display Advertising" (di seguito anche solo "Display Advertising") è quella forma pubblicitaria che utilizza spazi a pagamento all'interno di un contenuto di interesse dell'utente in cui promuovere un prodotto/servizio e che sotto questa macro categoria rientrano 4 grandi sotto categorie, ossia Banner, Buttons, Pop-up e Pop-under, si riportano di seguito le regole e linee guida per la pianificazione della Display Advertising dei Prodotti ad opera dei Clienti.

La pianificazione della Display Advertising e il contenuto delle pubblicità digitali dovranno sempre e comunque essere coerenti con l'immagine e il prestigio del Marchio e adatte per promuovere in modo appropriato il Marchio e i Prodotti.

In ogni caso, è fatto divieto di promuovere il Marchio ed i Prodotti in associazione o comunque

all'interno di un medesimo spazio pubblicitario inclusivo di altri prodotti e brand.

Selezione dei Siti Web

La pubblicità inerente ai Prodotti dovrà essere inserita in siti web con una qualità editoriale riconosciuta come alta dal mercato di riferimento e che siano rivolti ad un pubblico in linea con la tipologia dei Prodotti presentati. In generale, Tristate Int. e Altana scelgono per il Marchio di fare pubblicità sulle seguenti categorie di siti web: (i) moda, (ii) lifestyle, (iii) informazione, (iv) interesse generale e (v) social network.

Formati

Tristate Int. e Altana prediligono i formati banner standard riconosciuti dallo IAB (Internet Advertising Bureau). Tristate Int. e Altana non accettano che vengano utilizzati formati che vadano a danneggiare l'immagine ed il tone of voice del Marchio.

Dispositivi "Mobile"

Tristate Int. e Altana seguono il trend del display on-line che prevede che le pianificazioni siano "cross-device" di default, ossia che compaiano simultaneamente su tutti i supporti che prevedono la visualizzazione dei siti selezionati per la campagna pubblicitaria. Per questo motivo i formati di Advertising Display devono essere realizzati in linguaggi di programmazione adatti anche ai dispositivi "mobile" (es.html5 o responsive) che garantiscano una "user experience" di qualità da qualsiasi dispositivo.

Testi e Materiale Creativo

Per il corpo, la dimensione e le caratteristiche grafiche dei testi e dell'impaginazione degli annunci si fa riferimento a quanto indicato al precedente punto 5.2.

Al fine di evitare che si possa creare confusione nel pubblico tra la pubblicità promossa dal Cliente e la pubblicità promossa da Tristate Int. e/o da Altana, i Clienti possono utilizzare nella pubblicità digitale il Marchio solo ed esclusivamente in associazione all'insegna.

5.4 LINEE GUIDA PER LA PUBBLICITÀ DIGITALE SUI SOCIAL NETWORK

Assumendo come condivisa l'accezione che per "Social Network Advertising", altrimenti denominato "social media targeting", si intendono tutte quelle forme di pubblicità on-line che si espletano sui social media network, si riportano di seguito le linee guida e le regole per la pianificazione della "Social Network Advertising" dei Prodotti ad opera dei Clienti.

La pianificazione della Social Network Advertising e il contenuto delle pubblicità digitali sui social network dovranno sempre e comunque essere coerenti con l'immagine e il prestigio del Marchio. Tristate Int. e Altana si riservano il diritto di verificare che la Social Network Advertising e il contenuto delle pubblicità digitali sui social network siano adatte per promuovere in modo appropriato il Marchio e i Prodotti. I Clienti devono attenersi alle eventuali indicazioni ricevute da Tristate Int. e/o Altana in materia di pubblicità digitali sui social media.

Selezione dei Social Media

La pubblicità inerente ai Prodotti dovrà essere inserita solo all'interno dei social network più importanti secondo il riconoscimento del mercato di riferimento e dove gli utenti sono già abituati a visualizzare e condividere contenuti legati alla moda e all'abbigliamento sportivo premium.

I social network approvati da Tristate Int. sono i seguenti:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Pinterest
- Wechat
- Sina Weibo
- Twitch
- Tik Tok
- Snapchat

L'utilizzo di social network non inclusi nella lista non è accettato.

Posizionamento e Formati

Il contenuto delle pubblicità digitali dovrà sempre e comunque essere coerente con l'immagine e il prestigio del Marchio.

Altana si riserva il diritto di verificare in qualsiasi momento che i criteri stabiliti dalle presenti Linee Guida siano effettivamente soddisfatti e continuino ad esserlo. Qualora, all'esito della verifica, emerga che i requisiti previsti nelle presenti Linee Guida non siano soddisfatti, Altana notificherà al Cliente l'elenco degli elementi non conformi e gli richiederà di adottare tutte le misure necessarie al fine di ristabilire la conformità delle proprie modalità di vendita alle indicazioni di Tristate Int. e/o di Altana ed alle presenti Linee Guida.

Qualora il Cliente non abbia posto rimedio alle difformità notificate entro 30 (trenta) giorni, Altana avrà diritto di interrompere la relazione commerciale con il Cliente o di revocare l'autorizzazione alla Vendita On Line. Altana si riserva ogni diritto al risarcimento dei danni subiti (compresi quelli di immagine).

Le presenti Linee Guida sono valide fino a successive integrazioni e/o modifiche.