



## CAPITOLO III I DISCIPLINARI PER IL SETTORE AGROALIMENTARE

### **3.1. SEZIONE I: PREREQUISITI**

**Nota.** Vengono definiti in questa sezione i **prerequisiti** che consentono alle aziende di richiedere l'adesione all'iniziativa.

PRA 1. Le aziende di produzione e trasformazione, singole o associate, devono essere situate all'interno del territorio di riferimento. Sono ammesse in deroga le aziende che trasformano il prodotto fuori dal territorio di riferimento, ma che utilizzano il prodotto che ha visto la sua effettiva generazione di base nello spazio di riferimento.

PRA 2. L'azienda deve essere iscritta al Registro delle Imprese o, nel caso di una Associazione, ha l'obbligo di depositare presso l'Ente Parco il proprio Statuto.

PRA 3 E' richiesto il rispetto, documentato, in tutti gli stadi della produzione, della legislazione vigente tanto in ambito regionale, nazionale, quanto in ambito comunitario, con particolare riferimento alle disposizioni relative alla produzione e commercializzazione delle sostanze alimentari.

PRA 4., In termini di sicurezza alimentare è richiesto che l'azienda aderisca al principio dell'autocontrollo ed adotti un sistema di tracciabilità quale garanzia delle produzioni e degli strumenti impiegati.

PRA 5. L'azienda legge e sottoscrive l'adempimento della propria struttura al Piano agro-pastorale dell'Ente Parco

### **3.2. SEZIONE II: REQUISITI GENERALI COMUNI DELLE AZIENDE/IMPRESE**

**Nota.** Vengono definiti in questa sezione i **requisiti generali comuni** la cui programmazione dovrà essere allegata alla richiesta di attribuzione preliminare del Marchio.

#### ***Rapporto con l'ambiente***

RG 1.. L'azienda deve adottare un piano di miglioramento triennale delle proprie prestazioni ambientali (si veda tabella al fondo dei disciplinari) nell'ottica di applicare nuove forme gestionali e tecnologie volte, a titolo non esaustivo, ad:

- incrementare il risparmio energetico
- impiegare le fonti energetiche rinnovabili
- ridurre il consumo idrico
- ridurre la produzione di rifiuti e incrementarne il recupero
- ridurre le proprie emissioni atmosferiche

Eventuali altri obiettivi individuati debbono risultare del tutto compatibili con gli scopi statuari dell'Ente Parco.

Per informazioni: 011-8606202 – Nicoletta Fedrighini - nicoletta.fedrighini@pngp.it



RG 2. In particolare, in caso di ristrutturazione e/o rinnovo degli impianti e dell'attrezzatura, devono essere adottati sistemi che garantiscano il miglioramento delle prestazioni ambientali della struttura (quali: sistemi di isolamento termico delle superfici trasparenti e sistemi di inerzia termica efficace per pareri, solai e coperture, illuminazione a basso consumo energetico, generatori di calore con elevato rendimento energetico, dispositivi idraulici a basso consumo di acqua, elettrodomestici ad alta performance ambientale..) sempre nel rispetto delle norme e delle caratteristiche tipologiche -strutturali previste dalle normative vigenti, ovvero per i prodotti innovativi, opportunamente descritti alla commissione.

RG 3. L'azienda deve predisporre sistemi di raccolta differenziata dei rifiuti secondo quanto previsto dai sistemi di raccolta comunali.

### ***Rapporti con il pubblico e promozione***

RG 4. Per incrementare, in termini turistici, la propria visibilità e la diffusione della conoscenza delle tecniche di lavorazione adottate, le aziende favoriscono le condizioni per rendere visitabili al pubblico i propri laboratori di lavorazione e, qualora le condizioni di contesto lo rendano possibile, l'organizzazione e lo svolgimento, all'interno dei laboratori stessi di attività formative (stage) aperte al pubblico e rendere disponibili i propri ambienti per eventuali iniziative del Parco nel rispetto della normativa vigente.

RG 5 L'azienda deve promuovere da sola o in associazione con altri produttori o con l'ente Parco iniziative promozionali e progetti di educazione del gusto.  
Al momento della concessione del marchio l'azienda sarà disponibile a mettere a disposizione una quota di prodotto ad uso del parco per le sue iniziative promozionali, da concordare con l'Ente. L'azienda, inoltre, garantisce la sua presenza in almeno due eventi all'anno, organizzati dall'Ente Parco.

RG 6 Data l'importanza di una strategia di promozione e di comunicazione per la commercializzazione dell'offerta della struttura in contesti che non siano esclusivamente locali, l'azienda deve adeguatamente promuovere i propri servizi ed offrire adeguata visibilità al marchio di qualità con la presenza sulla rete internet indicando le specifiche aziendali, la localizzazione e l'adesione al marchio; il requisito minimo richiesto è la presenza sul Web in appositi siti promozionali per le imprese; è auspicabile la realizzazione di un sito web personale, concordando con l'Ente Parco il posizionamento dei loghi ed dei link comuni dedicati all'area protetta ed al progetto marchio di qualità

RG 7 L'azienda si impegna a realizzare un corner ove mettere a disposizione dei clienti materiale informativo inerente il Parco, lo Spazio Gran Paradiso e i servizi offerti da altri operatori aderenti al presente marchio.



### **Commercializzazione dei prodotti**

RG 8. La commercializzazione del prodotto può avvenire direttamente in azienda oppure presso esercizi commerciali autorizzati tramite stipula di adeguate convenzioni.

Qualora l'azienda disponga di un punto di vendita diretta al pubblico, al suo interno deve operare personale preparato a fornire informazioni sull'area geografica interessata al marchio, sulle sue tradizioni produttive e sul presente marchio collettivo di qualità.

L'attività di commercializzazione svolta deve in ogni caso essere organizzata in modo tale che il visitatore/acquirente possa distinguere agevolmente i prodotti aderenti al marchio ( etichettatura dei prodotti concordata preventivamente con l'Ente)

RG 9 L'uso di canali di commercializzazione informatici per i prodotti/marchio è consentito previa verifica da parte del soggetto incaricato del controllo: dovranno essere rispettati parametri formali predefiniti e concordati in relazione all'opportunità di promuovere contestualmente il territorio e l'iniziativa.

### **3.3.3.AGR. AGROALIMENTARE TIPICO**

#### *AGR 3. Vino, liquori e distillati.*

**RS 1.** Il prodotto finale è costituito da vino ottenuto dal naturale processo di fermentazione alcolica dei mosti d'uva, da bevande alcoliche contenenti zucchero e aromi diversi, e da distillati.

**RS 2.** La zona di produzione delle uve è prevalentemente quella del territorio di riferimento. In merito alla produzione di liquori e distillati la zona di produzione e/o di raccolta delle erbe (nel rispetto dei divieti di raccolta previsti all'interno dell'area protetta) e degli aromi deve essere quella del territorio di riferimento.

**RS 3** L'azienda deve attenersi ai principi dell'Agricoltura Integrata secondo la normativa vigente a livello regionale.

**RS 4** L'aumento del titolo alcolometrico volumico minimo naturale del mosto o del vino deve essere ottenuto esclusivamente mediante aggiunta di mosto concentrato di uve analoghe prodotte nella stessa zona, o di MCR (mosto concentrato rettificato).

**RS 5** Sulle bottiglie o altri recipienti contenenti i vini, i liquori, i distillati di cui al presente disciplinare deve figurare (dove consentito per legge) l'indicazione dell'annata di produzione, purché veritiera e documentabile.

**RS 6** Il prodotto può essere venduto sfuso o confezionato; in entrambi i casi, la vendita può effettuarsi presso la cantina o il laboratorio dell'azienda produttrice o presso esercizi commerciali autorizzati. Qualora l'azienda disponga di un punto di vendita diretta al pubblico, al suo interno deve operare personale preparato a fornire informazioni sull'area geografica interessata al marchio e sulle sue tradizioni produttive e sul marchio di qualità stesso.

**RS 7** Rispetto per le pratiche di coltivazione tradizionali, con una forte attenzione per la salvaguardia del paesaggio storico, culturale e tradizionale.



## Piano di miglioramento ambientale triennale (RG 1)

Si applica a:	Ambito	Aspetto Ambientale	Obiettivo di Miglioramento	Azione	Da conseguire entro... (anno 1 2 e 3)
Tutti	Packaging e confezionamento dei prodotti	Rifiuti Urbani	Riduzione della produzione dei Rifiuti Urbani	Evitare l'utilizzo di imballaggi inutili e voluminosi.  Promuovere l'utilizzo di borse in cotone, in carta riciclata o Mater-BI opportunamente personalizzate, anziché sacchetti in plastica.	
Tutti	Packaging e confezionamento dei prodotti	Consumo materie prime	Incrementare il recupero dei materiali	Utilizzare, ove possibile, imballaggi di confezionamento prodotti con quantità elevate di materiale proveniente da recupero.	
Tutti	Pulizia locali	Rifiuti Urbani	Riduzione della produzione dei Rifiuti Urbani	Utilizzare detergenti sfusi con flaconi ricaricabili per la pulizia dei locali. I detergenti devono essere certificati con un marchio ecologico (es. Ecolabel).	
Tutti	Degustazioni	Rifiuti Urbani	Riduzione della produzione dei Rifiuti Urbani	Utilizzare piatti, bicchieri, tazze di vetro o ceramica. Alternativamente utilizzare stoviglie di materiale espressamente dichiarato come compostabile dal produttore secondo la norma europea EN 13432 "Requisiti per imballaggi recuperabili mediante compostaggio e biodegradazione - Schema di prova e criteri di valutazione per l'accettazione finale degli imballaggi". (es- Mater-Bi).	
Tutti	Illuminazione dei locali (ad esclusione dei laboratori di produzione)	Risparmio energetico	Riduzione dei consumi di energia elettrica	Una percentuale significativa (almeno il 50%) delle lampadine installate devono essere lampade fluorescenti compatte (LFC) dette anche a "basso consumo".	
Tutti	Uso acqua igienico-sanitaria	Consumi idrici	Riduzione dei consumi idrici	Installare i rompi-getto aerati per i rubinetti (RA).	