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

MARCHIO TERRITORIALE TERRE VIBONESI

ALLEGATO 1.2

DISCIPLINARE N. 1.2 – IMPRESE AGROALIMENTARI: CARNI, INSACCATI, SALUMI

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: rapporto con l'ambiente e rapporto con il pubblico. 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 sostenibilità (ambientale, sociale e governance), 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 secondo disciplinare è il riferimento per i prodotti che si inseriscono nella macrocategoria "insaccati, salumi, carni fresche".

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 (dove richiesto per la tipologia d'azienda) – non è un criterio per le altre tipologie di azienda all'infuori dell'azienda agricola.	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.**
Miglioramento delle condizioni di lavoro per i dipendenti	Condurre sessioni di formazione sulla sicurezza sul lavoro.	Materiale probatorio: certificati di partecipazione, ecc.	2
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.	3
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.**
Rapporti periodici	Pubblicare rapporti periodici sulle pratiche aziendali, comprese informazioni sui processi di produzione, gli standard ambientali, sociali e di governance adottati e le prestazioni aziendali in questi settori	Materiale probatorio: allegare i documenti	1
Incontri informativi con i dipendenti	Fornire uno spazio per il dialogo e il feedback da parte dei dipendenti, incoraggiandoli a condividere idee e preoccupazioni in modo aperto e trasparente	Autocertificazione	3
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	Materiale probatorio: convenzioni, contratti di settore, ecc.	5

GOVERNANCE			
Obiettivo di miglioramento	**Azione**	**Documentazione**	**Pt.**
	il cambiamento climatico e la povertà in modo più efficace e sostenibile. Le attività di rete consentono il coordinamento delle azioni e la massimizzazione dell'impatto delle iniziative. Questi approcci promuovono una visione integrata delle sfide e delle opportunità, facilitando soluzioni più efficaci e durature.		

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 dati aziendali che esplichino in modo inequivocabile il legame tra il prodotto ed il territorio	Etichette
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

Obiettivo di miglioramento	Azione	Documentazione	Pt.
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.		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 partecipare con i propri prodotti a marchio almeno una volta all'anno.	—	5

SEZIONE III – CRITERI SPECIFICI PER IL PRODOTTO "CARNI, INSACCATI E SALUMI"

Criteri obbligatori specifici

Criteri specifici	Documentazione
Il prodotto finale è costituito da carne trasformata, cioè, insaccati e salumi preparati secondo le tradizioni tipiche del territorio regionale e nel rispetto degli ingredienti, delle procedure di lavorazione	Schede dei prodotti
La scelta delle materie prime costituisce il supporto fondamentale su cui poggia la qualità. Nel rispetto della	Provenienza delle materie prime/registro dei fornitori

Criteri specifici	Documentazione
normativa comunitaria vigente, sono ammesse esclusivamente: carni suine, bovine, caprine, ovine, avicole, equine	
Le materie prime utilizzate devono provenire, per quanto possibile, dall'area di riferimento	
I luoghi ed i tempi minimi di stagionatura devono rispettare le specifiche definite per ciascuna tipologia di prodotto.	Schede dei prodotti

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	Miglioramento condizioni di lavoro	**2**
Sociale	Inclusione, diversità e occupazione giovanile	**3**
Sociale	Coinvolgimento attivo nella comunità locale	**5**
Governance	Rapporti periodici	**1**
Governance	Incontri informativi dipendenti	**3**
Governance	Canali di comunicazione aperti	**2**
Governance	Utilizzo social e tecnologia	**4**
Governance	Collaborazione intersettoriale e attività di rete	**5**
TOTALE SEZIONE SOSTENIBILITÀ		**35**
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**

Sezione	Obiettivo di miglioramento	Punteggio
Rapporti con il pubblico	Eventi promozionali	**5**
TOTALE SEZIONE RAPPORTI CON IL PUBBLICO		**21**
TOTALE COMPLESSIVO		**56**