

Linee Guida per l'Uso Appropriato dei Marchi Commerciali Swarovski® per gli Acquirenti di Cristalli a Marchio Swarovski®

Gentile Cliente,

La ringraziamo per aver acquistato Cristalli a Marchio Swarovski®. Ci congratuliamo per la vostra scelta e desideriamo fornire una guida pratica sull'uso appropriato dei marchi commerciali Swarovski nelle vostre comunicazioni commerciali.

Swarovski è, fin dal 1895, il marchio di alta qualità per i più raffinati ornamenti in cristallo. È riconosciuto in tutto il mondo per la sua eccellenza innovativa e le sue collaborazioni con designer e marchi di primo piano nell'industria della moda, della gioielleria, degli accessori, dell'architettura d'interni e dell'illuminazione.

Disponibili in una miriade di colori, effetti, forme e dimensioni, i cristalli di Swarovski offrono ai designer una favolosa gamma di ispirazione e sono prodotti ai sensi dell'innovativo standard c.d. *Advanced Crystal* (senza piombo *). Nati dalla passione per i dettagli e da un taglio di alta precisione, questi preziosi componenti infondono un fascino raffinato ad ogni oggetto che impreziosiscono.

Nel rispetto di questi elevati standard, Vi chiediamo di seguire le Linee Guida relative all'uso del marchio Swarovski in tutte le vostre comunicazioni commerciali. Queste Linee Guida fanno riferimento a:

- **Applicazione delle Linee Guida:** A chi, quando, e in quali circostanze si applicano queste Linee Guida?
- **Linee Guida Fondamentali:** Linee Guida per tutti gli usi del marchio commerciale Swarovski da parte di tutti i clienti diretti e indiretti di Swarovski.
- **Linee Guida Aggiuntive per i Clienti "Ingredient Brand":** Guida per l'uso del marchio commerciale Swarovski quale *Ingredient Brand* da parte di clienti che incorporano Cristalli a Marchio Swarovski® nei loro prodotti finiti o semi-finiti, o da parte di rivenditori di tali prodotti.
- **Linee Guida Aggiuntive per i Clienti Rivenditori:** Guida per l'uso del marchio commerciale Swarovski da parte di clienti rivenditori che acquistano Cristalli a Marchio Swarovski® per la successiva distribuzione e rivendita.

Swarovski considera seriamente qualsiasi uso non appropriato dei suoi marchi commerciali. Il monitoraggio dell'uso dei nostri marchi commerciali sul mercato rappresenta una misura necessaria per proteggere il valore e l'immagine del marchio Swarovski a vantaggio di tutti coloro che hanno interessi legati a Swarovski, compresi i nostri clienti. Per questo motivo è necessaria la Vostra collaborazione nel seguire le presenti Linee Guida al fine di mantenere alto il valore e l'immagine del marchio Swarovski..

Si raccomanda inoltre di ricontrollare con frequenza queste Linee Guida, poiché verranno periodicamente aggiornate.

Domande e Contatti

Per qualsiasi domanda relativa all'uso appropriato dei marchi e dei marchi commerciali Swarovski, o riguardo al programma di branding, vi preghiamo di contattare:

Swarovski Professional Branding: sp.branding@swarovski.com

*Cristallo e tutti gli altri materiali contenenti fino allo 0.009% di piombo.

Applicazione delle presenti Linee Guida

Le presenti Linee Guida si applicano agli usi dei marchi commerciali Swarovski® da parte di tutti gli acquirenti di cristalli sciolti e prodotti semifiniti a Marchio Swarovski®. Sono inclusi gli acquirenti diretti e indiretti (coloro i quali non acquistano direttamente da Swarovski ma attraverso un rivenditore), coloro i quali acquistano per rivendere, e coloro che acquistano per impreziosire i propri prodotti finiti.

Le presenti Linee Guida si applicano a tutti gli usi dei marchi commerciali Swarovski: pubblicità, web, materiali per la commercializzazione, packaging, etc.

Qualora un acquirente di Cristalli a Marchio Swarovski® abbia stipulato un accordo con Swarovski, come ad esempio contratti di acquisto, vendita, branding o accordi di licenza, e qualora vi sia un contrasto tra tale(i) diverso(i) accordo(i) e le presenti Linee Guida, allora tale(i) diverso(i) accordo(i) avrà/avranno precedenza rispetto a queste Linee Guida.

Linee Guida Fondamentali

Di seguito sono riassunte le Linee Guida Fondamentali. Per ulteriori dettagli ed esempi riguardanti ciascuna Linea Guida, cliccate sulle Linee Guida:

1. Utilizzate il marchio commerciale Swarovski® solamente con riferimento a Cristalli a Marchio Swarovski®.
2. Assicuratevi che i vostri cristalli siano al 100% prodotti a Marchio Swarovski®.
3. Non fate alcun uso dei loghi Swarovski a meno che non abbiate sottoscritto un accordo relativo al logo o salvo che sia diversamente stabilito nelle presenti Linee Guida.
4. Utilizzate in modo appropriato il marchio commerciale Swarovski solamente quale riferimento testuale nel corpo del testo.
5. Utilizzate in modo appropriato il marchio commerciale Swarovski come un aggettivo.
6. Date riconoscimento al marchio commerciale Swarovski utilizzando simboli e legende appropriati relativi al marchio commerciale.
7. Utilizzate la denominazione sociale Swarovski come un sostantivo, senza i simboli di marchio commerciale.
8. Mantenete l'integrità del nome e del marchio Swarovski.
 - Non modificate o abbreviate il nome o il marchio Swarovski.
 - Non incorporate il nome o il marchio Swarovski, o qualsiasi elemento riconoscibile degli stessi, nei vostri marchi, loghi, nomi commerciali o denominazioni sociali in quelli di altri.
 - Non utilizzate il nome e il marchio Swarovski, o qualsiasi elemento riconoscibile degli stessi, in nomi a dominio internet, nomi utente online, nomi utente relativi a *social media*, indirizzi e-mail, o altri identificativi online.
 - Non utilizzate il marchio commerciale Swarovski come riferimento generico a un prodotto o come un nome di categoria con riferimento a prodotti diversi dai prodotti a Marchio Swarovski®.
9. Non utilizzate materiali di Swarovski coperti da diritto d'autore, materiali promozionali o destinati ai punti vendita, o qualsiasi "*look & feel*" Swarovski, se non espressamente autorizzati per iscritto da Swarovski.
10. Assicuratevi che i vostri rivenditori e partner commerciali seguano le presenti Linee Guida nella commercializzazione e promozione dei Cristalli a Marchio Swarovski®, e dei vostri prodotti contenenti Cristalli a Marchio Swarovski®.

1. Utilizzate il marchio Swarovski® solamente con riferimento a Cristalli a Marchio Swarovski®.

Il marchio Swarovski rappresenta una specifica gamma di cristalli di alta qualità commercializzati da Swarovski con il marchio Swarovski, e il suo uso non può essere esteso ad alcun altro bene o servizio. L'uso del marchio commerciale Swarovski con riferimento a prodotti recanti altri marchi, compresi altri marchi prodotti o commercializzati da Swarovski, sarebbe fuorviante per i clienti e i consumatori, oltre a danneggiare il marchio Swarovski.

Nello specifico, il marchio Swarovski non deve essere utilizzato con riferimento ad articoli che sono prodotti o commercializzati da altre società, o che sono commercializzati da Swarovski con un marchio diverso dal marchio Swarovski. Né deve essere utilizzato con riferimento a beni finiti e semi-finiti che incorporano meno del 100% di Cristalli a Marchio Swarovski®.

Qualsiasi uso del marchio commerciale Swarovski in tali contesti potrebbe essere fuorviante per clienti e consumatori e potrebbe potenzialmente esporvi a responsabilità per violazione di marchio commerciale, pubblicità ingannevole e concorrenza sleale.

2. Assicuratevi che i vostri cristalli siano al 100% Cristalli a Marchio Swarovski®.

Il riferimento al marchio commerciale Swarovski è ammissibile solamente qualora abbiate adottato misure ragionevoli per assicurare che i cristalli che rivendete o che utilizzate nei vostri prodotti siano effettivamente al 100% Cristalli a Marchio Swarovski®.

Se acquistate direttamente da Swarovski, potete avere la certezza che i prodotti siano autentici cristalli Swarovski. Se vi approvvigionate attraverso altri canali commerciali, dovete adottare tutte le misure necessarie per accertare che gli articoli che avete acquistato siano Cristalli a Marchio Swarovski® autentici. Siate consapevoli che vi sono venditori di prodotti contraffatti e etichettati abusivamente. Siate cauti nei confronti dei vostri fornitori e chiedete prova del fatto che gli articoli siano cristalli a Marchio Swarovski® e che il fornitore si sia approvvigionato presso Swarovski.

3. Non fate alcun uso dei Loghi Swarovski® a meno che non abbiate sottoscritto un accordo relativo al logo o salvo che sia diversamente stabilito nelle presenti Linee Guida.

Salvo che sia diversamente stabilito nelle presenti Linee Guida, l'uso di **qualsiasi** Logo Swarovski richiede che voi sottoscriviate uno specifico accordo scritto con Swarovski. Inoltre, alcuni loghi possono essere utilizzati e altri no. L'uso di un Logo Swarovski in assenza di uno specifico accordo scritto con Swarovski sarebbe fuorviante per clienti e consumatori e potrebbe potenzialmente esporvi a responsabilità per violazione di marchio, pubblicità ingannevole e concorrenza sleale. Se siete interessati all'uso del Logo Swarovski®, vi preghiamo di contattare Swarovski Professional Marketing al seguente indirizzo e-mail: sp.branding@swarovski.com

L'Ingredient Brand Logo di Swarovski

L'uso dell'Ingredient Brand Logo (sotto raffigurato) « Crystals from Swarovski® » è riservato a coloro i quali hanno sottoscritto uno specifico accordo scritto con Swarovski. Non fate alcun uso di questo Logo in assenza del suddetto contratto scritto con Swarovski.



I Loghi per i Rivenditori Swarovski

L'uso dei Loghi per i Rivenditori Swarovski (sotto raffigurati) è riservato a coloro i quali hanno sottoscritto uno specifico accordo scritto con Swarovski. Non fate alcun uso di questi loghi in assenza di tale contratto scritto con Swarovski.



Il Logotipo Swarovski

Il logotipo Swarovski (sotto raffigurato) può essere utilizzato solamente da rivenditori di Cristalli a Marchio Swarovski® autentici e inalterati, unicamente in determinati e limitati contesti, alle condizioni stabilite nelle Linee Guida Aggiuntive per i Clienti Rivenditori. L'uso non può essere fatto da parte dei rivenditori se i Cristalli a Marchio Swarovski® sono alterati o modificati in qualsiasi modo, oppure se sono utilizzati quali ingredienti nei prodotti finiti dell'acquirente.

SWAROVSKI

I Loghi del Cigno Swarovski

Non fate alcun uso dei Loghi attuali o storici del Cigno Swarovski (sotto raffigurati), o di qualsiasi variante degli stessi, in assenza di un accordo scritto con Swarovski. I Loghi del Cigno Swarovski sono riservati esclusivamente per essere utilizzati in connessione con beni finiti e semi-finiti, prodotti e commercializzati da Swarovski, inclusi gioielleria, accessori, occhiali, illuminazione, statuette e prodotti per l'arredamento della casa. I Loghi del Cigno Swarovski non devono mai essere utilizzati in connessione con cristalli sciolti a Marchio Swarovski®, o prodotti finali fatti con tali prodotti, poiché tale uso potrebbe essere fuorviante per clienti e per i consumatori e deviante rispetto all'origine dei beni in questione, esponendovi potenzialmente a responsabilità per violazione di marchio, pubblicità ingannevole, e concorrenza sleale.



Solamente Swarovski e i suoi rivenditori indipendenti autorizzati possono utilizzare il Logo del Cigno Swarovski.

Altri Marchi commerciali e Loghi Swarovski

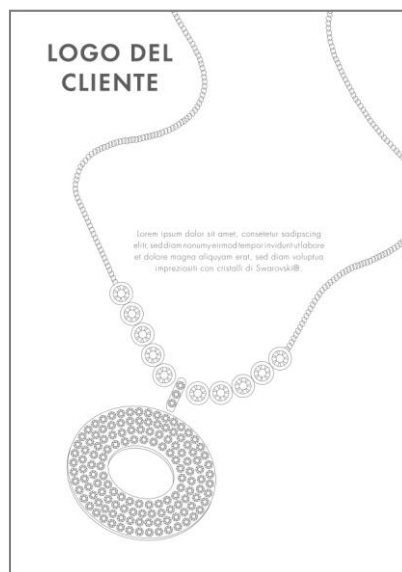
Infine, non fate alcun uso di nessun altro marchio commerciale o logo Swarovski, compresi quelli precedentemente utilizzati per la nostra linea di produzione di cristalli Swarovski di alta qualità. I seguenti marchi commerciali (sotto raffigurati), sono alcuni tra quelli che sono stati ritirati o sono stati utilizzati in connessione con altre linee di prodotti Swarovski, e non devono essere utilizzati in connessione con Cristalli a Marchio Swarovski®, poiché un tale uso sarebbe ingannevole per clienti e consumatori.

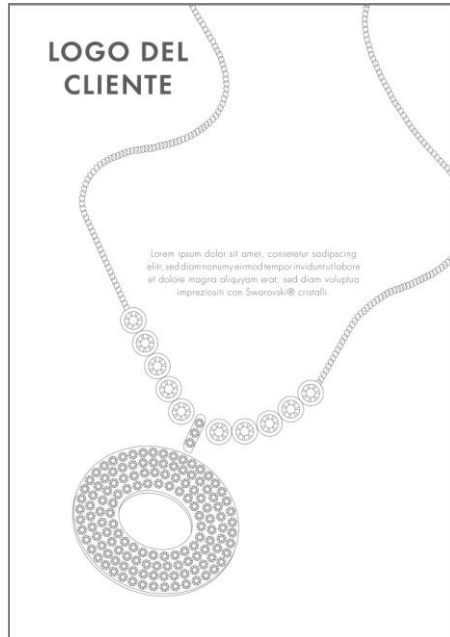


4. Utilizzate in modo appropriato il marchio Swarovski® solamente quale riferimento testuale nel corpo del testo.

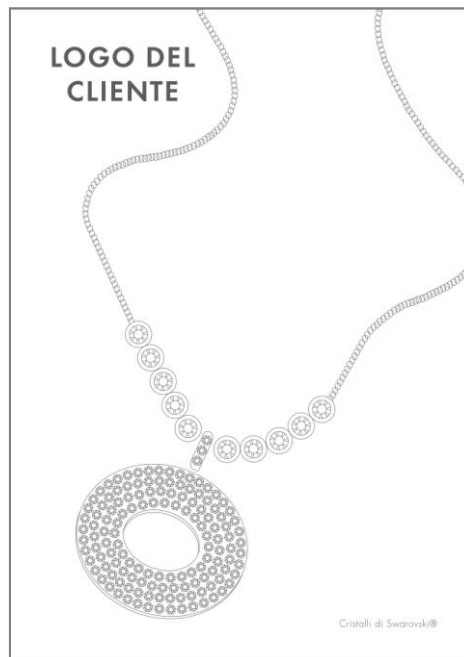
Se non disponete di nessuno degli accordi sopra menzionati, potete utilizzare il marchio commerciale Swarovski per riferirvi a Cristalli a Marchio Swarovski®, nei vostri materiali per la commercializzazione, compresi pubblicità, packaging e materiali promozionali, limitatamente ad un riferimento testuale nel corpo del testo. Questo deve sempre essere adattato allo stile del testo circostante, utilizzando gli stessi caratteri e dimensioni, senza aggiungere alcuna evidenziazione (ad esempio, nessun grassetto, corsivo, sottolineato, colore, o tutto maiuscolo), tranne ove sia diversamente ammesso dalle presenti Linee Guida.

Esempio di Riferimento Testuale a Swarovski ammissibile come Ingredient Brand*

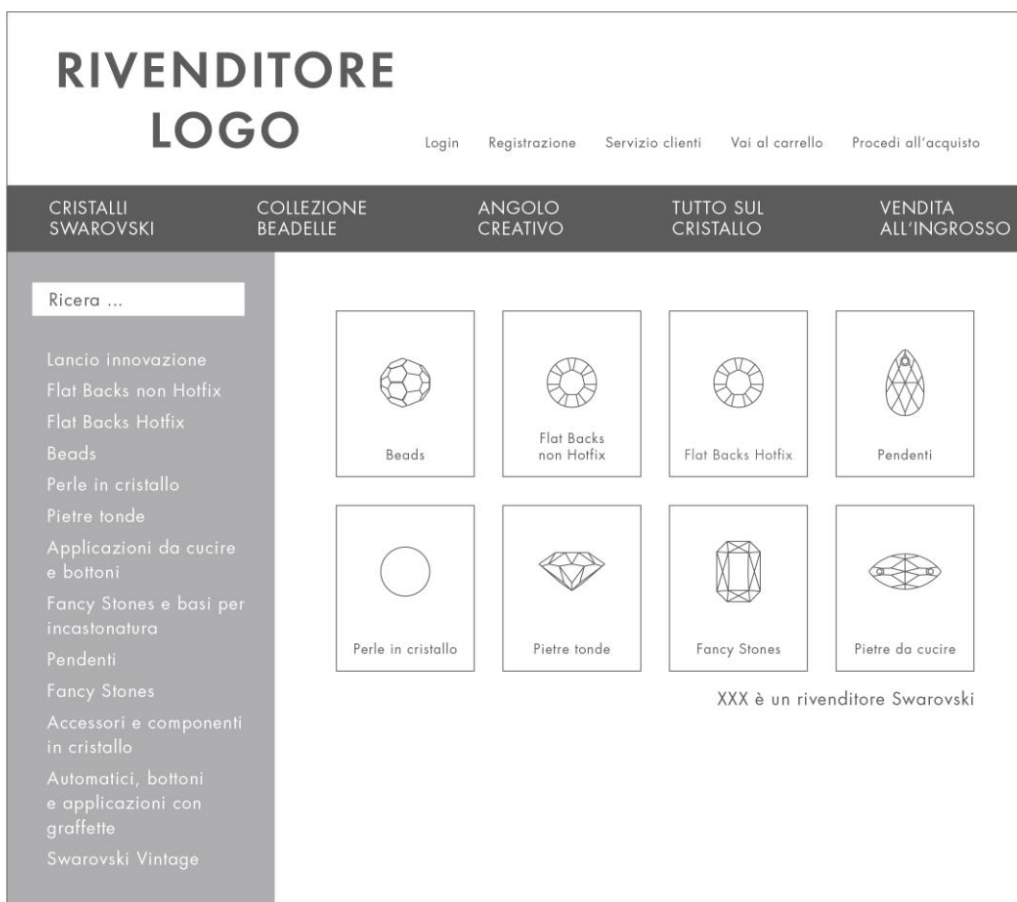




In assenza di testo:



Esempio di Riferimento Testuale a Swarovski ammissibile nel contesto della Rivendita*



* Le società e i marchi a cui si è fatto riferimento in questi esempi sono fittizi e non si intende riferirsi ad alcuna società o marchio esistenti. Ogni somiglianza con qualsiasi società o marchio esistenti è casuale.

5. Utilizzate in modo appropriato il marchio Swarovski® come un aggettivo

Un marchio commerciale funziona come un aggettivo e deve essere usato come tale. Di conseguenza, non utilizzatelo come un sostantivo e non rendetelo plurale o possessivo. Utilizzate sempre il marchio commerciale Swarovski come un aggettivo seguito dal nome generico appropriato per il prodotto o per la categoria di prodotti.

Uso corretto: *Le nostre borse sono impreziosite con scintillanti cristalli di Swarovski®/cristalli Swarovski®.
Le beads Swarovski® vi permettono di ideare le vostre personali creazioni di gioielleria.
Gli chaton e i flatback Swarovski® possono essere utilizzati in una varietà di applicazioni.
La brillantezza dei cristalli di Swarovski®/cristalli Swarovski è senza eguali.*

Uso scorretto: *Le nostre borse impreziosite con scintillanti Swarovski.
Applicare uno Swarovski mediante cucitura è semplice.
La brillantezza di uno Swarovski è senza eguali.*

6. Date riconoscimento al marchio commerciale Swarovski® utilizzando simboli e legende appropriati relativi al marchio commerciale.

Swarovski è un marchio commerciale di Swarovski AG registrato in tutto il mondo. In tutti i materiali per la commercializzazione che fanno riferimento al marchio commerciale Swarovski, è richiesto l'uso del simbolo di marchio registrato ®, così come lo è la seguente legenda:

Swarovski® è un marchio commerciale registrato di Swarovski AG.

Il simbolo ® deve essere usato sul primo o più visibile riferimento al marchio commerciale Swarovski. Il marchio commerciale Swarovski deve essere contraddistinto con il simbolo ® solo una volta per ciascun documento contiguo o, nel caso di uso online, una volta per ciascuna pagina web separata.

La legenda relativa al marchio commerciale deve apparire con un carattere topografico leggibile in fondo all'annuncio pubblicitario, alla fine del documento (ad es., ultima pagina o quarta di copertina), in una legenda permanente o in un collegamento in fondo della pagina web, o in un'altra collocazione che si integri con l'impaginazione, purché la legenda sia facilmente accessibile, visibile e leggibile.

7. Usate la denominazione sociale Swarovski come un sostantivo, senza i simboli di marchio commerciale.

Quando ci si riferisce alla società Swarovski o collettivamente al gruppo delle società Swarovski, è ammissibile e appropriato usare Swarovski come sostantivo, poiché in questo caso esso ha la funzione di un sostantivo. Inoltre, non è richiesto alcun ® nell'uso di Swarovski come denominazione sociale.

Uso del Marchio commerciale: *Le nostre borse sono impreziosite con scintillanti cristalli Swarovski®.
Gli occhiali Diana sono realizzati con cristalli di Swarovski®.
Le beads Swarovski® vi permettono di ideare le vostre personali creazioni di gioielleria.*

Uso della denominazione sociale: *Swarovski è il leader mondiale nella produzione di cristalli di alta qualità.
Swarovski offre una gamma di servizi ai suoi partner commerciali.
La passione di Swarovski per l'innovazione e l'eccellenza è senza eguali.*

8. Mantenete l'integrità del nome e del marchio Swarovski®.

- Non modificate, allungate, o abbreviate il nome o il marchio Swarovski. Per esempio, non usate *Swaro* o *Swarov* da soli o in combinazione con altri elementi.
- Non incorporate il nome o il marchio Swarovski, o qualsiasi elemento riconoscibile degli stessi, nelle vostre marche, nei vostri loghi, marchi commerciali o denominazioni sociali o in quelli di altri. Per esempio, non create termini o identificativi del tipo *SwaroCristalli* o *SwaroApp* o *Swarovski di Diana*.
- Non utilizzate il nome e il marchio Swarovski, o qualsiasi elemento riconoscibile degli stessi, in nomi a dominio internet, nomi utente online, nomi utente relativi a social media, indirizzi e-mail, o altri identificativi online.
- Non utilizzate il marchio commerciale Swarovski come riferimento generico a un prodotto o come un nome di categoria o come una marca, con riferimento a prodotti diversi dai Cristalli a Marchio Swarovski®.

9. Non utilizzate materiali di Swarovski coperti da diritto d'autore, materiali promozionali o destinati ai punti vendita, o qualsiasi “look & feel” Swarovski se non espressamente autorizzati per iscritto da Swarovski.

Non utilizzate materiale sviluppato da Swarovski se non siete stati espressamente autorizzati per iscritto da un rappresentante autorizzato di Swarovski. Ciò comprende materiale destinato ai punti vendita (PV) Swarovski e “look & feel” Swarovski compresi illustrazioni, fotografie, grafica, caratteri e altri elementi formali presentati sui siti web ufficiali di Swarovski o altri materiali di Swarovski per la commercializzazione e promozione.

L'uso di materiali di Swarovski coperti da diritto d'autore non solo violerebbe i diritti di proprietà intellettuale di Swarovski, ma potrebbe anche essere fuorviante per i consumatori implicando un'associazione con Swarovski, così esponendovi potenzialmente a responsabilità per violazione di marchio e diritto d'autore, pubblicità ingannevole e concorrenza sleale.

10. Assicuratevi che i vostri rivenditori e partner commerciali seguano le presenti Linee Guida nella commercializzazione e promozione di Cristalli a Marchio Swarovski®, e dei vostri prodotti contenenti componenti Swarovski.

Se vendete Cristalli a Marchio Swarovski®, o i vostri prodotti contenenti componenti Swarovski, attraverso rivenditori o su piattaforme online o in altro modo attraverso intermediari, allora rientra nella vostra responsabilità assicurare che tali articoli siano commercializzati correttamente ed onestamente e in maniera non potenzialmente ingannevole. Diversamente, voi (nonché i vostri rivenditori e partner commerciali) potreste essere esposti a responsabilità per violazione di marchio, pubblicità ingannevole, e concorrenza sleale.

Vi preghiamo perciò di fornire una copia di queste Linee Guida ai vostri rivenditori e partner commerciali, e di adottare misure volte ad assicurare che esse siano seguite.

Linee Guida Aggiuntive per i Clienti “Ingredient Brand”

Sia che voi acquistiate o meno direttamente da Swarovski, se incorporate Cristalli a Marchio Swarovski® autentici nei vostri beni finiti o semi-finiti (ad es. gioielleria, accessori, abbigliamento, ecc.), sarete qualificati come un cliente “Ingredient Brand” e dovrete seguire queste Linee Guida Aggiuntive per i Clienti “Ingredient Brand”. In aggiunta, se rivendete prodotti che non sono fatti da Swarovski, ma che incorporano Cristalli a Marchio Swarovski® autentici, sarete anche in questo caso un cliente “Ingredient Brand” e dovrete seguire queste Linee Guida Aggiuntive.

11. Utilizzate il marchio Swarovski® solamente come un marchio ingrediente e non come marchio per i prodotti finiti.

Il principio essenziale e fondamentale nel riferirsi al marchio commerciale Swarovski è il seguente: Il fatto che Cristalli a Marchio Swarovski® vengano usati solamente come ingredienti in uno dei vostri prodotti finiti (o nei prodotti finiti che state rivendendo) deve risultare assolutamente chiaro.

Si deve far risultare chiaramente chi è il produttore e/o il soggetto che effettua la commercializzazione dei beni finiti, e non deve esservi alcuna possibilità di confusione o equivoco sul fatto che tali beni siano prodotti o commercializzati o sponsorizzati o approvati da Swarovski.

A tale riguardo è importante ricordare che Swarovski commercializza articoli di gioielleria finiti e semi-finiti e altri prodotti con il marchio commerciale Swarovski. Vi è quindi la reale possibilità per i consumatori di cadere nell'errore di considerare i vostri beni (o i beni che voi rivendete) come prodotti commercializzati, sponsorizzati o approvati da Swarovski, a meno

che non facciate risultare chiaramente, nella vostra pubblicità o in altre comunicazioni commerciali, che voi siete (o che il vostro fornitore è) il produttore e/o il soggetto che effettua la commercializzazione dei vostri prodotti e che i Cristalli a Marchio Swarovski® sono utilizzati solamente come ingrediente.

Qualsiasi uso del marchio commerciale Swarovski tale da poter suggerire che il vostro prodotto (o il prodotto che rivendete) è realizzato, commercializzato, sponsorizzato o approvato da Swarovski potrebbe essere fuorviante per i consumatori e potrebbe potenzialmente esporvi a responsabilità per violazione di marchio, pubblicità ingannevole, e concorrenza sleale.

12. Assicuratevi che il vostro nome o marchio (o il nome del produttore) siano il nome o marchio più in evidenza tra quelli utilizzati nella promozione del prodotto.

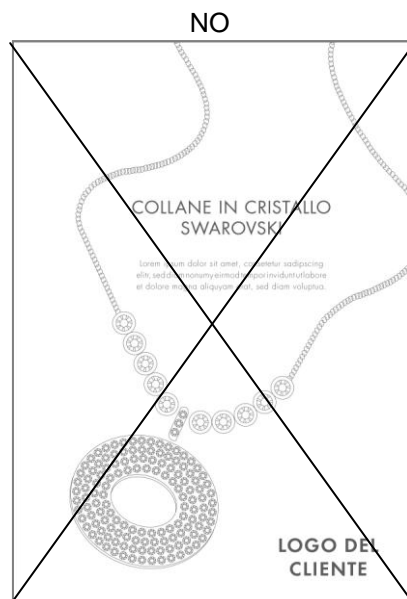
Conformemente all'esigenza che risulti chiaro che voi siete (o il vostro fornitore è) il produttore e/o il soggetto che effettua la commercializzazione dei prodotti finiti, dovete assicurare che il vostro nome o marchio (o del vostro fornitore) siano il nome o marchio più in evidenza tra quelli utilizzati nella promozione di tali prodotti.

In tutta la pubblicità e promozione di prodotti che incorporano Cristalli a Marchio Swarovski®, il marchio commerciale Swarovski® non deve mai essere l'unico che compare. Il vostro marchio, nome o logo (o quelli del vostro fornitore) devono essere utilizzati con riferimento ai prodotti, e devono essere usati come il nome o marchio predominanti, in modo che sia chiaro che voi o il vostro fornitore (non Swarovski) siete all'origine del prodotto.

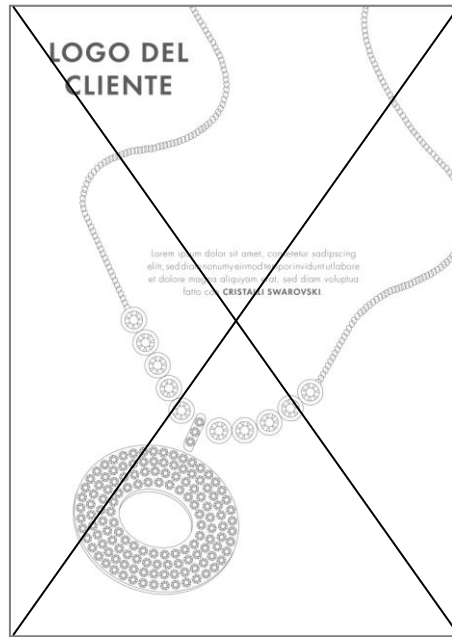
Per esempio, non dovete mai riferirvi al prodotto con espressioni come «gioielli Swarovski» o «occhiali da sole Swarovski». Analogamente, non dovete mai presentare i prodotti sotto l'intestazione o il titolo o il nome di categoria «Swarovski». Il vostro prodotto (o quello del vostro fornitore) deve essere presentato come vostro (o del vostro fornitore) e il riferimento a Swarovski deve avvenire solo in connessione con i componenti Swarovski. Per esempio:

I GIOIELLI DIANA sono impreziositi con cristalli di Swarovski®

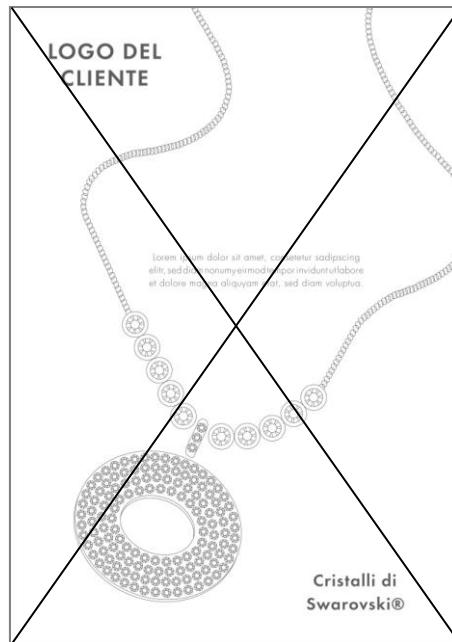
Per assicurare la preminenza del vostro marchio (o del marchio del vostro fornitore) in tutti i vostri materiali per la commercializzazione e promozione, il riferimento al marchio commerciale Swarovski può essere fatto solamente quale riferimento testuale nel corpo del testo, come illustrato in modo più esaustivo nelle Linee Guida Fondamentali. Deve essere evitato l'uso del marchio commerciale Swarovski in intestazioni o in altri spazi visivamente in evidenza.



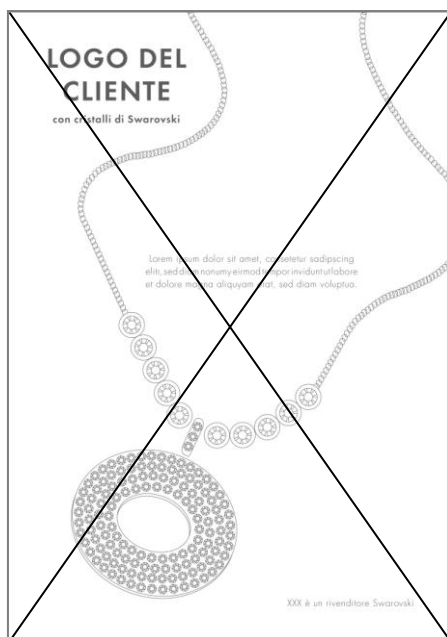
NO



NO



NO



13. Seguite sempre le Linee Guida Fondamentali.

La costante osservanza delle Linee Guida Fondamentali sopra esposte aiuterà ad evitare qualsiasi possibilità di confusione riguardo all'origine o alla sponsorizzazione dei vostri prodotti. Per ricapitolare le Linee Guida Fondamentali:

- Utilizzate il marchio commerciale Swarovski® solamente con riferimento a Cristalli a Marchio Swarovski®.
- Assicuratevi che i vostri cristalli siano al 100% prodotti a Marchio Swarovski®.
- Non fate alcun uso dei Loghi Swarovski a meno che non abbiate sottoscritto un accordo relativo al logo o salvo che sia diversamente stabilito dalle presenti Linee Guida.
- Utilizzate in modo appropriato il marchio commerciale Swarovski solamente quale riferimento testuale nel corpo del testo.
- Utilizzate in modo appropriato il marchio commerciale Swarovski come un aggettivo.
- Date riconoscimento al marchio commerciale Swarovski utilizzando simboli e legende appropriati relativi al marchio commerciale.
- Utilizzate la denominazione sociale Swarovski come un sostantivo, senza i simboli di marchio commerciale.
- Mantenete l'integrità del nome e del marchio Swarovski.
 - Non modificate o abbreviate il nome o il marchio Swarovski.
 - Non incorporate il nome o il marchio Swarovski, o qualsiasi elemento riconoscibile degli stessi, nelle vostre marche, nei vostri loghi, marchi commerciali o denominazioni sociali o in quelli di altri.
 - Non utilizzate il nome e il marchio Swarovski, o qualsiasi elemento riconoscibile degli stessi, in nomi a dominio internet, nomi utente online, nomi utente relativi a social media, indirizzi e-mail, o altri identificativi online.
 - Non utilizzate il marchio commerciale Swarovski come riferimento generico a un prodotto o come un nome di categoria con riferimento a prodotti diversi dai prodotti a Marchio Swarovski®.
- Non utilizzate materiali di Swarovski coperti da diritto d'autore, materiali promozionali o destinati ai punti vendita, o qualsiasi "look & feel" Swarovski, se non espressamente autorizzati per iscritto da Swarovski.

- Assicuratevi che i vostri rivenditori e partner commerciali seguano le presenti Linee Guida nella commercializzazione e promozione di Cristalli a Marchio Swarovski[®], e dei vostri prodotti contenenti componenti Swarovski.

Linee Guida Aggiuntive per i Clienti Rivenditori:

Sia che voi acquistiate o meno direttamente da Swarovski, se rivendete autentici Cristalli a Marchio Swarovski[®] ad altri i rivenditori o a clienti che utilizzano prodotti a Marchio Swarovski[®] come componenti nei loro beni finiti o semi-finiti, sarete considerati un **cliente rivenditore** e dovrete seguire le seguenti Linee Guida Aggiuntive per i Clienti Rivenditori.

14. Utilizzate il marchio Swarovski[®] solamente per indicare che voi rivendete Cristalli a Marchio Swarovski[®], e non come un marchio ingrediente o come marchio per qualsiasi prodotto finito.

Il principio essenziale e fondamentale nel riferirsi al marchio commerciale Swarovski nel contesto della rivendita è il seguente: Il fatto che voi siate un rivenditore di Cristalli a Marchio Swarovski[®] *deve essere assolutamente chiaro* - non deve esservi alcuna possibilità di confusione o equivoco sul fatto che voi siate un affiliato o un rivenditore di Swarovski, o che i vostri servizi di rivendita siano forniti, sponsorizzati o approvati da Swarovski.

In aggiunta, deve risultare chiaro che voi non state fornendo prodotti finiti a Marchio Swarovski[®], e che voi non state fornendo prodotti finiti contenenti Cristalli a Marchio Swarovski[®], come componenti.

15. Assicuratevi che il vostro nome o marchio siano il nome o marchio più in evidenza tra quelli utilizzati nella promozione dei vostri servizi di rivendita. Riferitevi al marchio commerciale Swarovski[®] solo come marchio dei prodotti che rivendete.

Conformemente all'esigenza che risulti chiaro che voi siete un rivenditore di Cristalli a Marchio Swarovski[®], dovete assicurare che il vostro nome o marchio siano il nome o marchio più in evidenza tra quelli utilizzati nella promozione dei vostri servizi e della vostra attività commerciale.

In ciascuna pubblicità e promozione dei vostri servizi e della vostra attività commerciale, il marchio commerciale Swarovski non deve mai essere l'unico marchio che compare. Il vostro marchio, nome o logo devono essere utilizzati con riferimento alla vostra rivendita o ad altri servizi e devono essere usati come il nome o marchio predominanti.

16. Utilizzate il marchio Swarovski principalmente in riferimenti testuali e utilizzate il Logotipo Swarovski in una accezione limitata solamente per indicare che voi rivendete Cristalli a Marchio Swarovski[®] autentici e inalterati.

Per assicurare la preminenza nel vostro marchio in tutti i vostri materiali per la commercializzazione e promozione, come stabilito dalle presenti d Linee Guida, il riferimento al marchio commerciale Swarovski deve essere fatto principalmente quale riferimento testuale nel corpo del testo, come illustrato in modo più esaustivo nelle Linee Guida Fondamentali. L'uso del marchio commerciale Swarovski su intestazioni o altri spazi visivamente in risalto deve essere limitato, così da evitare l'impressione che voi siate un rivenditore di Swarovski o che la vostra impresa rivenditrice sia affiliata con o sponsorizzata da Swarovski.

Il Logotipo Swarovski può essere utilizzato da rivenditori di Cristalli a Marchio Swarovski® autentici e inalterati in determinati contesti limitati, solamente alle seguenti condizioni:

- L'uso deve essere fatto solamente per indicare la rivendita di Cristalli a Marchio Swarovski® autentici e inalterati. L'uso del Logotipo Swarovski non può essere fatto da parte dei rivenditori se i Cristalli a Marchio Swarovski® sono alterati o modificati in qualsiasi modo, o sono utilizzati come componenti in prodotti finiti propri dell'acquirente.
- L'uso del Logotipo Swarovski deve essere significativamente meno in evidenza per dimensioni e posizione rispetto al marchio proprio o all'identità sociale del rivenditore.
- L'uso deve essere fatto in un modo che non sia ingannevole o fuorviante per i consumatori o altri clienti.

Se desiderate utilizzare il Logotipo Swarovski conformemente alle presenti Linee Guida vi preghiamo di contattare sp.branding@swarovski.com per le linee guida grafiche e per i file digitali, affinché il logo sia presentato in modo appropriato conformemente agli Standard di Identità Visiva di Swarovski.

17. Non utilizzate il Logo dell'Ingredient Brand Crystals from Swarovski®.

Come sopra menzionato, il Logo dell'Ingredient Brand Crystals from Swarovski® è riservato, in base ad un accordo scritto con Swarovski relativo al logo, all'uso da parte di produttori di beni che usano i Cristalli a Marchio Swarovski® come componenti. Il Logo dell'Ingredient Brand non deve essere utilizzato da rivenditori di cristalli sciolti a Marchio Swarovski®, poiché ciò potrebbe risultare ingannevole per clienti e consumatori.

18. Seguite sempre le Linee Guida Fondamentali.

La costante osservanza delle Linee Guida Fondamentali sopra evidenziate aiuterà ad evitare qualsiasi possibilità di confusione riguardo all'origine o alla sponsorizzazione dei prodotti Swarovski che voi rivendete. Per ricapitolare le Linee Guida Fondamentali:

- Utilizzate il marchio commerciale Swarovski® solamente con riferimento a Cristalli a Marchio Swarovski® al 100% o a una combinazione al 100% di Cristalli a Marchio Swarovski® e Gemme Naturali a Marchio Swarovski® e/o Pietre Sintetiche a Marchio Swarovski.
- Assicuratevi che i vostri cristalli, gemme naturali, e pietre sintetiche siano al 100% prodotti a Marchio Swarovski®.
- Non fate alcun uso dei Loghi Swarovski a meno che non abbiate sottoscritto un accordo relativo al logo o salvo che sia diversamente stabilito dalle presenti Linee Guida.
- Utilizzate in modo appropriato il marchio commerciale Swarovski solamente quale riferimento testuale nel corpo del testo.
- Utilizzate in modo appropriato il marchio commerciale Swarovski come un aggettivo
- Date riconoscimento al marchio commerciale Swarovski utilizzando simboli e legende appropriati relativi al marchio commerciale.
- Utilizzate la denominazione sociale Swarovski come un sostantivo, senza i simboli di marchio commerciale.
- Mantenete l'integrità del nome e del marchio Swarovski.
 - Non modificate o abbreviate il nome o il marchio Swarovski.
 - Non incorporate il nome o il marchio Swarovski, o qualsiasi elemento riconoscibile degli stessi, nei vostri marchi, loghi, marchi commerciali o denominazioni sociali o in quelli di altri.
 - Non utilizzate il nome e il marchio Swarovski, o qualsiasi elemento riconoscibile degli stessi, in nomi a dominio internet, nomi utente online, nomi utente relativi a social media, indirizzi e-mail, o altri identificativi online.
 - Non utilizzate il marchio commerciale Swarovski come riferimento generico a un prodotto o come un nome di categoria con riferimento a prodotti diversi dai prodotti Marchiati Swarovski®.

- Non utilizzate materiali di Swarovski coperti da diritto d'autore, materiali promozionali o destinati ai punti vendita, o qualsiasi "*look & feel*" Swarovski, se non espressamente autorizzati per iscritto da Swarovski.
- Assicuratevi che i vostri rivenditori e partner commerciali seguano le presenti Linee Guida nella commercializzazione e promozione di Cristalli a Marchio Swarovski®, e dei vostri prodotti contenenti componenti Swarovski.