



Linee guida per l'utilizzo del brand della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie

**Allegato al Piano Triennale della Comunicazione della Riserva della Biosfera "Alpi Giulie" -
2023-2025**



Piazza del Tiglio, 3
33010 Resia (Ud)
Tel. + 39 0433 53534
info@parcoprealpigiulie.it
parcoprealpigiulie@cert.spin.it
www.parcoprealpigiulie.it

in qualità di soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera Alpi Giulie

Con il supporto tecnico di:



www.punto3.it

Obiettivi del brand della Riserva di Biosfera Alpi Giulie

Il programma Man and Biosphere (MAB) promosso dall'UNESCO, persegue obiettivi e strategie correlati alla tutela degli ecosistemi ed allo sviluppo sostenibile del nostro pianeta. All'interno di questo ambito, le Riserve di Biosfera attuano e concretizzano a livello locale tali valori universali. L'obiettivo primario della Riserva di Biosfera Alpi Giulie è quindi interpretare i valori di un programma mondiale, concretizzandoli coerentemente alle caratteristiche del proprio territorio e delle proprie comunità.

Analogamente, **la brand image della Riserva di Biosfera Alpi Giulie ha come finalità principale quella di veicolare i valori della Riserva e promuovere la cultura della sostenibilità in sinergia con le organizzazioni attive nel proprio territorio.** Si tratta quindi di una brand image esclusivamente promozionale, non quindi di un "marchio di qualità" che certifichi le performance di chi se ne fregia, ma anzi, l'uso del brand della Riserva di Biosfera del Alpi Giulie intende premiare l'ambizione di un territorio e di una comunità verso il miglioramento, la crescita, la tensione allo sviluppo sostenibile.

Il brand verrà concesso alle organizzazioni, pubbliche e private, che -condividendo gli obiettivi e le strategie del programma MAB UNESCO e della Riserva della Biosfera Giulie- avviano un percorso di miglioramento, proporzionale alle proprie capacità ed indipendente dal punto di partenza.

In secondo luogo la brand image è finalizzata ad aumentare la conoscenza della Riserva di Biosfera delle Alpi Giulie e dei valori da essa perseguiti, sia all'interno della comunità locale, sia rivolgendosi al contesto nazionale ed internazionale. In tal senso la scelta di estendere l'utilizzo del brand della Riserva di Biosfera a tutte le tipologie di organizzazioni pubbliche e private, intende realizzare una efficace azione di coinvolgimento degli stakeholders locali, garantendone un'ampia diffusione. In particolare, ai fini di implementare l'efficacia della diffusione locale e globale della brand image della Riserva di Biosfera e dei valori correlati, il ruolo dei organizzazioni private è fondamentale, pertanto **le organizzazioni private che, richiedendo l'uso del brand della Riserva di Biosfera Alpi Giulie, s'impegnano in un percorso sinergico di miglioramento continuo, associandovi il proprio operato, sono considerati come dei "sostenitori" della Riserva di Biosfera, poiché ne rafforzano l'identità e la diffusione.**

Infatti richiedendo e concedendo l'uso del brand, tali organizzazioni e la Riserva di Biosfera sottoscrivono un "patto" accogliendo reciprocamente degli impegni. Chi ne fa richiesta si impegna a perseguire i valori ambientali, sociali ed etici del programma MAB, tendendo al miglioramento continuo; la Riserva di Biosfera, che lo concede, si impegna a contribuire nell'implementazione della loro visibilità e nel garantire un più ampio coinvolgimento nella propria strategia di comunicazione e sensibilizzazione, che narrerà anche quale siano le modalità con cui questi soggetti concretizzano il loro impegno per lo sviluppo sostenibile del territorio, ovvero quale sia il loro contributo quotidiano al perseguimento degli obiettivi della Riserva. I soggetti a cui verrà concesso il brand Biosfera Alpi Giulie costituiranno quindi un informale "network dei sostenitore della Riserva", che potranno essere successivamente coinvolti in ulteriori iniziative di formazione, promozione, o in progetti utili a perseguire lo sviluppo sostenibile del territorio.

Il logo “istituzionale” della Riserva della Biosfera Alpi Giulie associato al logo del programma MAB UNESCO

Il logo può essere utilizzato unicamente dal soggetto gestore della Riserva della Biosfera per tutte le iniziative ad essa inerenti.

Il logo “promozionale” della Riserva della Biosfera Alpi Giulie

Il logo “promozionale” della Riserva della Biosfera è utilizzabile dal soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera per la promozione della stessa e dei progetti/iniziative da essa sostenuti e può essere concesso per iniziative coerenti ai valori del programma MAB.

L'utilizzo del brand della Riserva di Biosfera delle Alpi Giulie può quindi essere richiesto dalle organizzazioni pubbliche e private per essere utilizzato temporaneamente su strumenti di comunicazione relativi a:

- iniziative pubbliche (culturali, educative, di ricerca scientifica) riguardanti i contenuti promossi dal programma MAB UNESCO, purché i contenuti di tali iniziative siano coerenti ai valori generali del programma MAB UNESCO e a quelli specifici della Riserva di Biosfera Alpi Giulie;
- iniziative e progetti di promozione territoriale inerenti i territori della Riserva di Biosfera delle Alpi Giulie e i suoi prodotti purché i contenuti di tali iniziative siano coerenti ai valori generali del programma MAB UNESCO e a quelli specifici della Riserva di Biosfera Alpi Giulie.

La concessione del brand della Riserva di Biosfera è temporanea in quanto limitata ad una sola edizione dell'iniziativa oggetto della richiesta. Per le edizioni successive la richiesta d'uso del brand dovrà essere replicata.

Essendo esplicitamente interdetto dall'UNESCO l'utilizzo del brand del programma MAB e/o dell'UNESCO a fini commerciali, nella ideazione della brand image “promozionale” della Riserva di Biosfera delle Alpi Giulie è stato escluso ogni utilizzo o riferimento esplicito al brand o alla dicitura del programma MAB e dell'UNESCO, così da permettere che la **brand image della Riserva delle Alpi Giulie** possa essere utilizzata anche a scopo commerciale.

Questo è riconducibile alla ferma intenzione di sottolineare come anche l'ambito economico -se indirizzato al perseguimento dello sviluppo sostenibile- possa risultare chiave nel rafforzare l'identità della Riserva di Biosfera e la diffusione dei suoi valori.

Il logo “sostenitore della Riserva della Biosfera”

Dato che la brand image della Riserva di Biosfera Alpi Giulie ha come finalità principale quella di veicolare i valori della Riserva e promuovere la cultura della sostenibilità in sinergia con le organizzazioni attive nel proprio territorio, si è elaborato questo specifico brand dedicato non tanto alla promozione dei singoli prodotti e servizi, quanto invece alla promozione delle organizzazioni private che, richiedendo l'uso del brand della Riserva di Biosfera Alpi Giulie, s'impegnano in un percorso sinergico di miglioramento continuo, associandovi il proprio operato.

Esse sono considerate come dei “sostenitori” della Riserva di Biosfera, poiché ne rafforzano l'identità e la diffusione dei suoi valori.

Il brand “promozionale” della Riserva della Biosfera, a cui viene aggiunta la scritta “sostenitore della Riserva della Biosfera” può essere quindi concesso (previa compilazione degli appositi formulari dall'organizzazione referente) a organizzazioni aventi personalità giuridica (ente pubblico, impresa,

libero professionista, associazione...), che ne facciano esplicita richiesta sottoscrivendo l'apposito "patto" per l'utilizzo del brand "Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie". La possibilità di utilizzo del brand "Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie" non viene quindi, di norma, concessa alle persone singole.

Il concetto di "sostenitore" inoltre consente di creare un informale "network" di soggetti con cui la Riserva interagisce, dialoga ed incoraggia nel percorso verso lo sviluppo sostenibile e – a sua volta- viene supportata nello sviluppo delle proprie strategie. La brand image della Riserva di Biosfera può essere quindi utilizzata per qualificare strumenti di comunicazione correlati a prodotti e servizi dalle finalità commerciali (a titolo esemplificativo e non esaustivo: siti internet, brochure, etichette, packaging di prodotti), essendo concessa ad organizzazioni pubbliche e private, che si impegnano ad agire coerentemente ai valori territoriali tutelati dalla Riserva nell'ambito di un processo di miglioramento continuo verso lo sviluppo sostenibile del territorio.

Sintesi delle modalità d'uso del brand

	Comunicazione istituzionale degli Enti Pubblici del territorio	Comunicazione di iniziative pubbliche (culturali, educative, di ricerca scientifica) non a scopo di lucro indipendentemente che il promotore sia pubblico o privato	Iniziative culturali di promozione territoriale (pubblicazioni, video, film, ...) a scopo di lucro indipendentemente che il promotore sia pubblico o privato	Progettualità sviluppate nel territorio della Riserva della Biosfera	Organizzazioni private (associazioni o imprese) operanti nella RB impegnate in percorsi di miglioramento continuo sui temi della sostenibilità.
Logo "istituzionale": Logo della RB associato a logo del programma MAB UNESCO	No, solo il soggetto gestore della Riserva della Biosfera può utilizzare il logo della RB associato a logo del programma MAB UNESCO	No, solo il soggetto gestore della Riserva della Biosfera può utilizzare il logo della RB associato a logo del programma MAB UNESCO	No, solo il soggetto gestore della Riserva della Biosfera può utilizzare il logo della RB associato a logo del programma MAB UNESCO	No, solo il soggetto gestore della Riserva della Biosfera può utilizzare il logo della RB associato a logo del programma MAB UNESCO	No, solo il soggetto gestore della Riserva della Biosfera può utilizzare il logo della RB associato a logo del programma MAB UNESCO
Logo "promozionale" della RB	Si, senza dover fare richiesta	È sempre necessario richiedere l'uso del brand, che è concesso se l'iniziativa: <ul style="list-style-type: none"> - è coerente a valori del programma MAB - prevede la realizzazione di attività culturali nel programma La concessione va rinnovata per ogni edizione dell'iniziativa	È sempre necessario richiedere l'uso del brand, che è concesso se l'iniziativa: <ul style="list-style-type: none"> - è coerente a valori del programma MAB - prevede la realizzazione di attività culturali nel programma La concessione va rinnovata per ogni edizione dell'iniziativa	È sempre necessario richiedere l'uso del brand, che è concesso se il progetto: <ul style="list-style-type: none"> - è coerente a valori del programma MAB - è contenuto nel Piano di Azione della Riserva della Biosfera, anche se a scopo commerciale 	No
Logo "sostenitore della RB"	No	No	No	No	Il brand è concesso temporaneamente a: <ul style="list-style-type: none"> - le organizzazioni che ne facciano richiesta e che si impegnino in un percorso di miglioramento di processo o di prodotto - le organizzazioni che si impegnino a fare iniziative di promozione e divulgazione della RB - le organizzazioni che abbiano progettualità contenute nel Piano di Azione

La brand image della Riserva di Biosfera del delle Alpi Giulie



Elementi grafici

Il logo 'Biosfera Alpi Giulie' è composto da tre elementi: il simbolo, il naming ed il payoff.

Il simbolo è costituito da tre elementi distinti che interagiscono fra di loro dando vita ad un 'ecosistema' di segni che sintetizzano i principali elementi naturali del territorio e concept di progettazione: natura, paesaggio e wilderness.

La linea sinuosa di colore verde-azzurro alla base del logo rappresenta l'elemento acqua, dal quale tutto ha origine. Qui il riferimento è ai principali fiumi e laghi che caratterizzano il paesaggio. Poco più sopra è presente una linea spezzata di colore grigio che rappresenta la roccia e vuole richiamare gli aspri profili dei rilievi montuosi che disegnano la natura incontaminata di questo territorio. Nella parte più alta del logo, sono presenti tratti di colore giallo-arancione disposti a semicerchio, che rappresentano i raggi del sole e l'energia pulsante del territorio, ovvero il proliferare della vita nella sua ciclicità.

Il simbolo è poi abbinato al naming 'Biosfera Alpi Giulie' di colore verde-azzurro come l'acqua, ed il payoff 'Vivere uniti, fra pace e natura' di colore grigio scuro affinché possa risaltare per contrasto cromatico rispetto agli altri elementi.

Nel caso di identità complesse come quella di una Riserva della Biosfera MAB UNESCO, integrare il naming con un payoff, arricchisce la narrazione. Nella progettazione è stato tenuto conto del fatto che non sempre è possibile o necessario utilizzare il payoff, pertanto è da considerarsi come un elemento ausiliario che sarà presente o meno, a seconda del supporto o del media all'interno del quale la brand identity vive.

Capacità comunicativa

L'acqua è vita, la montagna è struttura, il sole è energia. La brand identity 'Biosfera Alpi Giulie' può essere sintetizzata con queste parole, insieme ai concetti di unione, interazione e armonia, riproposti nel payoff 'Vivere uniti, fra pace e natura'.

Il disegno del logo, sintetico o delicato, nel complesso ne garantisce riconoscibilità, leggibilità, versatilità e la facile applicabilità in tutta la comunicazione sia online che offline, anche per versioni speciali come in nero o in negativo. Il logo è inoltre concepito per risultare efficace sia singolarmente, sia in forma associata al marchio del programma MABUNESCO.

Il payoff 'Vivere uniti, fra pace e natura' porta con sé non solo il messaggio di unione degli elementi naturali acqua-terra-sole, ma anche un messaggio di pace. Un tempo territorio di guerra, a distanza di decenni, quel confine che una volta divideva ora unisce. Un confine che non rappresenta più un limite che divide bensì una linea di unione, simbolo di pace.

I valori del programma MAB Unesco, di "stimolare un futuro positivo, che connetta le comunità locali alla natura", sono rappresentati anche nella brand identity 'Biosfera Alpi Giulie', progettata per 'valorizzare un'area di pregio pulsante di attività dell'uomo': cultura enogastronomica e prodotti tipici di questo territorio, assieme agli aspetti naturali e alla cultura della pace conseguente a non lontani periodi storici conflittuali. Un logo in grado di evocare anche elementi di attrazione turistica, ma nella chiave della sostenibilità.

Richiesta e concessione temporanea del brand “promozionale” della Riserva di Biosfera delle Alpi Giulie per promuovere iniziative di promozione territoriale

Indipendentemente che il promotore sia pubblico o privato, l'utilizzo del logo “promozionale” della Riserva della Biosfera sarà concesso alle iniziative di promozione territoriale – anche a scopo di lucro - che ne facciano richiesta e:

- di cui sia verificata la coerenza con i valori del programma MAB e della Riserva della Biosfera Alpi Giulie;
- che prevedano la realizzazione di attività culturali nel programma.

La richiesta si effettua inviando per PEC al Parco Naturale delle Prealpi Giulie (parcoprealpigiulie@cert.spin.it), nella sua qualità di soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera Alpi Giulie, la seguente documentazione¹ sottoscritta dal legale rappresentante del soggetto promotore dell'iniziativa con la richiesta di concessione temporanea della brand image della Riserva della Biosfera per iniziative pubbliche.

Entro 30 giorni dalla ricezione della PEC, le richieste di concessione del brand, vengono analizzate e:

- vengono richieste eventuali integrazioni o chiarimenti sulla documentazione inviata sospendendo di fatto i tempi di valutazione della richiesta;
- viene risposto, sempre tramite PEC, positivamente o negativamente alla richiesta. Nel caso questa sia accolta, insieme alla comunicazione della concessione del brand verrà allegato il file del brand concesso, il manuale d'uso grafico che dovrà essere rispettato ed eventualmente saranno specificate alcune prescrizioni all'utilizzo².

La concessione è temporanea e va rinnovata per ogni edizione dell'iniziativa.

Se concesso l'uso del brand della Riserva di Biosfera, diventa obbligatorio da parte del richiedente utilizzarlo nel materiale divulgativo dell'iniziativa.

Qualora durante l'organizzazione o lo svolgimento dell'iniziativa per cui è stata concessa la brand image, il richiedente venga meno agli impegni presi all'atto della richiesta del brand, il soggetto gestore della Riserva di Biosfera, intima, tramite PEC, di porre rimedio alle mancanze rilevate entro un tempo congruo ma stringente. Se entro la scadenza data, il richiedente dimostra di aver risolto alle mancanze segnalategli, l'uso della brand image viene confermato, in caso contrario viene revocato e il brand della Riserva di Biosfera deve essere rimosso tempestivamente da tutti gli strumenti di comunicazione su cui era stato apposto. In caso di revoca del brand, il soggetto gestore della Riserva di Biosfera potrà emanare anche uno specifico comunicato stampa informando l'opinione pubblica del ritiro della concessione del brand ed illustrandone le motivazioni.

¹ Entrambi i documenti sono qui allegati e disponibili sul sito internet della Riserva della Biosfera Alpi Giulie.

² A titolo esemplificativo e non esaustivo alcune tipologie di prescrizioni all'utilizzo potrebbero essere:

- specificare se l'uso del brand è concesso solo per alcuni utilizzi/strumenti di comunicazione per cui è stato richiesto;
- dettagliare eventuali situazioni nelle quali l'uso del brand della Riserva non è consentito,
- imporre al richiedente il rispetto di alcuni standard nell'ambito dell'iniziativa per cui è stato richiesto l'utilizzo del brand,
- vincolare la concessione del brand al realizzarsi di determinate condizioni,
- etc

il non rispetto delle prescrizioni specificate all'atto della concessione del brand, ne comporta la revoca.

Richiesta e concessione del brand “Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie” per la promozione di organizzazioni private operanti anche a scopo commerciale

In nessun caso il brand del programma MAB UNESCO può essere concesso ad uso commerciale.

Ma visto che – come specificato in premessa -la brand image della Riserva della Biosfera è finalizzata anche ad aumentare la conoscenza della Riserva di Biosfera delle Alpi Giulie e dei valori da essa perseguiti, sia all'interno della comunità locale, sia rivolgendosi al contesto nazionale ed internazionale, è stato ideato pertanto un logo specifico, finalizzato a valorizzare le organizzazioni che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi della Riserva della Biosfera, impegnandosi in un percorso di miglioramento interno volto alla qualificazione in termini di sostenibilità dell'organizzazione stessa e delle sue proposte. Il brand “Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie” dunque è utilizzabile anche per organizzazioni che abbiano finalità commerciali secondo le specifiche e modalità di concessione si esplicitano nel testo che segue.

L'organizzazione che faccia richiesta di utilizzo del brand “Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie” deve segnalare (nel modulo che verrà predisposto):

- gli elementi concreti di miglioramento (strutturali, organizzativi, di processo o di prodotto) che si intende proporre e che ci si impegna a realizzare (sono escluse quelle azioni che siano riconducibili a meri adempimenti normativi, saranno invece valutate positivamente quelle azioni che siano volontarie ed innovative in termini di concretizzazione dei principi dello sviluppo sostenibile);
- l'impegno a realizzare attività di promozione del territorio o divulgazione dei valori della Riserva della Biosfera, indicando tempi e modi previsti per la realizzazione delle stesse;
- il periodo di tempo che si propone per realizzare queste azioni;
- con quali testimonianze l'organizzazione si impegna a dimostrare di aver ottenuto il miglioramento per cui – in fase di richiesta di concessione del brand- era stato assunto l'impegno.
- L'eventuale presenza di progetti direttamente curati o coordinati dall'organizzazione, che siano parte del Piano di Azione della Riserve della Biosfera.

Per valutare la possibilità di concedere il logo, sulla base delle proposte dell'organizzazione richiedente, saranno valutate:

- l'incisività delle azioni proposte in termini di sostenibilità dell'organizzazione e del territorio di cui fa parte, anche in relazione alla dimensione e alle potenzialità dell'organizzazione richiedente;
- l'equità della proporzione tra il miglioramento proposto e le capacità interne dell'organizzazione;
- l'adeguatezza dei tempi di realizzazione e degli indicatori di monitoraggio proposti.

A semplice scopo esemplificativo e con nessuna velleità di esaurire la gamma delle possibilità si citano – fra i possibili elementi concreti di miglioramento (strutturali, organizzativi, di processo o di prodotto) che l'organizzazione richiedente il brand intende proporre: il contenimento della spesa energetica, l'utilizzo di energie rinnovabili, l'utilizzo di prodotti ecologici, la promozione di prodotti locali, la promozione del territorio.

Il brand “Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie” è concesso a tempo determinato ovvero fino alla scadenza dei termini che il soggetto che ha indicato per ottemperare al miglioramento. Scaduto quel periodo di tempo, il referente dell'organizzazione “sostenitore” dovrà presentare la documentazione che dimostra di aver ottenuto il miglioramento e proporre nuovi impegni.

Gli organi di governance della Riserva di Biosfera potranno, nel tempo, prevedere una revisione dei criteri di assegnazione del brand "Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie", in tali occasioni anche i soggetti a cui è già stato concesso il brand dovranno dimostrare di soddisfare i nuovi criteri, in caso contrario la possibilità di utilizzo del brand verrà loro revocato.

La richiesta si effettua per PEC al Parco Naturale delle Prealpi Giulie (parcoprealpigiulie@cert.spin.it), nella sua qualità di soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera Alpi Giulie, inviando la seguente documentazione³ sottoscritta dal legale rappresentante del soggetto richiedente l'uso del brand:

- richiesta di concessione del brand "Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie"
- sottoscrizione del "patto" per l'utilizzo del brand "Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie"

Alla ricezione della richiesta:

- il parco avvia un'istruttoria facendo emergere il proprio punto di vista rispetto all'accoglimento (o meno) della richiesta
- il Comitato di valutazione, che è composto da: un rappresentante del Parco e alcuni membri rappresentativi degli organismi di governance della Riserva della Biosfera con specifiche competenze approva (o meno) la richiesta
- nei casi che evidenzino una particolare urgenza, sarà inviata via mail ai membri del Comitato di valutazione, l'istruttoria redatta al parco. Se questi concordano nella posizione da prendere, questa decisione sarà prontamente comunicata al soggetto richiedente.

Entro 30 giorni dalla ricezione della PEC, le richieste di concessione del brand della Riserva di Biosfera, vengono analizzate e:

- vengono richieste eventuali integrazioni o chiarimenti sulla documentazione inviata sospendendo di fatto i tempi di valutazione della richiesta;
- viene risposto, sempre tramite PEC, positivamente o negativamente alla richiesta. Nel caso questa sia accolta, insieme alla comunicazione della concessione del brand verrà allegato il file del brand concesso, il manuale d'uso grafico, che dovrà essere rispettato ed eventualmente specificando alcune prescrizioni all'utilizzo⁴.

Se concesso, l'uso del brand "Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie" diventa obbligatorio da parte del richiedente farne uso nel materiale comunicativo.

La concessione del brand "Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie" decade qualora il richiedente venga meno agli impegni presi sottoscrivendo il "patto" per l'utilizzo del brand. In tal caso, i soggetti gestori della Riserva di Biosfera, rilevato il mancato rispetto degli impegni, intimano, tramite PEC, di porre rimedio alle mancanze rilevate entro un tempo congruo ma stringente. Se, entro la scadenza data, il richiedente dimostra di aver risolto alle mancanze segnalategli, l'uso del brand viene confermato, in caso contrario viene revocato e deve essere rimosso tempestivamente da tutti gli strumenti di comunicazione su cui era stato apposto. In caso di revoca del brand il soggetto gestore della Riserva di Biosfera potrà emanare anche uno specifico comunicato stampa informando l'opinione pubblica del ritiro della concessione del brand ed illustrandone le motivazioni.

³ Entrambi i documenti sono qui allegati e disponibili sul sito internet della Riserva di Biosfera Alpi Giulie.

⁴ A titolo esemplificativo e non esaustivo alcune tipologie di prescrizioni all'utilizzo potrebbero essere:

- specificare se l'uso del brand è concesso solo per alcuni utilizzi/strumenti di comunicazione per cui è stato richiesto;
- dettagliare eventuali situazioni nelle quali l'uso del brand "sostenitore della Riserva della Biosfera Alpi Giulie" non è consentito,
- vincolare la concessione del brand al realizzarsi di determinate condizioni,
- etc

il non rispetto delle prescrizioni specificate all'atto della concessione del brand, ne comporta la revoca.

Linee guida per l'utilizzo del brand della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie

Verrà quindi istituito un registro e promosso tramite i canali comunicativi della Riserva della Biosfera dove verranno protocollate tutte le richieste di utilizzo del brand "Sostenitore della Biosfera Alpi Giulie", descrivendone sinteticamente l'iter di valutazione, le eventuali prescrizioni, l'esito della risposta, la scadenza e o l'eventuale revoca. L'aggiornamento di tale registro sarà presentato periodicamente alla Governance della Riserva della Biosfera.