

PIAR ALTO IONIO 2
Marchio d'area "ottoterre altojonio"

REGOLAMENTO D'USO PER LA
CONCESSIONE DEL MARCHIO D'AREA
"ottoterre altojonio"

1 - LA FINALITÀ DEL MARCHIO D'AREA

La finalità del marchio d'area "ottoterre altojonio", del PIAR Alto Ionio 2, è quella di promuovere e sostenere le produzioni/attività/servizi, che sono realizzate all'interno di una zona geografica delimitata e identificata dal marchio stesso, e che hanno come obiettivi quelli del miglioramento della qualità ambientale, sociale ed economica delle risorse e dei processi produttivi dell'area. In particolare il marchio deve essere in grado di:

- consentire ai consumatori un'immediata identificazione dei prodotti/attività che sono proprie dell'area e essere garantiti delle loro provenienza;
- aiutare gli agricoltori, le PMI e le micro - imprese del settore alimentare, del turismo e dell'artigianato ad utilizzare un marchio per differenziare i propri prodotti e servizi;
- consentire ai dettaglianti ed ai distributori in genere dell'area di differenziare il prodotto locale e di differenziarsi sulla base della percentuale di questo prodotto che viene venduto/utilizzato/somministrato;
- aiutare gli attori dell'area a costruire una qualità del sistema territoriale locale nel suo complesso immediatamente trasferibile ai suoi prodotti/servizi e basata su comportamenti virtuosi, sulla reputazione degli operatori e sulla qualità delle sue risorse ambientali e dei processi di produzione.

2 - IL SOGGETTO TITOLARE

Il titolare del marchio è il Comune di Canna. Il coordinamento della gestione del marchio è affidato a all'ufficio tecnico del Comune di Canna.

3 - LA DELIMITAZIONE GEOGRAFICA

Il territorio di riferimento è rappresentato dai confini territoriali dei comuni del PIAR Alto ionio 2:

- Amendolara
- Canna
- Castroregio
- Montegiordano
- Nocera
- Oriolo
- Rocca Imperiale
- Roseto Capo Spulico

4 - I SOGGETTI CHE POSSONO RICHIEDERE LA CONCESSIONE

L'adesione al Marchio avviene su base volontaria. Gli utilizzatori possono essere:

- imprese agricole in forma singola e associata;
- imprese forestali in forma singola o associata;
- le imprese agroalimentari in forma singola o associata che ricadono nelle definizioni di micro imprese e di PMI della CE
- le imprese del commercio e del turismo in forma singola o associata che ricadono nelle definizioni di micro imprese e di PMI della CE
- le imprese artigiane in forma singola o associata che ricadono nelle definizioni di micro imprese e di PMI della CE

Tali imprese devono soddisfare le seguenti condizioni:

- devono svolgere la loro attività all'interno dell'area geografica identificata dal marchio. Nel caso di imprese con più unità locali le produzioni/servizi per le quali può essere utilizzato il marchio sono solo quelle prodotte dalle unità locali ricadenti nell'area.
- devono rispettare quanto previsto dal presente regolamento e dai regolamenti/programmi specifici per settore/prodotti/servizi predisposti dal soggetto coordinatore;
- devono dimostrare di possedere i seguenti requisiti di onorabilità:
 - A. non sia stata pronunciata sentenza penale definitiva di condanna o non siano in corso procedimenti penali nei quali sia già stata pronunciata sentenza di condanna per reati non colposi a pena detentiva superiore a tre anni o sentenza di condanna per reati contro la fede pubblica o il patrimonio, o alla pena accessoria dell'interdizione dall'esercizio di una professione o di un'arte o dell'interdizione dagli uffici direttivi delle imprese, salvo che sia intervenuta la riabilitazione;
 - B. non sia stata pronunciata sentenza penale definitiva di condanna per uno dei delitti di cui ai titoli II (dei delitti contro la Pubblica Amministrazione) e VIII (dei delitti contro l'economia pubblica, l'industria e il commercio) del libro II del codice penale, ovvero di ricettazione, riciclaggio, emissione di assegni a vuoto, insolvenza fraudolenta, bancarotta fraudolenta, usura, sequestro di persona a scopo di estorsione, rapina;
 - C. non aver commesso illeciti e/o reati paesaggistici – ambientali secondo le vigenti disposizioni di settore;
 - D. non sia stata svolta o non sia in corso procedura fallimentare, salvo che sia intervenuta la riabilitazione ai sensi degli artt. 142, 143 e 144 delle disposizioni approvate con regio decreto 16 marzo 1942, n. 267;
 - E. non siano state applicate misure di sicurezza o di prevenzione ai sensi delle leggi 27 dicembre 1956, n. 1423, 10 febbraio 1962, n. 57, 31 maggio 1965, n. 575, e 13 settembre 1982, n. 646, e successive modificazioni, o non siano in corso procedimenti penali per reati di stampo mafioso.

I requisiti di onorabilità devono essere posseduti:

- nel caso di impresa individuale, dal titolare di essa e, quando questi abbia preposto all'esercizio dell'impresa, di un ramo di essa o di una sua sede un istitutore o un direttore, anche da questi ultimi;
- nel caso di società, da tutti i soci per le società in nome collettivo, da tutti i soci accomandatari per le società in accomandita semplice o per azioni e dagli amministratori per ogni altro tipo di società, ivi comprese le società consortili e le cooperative;
- nel caso di Consorzi e di Associazioni, dal Presidente.

5 - I PRODOTTI E SERVIZI

I prodotti e i servizi per i quali è possibile richiedere l'uso del presente marchio devono essere prodotti o prestati nel territorio all'art. 3.

Il processo produttivo, con riferimento ai prodotti, non può essere limitato alla sola attività di confezionamento.

Il soggetto coordinatore predispone i regolamenti attuativi specifici per i diversi settori/prodotti/servizi individuati e per i quali si autorizza la concessione all'uso del marchio.

I prodotti ed i servizi devono essere ottenuti o prestati nel rispetto delle modalità previste, per ciascun bene e servizio, o per gruppi o classi di beni e di servizi, dal presente regolamento e dagli appositi regolamenti specifici adottati dall'ufficio tecnico dell'Ente titolare.

I prodotti sono:

- i prodotti agricoli ed agroalimentari;
- i prodotti dell'artigianato tradizionale e tipico dell'area.

I servizi sono:

- ristorazione, agriturismo, alberghieri ed extra alberghieri;
- commercio al dettaglio di prodotti agroalimentari e dell'artigianato locale;
- servizi di animazione e promozione turistica.

6 - LE REGOLE DI APPARTENENZA E GLI OBBLIGHI

Si può richiedere l'uso del marchio attraverso la richiesta formale al soggetto coordinatore. La richiesta deve essere fatta con i moduli previsti nel presente regolamento. L'adesione al marchio comporta il versamento di una quota annuale pari ad euro 100,00. Le modalità di gestione della suddetta quota sono demandate all'ufficio tecnico dell'Ente titolare.

I soggetti richiedenti devono:

1. rispettare le norme vigenti nell'area ed in particolare quelle relative alla sicurezza alimentare, benessere animale, tutela ambientale, etichettatura, sicurezza sul lavoro;
2. tenere comportamenti conformi alle politiche territoriali dell'area PIAR;
3. osservare le prescrizioni dei diversi regolamenti/programmi attuativi specifici dei settori/prodotti/servizi. In tali regolamenti devono essere evidenziati i requisiti di qualità e le modalità d'uso sia del marchio, sia del logo. La qualità si riferisce alle caratteristiche dei prodotti/servizi e al miglioramento dell'ambiente.
4. impegnarsi a partecipare a programmi di promozione concordati con l'Ente titolare del marchio;
5. impegnarsi ad utilizzare manodopera locale;

6. comunicare tempestivamente all'Ente l'esito di eventuali controlli da parte delle autorità competenti ed eventuali variazioni che possono influire sull'uso del marchio;
7. fornire periodicamente informazioni prodotte attraverso l'autocontrollo interno secondo le prescrizioni impartite dall'Ente titolare;
8. utilizzare il marchio e i suoi segni distintivi sia sui prodotti, sia sui servizi, sia sul materiale informativo e promozionale secondo quanto prescritto dalle regole d'uso del logo marchio contenute nei diversi regolamenti attuativi.

Il soggetto titolare può modificare i regolamenti attuativi.

Il Concessionario è tenuto a lasciare indenne l'ufficio tecnico dell'Ente titolare da qualsiasi richiesta di danni o da altra pretesa di terzi nei suoi confronti, in relazione a beni commercializzati e a servizi prestati con l'uso del logo.

Il Concessionario è tenuto a cessare o a sospendere l'uso del logo, senza pretesa di risarcimento di danni, qualora, per cause sopravvenute, l'ufficio tecnico dell'Ente titolare perda definitivamente o temporaneamente la titolarità del logo stesso.

6.1 - Le procedure ed il sistema di controllo

Il controllo del possesso dei requisiti e del rispetto delle condizioni prescritte dal presente dispositivo e dagli specifici regolamenti di accesso all'uso, da parte del Concessionario, anche in tempi successivi al rilascio della concessione, compete al soggetto titolare del Marchio che provvede a:

- fornire informazioni relative alle modifiche/aggiornamenti legislativi;
- fornire le linee guida per l'autocontrollo aziendale specifiche per tipologia di azienda e di norme;
- fornire l'assistenza tecnica necessaria alla utilizzazione delle linee guida e per l'accesso ad eventuali finanziamenti necessari ad adeguamenti materiali ed immateriali.

L'ente titolare ha la facoltà di svolgere, direttamente o tramite soggetti terzi, controlli nei luoghi di produzione, di lavorazione, di trasformazione e di commercializzazione dei beni ovvero di prestazione dei servizi oggetto della concessione d'uso del logo.

I soggetti che effettuano le verifiche ne verbalizzano l'esito e qualora rilevino usi del logo non autorizzati o in violazione delle disposizioni del presente regolamento, dei regolamenti attuativi, redigono processo verbale di accertamento con annotazione delle eventuali osservazioni della parte interessata.

I controlli dovranno essere effettuati secondo le modalità di cui ai regolamenti attuativi.

6.2 Le sanzioni

L'Ente titolare del marchio in caso di inosservanza delle disposizioni contenute nel presente regolamento nonché nei regolamenti attuativi, potrà in qualsiasi momento, a seconda della gravità, sospendere o revocare la concessione d'uso.

L'individuazione delle singole sanzioni viene demandata ai regolamenti attuativi.

7 AZIONI DI INFORMAZIONE, PROMOZIONE E SUPPORTO

L'Ente titolare pubblicizzerà, attraverso adeguati strumenti di comunicazione, le procedure per la concessione del proprio marchio, fornendo le informazioni circa il significato e il meccanismo di funzionamento della concessione medesima in relazione agli obiettivi del presente regolamento.

L'Ente titolare può predisporre attività di promozione finalizzate alla valorizzazione:

- del contesto ambientale e dello stato delle sue risorse;
- delle competenze e professionalità degli operatori;
- del repertorio storico – culturale e di relazioni che viene reso visibile attraverso le diverse attività/prodotti/servizi del marchio.

È facoltà dell'Ente titolare del marchio fornire, agli utilizzatori, servizi sia per la commercializzazione in circuiti brevi locali, sia per l'accesso a canali distributivi all'esterno dell'area.

Tali servizi possono essere riassunti nei seguenti:

- predisposizione di una piattaforma informatica per il commercio elettronico e la gestione di un magazzino collettivo virtuale;
- assistenza per l'acquisizione di spazi di vendita nei mercati locali e l'attività fieristica sia all'interno, sia all'esterno dell'area;
- assistenza per la gestione di spazi di vendita collettiva all'interno della grande distribuzione organizzata italiana ed estera.