*Gruppo di Azione Locale TERRE VIBONESI*
*Via Nazionale SS n°18, 89851 Vena di Ionadi (VV)*

## MARCHIO TERRITORIALE TERRE VIBONESI

ALLEGATO 1.1

# DISCIPLINARE N. 1.1 – IMPRESE AGROALIMENTARI: PRODUZIONE APISTICA

## PREMESSA

Il presente disciplinare vuole essere da riferimento per tutte le tipologie di aziende affiliate al settore agroalimentare, in base all'art. 8 del Regolamento d'uso del presente Marchio Territoriale Terre Vibonesi, esso è valido in particolare per le aziende agricole, i trasformatori di prodotti primari e le imprese manifatturiere e/o di commercializzazione e distribuzione di tali prodotti.

Si ricorda che i requisiti definiti all'interno del Regolamento e del presente disciplinare devono essere rispettati dall'Organizzazione perché la certificazione possa essere data al prodotto specifico per cui la si richiede.

Il disciplinare articola il suo contenuto esponendo i prerequisiti che l'organizzazione deve rispettare per richiedere l'accesso all'iter di verifica per la concessione del marchio, essi sono elencati preventivamente nel Regolamento e vengono qui ripresi, per poi essere arricchiti e completati dai criteri obbligatori, che permettono all'organizzazione di entrare in possesso della licenza d'uso del marchio, se posseduti nella loro totalità, comunque non prima del completamento del processo di verifica; si precisa che per quelle organizzazioni che possiedono solo in parte i requisiti obbligatori vi è la possibilità di raggiungere il soddisfacimento della totalità dei requisiti entro un anno dall'invio della richiesta e dall'avvio dell'iter di verifica, come definito nel Regolamento.

A questi criteri obbligatori sono affiancati i criteri di miglioramento, sui quali l'organizzazione deve basarsi per la stesura del proprio piano di miglioramento triennale, ad ognuno di essi è assegnato un punteggio.

Il punteggio minimo richiesto per il rinnovo della licenza d'uso è di 10 punti, tale soglia permette di ottenere il rinnovo per altri 3 anni (fatto salvo il risultato positivo della visita relativa e del

pagamento della quota), per chi al momento della sottoscrizione della licenza avrà già raggiunto la soglia minima, si vedrà già garantito il rinnovo automatico allo scadere dei tre anni, dopo aver superato un controllo per il mantenimento dei requisiti dichiarati.

Il presente disciplinare articola i criteri obbligatori e i criteri di miglioramento in due macrocategorie di riferimento: sostenibilità (ambientale, sociale e governance). Esse costituiscono i temi di riferimento su cui le organizzazioni che desiderano ottenere la concessione del marchio e/o che hanno ottenuto la concessione devono lavorare per implementare in termini di qualità e di ottica di sviluppo del marchio, l'offerta ad esso legata.

Il presente disciplinare si compone di due parti: la prima comune a tutte le imprese del settore divisa in prerequisiti, requisiti obbligatori (sezione sostenibilità e sezione rapporti con il pubblico) e da una sezione specifica che riguarda una macrocategoria del settore agroalimentare ritenuta d'interesse in base alla carta di valorizzazione del territorio e ai prodotti agroalimentari che lo caratterizzano.

Questo primo disciplinare è il riferimento per i prodotti che si inseriscono nella macrocategoria "produzioni apistiche".

---

# PREREQUISITI

## Prerequisiti specifici

Per le **aziende agricole**:

- possesso dei requisiti di legge, che attestano lo stato di imprenditore agricolo, con la possibilità di verifica delle effettive mansioni primarie di agricoltore;

Per i **trasformatori di prodotti primari**:

- Iscrizione e appartenenza al registro delle imprese della Camera di Commercio, Industria e Artigianato come trasformatori agro-alimentari. Deroga per le Associazioni o aziende che valorizzano delle piccole produzioni agroalimentari di origine locale (PPL) (Legge n. 30/2022).
- Dimostrazione, mediante opportuna documentazione probatoria, della effettiva trasformazione di prodotti animali o vegetali provenienti da allevamenti o coltivazioni dall'interno del territorio considerato all'articolo 2;

Per le **imprese manifatturiere e/o di commercializzazione e distribuzione**:

- effettiva appartenenza al Registro delle Imprese della CCIAA in qualità di impresa manifatturiera e/o di commercializzazione e distribuzione;
- dimostrazione dell'effettiva produzione, commercializzazione e/o distribuzione di prodotti derivanti dalle tradizioni del territorio.

## Prerequisiti comuni

- Dichiarazione, sottoscritta dall'imprenditore, dalla quale risulti che l'azienda non ha contestazioni in corso o non ne ha avute per un periodo precedente alla data della

domanda d'iscrizione pari ad almeno cinque anni, relativa a reati o infrazioni gravi commesse nel campo della tutela ambientale, della salubrità del prodotto o della salute pubblica.

- Dichiarazione, sottoscritta dall'imprenditore, dalla quale risulti che l'impresa si trova nel libero esercizio dei propri diritti non essendo in stato di liquidazione/fallimento o altra procedura concorsuale equipollente;
- Dichiarazione relativa all'attività svolta con specifico riferimento al prodotto o servizio per il quale è richiesta la concessione.
- La struttura/locale o la sede di svolgimento delle attività di servizio deve essere ubicata nel territorio di riferimento, facendo fede alla carta territoriale; 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. Lo stesso vale per le aziende che commerciano e distribuiscono il prodotto tipico al di fuori dello spazio di riferimento.
- È richiesto il rispetto, documentato, in tutti gli stadi della produzione, della legislazione vigente tanto in ambito regionale, nazionale, quanto in ambito comunitario.

---

## SEZIONE I – SOSTENIBILITÀ

### Criteri obbligatori

*Sono i criteri che tutte le aziende del settore devono rispettare per poter accedere all'iter di assegnazione del marchio.*

| Criteri obbligatori | Documentazione da fornire |
|---|---|
| **La struttura adotta un sistema di raccolta, deposito temporaneo e smaltimento dei rifiuti in conformità a quanto disposto dalla normativa vigente sia per quanto concerne la scelta dei fornitori (presenza di autorizzazioni al trasporto, stoccaggio e smaltimento), sia per quanto concerne gli adempimenti documentali obbligatori (registro di carico e scarico, formulari)** | Registri di carico e scarico, formulari |
| **Esiste un'autorizzazione per l'approvvigionamento idrico e lo scarico delle acque reflue. Se non è presente l'impianto di fognatura, deve essere presente un sistema di depurazione autonomo conforme alla normativa vigente** | Autorizzazione e/o canone di fognatura – Caratteristiche impianto |
| **Identificare con precisione gli appezzamenti e le strutture aziendali, mediante cartografia (se previsto per la tipologia d'azienda)** | Fascicolo aziendale |
| **Compilare i registri aziendali richiesti di norma per la tipologia produttiva** | Registri aziendali |

## Criteri di miglioramento – Sostenibilità

Per strutturare questi criteri si sono usate come ispirazione le tematiche ESG (Environmental, Social e Governance) principi sempre più presenti all'interno dell'Unione Europea. In quest'ambito, la sostenibilità rappresenta un approccio integrato per valutare le prestazioni di un'impresa non solo in termini economici, ma anche in relazione all'ambiente, alla società e alla governance. Questi tre pilastri — Ambientale, Sociale e di Governance — guidano l'azienda verso pratiche commerciali più responsabili e durature. La sostenibilità ambientale si concentra sull'uso prudente delle risorse naturali e sulla mitigazione degli impatti ambientali, mentre la sostenibilità sociale si occupa del benessere dei dipendenti, delle comunità e delle parti interessate. La sostenibilità della governance riguarda la trasparenza, l'etica aziendale e la conformità normativa. Integrando questi aspetti nella strategia aziendale, le aziende possono creare valore a lungo termine e contribuire positivamente alla società e all'ambiente in cui operano. Verrà messo a disposizione un questionario di autovalutazione che possa indirizzare le aziende verso l'aumento graduale delle proprie performance.

In fase di rinnovo del marchio, l'azienda dovrà attestare di aver raggiunto almeno il punteggio di 10 punti scegliendo tra tutti i criteri di miglioramento presenti nel disciplinare.

### *Criteri di miglioramento ambientale*

Misurano il successo delle azioni volte a ridurre al minimo le esternalità negative sull'ambiente. Queste ultime sono la conseguenza dell'attività imprenditoriale stessa, che non è innocua dato che la produzione, soprattutto quella industriale, richiede un consumo di risorse ed energia che si ripercuote sull'ambiente. Inoltre, durante il processo produttivo vengono generati dei rifiuti che possono essere inquinanti.

Nella tabella sottostante sono presenti i requisiti che devono essere inseriti nel piano di miglioramento, che deve essere redatto su base triennale e presentato con il modulo di richiesta di assegnazione del marchio.

| **AMBIENTALE** | | | |
|---|---|---|---|
| **Obiettivo di miglioramento** | **Azione** | **Documentazione** | **Pt.** |
| Utilizzo fonti rinnovabili | Almeno il 20% dell'energia elettrica deve provenire da fonti di energia rinnovabile | Manuale tecnico – Caratteristiche dell'impianto – Registro/consumi mensili e annuali | 3 |
| Illuminazione | Spegnimento automatico delle luci dei locali e degli ambienti esterni | Caratteristiche dell'impianto | 1 |
| Lampadine | Almeno il 75% delle lampadine sono a basso consumo (classe A) | | 1 |
| Utilizzo acqua piovana | L'azienda possiede un impianto di raccolta dell'acqua piovana per essere riutilizzata con scopi non sanitari e non potabili | Caratteristiche impianto per assicurare che l'impianto sia | 2 |

| AMBIENTALE | | | |
|---|---|---|---|
| **Obiettivo di miglioramento** | **Azione** | **Documentazione** | **Pt.** |
| | | separato da quello potabile | |
| Raccolta differenziata | L'azienda si impegna ad adottare il sistema della raccolta differenziata dei rifiuti prodotti | Autodichiarazione, presenza di raccoglitori | 3 |

### *Criteri di miglioramento sociale*

In questo caso, gli indicatori sociali misurano in che modo l'azienda si relaziona con la società o con la comunità locale. Sono i requisiti che devono essere inseriti nel piano di miglioramento, che deve essere redatto su base triennale e presentato con il modulo di richiesta di assegnazione del marchio.

| SOCIALE | | | |
|---|---|---|---|
| **Obiettivo di miglioramento** | **Azione** | **Documentazione** | **Pt.** |
| Promozione dell'inclusione e della diversità e dell'occupazione giovanile e della parità di genere. | Assicurarsi che le opportunità di lavoro dell'azienda siano pubblicizzate in modo ampio e accessibile, utilizzando diversi canali di comunicazione per raggiungere una vasta gamma di candidati potenziali, comprese comunità di minoranze e organizzazioni giovanili | Materiale probatorio: foto degli annunci, link all'annuncio, contratto di lavoro firmato, organigramma dipendenti, ecc. | 2 |
| Coinvolgimento attivo nella comunità locale attraverso programmi di volontariato, iniziative educative o sostegno a progetti sociali. | Sponsorizzazione e collaborazione in eventi sociali: programmi di volontariato aziendale; iniziative educative per le scuole locali; sostegno a progetti sociali locali; partecipazione a eventi comunitari; creazione di partnership con organizzazioni locali. | Materiale probatorio: locandina evento con sponsorizzazione, foto della partecipazione all'evento, dichiarazioni e convenzioni per le attività, ecc. | 5 |

### *Criteri di miglioramento della Governance*

Gli indicatori di sostenibilità istituzionale si concentrano su aspetti economici e finanziari. Un'azienda deve essere redditizia per mantenere le sue funzioni in equilibrio. A tal fine, essa deve seguire dei criteri di governance razionali e che le consentano di limitare i rischi. Sono i

requisiti che devono essere inseriti nel piano di miglioramento, che deve essere redatto su base triennale e presentato con il modulo di richiesta di assegnazione del marchio.

| GOVERNANCE | | | |
|---|---|---|---|
| **Obiettivo di miglioramento** | **Azione** | **Documentazione** | **Pt.** |
| Canali di comunicazione aperti | Creare canali di comunicazione aperti e accessibili per consentire agli stakeholder di porre domande, fornire feedback e richiedere informazioni sulla gestione aziendale. | Materiale probatorio: link al sito e al materiale indicato | 2 |
| Utilizzo dei social media e della tecnologia | Utilizzare i social media e altre piattaforme online per condividere aggiornamenti e notizie sull'azienda, i suoi valori, le sue pratiche e le sue iniziative. Sfruttare strumenti digitali come blog aziendali, podcast o video per comunicare in modo efficace e coinvolgente con gli stakeholder. | Materiale probatorio: link alle pagine social su cui si è pubblicato il materiale. | 4 |
| Collaborazione intersettoriale e implementazione delle attività di rete | La collaborazione intersettoriale e le attività di rete sono fondamentali per affrontare sfide complesse che coinvolgono diversi settori. Questi approcci favoriscono lo scambio di conoscenze e risorse, accelerando l'innovazione e la creazione di sinergie. Attraverso la collaborazione, le organizzazioni possono affrontare questioni come il cambiamento climatico e la povertà in modo più efficace e sostenibile. | Materiale probatorio: convenzioni, contratti di settore, ecc. | 5 |

## SEZIONE II – RAPPORTI CON IL PUBBLICO

### Criteri obbligatori

| Criteri obbligatori | Documentazione da fornire |
|---|---|
| **Commercializzare i prodotti agro-alimentari utilizzando un'etichetta di riconoscimento nella quale, in rispetto della normativa vigente, siano riportati in modo chiaro e leggibile i** | Etichette |

| Criteri obbligatori | Documentazione da fornire |
|---|---|
| **dati aziendali che esplichino in modo inequivocabile il legame tra il prodotto ed il territorio** | |
| **La sede aziendale è facilmente raggiungibile e segnalata tramite chiare indicazioni, che sottolineano la produzione/commercializzazione/distribuzione di prodotti tipici del territorio di riferimento** | Cartellonistica |

## Criteri di miglioramento

| Obiettivo di miglioramento | Azione | Documentazione | Pt. |
|---|---|---|---|
| Promozione | L'azienda deve rendere chiara e visibile la sua partecipazione al progetto Marchio Territoriale Terre Vibonesi, affiancandolo al proprio marchio sia sull'etichettatura del prodotto che nel materiale aziendale | Materiale informativo | 4 |
| Spazio espositivo | L'azienda dedica uno spazio espositivo ai prodotti a Marchio Territoriale Terre Vibonesi. | Materiale promozionale | 1 |
| E-commerce | Se l'azienda è dotata di canale e-commerce, il prodotto a Marchio Territoriale Terre Vibonesi deve essere adeguatamente distinto dagli altri | Sito internet | 4 |
| Sito internet | Se l'azienda non è dotata di sito internet, essa si impegna a crearne uno e a sviluppare una sezione dedicata al marchio e alla sua promozione. Se l'azienda possiede già un sito internet, essa si impegna a inserire una sezione dedicata al marchio e alla sua promozione. | Sito internet | 5 |
| Distribuzione e commercializzazione | Se l'azienda si affida a un'azienda di distribuzione/commercializzazione del prodotto, deve anch'essa rispettare i principi del presente disciplinare, dando adeguato spazio e promozione ai prodotti a Marchio Territoriale Terre Vibonesi | Elenco dei distributori | 2 |
| Eventi promozionali | Nell'ambito degli eventi promozionali del Marchio Territoriale Terre Vibonesi, l'azienda si impegna a | — | 5 |

| Obiettivo di miglioramento | Azione | Documentazione | Pt. |
|---|---|---|---|
| | partecipare con i propri prodotti a marchio almeno una volta all'anno. | | |

## SEZIONE III – REQUISITI SPECIFICI PER LE PRODUZIONI APISTICHE

### Criteri specifici obbligatori

| Criteri specifici | Documentazione |
|---|---|
| **Per l'attribuzione del presente Marchio Territoriale Terre Vibonesi viene considerato apicoltore chiunque allevi le api sia come attività principale che secondaria o complementare.** | Dichiarazione di attività apistica |
| **Il miele deve essere realizzato utilizzando la flora tipica del territorio di riferimento. Ciò significa che entro il suddetto territorio devono trovarsi gli alveari o i territori di pascolamento degli alveari.** | Localizzazione degli alveari |
| **Sin dal prelievo dei melari dagli apiari sono prese le precauzioni necessarie a evitare la contaminazione (con polvere, sporcizia, contatto con insetti o altri animali, sostanze estranee) e l'assorbimento di umidità dall'aria da parte del miele.** | Visione del materiale di lavoro |
| **Non è consentito l'utilizzo di materiali e attrezzature, negli alveari e nel laboratorio, non idonei dal punto di vista igienico-sanitario o comunque in grado di compromettere la salute delle api e la salubrità del miele (vernici, plastiche non alimentari, materiali fumiganti contenenti colle o fibre sintetiche, maturatori e smielatori non in acciaio inox, ecc.).** | |
| **Il tempo minimo di conservazione (da consumarsi preferibilmente entro...) da indicare sulle etichette è di 24 mesi dalla data di confezionamento, al fine di garantire il mantenimento delle proprietà organolettiche dello stesso.** | Etichette |
| **Il prodotto deve essere venduto confezionato in contenitori di vetro bianco trasparente, chiusi con capsule metalliche che garantiscano la conservabilità del prodotto stesso, decorati ed etichettati in modo tale che venga messa in evidenza l'origine dello stesso e la tradizionalità della lavorazione. I contenitori devono essere sterili e di primo utilizzo e dovranno essere idonei a contenere alimenti.** | Visione del prodotto |

### Criteri di miglioramento specifici

| Obiettivo di miglioramento | Azione | Documentazione | Pt. |
|---|---|---|---|
| Agricoltura biologica | L'azienda si impegna ad adottare un sistema di certificazione in rispetto del Reg. CE 2092/91 e del Reg. CE 1804/99 | Certificati/autorizzazioni emessi dagli ODC | 10 |
| Prodotti PAT | L'azienda si impegna a seguire i disciplinari dei prodotti PAT indicati dal GAL o utilizza prodotti PAT da aziende che ne fanno riferimento | Autodichiarazione | 8 |
| Marchi di prodotto | L'azienda si impegna ad adottare un sistema di certificazione in rispetto del Reg. CE 510/2006 e/o del Reg. CE 823/87 (Produzione D.O.P. e I.G.P.) | Certificati/autorizzazioni emessi dalle autorità preposte all'attività di controllo/verifica | 5 |
| Ampliamento dell'offerta | Aggiunta di un'altra tipologia di miele, oltre a quelle già presenti fra quelle tipiche del territorio, a scelta fra: Miele millefiori – Miele di castagno – Miele di acacia – Miele di agrumi – Miele di cardo – Miele di eucalipto | Prodotti | 5 |
| Promozione | Organizzazione di giornate a 'porte aperte': visita di stabilimento, degustazioni, suggerimenti di preparazioni con il prodotto | Materiale promozionale | 5 |
| Usi culinari | Implementazione dell'utilizzo del prodotto come base per prodotti da forno tradizionale (es. Mostaccioli) – vendita a produttori locali della rete del Marchio e promozione degli stessi in loco | Materiale promozionale e schede dei prodotti | 4 |
| Formazione sulle buone pratiche apistiche | Partecipazione a corsi di formazione sulle buone pratiche apistiche | Attestato | 6 |
| Commercializzazione | Il prodotto viene commercializzato all'interno della rete del presente Marchio Territoriale Terre Vibonesi | Elenco fornitori/clienti | 8 |

## TABELLA RIEPILOGATIVA DEI PUNTEGGI

| Sezione | Obiettivo di miglioramento | Punteggio |
|---|---|---|
| **Ambiente** | Utilizzo fonti rinnovabili | **3** |
| **Ambiente** | Illuminazione | **1** |
| **Ambiente** | Lampadine | **1** |
| **Ambiente** | Utilizzo acqua piovana | **2** |
| **Ambiente** | Raccolta differenziata | **3** |
| **Sociale** | Inclusione, diversità e occupazione giovanile | **2** |
| **Sociale** | Coinvolgimento attivo nella comunità locale | **5** |
| **Governance** | Canali di comunicazione aperti | **2** |
| **Governance** | Utilizzo social e tecnologia | **4** |
| **Governance** | Collaborazione intersettoriale e attività di rete | **5** |
| **TOTALE SEZIONE SOSTENIBILITÀ** | | **28** |
| **Rapporti con il pubblico** | Promozione | **4** |
| **Rapporti con il pubblico** | Spazio espositivo | **1** |
| **Rapporti con il pubblico** | E-commerce | **4** |
| **Rapporti con il pubblico** | Sito internet | **5** |
| **Rapporti con il pubblico** | Distribuzione e commercializzazione | **2** |
| **Rapporti con il pubblico** | Eventi promozionali | **5** |
| **TOTALE SEZIONE RAPPORTI CON IL PUBBLICO** | | **21** |
| **Apistica** | Agricoltura biologica | **10** |
| **Apistica** | Marchi di prodotto | **5** |
| **Apistica** | Prodotti PAT | **8** |
| **Apistica** | Ampliamento dell'offerta | **5** |
| **Apistica** | Promozione | **5** |
| **Apistica** | Usi culinari | **4** |
| **Apistica** | Formazione sulle buone pratiche apistiche | **6** |
| **Apistica** | Commercializzazione | **8** |
| **TOTALE SEZIONE APISTICA** | | **51** |
| **TOTALE COMPLESSIVO** | | **100** |