

REGOLAMENTO D'USO DEL MARCHIO COLLETTIVO LONGEVITAS

PARTE 1

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Antonio De Luca".

Campo di applicazione del regolamento

Articolo 1 – Titolarità, denominazione, uso e descrizione del marchio

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Antonio De Luca".

1. Il presente regolamento individua le norme di utilizzo del marchio collettivo di qualità denominato Longevitas di cui è titolare l'Ente Comune di Atzara in seguito indicato, per semplicità espositiva, semplicemente come "Ente". Di tale marchio l'Ente verifica il corretto e legittimo uso in conformità con le proprie finalità statutarie.
2. Il marchio è costituito dalle parole "Longevitas", in qualsivoglia carattere, dimensione o colore e dal simbolo così indicato: "bottiglia stilizzata composta da due elementi laterali. Dalle estremità degli elementi, verso il basso, in entrambi i lati si sviluppano dei lineamenti sollevati verso l'alto nella misura di 4 lineamenti per lato. Sulla base, sotto due linee poste in entrambi i lati, si sviluppa la scritta Longevitas". Al marchio, con la scritta Longevitas, potranno essere associate le seguenti declinazioni "Paesaggi rurali storici d'Italia", "prodotto di qualità certificata" e "servizio di qualità certificata" secondo quanto previsto dall'art. 2 comma due del presente regolamento.

Articolo 2 – Obiettivi e finalità del marchio

1. L'Ente intende promuovere le produzioni ed i servizi presenti nei Comuni del territorio costituito dal Mandrolisai, come individuato nell'allegato I, valorizzandone la qualità ai fini di:
 - aumentare il livello qualitativo dell'offerta turistica e produttiva del territorio e garantire la salvaguardia del suo ambiente naturale;
 - garantire i consumatori che fruiscono dei beni e servizi del territorio, favorendo l'accesso ai servizi ed ai prodotti a minor impatto ambientale;
 - incentivare l'imprenditoria locale a produrre beni e servizi in modo compatibile con il territorio, salvaguardando le tradizioni locali;
 - semplificare le attività di promozione attraverso la valorizzazione di un'immagine unitaria che l'utente finale possa riconoscere quale indicazione istituzionale della qualità dell'offerta del territorio.
2. Nell'ambito del territorio di riferimento, di cui al comma 1, l'Ente intende distinguere, attraverso il riconoscimento di due differenti espressioni del marchio,



l'appartenenza del beneficiario ad una delle due seguenti aree nelle quali il territorio di riferimento è suddivisibile:

- "AREA LONGEVITAS PAESAGGI RURALI STORICI D'ITALIA", costituita dalla superficie del Mandrolisai ricadente all'interno dei Comuni insigniti del riconoscimento di Paesaggio rurale storico d'Italia con Decreto del Ministro prot. del 26/10/2018 n. 0010487. I prodotti e i servizi realizzati all'interno di quest'area potranno utilizzare il marchio "Longevitas" di colore oro con le diciture "Paesaggi rurali storici d'Italia", "prodotto di qualità certificata" e "servizio di qualità certificata"

- "AREA LONGEVITAS", costituita dai Comuni del territorio corrispondente al Mandrolisai, ricadenti e non ricadenti all'interno del territorio insignito del riconoscimento di Paesaggio rurale storico d'Italia. I prodotti e i servizi realizzati all'interno di questa area potranno utilizzare il marchio "Longevitas", di qualsivoglia colore (escluso il giallo/dorato) con la dicitura "prodotto di qualità certificata" e "servizio di qualità certificata".

3. L'utilizzo del marchio "Longevitas - PAESAGGI STORICI RURALI D'ITALIA" è limitato esclusivamente ai Comuni del Mandrolisai il cui paesaggio è iscritto o sarà iscritto nel Registro nazionale dei Paesaggi rurali e storici d'Italia.

4. L'apposizione del marchio su un prodotto/servizio certificherà non solo la provenienza delle materie prime dai due ambiti territoriali individuati nel precedente comma, nonché la loro trasformazione e l'erogazione di servizi al loro interno secondo procedure definite, ma anche il rispetto dell'ambiente in tutte le fasi produttive.

Articolo 3 – Destinatari del marchio

1. I soggetti che possono richiedere la concessione del marchio da apporre ai propri prodotti/servizi che soddisfano i criteri contenuti all'interno dei singoli disciplinari di produzione, di cui all'Allegato III, devono obbligatoriamente essere imprese che abbiano sede legale e operativa ed esercitino l'attività, per la quale il marchio



viene richiesto, entro il territorio di cui all'articolo 2.

2. Sono ammessi all'uso in concessione del marchio le seguenti tipologie di soggetti:
 - imprese, anche cooperative, agricole ed imprese di trasformazione di prodotti agricoli, singole o associate;
 - imprese, anche cooperative, ricettive e/o della ristorazione e/o di servizi turistici, anche titolari di servizi di ospitalità (b&b, affittacamere ecc.) in regola con la normativa vigente
 - associazioni e imprese, singole o associate, che realizzano progetti e servizi turistici all'interno dell'area interessata e che valorizzano le produzioni alimentari ed artigianali tipiche;
3. Le imprese che realizzano o trasformano, oltre ai beni e servizi aventi le caratteristiche di cui al comma 1, anche beni o servizi diversi che non rientrano nelle specifiche dei disciplinari stessi, possono ottenere il diritto all'uso del marchio limitatamente a quei prodotti che rispondono alle finalità per cui il marchio stesso è stato realizzato.

Articolo 4 – Tutela paesaggistica e ambientale

1. L'Ente, con la concessione in uso del marchio, garantisce il controllo sull'uso del suolo e l'impiego di tecniche a ridotto impatto al fine di assicurare tutela paesaggistica e ambientale dell'area di provenienza del singolo prodotto. L'Ente e gli Enti aderenti potranno, con le relative e congiunte deliberazioni, stabilire strumenti di tutela paesaggistica e ambientale ulteriori, che impegneranno le imprese e le aziende aderenti al rispetto e alla realizzazione delle attività necessarie per il concretizzarsi delle azioni previste dagli Enti.

Articolo 5 – Requisiti di accesso al marchio

1. L'iscrizione al Registro è subordinata al possesso dei seguenti requisiti:

a) Per i produttori agricoli

- possesso dei requisiti previsti dalla legge per il riconoscimento dello stato di imprenditore agricolo con possibilità di verifica delle effettive mansioni



primarie di agricoltore;

- 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 di 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;
- rispetto degli specifici disciplinari di produzione.

b) Per i trasformatori di prodotti primari

- effettiva appartenenza al registro delle imprese della Camera di Commercio, Industria e Artigianato in qualità di trasformatori agro – alimentari. Deroga per le Associazioni dedite alle piccole produzioni che si prefiggono la riscoperta e la valorizzazione delle tradizioni alimentari tipiche 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 di 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;
- dimostrazione, mediante opportuna documentazione probatoria, della effettiva trasformazione di prodotti animali o vegetali provenienti da allevamenti o coltivazioni all'interno del territorio considerato all'articolo 2;
- rispetto degli specifici disciplinari di produzione.

c) Per gli artigiani

- effettiva appartenenza al registro delle imprese artigiane della Camera di Commercio, Industria e Artigianato. Deroga per le associazioni dedite alle piccole produzioni per la riscoperta e la 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 di 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;

- rispetto degli specifici disciplinari di produzione.

d) Per le imprese e le attività turistiche e della ristorazione

- effettiva appartenenza al registro delle imprese della Camera di Commercio, Industria e Artigianato in qualità di impresa turistica e/o della ristorazione. Sono ammesse Associazioni relative ai servizi turistici. Per i B&B e gli Affittacamere, essere in regola con le rispettive autorizzazioni nel rispetto della normativa vigente;
- 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 di 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;
- rispetto degli specifici disciplinari di produzione.

2. In merito al rispetto dei disciplinari di produzione, la concessione del marchio è vincolata al rispetto di due tipologie di criteri:

- *"criteri e principi obbligatori"*, i quali rappresentano le condizioni minime, necessarie e sufficienti, per ottenere l'uso del marchio, oggetto di controllo da parte della "Commissione di gestione" di cui al successivo articolo 7;
- *"criteri e principi di miglioramento"*, condizioni che comprendono le dotazioni e gli interventi rispetto ai quali all'operatore non viene chiesto il rispetto al momento della stipula della convenzione con l'Ente, ma con riferimento ai quali si applica quanto disciplinato al successivo comma.

3. Ciascun disciplinare di produzione prevede criteri specifici per ognuna delle tipologie descritte al comma 1 del presente articolo.

4. Il rispetto dei soli criteri obbligatori sarà sufficiente per ottenere la concessione del marchio e ai fini della conservazione del diritto d'uso per un periodo di tre anni a



far data da tale concessione. Al termine del periodo stabilito i concessionari del marchio dovranno dimostrare, ai fini di conservare il diritto all'utilizzo dello stesso, di rispettare tutti i criteri previsti all'interno del/dei proprio/i disciplinare/i di riferimento.

5. Tutti i requisiti sopra specificati verranno autocertificati all'atto della presentazione della domanda di iscrizione al Registro.
6. La Commissione di gestione di cui al successivo articolo 7 si riserva, in ogni caso, di verificare l'effettivo possesso dei requisiti stessi.

Articolo 6 – Commissione di gestione

1. Ai fini di garantire la corretta attuazione del presente regolamento è istituita, presso l'Ente, una "Commissione di Gestione", di seguito per brevità nominata "Commissione", composta dai seguenti membri:
 - il Sindaco dell'Ente, o suo delegato, con la funzione di Presidente della Commissione;
 - i Sindaci degli Enti pubblici aderenti, o loro delegati;
 - il responsabile dell'Ente per il marchio, o suo delegato;
 - un impiegato dell'Ente, o suo delegato.
2. Il terzo componente sopra elencato (impiegato dell'Ente) potrà essere sostituito con un rappresentante delle imprese beneficiarie del diritto d'uso del marchio. Tale soluzione potrà venire adottata per decisione della Commissione e attraverso la procedura ritenuta più opportuna.
3. La Commissione:
 - elabora il proprio regolamento interno che dovrà essere approvato alla unanimità dai suoi componenti;
 - verifica la documentazione fornita dall'azienda;
 - sovrintende e vigila sulla corretta applicazione e sul rispetto del presente regolamento d'uso, della convenzione stipulata tra impresa e Ente, del manuale d'uso del marchio;
 - esprime la valutazione di idoneità in merito al diritto all'uso del marchio da parte dell'impresa;



- prende in esame e decide sulle motivate richieste di modifica, integrazione e/o aggiornamento dei singoli disciplinari di produzione;
- coordina e svolge l'attività di controllo e vigilanza, stabilendo le eventuali sanzioni da applicare;
- collabora con l'Ente per l'individuazione delle attività promozionali e di supporto e indica le modalità di utilizzo delle risorse disponibili;
- nel suo primo incontro la Commissione approverà il proprio Regolamento interno;
- non percepisce alcun compenso per l'attività svolta.

Articolo 7 – Apporto specialistico di esperti

1. Per qualsiasi adempimento di natura tecnica, la Commissione ha la facoltà di avvalersi di esperti interpellati all'occorrenza, in base alla natura delle questioni trattate. Tali soggetti avranno il compito di:
 - formulare pareri motivati di natura tecnica su ciascuna delle questioni che vengano loro sottoposte dalla Commissione;
 - dare esecuzione alle deliberazioni di natura tecnica adottate dalla Commissione, con particolare riguardo alle modifiche, integrazioni e/o aggiornamenti dei disciplinari di produzione.

PARTE 2

Procedura per la concessione d'uso del marchio



Articolo 8 – Rilascio e durata della concessione

1. L'accesso all'uso del marchio, concesso dalla Commissione, avviene secondo il seguente iter procedurale:

- presentazione della domanda di concessione dell'uso del marchio da parte del richiedente, finalizzata alla dimostrazione del possesso dei requisiti d'accesso necessari;
- realizzazione dell'istruttoria da parte della commissione, della domanda presentata tramite verifica della documentazione presentata e della sussistenza dei requisiti previsti dal presente Regolamento d'uso, con lo svolgimento di eventuali visite ispettive e prelievo di campioni di prodotto;
- espressione della valutazione circa l'idoneità amministrativa del richiedente;
- ratifica della concessione all'uso del marchio da parte della Giunta dell'Ente;



- stipula di apposita convenzione di cui all'articolo 9, tra il richiedente il marchio e l'Ente, per la disciplina dell'uso del marchio stesso.
2. La durata della concessione d'uso del marchio è stabilita in anni tre dalla data di stipula della Convenzione, di cui all'articolo 9, ed è rinnovabile dietro specifica richiesta da presentare alla Commissione. Nelle more per l'espletamento dell'iter procedurale per la riconferma della concessione, il beneficiario potrà continuare ad utilizzare il marchio, secondo le modalità stabilite dal presente Regolamento.
 3. In caso di recesso da parte del concessionario del marchio dovrà essere inoltrata comunicazione scritta all'Ente. L'Ente non è tenuto alla restituzione di alcuna somma già eventualmente versata dal concessionario, quest'ultimo è altresì tenuto ad eliminare a sue spese ogni riferimento al marchio da qualsiasi prodotto/servizio e dal materiale pubblicitario.

Articolo 9 – Convenzione

1. Le imprese sottoscrivono con l'Ente una convenzione, della durata di anni tre, da cui risulta:
 - l'iscrizione al Registro delle aziende di cui all'articolo 5;
 - l'impegno a comunicare all'Ente l'eventuale perdita dei requisiti di cui all'articolo 6;
 - l'accettazione dei vincoli e dei dispositivi previsti dai disciplinari di produzione;
 - la dichiarazione formale di rispetto dei "criteri obbligatori" previsti dai disciplinari e l'impegno ad adottare standard di progressivo miglioramento nella direzione del rispetto degli "criteri di miglioramento";
 - l'impegno ad accettare, in qualsiasi momento, i controlli inviati dall'Ente, nelle modalità che questa riterrà opportune;
 - l'impegno al versamento dei contributi finanziari che l'Ente ha facoltà di richiedere per l'utilizzo del marchio.
2. Gli aderenti, sono obbligati al pagamento dei seguenti oneri:
 - euro 1.000,00 come quota annuale di adesione, per gli Enti pubblici;
 - euro 100,00 come quota annuale di adesione per le Aziende /Associazioni.
3. L'importo di adesione dovrà essere corrisposto all'Ente entro il 31 gennaio di ogni anno.
4. Gli importi, citati al punto 2 comma 2, relativi alle Aziende/Associazioni, verranno applicati a partire dal rinnovo della concessione d'uso all'inizio del quarto anno, entro il 31 gennaio 2022.



Dunque, per i primi tre anni, definita fase di sperimentazione, tale quota, riferita alle Imprese/Associazioni non dovrà essere corrisposta.

5. Gli importi derivati dalla concessione d'uso del marchio sono gestiti dall'Ente, in collaborazione con gli Enti aderenti, e con indicazione della Commissione di cui all'art. 6, per finanziare la gestione del marchio. A questo fine l'Ente valuterà la possibilità di istituire un apposito capitolato di bilancio denominato "Longevitas. Marchio collettivo di qualità" destinato alle esigenze connesse all'iniziativa.

PARTE 3

Sorveglianza e controllo



Articolo 10 – Sorveglianza e controllo

1. A garanzia del corretto impiego del marchio, l'Ente identifica le modalità di controllo per verificare la conformità al presente regolamento dei prodotti, dei servizi e/o dei processi, dando mandato alla Commissione di procedere in conformità per quanto di competenza.
2. I controlli effettuati dagli incaricati della Commissione non escludono e non si sostituiscono a quelli previsti dalla normativa vigente.

Articolo 11 – Segnalazione di violazioni

1. Qualora la Commissione constati che un'impresa iscritta al Registro non ha rispettato i requisiti previsti dal presente regolamento, procederà ad applicare le corrispondenti sanzioni secondo quanto previsto dal successivo articolo 20.
2. Eventuali segnalazioni in tal senso possono pervenire, a titolo esemplificativo, da parte dei membri dell'Ente, da parte delle associazioni dei consumatori o delle associazioni dei produttori / erogatori di servizio coinvolti, da parte degli organismi ufficiali di controllo o di altri pubblici ufficiali.
3. Le segnalazioni devono essere supportate da prove oggettive, cioè da informazioni e/o documentazioni qualitative o quantitative misurabili.
4. La Commissione si riserva di informare nei modi ritenuti più opportuni i consumatori.



Articolo 12 – Materia oggetto di controllo

1. La Commissione si riserva, in ogni tempo e a suo insindacabile giudizio, di effettuare le necessarie forme di controllo sul rispetto dei requisiti specificati. I controlli, che avranno cadenza variabile in base al tipo di attività svolta, saranno effettuati senza alcun preavviso.
2. Il controllo potrà avere per oggetto in generale tutto ciò che l'impresa autocertifica all'atto della presentazione della domanda di concessione d'uso del marchio e tutti gli impegni che l'impresa prende nei confronti dell'Ente in relazione all'uso del marchio.

Articolo 13 – Modalità di controllo

1. Il controllo di processo si fonda sui principi dell'autocontrollo della sanità e salubrità delle produzioni e riguarda:
 - lo stato di manutenzione degli ambienti e delle attrezzature;
 - la rispondenza dei prodotti ai parametri fissati dai disciplinari di produzione e aziendali (ove esistenti) riportati nell'Allegato III al presente Regolamento d'uso;
 - l'esame del materiale scritto e dei documenti di vario genere nelle diverse fasi di approvvigionamento, produzione, conservazione e trasporto dei prodotti agricoli ed agro – alimentari secondo quanto disposto dal disciplinare aziendale e dai disciplinari di produzione.
2. Il controllo sull'ambiente e sul paesaggio riguarda:
 - Il corretto utilizzo del suolo;
 - il rispetto degli aspetti ambientali e paesaggistici secondo quanto disposto dai singoli disciplinari di produzione;
 - canoni di gestione e smaltimento di rifiuti, reflui e residui di lavorazione rispettosi dell'ambiente.

Articolo 14 – Organi di controllo

1. La Commissione si potrà avvalere, per l'effettuazione dei controlli, della collaborazione di enti di certificazione con cui stipulare apposite convenzioni e concordare piani di controllo e di campionamento. Gli enti di certificazione coinvolti dovranno:



- effettuare i controlli su richiesta della Commissione al fine di verificare il rispetto da parte dell'impresa dei requisiti di cui all'articolo 6 e stendere, a seguito dei controlli, il verbale ispettivo e le dichiarazioni di conformità degli stessi ai disciplinari ed inviare tali documenti alla Commissione.
2. Annualmente o in caso di necessità, la Commissione decide nuove nomine, integrazioni e/o sostituzioni e redige un elenco degli organismi eventualmente incaricati di effettuare il controllo sulla base delle diverse tipologie. Tale elenco viene inviato, all'atto dell'emissione e/o della modifica, a tutte le imprese iscritte nel Registro.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Antonio De Luca", located in the bottom right corner of the page.

PARTE 4
Utilizzo del marchio

Antonio De Luca

Articolo 15 – Modalità d’uso del marchio

1. Il marchio Longevitas si presenta in due varianti. L’apposizione del marchio in etichetta, nel packaging e nel materiale promozionale, sia cartaceo che multimediale, deve intendersi in accordo con le seguenti specifiche:
2. Marchio Longevitas colore oro con le diciture: “PAESAGGIO RURALE STORICO D’ITALIA” – “PRODOTTO DI QUALITA’ CERTIFICATA” – “SERVIZIO DI QUALITA’ CERTIFICATA”, per i prodotti e i servizi provenienti dai territori iscritti nel Registro nazionale dei paesaggi rurali storici. Il marchio dovrà essere associato al marchio aziendale e non potrà sostituirlo in alcun caso. (Descrizione concettuale e grafica del marchio, nell’Allegato II).
3. Marchio Longevitas di qualunque colore, escluso il giallo/oro (con qualunque sfumatura o contrasto), con la dicitura “PRODOTTO DI QUALITA’ CERTIFICATA” – “SERVIZIO DI QUALITA’ CERTIFICATA”, per i prodotti e i servizi provenienti da tutti i Comuni facenti parte dell’area interessata dal Marchio Longevitas. (Descrizione concettuale e grafica del marchio, con dimensioni minime, nell’Allegato II).
4. Il marchio deve essere riprodotto dal beneficiario secondo le specifiche tecniche contenute nel “Manuale d’uso del marchio allegato al provvedimento di concessione del marchio”. Qualora il marchio dovesse subire riduzioni o ingrandimenti, devono essere rispettate le proporzioni indicate dal progetto grafico e comunque il logotipo non può mai essere inferiore ai 2 cm di lato.
5. L’utilizzo del marchio attesta la conformità delle produzioni al presente regolamento.

Articolo 16 – Termini di apposizione del marchio

1. Il marchio è apposto al momento della commercializzazione del prodotto dall’imprenditore e sotto la sua personale responsabilità.



2. Il marchio è concesso in uso esclusivamente dall'Ente.

Articolo 17 – Uso autorizzato del marchio

1. E' vietato l'uso di segni distintivi che possano trarre in inganno terzi sul significato e sul simbolo del marchio, secondo quanto previsto dalle normative nazionali e comunitarie vigenti in materia.

2. Il marchio non può costituire marchio principale e deve, perciò, essere associato al marchio d'impresa ovvero alla denominazione della stessa.

3. Il marchio dell'Ente può dunque essere utilizzato accanto ad indicazioni diverse. Queste tuttavia non possono essere apposte sul prodotto, imballaggi, documenti o altro se limitano la leggibilità o la visibilità del marchio dell'Ente.

Articolo 18 – Uso autorizzato del marchio

1. E' vietato l'uso di segni distintivi che possano trarre in inganno terzi sul significato e sul simbolo del marchio, secondo quanto previsto dalle normative nazionali e comunitarie vigenti in materia.

2. Il marchio non può costituire marchio principale e deve, perciò, essere associato al marchio d'impresa ovvero alla denominazione della stessa.

3. Il marchio dell'Ente può dunque essere utilizzato accanto ad indicazioni diverse. Queste tuttavia non possono essere apposte sul prodotto, imballaggi, documenti o altro se limitano la leggibilità o la visibilità del marchio dell'Ente.



PARTE 5
SANZIONI

Antonio De Luca

Articolo 19 – Uso non autorizzato del marchio

1. Eventuali abusi nell'uso del marchio da parte di aziende non iscritte nell'apposito registro saranno perseguiti a norma di legge.

Articolo 20 – Sanzioni

1. Nel caso in cui, in un'azienda cui sia stato concesso l'uso del marchio, vengano accertate irregolarità in fase di controllo, l'imprenditore sarà sottoposto a sanzioni diverse in base alla natura dell'illecito, specificate nei commi seguenti.

2. Viene comminata una sanzione di sospensione, per periodi variabili dai sei mesi ai due anni, per atti accertati durante le azioni di controllo messe in atto dagli organi di controllo nei confronti dei concessionari, in relazione a:

- mancato rispetto delle indicazioni fissate dall'Ente in merito all'utilizzazione del marchio nell'ambito commerciale;
- mancato rispetto di vincoli fondamentali riportati nei disciplinari di produzione;
- false documentazioni predisposte nell'ambito delle attività di autocontrollo previste all'interno dei disciplinari;
- false dichiarazioni contenute nella domanda di richiesta di concessione d'uso del marchio.

3. La decadenza dal diritto di utilizzo del marchio è prevista nei casi seguenti:

- al termine del periodo di sospensione comminato ai sensi del precedente comma sussistano ancora le cause che hanno determinato la sospensione stessa;
- l'azienda concessionaria non abbia rispettato i tempi di sospensione stabiliti o si sia resa responsabile, entro un periodo di tre anni in seguito alla sospensione ai sensi del precedente comma, di ulteriori violazioni tra quelle riportate all'interno del medesimo comma;

4. L'azienda concessionaria abbia commesso le violazioni nel seguito riportate:

- frode;
- pubblicità ingannevole;
- mancato rispetto della normativa;
- uso del marchio in merito a produzioni e/o servizi per le quali non sia stata riconosciuta la concessione;



- ostacolo o impedimento allo svolgimento dei controlli previsti nell'ambito del presente regolamento d'uso.

5. Nel caso in cui l'impresa beneficiaria del marchio si renda responsabile di comportamenti di particolare gravità considerati dall'Ente o dagli Enti partner dannosi alla propria immagine e/o all'immagine del marchio oggetto del presente regolamento, l'Ente o gli Enti partner potranno richiedere i danni.

6. Qualora il marchio venisse utilizzato in maniera non conforme alle norme previste nel presente regolamento e nei disciplinari d'uso, l'Ente Parco potrà procedere alla revoca immediata della concessione del marchio, riservandosi di richiedere il risarcimento per tutti gli eventuali danni patrimoniali e non patrimoniali subiti, inclusi pertanto anche i danni all'immagine dell'Ente.

Articolo 21 – Controversie

1. Fatte salve le competenze della Commissione, tutte le controversie che dovessero insorgere in relazione al presente regolamento saranno deferite alla decisione di un collegio di tre arbitri da nominarsi in conformità al "Regolamento arbitrale nazionale". Gli arbitri decideranno in via rituale secondo diritto, nel rispetto delle norme inderogabili del Codice di Procedura Civile relative all'arbitrato rituale. In caso di controversie non comprese nella clausola compromissoria sarà competente esclusivamente il Foro di Oristano.

16

Articolo 22 – Norma transitoria

1. L'Ente si riserva di selezionare, a suo giudizio, aziende o soggetti particolarmente significativi per tipologia di prodotto o per settore, allo scopo di intraprendere in via sperimentale le attività di concessione dell'uso del marchio, secondo la logica e le modalità prescritte dal presente Regolamento, al fine di verificare la validità della strada intrapresa e di valutare i benefici commerciali e di marketing di tale scelta.

2. Tutti i risultati ottenuti dall'applicazione di questa norma transitoria saranno poi resi disponibili, a scopo informativo e di supporto, a tutti i richiedenti attraverso opportune azioni di comunicazione.



ALLEGATI AL REGOLAMENTO D'USO

Antonio De Rosa

Allegato I - Comuni rientranti nel territorio di riferimento del marchio

Allegato II – Descrizione del marchio

Allegato III – Disciplinari di settore

(Allegato al Regolamento d'uso del marchio)

Allegato I

Comuni rientranti nel territorio di riferimento del marchio

Comuni che compongono l'area Longevitas – Paesaggio Rurale Storico d'Italia



L'area Longevitas – Paesaggi rurali storici d'Italia, così come definita nell'ambito del presente Regolamento, è costituita dalla sommatoria delle superfici dei Comuni il cui territorio all'interno del Mandrolisai, si trova nell'area iscritta al Registro Nazionale dei Paesaggi rurali storici d'Italia.

Essi attualmente sono:

- Atzara
- Sorgono

L'inserimento futuro dei Comuni ricadenti nel territorio di riferimento del Marchio (Meana Sardo e Ortueri, nel Registro Nazionale dei paesaggi rurali storici d'Italia, comporterà, automaticamente, il loro inserimento in questa area).

Comuni che compongono l'area Longevitas

L'area Longevitas, così come definita nell'ambito del presente Regolamento, è costituita dalla sommatoria delle superfici totali dei seguenti Comuni ricadenti nel Mandrolisai.

Essa comprende i seguenti Comuni della Provincia di Nuoro:

- Atzara
- Meana Sardo
- Ortueri
- Sorgono



Allegato al Regolamento d'uso del marchio

Allegato II

Descrizione del marchio

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Antonio De Luca".



ALLEGATO III

I DISCIPLINARI PER I SETTORI AGROALIMENTARE TIPICO (AGR), ARTIGIANATO TIPICO (ART), TURISTICO-RICETTIVO (TUR)

SEZIONE I: PREREQUISITI GENERALI PER TUTTE LE CATEGORIE

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

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page.

STEP 1. Le aziende di produzione e trasformazione, singole o associate, devono essere situate all'interno del territorio di riferimento, avendo, nello stesso, sede legale e operativa.

STEP 2. L'azienda deve essere iscritta al Registro delle Imprese o, nel caso di una Associazione, ha l'obbligo di depositare presso l'Ente e/o gli Enti aderenti il proprio Statuto.

STEP 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.

STEP 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.

STEP 5. L'azienda legge e sottoscrive l'adempimento della propria struttura ad eventuali piani di tutela e di valorizzazione ambientale promossi dall'Ente e dagli Enti aderenti.

SEZIONE II: REQUISITI GENERALI COMUNI DELLE AZIENDE/IMPRESA

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

STEP 1. L'azienda deve adottare un piano di miglioramento delle proprie prestazioni ambientali 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 e aderire ai piani di tutela ambientale previsti dall'Ente.

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

STEP 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 pareti, 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.

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

Rapporti con il pubblico e promozione

STEP 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, attività culturali e rendere disponibili i propri ambienti per eventuali iniziative dell'Ente e degli Enti aderenti, nel rispetto della normativa vigente.

STEP 5 L'azienda deve promuovere da sola o in associazione con altri produttori o con l'Ente e con gli Enti aderenti, 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 circuito per le sue iniziative promozionali, da concordare con l'Ente o gli Enti aderenti. L'azienda, inoltre, garantisce la sua presenza, qualora richiesta, in almeno due eventi all'anno, organizzati dall'Ente e dagli Enti aderenti.

STEP6 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 e con gli Enti aderenti il posizionamento dei loghi ed dei link comuni dedicati all'area protetta ed al progetto Marchio di qualità.

STEP 7 L'azienda si impegna a realizzare un corner ove mettere a disposizione dei clienti materiale informativo inerente il territorio di riferimento e i servizi offerti da altri operatori aderenti al presente Marchio.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Antonio De...".

Commercializzazione dei prodotti

STEP 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 e con gli Enti aderenti)

STEP 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.

SEZIONE AGR. AGROALIMENTARE TIPICO

AGR. 1	Vino, liquori e distillati
AGR. 2	Miele



AGR. 3	Insaccati, salumi e carni fresche
AGR. 4	Pane, prodotti da forno e paste alimentari
AGR. 5	Prodotti lattiero caseari
AGR. 6	Frutta, ortaggi, cereali e trasformati
AGR. 7	Erbe officinali, aromatiche, tintorie, zafferano e loro derivati
AGR. 8	Olio

SEZIONE ART. ARTIGIANATO TIPICO

ART. 1	Prodotti manifatturieri tipici metalli
ART. 2	Prodotti manifatturieri tipici legno-sughero
ART. 3	Prodotti manifatturieri tipici da filati

SEZIONE TUR TURISTICO-RICETTIVO

TUR. 1	Strutture ricettive e della ristorazione
TUR. 2	Servizi turistici

SEZIONE AGR. AGROALIMENTARE TIPICO

AGR 1. Vino, liquori e distillati



STEP 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.

STEP 2. La zona di produzione e di lavorazione delle uve è esclusivamente quella del territorio di riferimento, il Mandrolisai, ricadente nei Comuni di Atzara, Meana Sardo, Sorgono e Ortueri.

Alle aziende è concessa la possibilità di effettuare l'imbottigliamento del prodotto anche al di fuori del territorio di riferimento, con l'indicazione della tracciabilità dello stesso e nel rispetto della normativa vigente.

- Il marchio Longevitas oro, potrà essere utilizzato per tutti i prodotti ottenuti da uve provenienti dal territorio di riferimento dei Comuni facenti parte dei Paesaggi rurali storici d'Italia.
- Il marchio Longevitas, potrà essere utilizzato per tutti i prodotti ottenuti da uve provenienti dal territorio di riferimento, dei Comuni di Atzara, Meana Sardo, Sorgono e Ortueri, non ricadenti nei Paesaggi rurali storici d'Italia.
- Per i vini ottenuti da uve provenienti dai Vigneti storici iscritti nell'Albo comunale dei vigneti storici del Mandrolisai così come stabilito nei Registri comunali dei Comuni, che risultano iscritti alla D.O.C. Mandrolisai, è possibile richiedere l'utilizzo del logo e dell'etichetta "Lunga vita", così come indicata nell'Allegato II.

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) e degli aromi deve essere quella del territorio di riferimento.

STEP 3 L'azienda deve attenersi ai principi dell'agricoltura locale secondo la normativa vigente a livello regionale.

STEP 4 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.

STEP 5 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.

STEP 6 Rispetto per le pratiche di coltivazione tradizionali, con una forte attenzione per la salvaguardia del paesaggio storico, culturale e tradizionale in particolar modo non utilizzando pesticidi e sostanze chimiche diserbanti e tutelando elementi architettonici e naturali di valore storico.

AGR 2. Miele

Premessa

Il presente Disciplinare di Produzione è rivolto a garantire la produzione di miele locale, impedendo qualsiasi intervento che possa causare una modificazione della struttura fisica naturale dello stesso, a garanzia della verginità e integralità del prodotto in modo tale che esso mantenga per l'alimentazione umana le stesse caratteristiche che presenta negli alveari come scorta a disposizione delle api.

Le caratteristiche di ogni produzione sono dovute prevalentemente alla natura delle risorse, di origine naturale o agricola, utilizzate dalle api e la specificità delle stesse è legata soprattutto alla presenza dell'area protetta sul territorio di riferimento. Per ogni produttore valgono le regole generali dettate dal presente Disciplinare di Produzione, debitamente e coerentemente interpretate,



a seconda dell'attività effettivamente svolta.

STEP 1. Il prodotto finale è costituito da sostanza zuccherina di consistenza sciropposa ottenuta dalla trasformazione del nettare dei fiori di specie botaniche differenti operata dalle api. Il prodotto può essere sia del tipo millefiori, sia mono-specifico.

STEP 2. Per l'attribuzione del presente marchio di qualità viene considerato apicoltore chiunque allevi le api sia come attività principale che secondaria o complementare.

STEP 3. Il miele deve essere realizzato utilizzando la flora tipica del territorio di riferimento del Marchio. Ciò significa che entro il suddetto territorio devono trovarsi gli alveari o i territori di pascolamento degli alveari.

STEP 4 Gli apiari devono essere collocati ad una distanza sufficiente da fonti di potenziale contaminazione, quali: centri urbani, strade abbondantemente trafficate, aree industriali, discariche e fonti di inquinamento elettromagnetico.

STEP 5. Le arnie devono essere in legno o in altro materiale di origine naturale. Il rivestimento delle arnie deve essere solo esterno e realizzato con vernici e coloranti naturali traspiranti. I telaini devono essere in legno o in plastica.

STEP 6. Gli alveari devono essere sottoposti alle misure profilattiche e agli interventi terapeutici necessari al preventivo contenimento delle malattie. Gli alveari non debbono essere sottoposti a trattamenti anti-varroa contenenti principi attivi chimici e tanto meno tossici; sono consentiti trattamenti acidi organici e timolo, da agosto a dicembre e sempre in assenza di melario. La disinfezione di arnie e telaini deve essere esclusivamente di tipo termico.

STEP 7 È vietato utilizzare per la nutrizione proteica, pollini di origine diversa da quella strettamente locale.

STEP 8. Il raccolto è effettuato esclusivamente da favi di melario privi di covata o polline. Possono essere sottoposti a smielatura solo quei favi che non hanno ospitato covata. Al momento della posa dei melari, i favi in essi contenuti sono vuoti e puliti.



STEP 9. Al momento del prelievo dei melari il miele deve essere maturo e le api devono essere allontanate con un metodo che preserva la qualità del prodotto (del tipo apiscampo o soffiatore); è vietato l'uso di sostanze repellenti; il fumo è ammesso in quantità limitate.

STEP 10. 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.

STEP 11. È obbligatorio, successivamente all'estrazione, sottoporre il miele ad una fase di decantazione spontanea all'interno di maturatori esclusivamente in acciaio inox.

STEP 12. 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.).

STEP 13. La disopercolatura dei favi deve essere condotta manualmente. L'estrazione del miele deve essere effettuata solo tramite centrifugazione o percolazione.

STEP 14. La consistenza del prodotto deve essere assolutamente naturale e tipica del miele, unicamente dipendente dalla varietà dei pascoli frequentati dalle api e dai naturali processi di cristallizzazione.

STEP 15. È assolutamente vietata la pastorizzazione e la sterilizzazione del miele.

STEP 16. Non è consentito l'utilizzo di alcuna sostanza conservante.

STEP 17. Il confezionamento deve avvenire per lo più finché il miele è allo stato liquido.

STEP 18 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.

STEP 19. 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.

STEP 20. In generale, l'azienda potrà ottenere l'utilizzo del Marchio se rispetta quanto stabilito dal disciplinare di Denominazione a origine protetta "Miele di Sardegna".

AGR 3. Insaccati, salumi e carni fresche

STEP 1. 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, ovvero per i prodotti innovativi, opportunamente descritti alla Commissione.

STEP 2. La scelta delle materie prime costituisce il supporto fondamentale su cui poggia la qualità. Nel rispetto della normativa comunitaria vigente, sono ammesse esclusivamente: carni suine, bovine, caprine, ovine, avicole ed equine. Per l'ottenimento del Marchio, relativamente alla produzione di carne d'agnello, le aziende devono rispettare quanto previsto dal disciplinare Agnello di Sardegna IGP.

STEP 3. Le materie prime utilizzate devono provenire, dall'area di riferimento e nella stessa devono subire il processo di macellazione e lavorazione.

STEP 4 I luoghi ed i tempi minimi di stagionatura devono rispettare le specifiche definite per ciascuna tipologia di prodotto. L'azienda deve comunicare all'Ente i prodotti per i quali richiede il marchio di qualità.

STEP 5 La produzione non può essere caratterizzata dall'assoluta serialità del prodotto, tuttavia occorre che il prodotto stesso, compatibilmente con il rispetto delle esigenze di stagionalità, non abbia caratteristiche morfologiche ed organolettiche eccessivamente discontinue, rispetto allo standard descritto inizialmente al momento della richiesta di conferimento del marchio.



AGR 4. Pane, prodotti da forno e paste alimentari

Premessa

Il presente Disciplinare di Produzione intende riferirsi alla produzione di pane fresco, prodotti da forno e paste alimentari che presentano caratteristiche di tipicità in quanto preparati secondo le tradizioni tipiche del territorio in oggetto nel rispetto degli ingredienti e delle ricette originali.

STEP 1. I prodotti finali sono rappresentati da:

- pane tipico del territorio di riferimento di diverse varietà, purchè preparato utilizzando lievito naturale, composto di acqua, farina e/o semola di grano duro e lasciato fermentare in acidità;
- prodotti da forno realizzati secondo le ricette tradizionali del territorio;
- paste alimentari fresche di diversi tagli e caratteristiche purché, una parte della produzione complessiva del pastificio sia costituita da prodotti tipici della tradizione del territorio di riferimento.

STEP 2 Le procedure di lavorazione dei prodotti devono garantire il rispetto di ricette specifiche derivanti dalla tradizione locale; sono ammesse innovazioni concordate al momento della richiesta di concessione del marchio.

STEP 3. I modi ed i tempi di impasto, lievitazione, lavorazione, cottura devono rispettare le specifiche definite per ciascuna tipologia di prodotto.

STEP 4. I prodotti devono presentare caratteristiche di foggia che rispettino la tradizione locale.

STEP 5. Nel caso di prodotti farciti, la preparazione del ripieno deve utilizzare, almeno per gli ingredienti base, materie prime provenienti dal territorio di riferimento o comunque tipici della sua tradizione gastronomica.



STEP 6. Per quanto possibile deve essere privilegiato l'uso di ingredienti di origine biologica.

STEP 7. L'azienda deve compiere in proprio tutte le fasi del ciclo di lavorazione del prodotto. L'utilizzo di semilavorati deve essere minimo e comunque limitato all'indispensabile.

STEP 8. Non è ammesso l'utilizzo di prodotti liofilizzati e/o in polvere (quali ad es. latte, uova).

STEP 9. L'utilizzo dei macchinari è consentito per velocizzare i tempi di lavorazione, senza peraltro stravolgere gli originari e tradizionali sistemi di produzione. Durante le fasi di lavorazione è quindi indispensabile che la manualità sia non solo presente, ma determinante per la qualità finale del prodotto.

STEP 10. Il prodotto può essere venduto sfuso o confezionato; in entrambi i casi, la vendita può effettuarsi presso l'azienda produttrice o presso esercizi commerciali autorizzati. Alcune tipologie di prodotti possono essere venduti anche porzionati. L'azienda deve specificare per quale tipologia di prodotto richiede il Marchio.

AGR 5. Prodotti lattiero – caseari



STEP 1. Il prodotto finale è costituito da diverse tipologie di prodotti (latte, formaggio, yoghurt, gelati ecc.) ottenuti dalla lavorazione di latte bovino, ovino e caprino, sia freschi che stagionati preparati secondo le tradizioni tipiche del territorio di riferimento, ovvero per i prodotti innovativi, opportunamente descritti alla commissione.

STEP 2. La coagulazione deve essere ottenuta con caglio naturale di origine animale, come previsto dalla vigente legislazione.

STEP 3. E' consentito l'utilizzo di latte conforme alle normative di legge, crudo oppure pastorizzato. Sono esclusi latte in polvere, proteine del latte e le cagliate congelate.

STEP 4. Per tutte le produzioni il latte deve provenire da allevamenti del territorio del Mandrolisai ricadente nei Comuni di Atzara, Sorgono, Meana Sardo e Ortueri. In generale per il formaggio ovino, le aziende devono garantire il rispetto del Disciplinare di produzione della denominazione di origine protetta "Pecorino sardo" e il Disciplinare di produzione della denominazione di origine protetta "Pecorino romano".

STEP 5. I luoghi ed i tempi minimi di stagionatura devono rispettare le specifiche definite per ciascuna tipologia di prodotto. L'azienda deve indicare all'Ente quali prodotti concorrono per l'attribuzione del Marchio di qualità.

AGR 6. Frutta, ortaggi, cereali, e trasformati

STEP 1. Il prodotto finale è costituito da produzioni frutticole fresche, appartenenti a specie



autoctone del territorio di riferimento e a produzioni orticole, cerealicole, e da prodotti trasformati. Il prodotto trasformato (conservate alimentari e farine) è ammesso se ottenuto da tecniche di lavorazione e ricette tradizionali ovvero, per i prodotti innovativi, opportunamente descritti alla commissione, ed è costituito da:

- confetture (la quantità minima di frutta impiegata per 1000 g di prodotto deve essere di 450 g);
- succhi di frutta (succo ricavato dalla frutta sana e matura; i succhi diversi da quelli ottenuti dalle pere e dall'uva possono essere addizionati di zuccheri nella quantità massima di 150 g per litro di succo);
- altre conserve vegetali (ortaggi sottaceto, sottolio e in salamoia) - farine integrali o raffinate.

STEP 2. Le materie prime dei trasformati devono provenire, esclusi aceto zucchero e spezie, dal territorio di riferimento.

STEP 3. L'azienda deve attenersi alle norme dell'Agricoltura Integrata come da normativa vigente a livello regionale.

STEP 4. I frutti e gli ortaggi devono avere le caratteristiche organolettiche tipiche delle diverse varietà, in particolare per quel che riguarda forma, dimensione, aspetto esteriore, profumo e gusto; devono altresì essere ben formati e normalmente sviluppati.

STEP 5. I frutti, gli ortaggi e i cereali devono essere sani (non affetti cioè da marciume o con alterazioni tali da renderli inadatti al consumo), puliti (privi di sostanze estranee visibili), privi di malattie, di attacchi di parassiti, di segni visibili di muffa, di umidità esterna anormale. La colorazione particolare dovuta al sole non costituisce un difetto.

STEP 6 Il grado di maturazione dei frutti e ortaggi deve consentirne il trasporto e l'arrivo al luogo di destinazione in condizioni soddisfacenti.

STEP 7 La frutta e gli ortaggi possono essere conservati in frigo per un periodo ad una temperatura tale da non comprometterne le caratteristiche organolettiche. (0-4 gradi per la frutta fresca e gli ortaggi non acquosi, 0-8 gradi per mele e pere).



STEP 8 Nel processo di trasformazione, è consentito il ricorso ad un trattamento termico di pastorizzazione o sterilizzazione, secondo le necessità e tali da garantire la buona qualità del prodotto.

STEP 9. L'utilizzo dei macchinari è consentito per velocizzare i tempi di lavorazione, senza peraltro stravolgere gli originari e tradizionali sistemi di produzione.

STEP 10. Il prodotto trasformato, nel caso delle conserve alimentari, deve essere confezionato in contenitori di vetro, nel caso delle farine sacchetti di carta o cellophane, decorati ed etichettati in modo tale che venga messa in evidenza l'origine dello stesso e la tradizionalità della lavorazione.

STEP 11 E' richiesto il rispetto per le pratiche di coltivazione tradizionali, con una forte attenzione per la salvaguardia del paesaggio storico, culturale e tradizionale.

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is cursive and appears to read "Antonio De Luca".

AGR 7. Erbe officinali, aromatiche, tintorie, zafferano e loro derivati

STEP 1. Il prodotto finale è costituito da produzioni fresche o essiccate di erbe officinali, aromatiche, tintorie e zafferano appartenenti a specie tradizionalmente raccolte o coltivate nel territorio di riferimento. Si tratta, in particolare, di parti di pianta quali fiori, foglie, fusti, radici, bulbi, rizomi, semi e frutti per la preparazione di liquori, infusi, decotti, sciroppi, tinture, polveri, oli essenziali etc.

Il prodotto trasformato è ammesso se ottenuto da tecniche di lavorazione e ricette tradizionali; per i prodotti innovativi, le trasformazioni devono essere opportunamente descritte alla commissione.

I coltivatori potranno provvedere direttamente alla essiccazione delle piante, con tecniche ed in locali idonei.

STEP 2. L'azienda deve attenersi alle norme dell'Agricoltura Integrata come da normativa vigente a livello regionale.

STEP 3. E' richiesto il rispetto per le pratiche di coltivazione tradizionali, con una forte attenzione per la salvaguardia del paesaggio storico, culturale e tradizionale. E' concesso l'uso di teli per pacciamatura (esclusi quelli in P.V.C. o similari, che sono vietati esplicitamente da alcuni marchi di certificazione biologica) purché siano smaltiti in conformità alle norme sui rifiuti.

STEP 4. I fiori, le foglie, i fusti, radici e rizomi etc. devono avere le caratteristiche organolettiche tipiche delle diverse specie, e debbono essere ben formati e normalmente sviluppati.

STEP 5. I fiori, i fusti, le radici e i rizomi etc. devono essere sani (non affetti cioè da marciume o con alterazioni tali da renderli inadatti al consumo o alla trasformazione), puliti (privi di sostanze estranee visibili), privi di malattie, di attacchi di parassiti, di segni visibili di muffa, di umidità esterna anormale.



STEP 6. I prodotti freschi possono essere conservati in frigo per un periodo ad una temperatura tale da non comprometterne le caratteristiche organolettiche.

STEP 7. L'utilizzo dei macchinari è consentito per velocizzare i tempi di lavorazione (esempio essiccatoio), senza peraltro stravolgere gli originari e tradizionali sistemi di produzione.

STEP 8. Le materie prime dei trasformati (liquori), devono provenire dal territorio di riferimento, ad esclusione di acqua, zucchero e alcool.

STEP 9. I liquori devono essere preparati con ricette tradizionali. Le ricette dovranno essere trasmesse alla commissione di valutazione, all'atto della presentazione della domanda, corredate di documentazione in grado di dimostrarne la tradizionalità (es. schede PAT o documentazione storica).

STEP 10. Il prodotto trasformato (liquori), deve essere confezionato in contenitori di vetro bianco, le piante essiccate in sacchetti di carta o cellophane, decorati ed etichettati in modo tale che venga messa in evidenza l'origine dello stesso e la tradizionalità della lavorazione.

STEP 11. Per la produzione del Mirto, l'azienda potrà chiedere la concessione del marchio qualora rispetti quanto previsto dal Disciplinare IGT Mirto di Sardegna.

AGR. 8 Olio

STEP 1. Il marchio sarà concesso alle aziende che rispettano il disciplinare a Denominazione di Origine Protetta "Sardegna" che è riservato all'olio extravergine di oliva estratto nelle zone della Sardegna indicate nel disciplinare di produzione e ottenuto per l'80% dalle varietà Bosana, Tonda di Cagliari, Nera (Tonda) di Villacidro, Semidana e i loro sinonimi. Al restante 20% concorrono le varietà minori presenti nel territorio, che comunque non devono incidere sulle caratteristiche finali del prodotto.



STEP 2. Le condizioni pedoclimatiche e di coltura degli oliveti destinati alla produzione dell'olio devono essere atte a conferire alle olive e all'olio le tradizionali caratteristiche qualitative. In particolare per la lotta ai parassiti dell'olivo devono essere attuate tecniche di lotta guidata, mentre le erbe infestanti vengono controllate con la tecnica dell'aridocoltura e sempre nel rispetto dei principi della lotta guidata.

STEP 3. Per gli oliveti idonei alla produzione di olio extravergine di oliva D.O.P. "Sardegna" è ammessa una produzione massima di olive di 120 q/ha, con una resa massima delle olive in olio del 22%.

STEP 4. L'olio a Denominazione di Origine Protetta "Sardegna" deve rispondere alle seguenti caratteristiche:

acidità in acido oleico $\leq 0,5\%$;

numero di perossidi ≤ 15 ;

polifenoli totali ppm ≥ 100 ;

tocoferoli ppm ≥ 100 ;

colore dal verde al giallo con variazione cromatica nel tempo; odore di fruttato; sapore di fruttato con sentori di amaro e di piccante;

panel test ≥ 7 .



SEZIONE ART. ARTIGIANATO TIPICO

ART 1. Prodotti manifatturieri tipici realizzati in ferro battuto ed altri materiali metallici quali rame, bronzo ecc.

Vengono qui compresi:

- mobili e complementi d'arredo (letti, divani.)
- elementi per l'edilizia, quali porte e portoni, grate, parapetti ecc.
- attrezzi tradizionali;
- oggettistica ornamentale ed altri articoli vari;

Il prodotto

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Antonio De...'. The signature is written in a cursive, flowing style.

STEP 1. I prodotti realizzati devono inserirsi nella tradizione dell'area e possedere una o più delle caratteristiche di tipicità. Il soggetto richiedente il Marchio dovrà pertanto produrre una sintetica relazione illustrativa della sua produzione, evidenziandone le caratteristiche che possono connettersi alle tradizioni del territorio di riferimento.

STEP 2. 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 ecc.).

STEP 3. Il materiale usato deve sempre essere il più idoneo per tradizione alla realizzazione dei manufatti, evitando quindi la sovrapposizione di elementi (quali vernici o altro) tendenti a mascherarne la reale essenza. I prodotti realizzati possono presentare elementi complementari realizzati in altro materiale rispetto a quelli del presente comparto (ad esempio legno, pietra ollare, ecc.), senza perdere però l'appartenenza al comparto stesso.

Il processo produttivo

STEP 4. La percentuale di manualità nel processo lavorativo deve essere preponderante rispetto all'uso di macchinari. Il ricorso all'utilizzo della tecnologia deve avvenire solo nei casi in cui, per ovviare ad una ripetitività inutile, si richieda la velocizzazione di alcune procedure che non apportino nulla né modifichino il contenuto artistico dell'oggetto.

STEP 5. L'uso di semilavorati, al di là dei componenti per le operazioni di assemblaggio, è consentito qualora essi non sminuiscano la specificità del prodotto finito, sia esso tradizionale che innovativo sulla base di quanto indicato nei par. STEP 1, STEP 2.

STEP 6. Eventuali innovazioni tecnologiche devono in complesso assolvere alle esigenze di produzione degli oggetti per cui si richiede l'attribuzione del Marchio. L'innovazione tecnologica non può limitare o togliere il carattere di tipicità ai prodotti, siano essi tradizionali, siano essi di nuova concezione.

STEP 7. Devono essere utilizzati prodotti per la lavorazione e la finitura del prodotto (ad esempio vernici, smalti ecc..) il più possibile atossici e naturali, compatibilmente con le migliori



produzioni esistenti sul mercato, nel pieno rispetto della compatibilità ambientale.

STEP 8. 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.

ART 2. Prodotti manifatturieri lignei tipici e sughero

STEP 1. Vengono qui compresi:

- mobili e complementi d'arredo;
- mobili imbottiti (sedie, poltrone, divani, letti);
- serramenti ed infissi;
- prodotti derivati dal sughero. (tappi, solette, isolanti, artigianato artistico e creazioni d'arredo e abbigliamento)

Il Prodotto.

STEP 2. I prodotti realizzati devono inserirsi nella tradizione dell'area e possedere una o più delle caratteristiche di tipicità. Il soggetto richiedente il Marchio dovrà pertanto produrre una sintetica relazione illustrativa della sua produzione, evidenziandone le caratteristiche che possono connettersi alle tradizioni del territorio di riferimento.

STEP 3. 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).

STEP 4. Il materiale consentito per le produzioni del presente comparto per le quali viene richiesta l'attribuzione del Marchio è il legno massiccio e il sughero di qualità, con particolare



attenzione alle essenze tradizionalmente usate sul territorio di riferimento.

STEP 5. I prodotti realizzati possono presentare elementi complementari realizzati in altro materiale rispetto al legno (ad esempio pietra, cuoio, ferro, sughero ecc.), senza perdere però le caratteristiche che ne consentono l'appartenenza al comparto di riferimento del presente Disciplinare.

Il processo produttivo

STEP 6. I prodotti per i quali si richiede l'assegnazione del Marchio saranno realizzati con tecnologie che rispettino le tradizioni del territorio di riferimento. Innovazioni di processo e delle relative tecnologie devono essere programmate esclusivamente al fine di conferire un valore aggiunto al prodotto in termini di prestazioni e di durata nel tempo.

STEP 7. L'utilizzo di semilavorati deve essere compatibile con il rispetto delle caratteristiche che consentono al prodotto finito di essere dotato del marchio, e pertanto con quanto emerge dalla relazione illustrativa di cui al par. STEP 2.

STEP 8. 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.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Antonio De...".

ART 3. Prodotti manifatturieri da filati: tappeti, arazzi merletti, trine, pizzi e ricami

Nota. Si definiscono: **Merletto**: combinazione di filo, creato nel nulla e nello spazio, senza necessità di supporto. **Trina**: denominazione derivata dal termine *tarneta*, è in genere una decorazione di dimensioni ridotte utilizzata spesso nella passamaneria. **Pizzo**: anche detto *guglia*, *cima* o *vetta*, (dentelle in lingua francese) fa riferimento ai bordi dentellati caratteristici dei presenti manufatti. **Ricamo** è l'insieme dei motivi ornamentali che si applicano su un tessuto con ago e filo.

Il prodotto

STEP 1. 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.

STEP 2. 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 ecc.).

STEP 3. I materiali consentiti sono il *lino*, *la canapa*, *la lana grezza* e *il cotone*. È consentito l'utilizzo di materiali innovativi che assolvano alle esigenze di progetto e di ricerca estetica senza venir meno ai criteri di tipicità sopra definiti. I materiali utilizzati devono il più possibile, essere colorati con le tinte naturali e comunque limitare al minimo l'uso di coloranti chimici.

STEP 4. I prodotti realizzati possono presentare elementi complementari realizzati in altro materiale rispetto a quelli previsti, senza perdere però l'appartenenza al comparto di riferimento del presente Disciplinare.



STEP 5. I manufatti devono essere caratterizzati specificamente dalla qualità dell'esecuzione con una particolare attenzione alla valenza estetico-formale, alle finiture e alle decorazioni.

Il processo produttivo

STEP 6. 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 quei caratteri di tipicità e specificità descritti nella relazione di cui al punto **STEP 1.**

STEP 7. 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.

SEZIONE TUR TURISTICO-RICETTIVO

TUR 1. Strutture ricettive e della ristorazione

Premessa

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Antonio De...'. The signature is written in a cursive, flowing style.

Il presente Disciplinare è applicato alle aziende ed agli operatori (proprietari o gestori) del settore ricettivo alberghiero ed extralberghiero e del settore della ristorazione. Nello specifico i requisiti previsti si riferiscono alle strutture/ locali di seguito indicati:

- alberghi, case-alloggi vacanze, residence turistico, pensioni, alberghi diffusi;
- agriturismi;
- affittacamere e case vacanze;
- bed & breakfast;
- campeggi, villaggi turistici;
- rifugi;
- ristoranti, pizzerie, trattorie, bar.

Per ogni struttura/locale valgono le regole generali dettate dal presente Disciplinare di Produzione, debitamente e coerentemente interpretate, a seconda dell'attività effettivamente svolta e della categoria di appartenenza della struttura stessa. In considerazione infatti della possibilità che l'attività ricettiva e quella ristorativa siano esercitate dalla medesima impresa i criteri di riferimento sono stati inseriti all'interno di un unico Disciplinare di produzione. Naturalmente nel caso in cui le strutture ricettive non offrano un servizio di ristorazione, esse non sono tenute a rispettare i criteri specifici legati alla somministrazione di alimenti.

STEP 1. Deve essere posta particolare cura nella manutenzione dei fabbricati e degli spazi esterni di loro pertinenza, con riguardo soprattutto al benessere degli ospiti e alla gradevolezza degli ambienti in modo tale da minimizzare gli impatti ambientali e valorizzare le caratteristiche tipiche del territorio. Per le strutture ricettive deve essere fornito il servizio di rete internet almeno negli spazi comuni, le camere devono essere dotate di TV, e all'interno della struttura deve essere ricavato uno spazio per la promozione territoriale. Devono essere programmate, ove possibile, attività e proposte specifiche per soggetti svantaggiati, in modo



tale da garantire l'accessibilità dei servizi alle persone diversamente abili.

STEP 2. I recuperi ed i restauri delle strutture edilizie devono essere effettuati in conformità delle caratteristiche tipologiche-strutturali locali e con l'uso di materiali tipici della tradizione costruttiva dell'area, nel rispetto dei Regolamenti vigenti.

STEP 3. Le pietanze devono essere confezionate nel rispetto delle norme di legge, utilizzando prevalentemente prodotti che provengono da aziende agricole situate nel territorio di riferimento. I prodotti che, per necessità, provengono da fuori territorio devono comunque privilegiare la logica della filiera corta e del km zero.

STEP 4. Nell'allestimento del menù occorre valorizzare la tradizione tipica del territorio, garantendo la specialità del pasto con l'inserimento di almeno un menù tipico (costituito da un minimo di due antipasti, un primo, un secondo e un dolce preparati secondo le ricette della tradizione locale) e con indicazione diretta dei produttori dei singoli alimenti e bevande utilizzati, provenienti dal territorio di riferimento.

STEP 5. La struttura deve privilegiare, nella scelta dei propri fornitori ed erogatori di servizi, soggetti concessionari del presente Marchio di qualità. A tal proposito deve essere tenuto un registro dei fornitori che garantisca il rispetto, da parte degli stessi, della normativa vigente.

STEP 6. Fra la varietà di vini, alcolici e super alcolici che vengono serviti devono trovare adeguata rappresentanza le produzioni tipiche del territorio di riferimento o delle zone vitivinicole contigue, con particolare riguardo al patrimonio di vini DOC e DOCG. A tal fine deve essere sempre resa disponibile un'apposita "Carta dei vini del Mandrolisai" in cui le produzioni prima citate trovino adeguata evidenza.

STEP 7. La struttura deve privilegiare la somministrazione di cibi freschi anziché precotti o surgelati.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Andrea De..." with a stylized flourish at the end.

TUR 2. Servizi turistici

Premessa

Il presente disciplinare per la concessione del Marchio di Qualità si applica ai programmi ed ai servizi proposti all'interno del territorio di riferimento da imprese, associazioni e operatori privati che svolgono attività di accompagnamento di singoli o gruppi con le seguenti finalità:

- fruizione turistica (guida turistica e relative società);
- fruizione naturalistica/educazione ambientale (accompagnatori/guide naturalistiche, guide e relative società);
- pratica di attività sportive compatibili con le finalità dell'Ente e degli Enti aderenti (guide alpine, accompagnatori di discipline quali: escursioni a piedi, con racchette da neve, sci di fondo, sci-alpinismo, trekking alpinistici, escursioni a cavallo, escursioni in mountain bike, arrampicata, alpinismo, speleologia ecc.);
- noleggio di attrezzature sportive compatibili con le finalità dell'Ente e degli Enti aderenti;



- altre attività proposte.

Per ogni servizio offerto valgono le regole generali dettate dal presente Disciplinare di prestazione di servizi, debitamente e coerentemente interpretate, a seconda dell'attività effettivamente svolta.

STEP 1. Le imprese/associazioni e gli operatori privati devono avere esperienza almeno annuale nell'accompagnamento e nella gestione dei gruppi.

STEP 2. L'esercizio delle professioni turistiche deve essere abilitato secondo quanto previsto dalla normativa comunitaria, nazionale e regionale vigente.

STEP 3. Devono essere rispettati, laddove previsto, gli aspetti di conformità relativa alle specializzazioni necessarie per l'accompagnamento in alcune discipline.

STEP 4. Devono essere rispettate tutte le norme relative alla copertura assicurativa dei soggetti partecipanti alle attività.

STEP 5. Devono essere sempre garantite le migliori condizioni di sicurezza per lo svolgimento di ciascuna attività.

STEP 6. Deve essere attestata la conoscenza delle principali tecniche di primo soccorso e dei servizi di soccorso attivi sul territorio (localizzazione, recapiti telefonici, modalità di contatto e di richiesta intervento, ecc).

STEP 7. Le attività devono essere programmate, compatibilmente con la tipologia e la stagione più propizia, durante tutto l'arco dell'anno, con particolare attenzione alla destagionalizzazione al fine di favorire un flusso turistico il più possibile omogeneo. Il programma annuale di tutte le attività che si intendono svolgere deve essere opportunamente pubblicizzato attraverso i canali pubblici e privati.

STEP 8. Devono essere programmate, ove possibile, attività e proposte specifiche per soggetti



svantaggiati, in modo tale da garantire l'accessibilità dei servizi alle persone diversamente abili.

STEP 9. Devono essere comunque predisposti programmi diversificati in funzione delle caratteristiche dell'utenza.

STEP 10. Le imprese, associazioni e operatori privati devono possedere adeguata conoscenza del territorio di riferimento e delle principali risorse turistiche presenti nell'ambito dello stesso. Prima dell'avvio di qualsiasi programma, deve essere adeguatamente verificata la percorribilità dei sentieri, l'accessibilità ai siti e la loro praticabilità anche in considerazione delle condizioni meteorologiche attese.

STEP 11. Ai partecipanti all'attività deve essere fornita chiara indicazione dell'abbigliamento, dell'equipaggiamento e delle capacità minime richieste dalla tipologia di attività proposta. Prima dello svolgimento dell'attività, deve essere consegnato al cliente un programma dettagliato contenente informazioni sui dislivelli da affrontare, sulle difficoltà, sulla durata, sui tempi di percorrenza, sulle aree attrezzate, sui punti informativi e sugli appoggi logistici eventualmente esistenti; in particolare debbono essere indicati i centri visitatori del territorio, la loro locazione e gli orari di fruizione.

STEP 12. Nei casi in cui lo svolgimento dell'attività richieda il ricorso ad attrezzatura particolare e specifica, gli operatori devono saper indirizzare i partecipanti circa i termini, i luoghi e le modalità per il noleggio dell'attrezzatura necessaria.

STEP 13. Gli operatori devono conoscere e rispettare le normative ed i regolamenti degli Enti coinvolti in materia di accesso e di fruizione, spiegarle agli utenti e vigilare sul loro rispetto da parte del gruppo. Gli operatori devono inoltre promuovere le istanze del territorio, valorizzando gli aspetti peculiari del territorio protetto.

STEP 14. Gli operatori devono segnalare all'Ente tutte le eventuali anomalie riscontrate durante la visita.

STEP 15. Nel caso le condizioni lo rendano possibile, nei programmi di visita proposti all'utenza devono essere inseriti eventi e manifestazioni organizzate dagli Enti aderenti, nonché gli



incontri formativi ed informativi che gli Enti aderenti predisporranno per il pubblico nell'ambito della presente iniziativa.

STEP 16. Nel caso in cui si organizzino attività che presuppongono l'utilizzo di mezzi per lo spostamento devono essere privilegiati mezzi di trasferimento a basso impatto ambientale (bicicletta, cavallo, asini...) o mezzi di trasporto collettivi, preferibilmente pubblici.

STEP 17. Deve essere in ogni caso ridotto al minimo l'impatto diretto ed indiretto delle attività svolte. Queste devono essere gestite nel rispetto della diversità biologica propria di un'area di qualità e dell'integrità degli ecosistemi e degli habitat.

STEP 18. Nel caso sia previsto dal programma dell'attività il pernottamento o il pranzo all'interno del territorio di riferimento, è necessario scegliere strutture ricettive o della ristorazione caratteristiche del luogo, privilegiando la possibilità di costruire reti di rapporti con operatori già beneficiari del presente Marchio.

STEP 19. Ai partecipanti alle singole attività deve essere distribuito materiale informativo, didattico e promozionale relativo al territorio di riferimento. In particolare, deve essere garantita una corretta informazione sulla rete di operatori aderenti al marchio e sulle finalità del marchio stesso.

STEP 20. Deve essere conservata, al termine dell'attività svolta, traccia dell'attività con l'indicazione dei dati qualitativi e quantitativi che ad esse si riferiscono (ad esempio numero di gruppi e di partecipanti coinvolti, tipologia dei servizi offerti, ecc). Entro il 31 marzo ogni singola società o singolo operatore dovrà rendicontare all'Ente i dati statistici relativi ai programmi realizzati compilando un apposito report fornito dall'Ente al fine di monitorare i risultati conseguiti e al fine di elaborare nuove strategie turistiche.

