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

MARCHIO TERRITORIALE TERRE VIBONESI

ALLEGATO 2

DISCIPLINARE N. 2 – PRODOTTI TIPICI ARTIGIANALI

PREMESSA

Il presente disciplinare costituisce parte integrante della documentazione strutturale del Marchio Territoriale Terre Vibonesi e vuole essere da riferimento per le imprese esercitanti attività artigiana, in particolare si tratta di "artigianato tipico", ossia quelle produzioni uniche legate alla tradizione del territorio, che lo valorizzano e lo rappresentano. Esse riguardano in particolare lavorazioni in ceramica, terracotta, legno, tessuti in seta e pizzi, lavorazioni in argento e oro.

Il presente disciplinare si soffermerà sulle produzioni artigianali in ceramica e terracotta in quanto più sviluppate e meglio significative ai fini del Marchio Territoriale Terre Vibonesi.

Si precisa che il rispetto delle condizioni a Regolamento e contenute nel presente disciplinare sono necessarie per accedere al processo di valutazione della concessione del marchio per il prodotto artigianale specifico per cui esso è richiesto.

Per ogni struttura i riferimenti sono: Carta di Valorizzazione del territorio, Regolamento d'uso del Marchio e il presente Disciplinare di settore, debitamente e coerentemente interpretate, a seconda dell'attività effettivamente svolta e della categoria di appartenenza della struttura stessa.

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) 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.

Infine, si sottolinea che il presente disciplinare è in continuo aggiornamento, si riserva la possibilità alle stesse imprese artigiane del territorio di riferimento di suggerire modifiche per rendere il Marchio Territoriale Terre Vibonesi accessibile a nuove produzioni rappresentative.

PREREQUISITI

Sono i requisiti generali e obbligatori che permettono alle aziende di accedere all'iter di concessione del marchio:

- effettiva appartenenza al registro delle imprese della Camera di commercio, Industria e Artigianato in qualità di impresa artigiana o manifatturiera. Con possibile deroga per le piccole imprese e i singoli imprenditori che si dedicano alla valorizzazione delle tradizioni artigianali del territorio di riferimento;
- 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 o equipollente;
- La struttura/locale o la sede di svolgimento delle attività di servizio deve essere ubicata nel territorio di riferimento, facendo fede alla carta territoriale;
- È richiesto il rispetto, documentato, in tutti gli stadi della produzione, della legislazione vigente tanto in ambito regionale, nazionale, quanto in ambito comunitario.
- dimostrazione, mediante opportuna documentazione probatoria, della effettiva produzione di prodotti artigianali derivanti dalle tradizioni del territorio.

– dichiarazione relativa all'attività svolta con specifico riferimento al prodotto o servizio per il quale è richiesta la concessione.

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 deve predisporre sistemi di raccolta differenziata dei rifiuti secondo quanto previsto dai sistemi di raccolta comunali	Avvisi esposti
Devono essere utilizzati prodotti per la lavorazione e la finitura del prodotto (ad esempio vernici, impregnanti, lacche...) del tutto atossici e naturali, nel pieno rispetto della compatibilità ambientale	Schede dei prodotti

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

AMBIENTALE			
Obiettivo di miglioramento	**Azione**	**Documentazione**	**Pt.**
Lampadine	La struttura si impegna a sostituire nel corso del triennio, almeno il 60% delle lampadine installate con quelle ad efficienza di classe A (a basso consumo)	Caratteristiche dell'impianto	2
Energia Elettrica	Almeno il 20% dell'energia elettrica deve provenire da fonti di energia rinnovabile. Applicabile alle strutture che hanno accesso ad un mercato che offre energia prodotta da fonti rinnovabili (impianti fotovoltaici)	Autocertificazione, caratteristiche impianto	1
Ristrutturazione	Adottare sistemi che garantiscano il miglioramento delle prestazioni ambientali della struttura (sistemi di isolamento termico, illuminazione a basso consumo, generatori di calore ad alto rendimento, dispositivi idraulici a basso consumo, ecc.)	Certificazioni dei materiali, certificazioni energetiche	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, 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

SOCIALE			
Obiettivo di miglioramento	**Azione**	**Documentazione**	**Pt.**
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. Sono i requisiti che devono essere inseriti nel piano di miglioramento, 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	Materiale probatorio: link alle pagine social su cui	4

GOVERNANCE			
Obiettivo di miglioramento	**Azione**	**Documentazione**	**Pt.**
	pratiche e le sue iniziative. Sfruttare strumenti digitali come blog aziendali, podcast o video per comunicare in modo efficace e coinvolgente con gli stakeholder.	si è pubblicato il materiale.	
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. 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.	Materiale probatorio: convenzioni, contratti di settore, ecc.	5

SEZIONE II – RAPPORTO CON IL PUBBLICO

Criteri obbligatori

Criteri obbligatori	Documentazione da fornire
I prodotti realizzati devono possedere il carattere della tipicità. Il soggetto richiedente l'attribuzione del Marchio deve perciò presentare una relazione sintetica mirata a comprovare che essi sono, se non esclusivi, almeno caratteristici, per tradizione, costume e consuetudine, del territorio di riferimento.	Relazione sui prodotti
La percentuale di manualità nel processo lavorativo deve essere tendenzialmente preponderante rispetto all'uso di macchinari. Il ricorso all'utilizzo della tecnologia può avvenire solo per la realizzazione di elementi base dei manufatti, ai quali l'apporto della manualità dovrà comunque conferire	Relazione sui processi produttivi

Criteri obbligatori	Documentazione da fornire
quei caratteri di tipicità e specificità descritti nella relazione di tipicità del prodotto.	
La serialità delle produzioni è ammessa in termini ristretti ed esclusivamente in relazione al mantenimento del carattere di tipicità del prodotto per cui viene richiesta l'attribuzione del marchio.	

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	3
Visite	L'azienda si impegna a favorire l'apertura della propria sede al pubblico per consentirne la visita, mostrando soprattutto i processi che rappresentano l'artigianato tipico del territorio per favorire lo sviluppo turistico e culturale del territorio	Materiale promozionale	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	3
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	1
Punto vendita e sede aziendale	Il punto vendita aziendale e la sede devono essere adeguatamente segnalati per essere facilmente individuabili dal pubblico, esponendo,	Cartellonistica	1

Obiettivo di miglioramento	Azione	Documentazione	Pt.
	ben evidente, il Marchio Territoriale Terre Vibonesi.		
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 PRODOTTI MANIFATTURIERI DA CERAMICA

Si definiscono (Definizioni da Enciclopedia Treccani):

Ceramica: concerne la fabbricazione di prodotti formati di terra, foggiati a mano o meccanicamente, e cotti. Materia prima essenziale è un impasto ottenuto dalla mescolanza, con adeguata quantità di acqua, di argilla allo stato naturale o corretta da altre sostanze, il quale offra plasticità e coesione sufficienti.

Terracotta: Materiale ceramico ottenuto da argille comuni contenenti ossidi di ferro, che nella cottura nella fornace danno al prodotto il caratteristico colore giallo-rossiccio.

Porcellana: Il più importante prodotto ceramico a pasta vetrificata, molto duro e ben resistente agli agenti chimici.

Criteri specifici obbligatori

Criteri specifici obbligatori	Documentazione da fornire
La tipicità dei prodotti è conferita dal lavoro manuale, gli strumenti ammessi devono essere per lo più strumenti di antica tradizione (ad esempio la "fadda" e la stecca in legno)	Visione degli strumenti
Il laboratorio e il forno devono conservare per lo più le caratteristiche originarie	
Il processo di produzione deve mantenere le fasi originali di lavorazione	Analisi/visione del processo produttivo (stesura di una relazione sul processo produttivo)
Eventuali innovazioni di prodotto devono essere adeguatamente supportate da una relazione che ne giustifichi la proposta in termini di rapporto con la tradizione locale (storia, uso, materiali). Se l'innovazione di prodotto si dimostra conforme alle caratteristiche di tradizionalità, i	Relazione sul prodotto

Criteri specifici obbligatori	Documentazione da fornire
criteri obbligatori precedenti vengono superati e non costituiscono un problema al rilascio del marchio.	

Nota: nel caso di aziende innovative che rispettano la tradizionalità, verranno concessi 3 punti nei criteri di miglioramento se vengono previsti spazi e ambiti che richiamino alle produzioni tradizionali o laboratori che spieghino ai turisti gli antichi metodi di produzione.

TABELLA RIEPILOGATIVA DEI PUNTEGGI

Sezione	Obiettivo di miglioramento	Punteggio
Ambiente	Lampadine	**2**
Ambiente	Energia Elettrica	**1**
Ambiente	Ristrutturazione	**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		**31**
Rapporti con il pubblico	Promozione	**3**
Rapporti con il pubblico	Visite	**4**
Rapporti con il pubblico	Spazio espositivo	**1**
Rapporti con il pubblico	E-commerce	**3**
Rapporti con il pubblico	Distribuzione e commercializzazione	**1**
Rapporti con il pubblico	Punto vendita	**1**
Rapporti con il pubblico	Eventi promozionali	**5**

Sezione	Obiettivo di miglioramento	Punteggio
Specifico	Spazi e laboratori legati alla tradizionalità del prodotto	**3**
TOTALE SEZIONE RAPPORTI CON IL PUBBLICO + SPECIFICO		**21**
TOTALE COMPLESSIVO		**52**