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

MARCHIO TERRITORIALE TERRE VIBONESI

ALLEGATO 5

DISCIPLINARE N. 5 – SERVIZI PER LA VALORIZZAZIONE CULTURALE, AMBIENTALE E TERRITORIALE

PREMESSA

Il presente disciplinare costituisce parte integrante della documentazione strutturale del Marchio Territoriale Terre Vibonesi. È rivolto specificamente alle imprese e organizzazioni che operano nel campo dei servizi di valorizzazione culturale, ambientale e territoriale, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale del territorio.

Rientrano in questa categoria:

- guide turistiche, escursionistiche e ambientali;
- accompagnatori culturali, animatori territoriali e operatori didattici;
- musei locali, centri visita, ecomusei;
- associazioni culturali, enti del terzo settore, reti locali per la promozione del territorio;
- soggetti che organizzano eventi, festival, rievocazioni, laboratori e percorsi esperienziali.

Le organizzazioni richiedenti dovranno fare riferimento all'intero quadro normativo composto da: Carta di Valorizzazione del Territorio, Regolamento d'uso del Marchio Territoriale Terre Vibonesi e Disciplinare di settore.

Il disciplinare definisce:

- i prerequisiti richiesti per accedere all'iter di concessione del marchio;
- i criteri obbligatori, necessari per ottenere la licenza d'uso;
- i criteri di miglioramento, utili al piano triennale di miglioramento e al successivo rinnovo.

Per il rinnovo della licenza, è richiesto il raggiungimento di un punteggio minimo di 10 punti sui criteri di miglioramento, da verificare tramite visita ispettiva. Le strutture che già al momento della prima concessione avranno raggiunto tale soglia, otterranno il rinnovo automatico al termine del triennio, previa conferma del mantenimento dei requisiti dichiarati.

I criteri sono suddivisi in due macro-categorie tematiche: Sostenibilità (ambientale, sociale, di governance) e Rapporto con il pubblico: tali ambiti rappresentano le linee guida principali per la qualificazione di un servizio coerente con il marchio.

PREREQUISITI OBBLIGATORI

Sono i requisiti generali obbligatori che consentono alle imprese di accedere alla procedura di concessione del marchio:

- Appartenenza effettiva al Registro delle Imprese della Camera di Commercio, Industria, Artigianato oppure, ove previsto, ad albi professionali riconosciuti, registri associativi o elenchi ufficiali coerenti con l'attività svolta (es. guida turistica, organizzazione eventi, ente del terzo settore, rete di valorizzazione territoriale).
- Dichiarazione, sottoscritta dal titolare o legale rappresentante, attestante l'assenza di contestazioni in corso o di procedimenti per reati gravi relativi alla tutela ambientale, alla sicurezza alimentare e alla salute pubblica negli ultimi cinque anni.
- Dichiarazione, sottoscritta dal titolare o legale rappresentante, attestante che l'impresa si trovi nel libero esercizio dei propri diritti, non essendo in stato di liquidazione, fallimento o soggetta ad altra procedura concorsuale o equivalente.
- Operatività nel territorio definito dalla Carta di Valorizzazione, con sede legale, operativa o abituale attività svolta nel perimetro ammissibile.
- Esercizio dell'attività in conformità alla normativa vigente a livello regionale, nazionale e comunitario, con particolare riferimento alle norme di sicurezza, responsabilità professionale, agibilità degli spazi, tutela dei minori, gestione eventi pubblici e regolamenti di settore.
- Disponibilità e presentazione, ai fini della verifica, della documentazione autorizzativa necessaria allo svolgimento dell'attività: licenze, eventuali accreditamenti, assicurazione RC professionale (se prevista), titoli abilitanti, autorizzazioni pubbliche e ogni altro documento richiesto dalla normativa di riferimento.

SEZIONE I – SOSTENIBILITÀ

Criteri obbligatori

I seguenti criteri rappresentano condizioni minime e inderogabili che ogni impresa del settore deve rispettare per poter accedere all'iter di assegnazione del marchio. Tali requisiti garantiscono il rispetto delle norme igienico-sanitarie, la tutela dell'ambiente e la coerenza con i principi generali della sostenibilità ambientale e gestionale del marchio.

Criteri obbligatori	Documentazione da fornire
L'impresa o organizzazione adotta almeno una pratica concreta per ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività	Autodichiarazione firmata + esempi documentabili (es. utilizzo di materiali riutilizzabili o a basso impatto, uso di mezzi sostenibili, eliminazione plastica monouso, riduzione della stampa cartacea)
L'impresa o organizzazione non adotta pratiche che possano compromettere o danneggiare l'ambiente o il patrimonio naturale/culturale locale.	Materiali informativi rivolti all'utenza (es. indicazioni comportamentali, pannelli, briefing orali, cartellonistica)
L'attività viene svolta nel rispetto dei regolamenti ambientali e delle disposizioni degli enti territoriali competenti (es. Comuni, Enti Parco, Regioni).	Autodichiarazione di conformità alle normative ambientali locali; eventuali permessi o convenzioni (se previsti)

Criteri di miglioramento – Sostenibilità

I criteri di miglioramento relativi alla sostenibilità si ispirano ai principi ESG (Environmental, Social e Governance), sempre più centrali nelle politiche europee e internazionali. Essi rappresentano una guida per rafforzare l'impegno verso un modello di sviluppo responsabile, integrato e duraturo.

- Sostenibilità ambientale: utilizzo efficiente delle risorse naturali, riduzione dei consumi e delle emissioni, tutela del paesaggio e della biodiversità, gestione responsabile dei rifiuti e dei consumi idrici ed energetici.
- Sostenibilità sociale: attenzione al benessere degli ospiti, inclusività, valorizzazione del capitale umano, collaborazione con la comunità locale, promozione della cultura e delle tradizioni del territorio.
- Sostenibilità della governance: trasparenza nelle procedure, adozione di codici etici, formazione continua, gestione organizzativa responsabile e in linea con i principi di legalità e correttezza.

Per facilitare il percorso di miglioramento, sarà fornito un questionario di autovalutazione che guiderà le imprese nel potenziamento progressivo delle proprie performance.

In sede di rinnovo del marchio, l'azienda dovrà attestare di aver raggiunto un punteggio pari almeno a 10 punti scegliendo tra i criteri di miglioramento presenti nel disciplinare.

Criteri di miglioramento ambientale

I criteri di miglioramento ambientale mirano a incentivare comportamenti e scelte gestionali che riducano l'impatto sull'ambiente, anche in attività non legate a una sede fissa. Le organizzazioni che operano nei settori culturale e ambientale possono adottare pratiche virtuose nella gestione degli spostamenti, nell'uso delle risorse e nella progettazione delle attività, contribuendo alla tutela del paesaggio e alla sostenibilità dei territori in cui operano.

Le azioni descritte nella tabella sottostante rappresentano esempi di buone pratiche che le imprese possono inserire nel proprio piano triennale di miglioramento, da presentare in sede di richiesta del marchio.

AMBIENTE			
Obiettivo di miglioramento	**Azione**	**Documentazione**	**Pt.**
Mobilità sostenibile	Promuovere o adottare mezzi a basso impatto ambientale per le attività (es. trasporto collettivo, bici, navette elettriche, cammini a piedi)	Elenco mezzi utilizzati, convenzioni con operatori	2
Eco-progettazione di eventi o attività pubbliche	Applicare criteri di sostenibilità nell'organizzazione di eventi o laboratori: no plastica monouso, materiali naturali, allestimenti riutilizzabili	Piano eventi, elenco materiali utilizzati, fotografie	2
Gestione ambientale nei luoghi di attività	Predisporre punti informativi, segnaletica o postazioni per raccolta differenziata nei luoghi di visita o svolgimento delle attività	Documentazione fotografica, cartelli, piano operativo	2
Educazione ambientale per il pubblico	Integrare nei propri percorsi o attività elementi di sensibilizzazione ambientale attiva (es. spiegazioni, pratiche durante l'esperienza)	Copia materiali, descrizione attività, foto	3
Riduzione materiali promozionali cartacei	Passaggio da volantini o brochure cartacee a materiali digitali (es. QR code, PDF, app, ecc.) o stampa ecologica	Esempi materiali/supporti digitali, autodichiarazione	1
Collaborazione con enti o progetti ambientali	Partecipazione a iniziative con Parchi, aree protette, enti ambientali per azioni di cura o promozione sostenibile del territorio	Lettere di collaborazione, report, documentazione attività	3

Criteri di miglioramento sociale

I criteri sociali misurano il livello di attenzione dell'impresa verso le persone, le comunità locali e il proprio capitale umano. Il piano di miglioramento triennale deve contenere almeno una di queste azioni.

SOCIALE			
Obiettivo di miglioramento	**Azione**	**Documentazione**	**Pt.**
Aggiornamento e miglioramento delle competenze	Partecipare regolarmente a corsi, webinar o laboratori di aggiornamento su tematiche come sostenibilità, accessibilità, narrazione del territorio, educazione ambientale.	Attestati di partecipazione, iscrizioni a corsi, certificati formativi	2
Collaborazione con enti educativi o sociali	Attivare collaborazioni con scuole, associazioni, biblioteche, enti locali o sociali per attività formative, divulgative o inclusive rivolte a studenti, famiglie, soggetti fragili.	Progetti, lettere di collaborazione, materiali informativi	3
Iniziative gratuite o accessibili per la comunità	Offrire attività gratuite o a tariffa ridotta per residenti, bambini, gruppi svantaggiati o durante eventi pubblici, al fine di rafforzare l'accessibilità culturale.	Programmi attività, locandine, autodichiarazione periodica	3
Partecipazione a eventi collettivi o reti civiche	Collaborare con reti di operatori locali o partecipare ad eventi collettivi (festival, cammini, rassegne culturali, open day, ecc.) per valorizzare il territorio.	Elenco eventi, materiali promozionali, dichiarazioni di partecipazione	3

Criteri di miglioramento della Governance

Gli indicatori di sostenibilità legati alla governance valutano la capacità dell'organizzazione di adottare pratiche gestionali trasparenti, partecipate ed efficaci. Le azioni previste in questa sezione sono parte integrante del piano di miglioramento triennale richiesto per il rinnovo del marchio.

GOVERNANCE			
Obiettivo di miglioramento	**Azione**	**Documentazione**	**Pt.**
Rapporti periodici	Pubblicare con regolarità rapporti sulle pratiche aziendali, includendo informazioni su produzione, sostenibilità ambientale e sociale, standard adottati e risultati raggiunti	Copia dei rapporti pubblicati, evidenze documentali	1
Canali di comunicazione aperti	Attivare strumenti di comunicazione accessibili (es. form online, email dedicate, piattaforme) per raccogliere feedback, rispondere a domande e garantire trasparenza	Link e screenshot dei canali attivati, esempi di contenuti e risposte	2

GOVERNANCE			
Obiettivo di miglioramento	**Azione**	**Documentazione**	**Pt.**
Utilizzo dei social media e della tecnologia	Usare blog, social network, piattaforme digitali per diffondere aggiornamenti, valori aziendali, pratiche sostenibili e rafforzare il legame con i portatori d'interesse	Link ai profili social e ai contenuti pubblicati	4
Collaborazione intersettoriale e implementazione di attività di rete	Attivare collaborazioni con enti, reti o imprese di altri settori per sviluppare iniziative condivise a beneficio del territorio, facilitare scambio di buone pratiche, innovazione e impatto sociale	Convenzioni, protocolli d'intesa, contratti di rete	4

SEZIONE II – RAPPORTI CON IL PUBBLICO

Criteri obbligatori

Le realtà che aderiscono al marchio devono garantire un rapporto trasparente, inclusivo e conforme alle normative di settore. Questa sezione definisce i criteri minimi che ogni organizzazione è tenuta a rispettare per assicurare un servizio chiaro, sicuro e accessibile, in coerenza con i valori del marchio e l'identità del territorio.

Criteri obbligatori	Documentazione da fornire
Le informazioni sulle attività offerte (itinerari, laboratori, visite guidate, eventi, tariffe, modalità di prenotazione) sono pubblicate in modo chiaro e facilmente accessibile, online o presso spazi informativi locali	Copia o screenshot del sito web, social media, locandine, materiali promozionali, QR code informativi
La realtà è in possesso delle abilitazioni professionali richieste dalla normativa di settore e garantisce lo svolgimento delle attività nel rispetto delle norme sulla sicurezza, della copertura assicurativa e della tutela dei partecipanti (inclusi minori e persone con disabilità)	Copia delle abilitazioni, autodichiarazione o copia della polizza assicurativa, regolamenti interni o materiali informativi sulle misure di sicurezza adottate
L'impresa garantisce un sistema accessibile di contatto per informazioni, prenotazioni o segnalazioni (telefono, email, modulo online), con tempi di risposta chiari e indicati	Screenshot del sito o canali social, materiale promozionale o cartaceo che riporti i contatti e tempi di risposta dichiarati

Criteri di miglioramento

Le imprese attive nei servizi turistici, culturali e ambientali svolgono un ruolo centrale nel promuovere il patrimonio materiale e immateriale del territorio. I seguenti criteri di miglioramento sono pensati per valorizzare la qualità dell'esperienza offerta, favorire una comunicazione chiara e accessibile con il pubblico, promuovere il Marchio Territoriale Terre Vibonesi e potenziare il legame tra servizio e identità locale.

Obiettivo di miglioramento	Azione	Documentazione	Pt.
Offerta integrata territoriale	L'organizzazione promuove esperienze legate al territorio (escursioni, visite guidate, degustazioni, ecc.) in collaborazione con altri operatori locali aderenti al Marchio Territoriale Terre Vibonesi.	Elenco attività promosse, materiale informativo, convenzioni con operatori locali.	3
Materiale informativo multilingua sul territorio	La struttura fornisce ai clienti materiale informativo (mappe, guide, brochure) sul territorio anche in lingua straniera.	Copie dei materiali, indicazione delle lingue disponibili.	3
Promozione dell'identità territoriale	I contenuti divulgati (online, eventi, materiali, narrazione) valorizzano in modo strutturato la storia, le tradizioni, il paesaggio o i prodotti locali.	Screenshot, brochure, schede di progetto	3
Adozione di strumenti digitali per il pubblico	L'organizzazione utilizza canali digitali aggiornati (sito web, social, piattaforme) per comunicare con il pubblico e promuovere il territorio	Descrizione dei servizi, autodichiarazione, materiali informativi, schede tecniche	4
Accessibilità delle esperienze	Le esperienze offerte sono progettate per essere fruibili anche da persone con disabilità o con bisogni specifici	Attestati di partecipazione, report attività	3
Attenzione alla qualità dell'accoglienza	Sono adottate misure per migliorare l'esperienza dell'utente: feedback raccolti, questionari, momenti di ascolto o accoglienza personalizzata.	Copia dei questionari, esempi di azioni intraprese, piattaforme di recensione	3

TABELLA RIEPILOGATIVA DEI PUNTEGGI

La seguente tabella riepiloga tutti i criteri di miglioramento previsti dal presente disciplinare. I criteri sono suddivisi in quattro ambiti tematici — Ambiente, Sociale, Governance, Rapporti con il pubblico — e rappresentano gli impegni volontari che le imprese possono assumere per

qualificarsi ulteriormente e ottenere il rinnovo del marchio. Il punteggio minimo richiesto per il rinnovo è di 10 punti.

Sezione	Obiettivo di miglioramento	Punteggio
Ambiente	Mobilità sostenibile	**2**
Ambiente	Eco-progettazione eventi	**2**
Ambiente	Gestione ambientale nei luoghi di attività	**2**
Ambiente	Educazione ambientale per il pubblico	**3**
Ambiente	Riduzione materiali promozionali cartacei	**1**
Ambiente	Collaborazione con enti/progetti ambientali	**3**
TOTALE SEZIONE AMBIENTE		**13**
Sociale	Aggiornamento e miglioramento delle competenze	**2**
Sociale	Collaborazione con enti educativi o sociali	**3**
Sociale	Iniziative gratuite o accessibili per la comunità	**3**
Sociale	Partecipazione a eventi collettivi o reti civiche	**3**
TOTALE SEZIONE SOCIALE		**11**
Governance	Rapporti periodici	**1**
Governance	Canali di comunicazione aperti	**2**
Governance	Utilizzo social media e tecnologia	**4**
Governance	Collaborazione intersettoriale e attività di rete	**4**
TOTALE SEZIONE GOVERNANCE		**11**
Rapporti con il pubblico	Offerta integrata territoriale	**3**
Rapporti con il pubblico	Materiale informativo multilingua	**3**
Rapporti con il pubblico	Promozione dell'identità territoriale	**3**
Rapporti con il pubblico	Adozione strumenti digitali per il pubblico	**4**
Rapporti con il pubblico	Accessibilità delle esperienze	**3**
Rapporti con il pubblico	Attenzione alla qualità dell'accoglienza	**3**
TOTALE SEZIONE RAPPORTI CON IL PUBBLICO		**19**
TOTALE COMPLESSIVO		**54**