

noeco

COMUNE DI NE
(PROVINCIA DI GENOVA)

Strategie per la valorizzazione
dei prodotti agricoli della Val Graveglia

IL MERCATO SETTIMANALE

Parte I

In collaborazione con

- ❑ *Lo Studio di progettazione e consulenza in Aree verdi, Agricoltura, Forestazione, Ingegneria naturalistica della Dott.ssa Laura Ragozza – Agronoma*
- ❑ *Il Dott. Massimo Angelini – Dottore di Ricerca in Storia Rurale*

*consulenze e servizi alle imprese
ricerca e sviluppo nuove opportunità economiche*

Sommario

Parte I	Capo 1.	Premessa	Pag. 5	
	Capo 2.	L'assetto agricolo della Val Graveglia	Pag. 6	
		2.1. La struttura produttiva	Pag. 6	
		2.2. Le produzioni agricole	Pag. 9	
		2.3. Le trasformazioni e la commercializzazione	Pag. 13	
		Capo 3.	Le strategie per la valorizzazione dei prodotti della filiera agroalimentare	Pag. 15
			3.1. La caratterizzazione dei prodotti	Pag. 17
			3.2. La realizzazione di un mercato locale	Pag. 20
			3.3. Le azioni di formazione professionale	Pag. 21
		Capo 4.	Il Mercato	Pag. 22
			4.1. Obiettivi	Pag. 22
			4.2. Requisiti di partecipazione	Pag. 24
			4.3. Prezzi	Pag. 24
			4.4. Cartellini	Pag. 25
			4.5. Orario	Pag. 25
			4.6. Attrezzature	Pag. 26
			4.7. Varie	Pag. 26

1. PREMESSA

La Val Graveglia, coincidente con il territorio amministrativo del Comune di Ne, si presenta come un'unità territoriale omogenea, dai caratteri morfologici, socio-economici e culturali ben definiti ed identificabili.

Il pregiato paesaggio che caratterizza la vallata è il risultato dell'interazione dinamica tra i fattori naturali (biotici ed abiotici) con l'azione dell'uomo, il quale ha concorso in maniera determinante con l'esercizio delle attività tradizionali (agricoltura, allevamento, selvicoltura, artigianato, commercio) a modellare e preservare questo territorio che oggi appare meritevole di tutela e valorizzazione.

La matrice agricola assume un'importanza primaria nel segnare i tratti significativi del paesaggio, in cui si alternano armoniosamente ampi spazi a bosco, superfici coltivate e insediamenti rurali.

L'attività agricola ancora oggi effettuata, pur avendo subito una forte contrazione rispetto al passato, svolge un ruolo essenziale per la conservazione dell'ambiente nonché per l'identificazione culturale degli addetti e dei residenti, ma, sotto il profilo tecnico-economico e nell'ampio contesto del mercato globale europeo dei prodotti agricoli, presenta i tratti tipici dell'agricoltura svantaggiata, "marginale".

D'altra parte rappresenta l'elemento caratterizzante ed unificante di un territorio ricco di peculiarità e di emergenze storico-architettoniche e naturali (l'architettura rurale e la cultura materiale, gli affioramenti geologici, i siti arqueo-minerari, gli scorci panoramici, le superfici boscate, ecc.) che si assemblano e si complementano definendo il "paesaggio culturale" della valle.

Questo patrimonio composito, il cui denominatore comune è la qualità, non risulta né valorizzabile né commerciabile secondo i canali tradizionali, risultando circoscritto e di "nicchia".

Occorre pertanto delineare e promuovere un mercato locale commisurato alle produzioni della zona ed orientato alla fruizione complessiva ed integrata di tutte le valenze del territorio, individuando nella filiera agro-alimentare l'asse portante del progetto.

2. L'ASSETTO AGRICOLO DELLA VAL GRAVEGLIA

2.1 LA STRUTTURA PRODUTTIVA

L'agricoltura, nonostante la difficile orografia che ostacola la meccanizzazione e l'intensificazione dei processi produttivi, svolge ancora un ruolo importante per l'economia della valle e presenta potenzialità di sviluppo che la pongono al centro degli obiettivi di rilancio economico, con possibile funzione trainante anche per gli altri settori, in particolare per il turismo e la ristorazione.

Nel comune di Ne, infatti, l'abbandono delle campagne e delle coltivazioni, pur avendo assunto nel passato dimensioni assai rilevanti, è avvenuto in misura inferiore rispetto ad altre località dell'entroterra.

Questo aspetto può essere ricondotto alla vicinanza della valle ai centri rivieraschi del Tigullio che ha permesso più facilmente il pendolarismo dei residenti verso le sedi del lavoro extragricolo e conseguentemente la continuazione di un'attività agricola a carattere part-time o con funzione complementare nel bilancio economico familiare a quella extragricola.

Analizzando i dati risultanti dall'ultimo censimento generale dell'agricoltura del 1991 si evidenzia la presenza di 732 aziende agricole, a conduzione familiare, con una S.A.U. (Superficie agricola unitaria) media per azienda pari a 2.61 Ha.

Il primo luogo occorre rilevare l'elevata polverizzazione della base produttiva e le ridotte dimensioni unitarie, infatti solamente 92 aziende agricole, pari al 12 % delle aziende totali, presenta una superficie agricola utilizzata che supera i 5 Ha, mentre ben 439 aziende (circa il 60% del totale) si attesta sotto i 2 ha di S.C.A.U.

Confrontando i dati del 1991 con quelli del precedente rilevamento dell'anno 1981 si osserva che, pur contraendosi il numero complessivo delle aziende, passate da 748 a 732, sorprendentemente la superficie agricola utilizzata complessiva è aumentata del 30%, essendo pari a 1.470 Ha nell'anno 1981 rispetto ai 1.913 Ha censiti nel 1991.

Si è avuto inoltre un incremento in termini di giornate lavorative del 38%, passate dalle 103.138 giornate del '81 alle 142.970 del '91.

Questi dati rappresentano l'inversione di tendenza avvenuta nell'ultimo decennio rispetto all'abbandono generalizzato verificatosi negli anni '60 e '70, in quanto, a seguito della crisi che ha colpito i settori extragricoli, dove si è fatto ampio ricorso agli ammortizzatori sociali" (prepensionamenti, cassa integrazione), si è resa disponibile ulteriore manodopera part-time per la coltivazioni delle campagne.

La maggior parte delle aziende censite è coltivata esclusivamente per soddisfare le esigenze di autoconsumo mentre solamente un ridotto numero è organizzato in forma di impresa, producendo anche per il mercato; infatti alla Camera di Commercio di Genova per il Comune di Ne sono iscritte 180 partite I.V.A., relative ad aziende condotte in forma di impresa agricola.

L'importanza del settore part-time appare evidente anche confrontando il numero delle imprese agricole condotte da imprenditori agricoli a titolo principale con obbligo di iscrizione **all'apposita sezione dell'INPS**; all'ex S.C.A.U. di Genova, secondo dati aggiornati all'inizio del 1997, **sono iscritti 107 imprenditori titolari che svolgono l'attività agricola a titolo principale**, evidenziando che la conduzione part-time tra le imprese agricole totali (180 impr. agr.) rappresenta oltre il 40% del totale delle imprese presenti (73 impr. agr.).

Si evidenzia inoltre la diffusione dell'imprenditoria femminile da interpretarsi prevalentemente come apporto di secondo reddito nel bilancio familiare; spesso i redditi derivanti dall'attività agricola, nelle condizioni di "marginalità" che si verificano in questa valle come in tutto l'entroterra ligure, non riescono ad assicurare un decoroso stile di vita.

Ciò nonostante, in conseguenza dell'abbandono verificatosi nei decenni precedenti, si sono resi disponibili per l'utilizzo in affitto o in comodato diversi terreni non più coltivati direttamente dai proprietari, permettendo di realizzare dimensioni aziendali maggiori

Infatti la S.A.U. media per azienda è passata da 1.96.00 Ha del 1981 a 2.61.00 Ha del 1991, e si può ritenere che questa tendenza sia proseguita negli ultimi anni.

L'incremento della superficie aziendale rappresenta il presupposto indispensabile perché si abbia un incremento della P.L.V. totale aziendale e per singolo addetto, operazione resa possibile anche dall'innovazione tecnica ed in particolare dalla meccanizzazione.

Infine si sottolinea l'insediamento di giovani imprenditori agricoli avvenuto nell'ultimo decennio a seguito della crisi economico-occupazionale che ha colpito i settori extragricoli, ed anche in conseguenza dei benefici e dalle opportunità offerte dai regolamenti comunitari per il settore agricolo; in diversi casi sono state intraprese attività complementari a quelle tradizionali del comparto agricolo, quali l'agriturismo, il turismo equestre, l'escursionismo ed il turismo naturalista, in risposta ad una crescente domanda nazionale ed internazionale.

Questi nuovi segmenti della domanda turistica complessiva trovano nella Val Graveglia un ambiente idoneo, ricco di peculiarità e motivi di attrazione non ancora completamente valorizzate e promosse (Parco Naturale dell'Aveto, emergenze geologiche e archeo-minerarie, itinerari escursionistici, gastronomici, ecc.).

2.2 LE PRODUZIONI AGRICOLE

La produzione agricola della valle si differenzia con l'altitudine che varia dai pochi metri sul livello del mare di Ponte di Gaggia sino ai 1.404 m del monte Zatta.

Si possono distinguere tre fasce altitudinali:

- di bassa valle
- di media valle
- di alta valle.

Gli appezzamenti pianeggianti del fondovalle, lungo il corso del Graveglia e dei suoi affluenti, risultano facilmente irrigabili e pertanto sono prevalentemente coltivati ad ortaggi in pieno campo e seminativi (mais, patate) come nelle frazioni di Ponte di Gaggia, Conscenti, Chiesanuova, Caminata, Frisolino, Pian di Fieno.

Dal fondovalle, di limitata ampiezza, si innalzano ripidi pendii sistemati a fasce terrazzate, sostenute da muretti a secco i quali in diversi tratti, per superare i dislivelli di quota, oltrepassano i 4 m di altezza.

In prossimità dei fiumi e nelle fasce pianeggianti prevalgono ancora le colture orticole a ciclo primaverile-estivo (pomodori, fagioli, fagiolini, zucchini, zucche, insalate, bietole, melanzane, peperoni, ecc.); salendo in quota compaiono le colture frutticole (meli, peri, peschi, ciliegi, susini, ecc.).

I siti a migliore esposizione, in particolare lungo i versanti esposti a Sud, sono stati tradizionalmente destinati alla coltivazione dell'ulivo e della vite che caratterizzano la fascia collinare sino a 500 m di altitudine. Qui si trovano anche le frazioni ad economia agricola più importanti quali Zerli, Campo di Ne, Pontori, Terisso e sulla sponda opposta Tolceto e Sambuceto.

Anche nelle fasce collinari sono presenti appezzamenti a colture ortofrutticole, si ricorda in particolare le note cipolle rosse di Zerli.

Considerando le principali colture per importanza economica, sempre dai dati forniti dall'Ufficio provinciale di censimento di Genova, si evidenziano all'anno 1991 le seguenti consistenze:

Censimento 1991	CEREALI	COLTURE ORTIVE	FORAGGERE AVVICEND.	VITE	OLIVO	FRUTTIFERI
SUPERFICIE TOTALE	15	65	4	99	194	38
SUPERFICIE MEDIA PER AZIENDA	0.07.00	0.13.00	0.41.00	0.30.00	0.43.00	0.20.00

i valori sono espressi in Ha

Rispetto al precedente censimento del 1981 si osserva una riduzione del 31% della superficie coltivata a cereali, del 35% delle foraggiere avvicendate, dell'8% della superficie a vite e del 4% della superficie a olivo, mentre la superficie interessata a colture ortive è stata incrementata di oltre il 104%, stabili appaiono le superfici a frutteti, aumentano notevolmente i prati e i pascoli, soprattutto alle quote più elevate.

La coltura prevalente è quella dell'ulivo, presente con la varietà Lavagnina o Taggiasca ed in misura minore con la varietà Leccino alle altitudini maggiori, risultando quest'ultima più resistente alle basse temperature.

Le produzioni ottenute, con modeste rese unitarie, si caratterizzano per un'alta qualità dell'olio grazie alla favorevole esposizione ed alla vicinanza alla costa.

Il livello qualitativo è migliorato negli ultimi anni con l'introduzione di tecniche di raccolta e di conservazione che anticipando le operazioni e riducendo i tempi di stoccaggio delle drupe prima della molitura, permettono di ottenere un olio a minore acidità e con caratteri organolettici superiori.

Per la coltura della vite va segnalata una contrazione della superficie a causa soprattutto della "moria" causata da fitoplasmi trasmessi dalle cicaline; i dati indicati nel censimento ISTAT del 1990 non rappresentano adeguatamente questo aspetto in quanto gli attacchi parassitari si sono verificati soprattutto nell'ultimo quinquennio. Ciò nonostante il Comune di Ne presenta la più alta produzione di uva da vino del comprensorio del Tigullio e della Provincia di Genova.

I vitigni principali sono costituiti tra le uve bianche dalle varietà Albarola o Bianchetta Genovese, Vermentino e Trebbiano e tra le uve rosse da Ciliegiuolo e Dolcetto. Gran parte delle uve prodotte nella valle possono essere vinificati fregiandosi della D.O.C. di nuova istituzione attribuita ai seguenti vini del Golfo del Tigullio: "Bianco", "Rosso", "Vermentino", "Ciliegiuolo", Bianchetta Genovese', "Novello", "Passito".

Le frazioni site a maggiore altitudine, Reppia, Botasi, Arzeno, Prato, presentano estese superfici a prato-pascolo e pertanto sono più tradizionalmente vocate all'allevamento zootecnico.

Sul versante sinistro della valle, in prossimità della frazioni di Statale, Cassagna, Tolceto, Nascio, si trovano i più estesi castagneti da frutto della valle, in parte ancora utilizzati per la produzione di farina di castagno, nonostante il cancro corticale ed il mai dell'inchiostro abbia colpito gravemente molte piante, inducendo molti proprietari alla conversione a ceduo.

Il comparto zootecnico si compone di 186 capi bovini, 617 ovini, 260 caprini e 103 suini; si evidenzia rispetto al precedente censimento una consistente contrazione del patrimonio bovino (326 capi presenti nel 1981) ed una tendenza all'incremento dell'allevamento ovino (551 capi nel 1981) e soprattutto caprino (171 capi nel 1981).

Nelle aziende ancora dedite all'allevamento di bovine di razze da latte, che appaiono in forte contrazione, prevale la Bruna Alpina, incrociata con seme di tori Brown Suisse al fine di migliorarne l'attitudine lattifera.

Le difficoltà a vendere ad un prezzo adeguato il latte o a trasformarlo, nonché gli elevati costi di raccolta, date le basse produzioni aziendali e la polverizzazione delle aziende sul territorio, hanno indotto molti allevatori a convertire gli allevamenti verso forme estensive da carne (linea vacca-vitello) mediante l'incrocio con razze soprattutto francesi (Limousine, Charolais) e piemontesi o ad orientarsi su altre specie più rustiche e meno esigenti in manodopera (ovi-caprini).

L'allevamento suino, ad eccezione di poche aziende specializzate, è finalizzato prevalentemente all'autoconsumo: quasi ogni azienda alleva annualmente uno o due capi che trasforma direttamente in salumi secondo la tradizione locale.

Nelle aree più montane la superficie coltivata a cereali è quasi scomparsa, ad eccezione di alcuni appezzamenti a mais; al contrario sono ancora prodotte le tipiche patate "quarantine", a ciclo breve.

All'apicoltura sono dedite circa una decina di aziende, le quali ottengono un prodotto di elevata qualità dovuta all'estesa superficie naturale boscata e alla presenza di diverse essenze vegetali mellifere a maturazione scalare nelle diverse fasce altimetriche, compresenti a distanze ridotte (acacia, alberi da frutta, castagno, prati polifiti)

2.3 LA TRASFORMAZIONE E LA COMMERCIALIZZAZIONE

Le produzioni ottenute e suscettibili di trasformazione (olio, vino, carni, ecc.), rientrano in un processo produttivo di filiera agroalimentare.

Le olive sono lavorate in tre frantoi, di cui due presenti in Vai Graveglia:

- il frantoio dei fratelli Garibaldi in località Frisolino;
- il frantoio di proprietà Circella a ponte di Gaggia in gestione alla cooperativa di San Colombano;
- il frantoio della Cooperativa Sestrese a Sestri Levante.

L'olio è conferito alle suddette cooperative o più spesso commercializzato sfuso dai singoli produttori.

Le uve sono vinificate in cantine aziendali per l'autoconsumo e, per la parte eccedente rispetto ai fabbisogni familiari, sono conferite ad una ditta privata di vinificazione e di imbottigliamento: i Fratelli Parma in località Ponte di S. Lucia nel comune di Ne che lavora quasi esclusivamente le uve della Val Graveglia, ed in misura minore alle ditte Bisson di Chiavari e Bregante di Sestri Levante. La ditta dei Fratelli Parma per quantità di prodotto imbottigliato rappresenta l'azienda più importante della provincia di Genova; le lavorazioni effettuate comprendono anche la distillazione delle vinacce per la produzione di grappe, distillati e liquori, tra cui l'Amaretto di Portofino.

Sono presenti due mattatoi, con annesso macello e punto vendita, autorizzati a norma CEE: l'azienda agricola Garibaldi Santina di Pontori e l'esercizio Prato di Prato di Reppia, che commercializzano le carni e gli insaccati direttamente nello spaccio aziendale e riforniscono alcuni ristoranti della zona.

Il latte prodotto nella valle è ritirato dalla Cooperativa San Colombano, che provvede a consegnarlo al Caseificio di Masone ed ultimamente, in parte, al Caseificio ValGraveglia dei fratelli Biggio, sito a San Salvatore all'imbocco della valle, in area storicamente e culturalmente legata alla Val Graveglia.

Le imprese agricole, soprattutto quelle dedite all'agriturismo e all'apicoltura, effettuano piccole lavorazioni artigianali per la preparazione ed il confezionamento di prodotti quali marmellate, miele, salse, ecc.

I prodotti dell'orticoltura e della frutticoltura sono commercializzati direttamente a negozi e ristoranti locali ed ad imprese commerciali per la vendita all'ingrosso.

In generale parte della produzione dei diversi comparti è assorbita dalla ristorazione locale, basata sulla preparazione di piatti tipici, ottenuti spesso impiegando la materia prima prodotta localmente.

3. LE STRATEGIE PER LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI DELLA FILIERA AGROALIMENTARE

I prodotti agricoli della Val Graveglia (della collina e della montagna ligure più in generale) si caratterizzano per la limitata quantità complessiva e per l'elevata qualità, sia sotto il profilo organolettico sia chimico-sanitario.

Infatti gli agricoltori della zona utilizzano processi produttivi poco "spinti" che comportano produzioni unitarie ridotte, ma che danno luogo, nel frattempo, a materie prime ed alimenti caratterizzati da una maggior concentrazione di principi nutritivi, in particolare sali minerali, vitamine, oli essenziali, aromi, costituenti che esaltano i sapori e le caratteristiche nutritive dei cibi. Il gusto ed i sapori non standardizzati che si riscontrano sono spesso dovuti anche all'impiego di varietà locali, di frutta ed ortaggi in particolare, che è necessario recuperare e salvaguardare da una possibile estinzione.

Inoltre lo scarso o pressoché nullo impiego di concimi, diserbanti, antiparassitari e prodotti chimici di sintesi, garantisce una produzione esente dai residui chimici i quali, come noto, possono dar luogo a tossicità, soprattutto per accumulo, e risultano sempre più spesso correlati alla diffusione, nella popolazione umana, di diverse e gravi patologie.

D'altra parte gli aspetti qualitativi evidenziati, che come si è detto sono ottenuti a scapito delle maggiori produzioni unitarie e complessive realizzabili in azienda con metodi intensivi, non trovano adeguata valorizzazione e remunerazione sul mercato, il quale risulta fortemente influenzato dalle dinamiche e dai prezzi del mercato globale a scala nazionale, europea o internazionale.

Non potendo incidere sulle dinamiche economiche del mercato globale, le iniziative da intraprendere devono risultare finalizzate a valorizzare le peculiarità e le tipicità delle produzioni locali, favorendo la crescita di un mercato locale attento agli aspetti ecologici e culturali e che sappia apprezzare e riconoscere i valori intrinseci dei prodotti.

In questo senso la valorizzazione dei prodotti tipici locali diventa una reale opportunità per rilanciare economicamente l'attività agricola della zona, trasformando in un "punto di forza" e di differenziazione gli aspetti di marginalità propri dell'agricoltura svantaggiata dell'entroterra.

Con il presente studio-progetto si intendono quindi creare le condizioni affinché possa essere delineato ed occupato un preciso spazio di mercato, di "nicchia", tale che, anche nelle condizioni svantaggiate che si riscontrano nella valle, risulti perseguibile l'obiettivo di aumentare il valore economico finale della produzione e quindi la redditività delle imprese agricole, migliorando in particolare la remunerazione del lavoro impiegato in azienda.

Infatti sottraendo la produzione locale dai canali di vendita ordinari del mercato globale, attraverso la vendita diretta dei prodotti agricoli rivolta ad un preciso target o segmento della domanda complessiva risulta possibile ampliare la "forbice" tra i costi ed i ricavi del bilancio economico dell'azienda agricola.

La finalità è quindi quella di trattenere nella singola impresa le quote di valore aggiunto normalmente destinate alla remunerazione delle fasi di trasformazione e commercializzazione all'ingrosso ed al minuto.

La valenza economica dello studio-progetto, è indirizzata a creare le condizioni necessarie perché si affermi un'agricoltura in grado di remunerare adeguatamente la manodopera occupata, costituisce l'indispensabile premessa per la permanenza e la continuità dell'attività agricola, il cui esercizio è essenziale per preservare il paesaggio antropizzato e naturale.

3.1 LA CARATTERIZZAZIONE DEI PRODOTTI

La promozione dei prodotti tipici di un'area geografica circoscritta prevede molto spesso la realizzazione di un marchio o logo che li identifichi nonché un'adeguata campagna promozionale che favorisca la conoscenza dei prodotti stessi, al fine di passare dalla vendita del prodotto indifferenziato, "sfuso", ad un confezionato o comunque chiaramente distinguibile, che comunichi attraverso l'immagine i propri valori e particolarità.

In questo senso negli anni scorsi è stato realizzato per la Val Graveglia un logo di identificazione dato in uso alle imprese locali aderenti alla Pro Loco di Ne.

Questo logo, stampato su appositi tagliandi ed utilizzato per caratterizzare inequivocabilmente le produzioni della vallata, ingloba una pluralità di significati, concorrendo ad attribuire valenza di tipicità e genuinità alla produzione.

Sulla base di questa precedente esperienza si ritiene necessario affinare ulteriormente il processo di caratterizzazione, individuando con precisione le peculiarità intrinseche del prodotto locale ed i motivi di differenziazione, nonché il segmento di mercato cui rivolgere la comunicazione e l'offerta stessa.

Gli esperti di marketing del settore agroalimentare evidenziano per gli alimenti una crescente domanda di "qualità totale".

Mentre il prodotto agroalimentare standard presenta una curva tipicamente anelastica (le richieste del bene non aumentano proporzionalmente alla riduzione del suo prezzo o al maggior reddito del consumatore), nella società moderna si affianca una domanda crescente di generi alimentari tipici, genuini, provenienti da lavorazioni artigianali e da coltivazioni o allevamenti rispettosi dei cicli e dei metodi di produzione naturali, quali i prodotti macrobiotici, dell'agricoltura biologica o biodinamica o con riferimento certificato alle zone di produzione (DOC, DOCG, DOP, IGT).

La curva di domanda di questi prodotti mostra un andamento crescente all'aumentare dei redditi dei consumatori, essendo la domanda stessa più elevata nelle aree a maggior benessere economico e più urbanizzate, in particolare nel nord Italia e nel nord Europa. Si ritiene pertanto ragionevole che anche nella provincia di Genova e nel Tigullio questo segmento della domanda sia destinato ad espandersi.

Nella promozione dei prodotti locali e' necessario quindi rilevare le valenze di genuinità e tipicità, indirizzando la comunicazione al segmento della domanda attento agli aspetti salutisti ed alla ricerca di sapori non standardizzati.

Per le motivazioni sopra indicate occorrerà trguardare verso un'agricoltura in grado di offrire la massima garanzia al consumatore, quale l'agricoltura effettuata con i metodi biologici, regolarmente certificata dalle apposite associazioni. (Reg. CEE 2092/91 del 24 giugno 1991 e integrazioni, e sue applicazioni nazionali e regionali).

I processi produttivi oggi praticati in Val Graveglia e nell'entroterra Ligure in generale non si discostano molto dalle tecniche proprie del metodo biologico e la conversione aziendale può essere effettuata senza stravolgere l'organizzazione aziendale, come dimostrano le esperienze avviate in diverse località della Regione Liguria.

Queste considerazioni non valgono però per tutte le colture praticate in Val Graveglia, né per tutte le tipologie aziendali presenti.

In particolare per la vite, presente come coltura specializzata o meno in quasi tutte le aziende del Comune, a causa dei gravi attacchi parassitari in atto causati da agenti fitoplasmatici trasmessi dalle "Cicaline", appare oggi irrinunciabile la pratica della lotta chimica.

Occorre segnalare che in altre regioni italiane (Veneto) si è riusciti a contenere gli attacchi di analoghe forme patogene con tecniche di agricoltura biologica con il supporto e la sperimentazione del locale Osservatorio per le malattie delle piante; è pertanto auspicabile anche nel Tigullio una sperimentazione che verifichi l'applicazione di tali tecniche di lotta.

Pertanto allo stato attuale non sembra praticabile la conversione al biologico per quelle aziende che presentino un indirizzo colturale viticolo, risultando non consentito dalla legislazione vigente la conversione parziale dell'azienda ("azienda mista") se non per un periodo transitorio.

Si propone quindi una fase transitoria "di avvicinamento al biologico" che passi anche attraverso l'adesione al Reg. CEE 2078/92 (relativo alla riduzione dell'impiego dei prodotti chimici di sintesi in agricoltura) per quelle colture comprese nei disciplinari in adozione nella regione Liguria (vite, olivo, nocciolo, castagno, prati, pascoli, colture foraggere).

Ciò consentirebbe di comunicare, nella promozione complessiva del prodotto, oltre al riferimento alla zona di produzione, anche questo importante aspetto di produzione "eco-compatibile" a basso impatto ambientale e ridotto impiego di prodotti chimici di sintesi.

Molta della produzione locale che sarebbe venduta sul "mercato di Ne", i prodotti ortofrutticoli, non ha però i requisiti necessari per fregiarsi del marchio Reg. CEE 2078/92, non essendo ancora stati adottati in Liguria i relativi disciplinari di produzione.

La proposta in questo caso è la redazione di propri "disciplinari" di produzione autocertificati (o per meglio dire dichiarazioni di conformità), riferiti alle pratiche colturali attualmente adottate, realizzati allo scopo di "normare" le modalità dei trattamenti e i principi attivi impiegati, coniugando esigenze dell'agricoltore con agricoltura eco-compatibile e salute del consumatore.

Una sorta di "*noi lo facciamo così*".

E' peraltro da sottolineare quanto già oggi in Val Graveglia l'agricoltura sia caratterizzata da processi produttivi non spinti, a ridotto impiego di concimi chimici e presidi fitosanitari.

Queste "dichiarazioni di conformità" non consentiranno di fregiare il prodotto del termine "naturale" (parola peraltro il cui uso non è consentito in materia di alimenti dalla vigente legislazione), né "biologico" (Reg. CEE 2092/91), né di apporre la dicitura di "agricoltura eco-compatibile, conforme al Reg. CEE 2078/98", non potranno essere confermate da nessun ente o organismo, ma potranno generare un rapporto fiduciario con il consumatore, e costituire uno stimolo per gli agricoltori stessi verso tecniche biologiche.

3.2 LA REALIZZAZIONE DI UN MERCATO LOCALE

La creazione di uno spazio di mercato a valenza locale che catalizzi una adeguata utenza è reso particolarmente facile in Val Graveglia dalla sua felice ubicazione geografica: l'imbocco della valle dista infatti solo 5-6 Km dalla costa e dalle cittadine rivierasche di Chiavari e Lavagna, site al centro di un bacino residenziale e turistico che si estende, pressoché senza soluzione di continuità, da Portofino a Sestri Levante.

Questo aspetto è stato confermato dal forte successo di pubblico registrato nelle prime quattro edizioni della Fiera dell'Agricoltura, in calendario nel mese di Luglio; queste manifestazioni, per le aziende agricole più significative, hanno costituito un'importante occasione per promuovere i propri prodotti e per instaurare in molti casi un rapporto commerciale diretto e continuato con diversi visitatori.

Dopo questa prima esperienza è emersa una forte determinazione, da parte degli operatori agricoli stessi, nel realizzare un'occasione ed uno spazio di promozione-vendita ancora più incisivo nel valorizzare i prodotti agricoli della Val Graveglia, rendendo fattibile una maggior remunerazione del lavoro prestato in azienda.

E' nata quindi la proposta di realizzare un "mercatino" dei prodotti agricoli locali da effettuarsi nella frazione di Consenti del Comune di Ne, a cadenza settimanale a partire dal maggio 1999.

Analoghe iniziative sono già state realizzate altrove, anche nella stessa Regione Liguria, con l'apertura di negozi (Genova . Tavola del Doge) o bancarelle su mercati settimanali (La Spezia . Associazione produttori della Media e Bassa Val di Vara, Cooperative zootecniche dell'Alta Val di Vara), con significative ricadute economiche.

3.3 LE AZIONI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE

Per favorire la crescita professionale degli imprenditori agricoli in particolare modo verso un'agricoltura eco-compatibile e biologica, potrebbero essere realizzate, a supporto di quelle già esistenti, azioni specifiche.

Impiegando le possibilità offerte dal Reg. CEE 2078/92 nel campo della formazione professionale potrebbero essere organizzate anche da parte del Comune stesso una serie di incontri-seminari o giornate dimostrative sui temi specifici dell'agricoltura locale e sull'agricoltura biologica.

Analoga iniziativa è stata già realizzata lo scorso anno dalla Comunità Montana competente per territorio (progettisti la dott.ssa Laura Ragozza, e il dott. Marcello Mirenda dell'Associazione Agricoltori Biologici della Liguria), ottenendo notevole successo.

4. IL MERCATO – PROPOSTE PER UNA SPERIMENTAZIONE

4.1. Obiettivi

Gli obiettivi del Mercato settimanale sono: qualificare, valorizzare e fare conoscere:

- la qualità particolare dei prodotti locali, così intendendo quelli connessi alla storia, al territorio e alle comunità della Valgraveglia;
- il lavoro dei produttori locali, e la scelta di un'agricoltura più sana, sempre più praticata con metodi di lotta integrata;
- la cultura e l'identità locale, attraverso le varietà, le ricette, i sapori e le espressioni dialettali della Valle.

Al tal fine potranno partecipare gli agricoltori con azienda agricola nel Comune di Ne, i quali, settimanalmente e a turno, renderanno possibile la realizzazione dell'iniziativa garantendo sia la loro presenza sia la loro produzione.

I prodotti venduti saranno di provenienza esclusiva delle aziende agricole presenti sul territorio comunale, ottenuti con impiego di tecniche non inquinanti, a basso impatto ambientale che determinano produzioni "genuine" dove i residui chimici risultano pressoché assenti.

Ciò sarà certificato dall'adesione ai metodi di agricoltura biologica (Reg. CEE 2092/91), o al Regolamento CEE 2078/92. Per quei prodotti non compresi nei disciplinari del Reg. CEE 2078 applicazione ligure, potrà essere predisposto un proprio "disciplinare" di produzione, che pur non essendo riconosciuto da alcun Reg. CEE, impegni l'agricoltore a metodi di agricoltura eco-compatibile.

Il mercatino locale dovrà svolgersi nella giornata di sabato e dovrà essere integrato all'interno dell'offerta complessiva che la Val Graveglia indirizzata al turista, comprendente, oltre all'opportunità di rifornirsi di frutta, patate, ortaggi; miele, olio, uova, salumi, ecc., l'ampia scelta di una ristorazione tipica e diverse occasioni di svago in un territorio pregiato.

L'iniziativa sarà rivolta sia al segmento della domanda di beni alimentari attento ai valori naturalisti, salutisti e tipici presente nei centri rivieraschi del Tigullio sia ai turisti estivi che frequentano la riviera.

Importante ai fini della riuscita dell'iniziativa sarà la corretta promozione attuata anche attraverso una forte campagna pubblicitaria.

4.2. Requisiti di partecipazione

Sono ammessi i soli produttori del settore agroalimentare che:

- sono residenti e hanno azienda nel comune di Ne;
- sono coltivatori o produttori diretti;
- vendono i loro prodotti sul MS senza intermediazioni;
- sono in regola con la normativa sanitaria e fiscale per ciò che riguarda la produzione e la commercializzazione (certificazione dei sistemi di autocontrollo, tessera d' idoneità sanitaria, autorizzazione comunale, ...); la documentazione deve essere conservata presso il banco di vendita, a disposizione del pubblico e delle autorità preposte al controllo;
- conducono la propria azienda preferibilmente con metodi di lotta integrata (Reg. UE 2078) o biologica (Reg. UE 2092). Sono pure ammessi gli artigiani che usano materie prime della Valgraveglia e curano l'intero ciclo produttivo dalla materia prima al manufatto finito.

4.3. Prezzi

La gestione dei prezzi è libera e non è vincolata ad alcun calmiere.

4.4. Cartellini

Ogni prodotto deve essere esposto in modo decoroso e corredato da un cartellino ben visibile al pubblico, riportante il logo semplificato della Valgraveglia [la lettera "V" in carattere corsivo rappresentante il percorso stilizzato dei torrenti Garibaldo e Graveglia] e le seguenti indicazioni:

- a) nome del prodotto ed eventuale nome dialettale;
- b) nome della varietà colturale;
- c) prezzo al chilo;
- d) dicitura: "prodotto da coltivazione biologica" accompagnato dal marchio di garanzia, oppure "prodotto ottenuto con metodi di lotta integrata";
- e) giorno di raccolta o di produzione;
- f) azienda produttrice;
- g) frazione e località dell'azienda produttrice;

- h) per i prodotti confezionati, quando non sono riportati in modo ben visibile sull'etichetta, sono richiesti
 - l'elenco completo degli ingredienti;
 - il peso della confezione e l'eventuale tara;
 - la data di scadenza;
 - la garanzia che gli ingredienti, salvo le spezie e gli eccipienti, provengono esclusivamente dalla Valgraveglia.

- i) per i prodotti artigianali, il cartellino - oltre al prezzo, al nome dell'artigiano e del luogo di produzione — riporta la garanzia che le materie prime provengono prevalentemente dalla Valgraveglia.

4.5. Orario

Il Mercato settimanale si dovrebbe svolgere ogni sabato compreso tra il 15 maggio e la prima settimana di ottobre, dalle ore 09.00 alle ore 13.00.

4.6. Attrezzature

Il Mercato settimanale si compone — secondo la reale disponibilità dei produttori — di spazi collettivi (gestiti in comune da uno o più produttori di una stessa frazione) in numero corrispondente a quello delle frazioni della Valle, oltre a un banco-frigorifero per i prodotti di origine animale facilmente deperibili.

E' previsto che le produzioni artigianali e quelle per le quali è necessaria un'esposizione separata (p. es. la vivaistica) fruiscano di uno spazio particolare.

4.7. Varie

Presso il Mercato settimanale, su uno spazio separato da quello riservato ai prodotti, è ammessa la distribuzione e la vendita di materiale, pubblicitario, informativo e letterario sulla Valgraveglia.

Il Mercato settimanale dovrebbe essere allestito in uno spazio attrezzato, messo a disposizione dal Comune di Ne senza oneri per i produttori, ricavato nella piazza principale di Consenti;

Le attrezzature sono montate e smontate a cura del Comune di Ne, con l'aiuto degli stessi espositori;

L'erogazione delle utenze e le spese di pulizia sono garantite dal Comune di Ne;

COMUNE DI NE
(PROVINCIA DI GENOVA)

Strategie per la valorizzazione
dei prodotti agricoli della Val Graveglia

IL MERCATO SETTIMANALE

Parte II

In collaborazione con

- *Lo Studio di progettazione e consulenza in Aree verdi, Agricoltura, Forestazione, Ingegneria naturalistica della Dott.ssa Laura Ragozza – Agronoma*
- *Il Dott. Massimo Angelini – Dottore di Ricerca in Storia Rurale*

Sommario

Parte II	Capo I	Disposizioni generali	Pag. 27
	Art. 1	Oggetto	Pag. 27
	Art. 2	Scopo	Pag. 27
	Art. 3	Definizioni	Pag. 27
	Capo II	Suddivisione dell'area del mercato	Pag. 28
	Art. 4	Individuazione dell'area	Pag. 28
	Art. 5	Riserve di aree	Pag. 28
	Capo III	Delimitazione del mercato	Pag. 29
	Art. 6	Superficie dei posteggi	Pag. 29
	Capo IV	Assegnazione dei posteggi – canone tassa di posteggio	Pag. 30
	Art. 7	Superficie dei posteggi	Pag. 30
	Art. 8	Domanda di assegnazione	Pag. 30
	Art. 9	Formazione della graduatoria	Pag. 30
	Art. 10	Assegnazione del posteggio non occupato	Pag. 31
	Art. 11	Validità della graduatoria	Pag. 31
	Art. 12	Tassa occupazione suolo e smaltimento rifiuti	Pag. 31
	Capo V	Disciplina interna del mercato	Pag. 32
	Art. 13	Orario	Pag. 32
	Art. 14	Affissione del documento identificativo	Pag. 32
	Art. 15	Posteggi – banchi vendita	Pag. 32
	Art. 16	Controllo igienico sanitario	Pag. 33
	Art. 17	Divieto di pubblicità	Pag. 33
Capo VI	Sanzioni	Pag. 34	
Art. 18	Sanzioni	Pag. 34	
Art. 19	Perdita della concessione del posteggio	Pag. 34	
Art. 20	Azioni disciplinari	Pag. 35	
Art. 21	Decadenza dalla concessione del posteggio	Pag. 35	
Art. 22	Revoca della concessione del posteggio	Pag. 36	

CAPO I - MERCATO DEI PRODOTTI AGRICOLI DELLA VAL GRAVEGLIA - DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 OGGETTO

1. Il presente atto ha per oggetto, esclusivamente, la emanazione delle disposizioni inerenti l'attuazione di un mercato dei prodotti agricoli.
2. Il mercato è riservato ai soli produttori agricoli, residenti o titolari di aziende agricole ubicate nel comune di Ne, per la vendita dei prodotti ottenuti dai rispettivi fondi per coltura o allevamento e di quelli ottenuti dalla trasformazione dei prodotti naturali semprechè rientranti nell'esercizio normale dell'agricoltura.

Art. 2 SCOPO

1. Il presente atto ha lo scopo di disciplinare il mercato di cui al precedente articolo 1, essendo lo stesso in fase sperimentale e, in quanto riservato ai soli produttori agricoli, residenti o titolari di aziende agricole ubicate nel comune di Ne, per la vendita dei prodotti ottenuti dai rispettivi fondi per coltura o allevamento e di quelli ottenuti dalla trasformazione dei prodotti naturali semprechè rientranti nell'esercizio normale dell'agricoltura, mancante di riferimenti certi specifici.

Art. 3 DEFINIZIONI

2. Per "posteggio" s'intende la parte di area pubblica e/o attrezzatura posta nell'ambito degli spazi meglio definiti al successivo articolo 6

CAPO II - SUDDIVISIONE DELL'AREA DI MERCATO

Art. 4

INDIVIDUAZIONE DELL'AREA DESTINATA AL MERCATO

1. L'area destinata al mercato è ubicata sulla piazzetta sul lato sinistro dell'ingresso al Palazzo Municipale ed è meglio individuata nella planimetria allegata.

Art. 5

RISERVE DI AREE AGLI AGRICOLTORI E AD ALTRI OPERATORI

1. All'interno dell'area individuata per il mercato settimanale sono individuati numero 9 spazi collettivi e n.20 posteggi riservati a:
 - a) i posteggi inseriti negli spazi collettivi contraddistinti in planimetria con le lettere a) – b) – c) – d) – e) – f) – g) – h) – i) ai coltivatori diretti, mezzadri e coloni che esercitano l'attività di alienazione dei propri prodotti nei limiti di cui all'art. 2135 del codice civile, alla legge 25 marzo 1959, n. 125 ed alla legge 9 febbraio 1963, n. 59.
 - b) i posteggi contraddistinti in planimetria con i numeri l) – m), agli artigiani di cui alla legge 8 agosto 1985, n. 443, recante: "Legge-quadro per l'artigianato", a condizione che la produzione sia riconducibile ai prodotti locali
 - c) il posteggio contraddistinto in planimetria con il numero n), alla Pro Loco per la vendita e/o distribuzione di materiale pubblicitario, informativo e letterario sulla Val Graveglia
 - d) i posteggi contraddistinti in planimetria con i numeri o) – p), ai soggetti che intendano vendere od esporre per la vendita al dettaglio opere di pittura, di scultura, di grafica e oggetti di antichità o di interesse storico o archeologico di cui alla legge 20 novembre 1971, n. 1062.

CAPO III - DELIMITAZIONE DEL MERCATO CALENDARIO ANNUALE - ORARIO DI VENDITA

Art. 6 SUPERFICIE DEI POSTEGGI

1. Il mercato si compone di 9 spazi collettivi così individuati:
 - Arzeno
 - Caminata
 - Garibaldo
 - Nascio
 - Ne
 - Reppia
 - Sambuceto
 - Statale
 - Zerli
2. In ogni spazio collettivo possono accedere i produttori agricoli residenti nelle aree riconducibili a quelle definite al precedente comma 1, e meglio specificate nella planimetria allegata.
3. Agli effetti del presente atto si tiene conto della residenza e non dell'ubicazione dei terreni.

CAPO IV - ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI CANONE E TASSA DI POSTEGGIO

Art. 7

ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI

1. L'assegnazione dei posteggi avrà luogo in conformità a apposito bando da pubblicare all'albo pretorio del comune e nei consueti luoghi di affissione, almeno 30 giorni prima della formazione della graduatoria.
2. Il bando dovrà indicare, fra l'altro:
 - gli elementi di identificazione del mercato;
 - la suddivisione dell'area di mercato e la composizione geografica;
 - il numero dei posteggi riservati a ciascun settore;
 - i criteri per la formazione della graduatoria.

Art. 8

DOMANDA DI ASSEGNAZIONE DEI POSTEGGI

1. I produttori agricoli che intendono ottenere il posteggio nell'ambito del mercato oggetto del presente atto, devono fare domanda al Sindaco, su appositi moduli forniti dal competente Ufficio Commercio:

Art. 9

FORMAZIONE DELLA GRADUATORIA

1. Il competente Ufficio Commercio, appena scaduto il termine per la presentazione delle domande, formerà una graduatoria sulla scorta del seguente criterio:
 - il più giovane di età sarà primo della relativa graduatoria, e così via fino al più anziano

Art. 10
ASSEGNAZIONE DEL POSTEGGIO
TEMPORANEAMENTE NON OCCUPATO

1. Il posteggio temporaneamente non occupato dal titolare della relativa concessione è prioritariamente assegnato, per il periodo di non utilizzazione da parte del titolare, ai soggetti che abbiano titolo, e, fra questi, a chi ha il più alto numero di presenze sul mercato. In caso di parità, il posteggio sarà assegnato al più giovane di età.
2. Qualora un concessionario abbandoni, per esaurimento della merce, il posteggio, lo stesso potrà essere assegnato, per quel giorno, ad altro avente titolo.

Art. 11
VALIDITA' DELLA GRADUATORIA

1. La graduatoria di cui al precedente art. 10 ha validità permanente e sarà aggiornata d'ufficio.

Art. 12
TASSA OCCUPAZIONE DI SUOLO PUBBLICO
SMALTIMENTO RIFIUTI SOLIDI URBANI

1. In considerazione che il mercato oggetto del presente atto si propone di valorizzare e sviluppare le produzioni agricole e che lo stesso si svolge sotto il patrocinio dell'Amministrazione Comunale, nonché la fase sperimentale dello stesso, i concessionari non dovranno corrispondere alcuna tassa di occupazione di suolo pubblico e tassa e/o tributo per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani.

CAPO V - DISCIPLINA INTERNA DEL MERCATO

Art. 13 ORARIO

1. Il Sindaco determina, con propria ordinanza, il calendario annuale e l'orario di vendita nel mercato.

Art. 14 AFFISSIONE DEL DOCUMENTO IDENTIFICATIVO

1. Per tutta la durata del mercato è fatto obbligo al titolare del posteggio di esporre bene in vista l'apposito documento relativo alla concessione del posteggio contenente i dati identificativi del concessionario, gli estremi dell'autorizzazione per l'esercizio del commercio su aree pubbliche, nonché il numero distintivo del posteggio.
2. Qualora il concessionario intenda farsi rappresentare sul mercato da un proprio collaboratore, dipendente o altro soggetto a ciò abilitato, deve comunicarlo per iscritto, agli addetti alla vigilanza, prima dell'inizio del mercato.

Art. 15 POSTEGGI - BANCHI DI VENDITA

1. Nell'ambito dello spazio assegnato è consentita l'utilizzazione delle attrezzature ritenute più idonee per la presentazione e vendita dei prodotti.
2. Oltre che sulle attrezzature in dotazione al posteggio, la merce può essere esposta anche nello spazio retrostante la stesse a condizione che sia esposta ad un'altezza da terra di almeno 30 cm. dal suolo e non devono sporgere oltre i limiti del posteggio.

Art. 16
CONTROLLO IGIENICO - SANITARIO

1. Il mercato è soggetto alle norme che tutelano le esigenze igienico-sanitario in materia di vendita al dettaglio di prodotti alimentari.

Art. 17
DIVIETO DI PUBBLICITA'

1. Nell'ambito del mercato è vietata sia la pubblicità sonora sia il richiamo per mezzo di impianti sonori e di amplificazione di qualsiasi tipo.
2. E' vietato disturbare con grida e schiamazzi e importunare il pubblico con insistenti offerte di merci.

CAPO VI - SANZIONI

Art. 18 SANZIONI

1. Per le violazioni alle disposizioni contenute nel presente atto, qualora non siano già descritte e sanzionate da leggi e regolamenti statali e regionali, si applicherà una sanzione da lire 30.000 a lire 150.000.

Art. 19 PERDITA DELLA CONCESSIONE DEL POSTEGGIO

1. Il posteggio si perde per rinuncia, decadenza o revoca, come meglio disciplinato negli articoli seguenti.

Art. 20 AZIONI DISCIPLINARI

1. Indipendentemente dall'eventuale azione penale e dal procedimento sanzionatorio di cui all'articolo precedente e fatto salvo quanto stabilito da leggi e regolamenti speciali, le infrazioni alle norme del presente atto, e le altre violazioni commesse durante lo svolgimento del mercato, danno luogo a carico dei responsabili anche ad azione disciplinare amministrativa così graduata secondo la gravità e della recidiva:
 - diffida scritta per lievi infrazioni
 - sospensione da ogni attività del mercato da una a dieci giornate di effettivo svolgimento del mercato stesso.
2. Tutte le infrazioni devono essere contestate per iscritto all'interessato, il quale ha dieci giorni di tempo, dalla data di notifica della contestazione, per presentare eventuali controdeduzioni o memorie difensive scritte.
3. Tutti i provvedimenti disciplinari sono adottati dal responsabile del competente Ufficio comunale.
4. La recidiva è calcolata per infrazioni commesse in un periodo di 3 anni
5. I provvedimenti disciplinari ed amministrativi previsti dal presente atto, si applicano anche nei confronti degli espositori saltuari, nonché per infrazioni commesse da rappresentanti, collaboratori, dipendenti, dell'operato dei quali risponde come obbligato solidale il titolare della concessione del posteggio.

ART. 21 DECADENZA DELLA CONCESSIONE DEL POSTEGGIO

1. Il mancato utilizzo del posteggio in ciascun anno solare per periodi di tempo superiore a 15 assenze complessive, salvo il caso di assenza per malattia, gravidanza, servizio militare, comporta la decadenza dalla concessione del posteggio.
2. Accertato il mancato utilizzo del posteggio nei termini suindicati, la decadenza è automatica e va immediatamente comunicata all'interessato dal responsabile del competente Ufficio comunale.

ART. 22
REVOCA DELLA CONCESSIONE DEL POSTEGGIO

1. Il Responsabile del competente Ufficio comunale provvederà a revocare la concessione del posteggio qualora si accerti che il concessionario ha perso i requisiti ed i titoli per l'assegnazione del posteggio.

SUB 1)



COMUNE di NE

(Provincia di Genova)



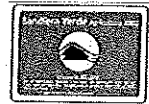
ART 18 CRITERI OSSERVANZA PRESENZE

- 1) I produttori agricoli dovranno sempre garantire la loro presenza continua nei giorni fissati a calendario per le edizioni del mercatino agricolo;
Le assenze saranno consentite solo se tempestivamente comunicate per iscritto e di norma adeguatamente giustificate;
Casi particolari saranno valutati di volta in volta dalla Giunta Comunale;
La inosservanza di quanto sopra costituirà motivo di esclusione dell'azienda dalla partecipazione alle edizioni del mercatino Agricolo di Consenti;

- 2) Le aziende per l'iscrizione e la partecipazione alle edizioni del Mercatino agricolo dovranno all'inizio di ogni edizione annuale completare e presentare l'allegata scheda Sub. A).



Ufficio Segreteria



SUB A)

Al Sig. Sindaco del
COMUNE DI NE

Oggetto: Istanza di partecipazione al Mercatino agricolo in loc. Consenti.
Richiesta assegnazione posteggio anno.....;

Il/La sottoscritt..... nat..... a..... il.....

e residente a Ne, Via Codice fiscale.....

P.Iva titolare dell'azienda agricola denominata.....

sita in località.....

CHIEDE

La possibilità di usufruire di uno spazio, nell'ambito del "Mercatino dei prodotti agricoli della Val Graveglia" per la vendita dei prodotti ottenuti dalla conduzione del fondo per la coltura o allevamento e di quelli ottenuti dalla trasformazione dei prodotti naturali rientranti, comunque, nell'esercizio normale dell'agricoltura.

A tal scopo dichiara di essere in possesso dei requisiti di cui al D.Lgs.vo 228/2001, del Decreto Ministero delle Politiche Agricole e Alimentari e Forestali 20 novembre 2007, dei requisiti igienico sanitari previsti dalla legislazione vigente in materia, nonché di essere a conoscenza del vigente Regolamento del Mercatino Agricolo.

SI IMPEGNA

- a far partecipare ogni sabato mattina, dalle ore 08,00 alle ore 12,00, la propria azienda agricola al mercatino per l'intera durata dell'edizione
- A garantire la presenza dell'azienda, nei giorni previsti, **in via esclusiva**, al fine di rispondere agli obiettivi di rappresentanza e visibilità del territorio che hanno animato la realizzazione del Mercatino sin dalle origini.

DICHIARA INOLTRE

- Di essere consapevole che la messa in atto di comportamenti difforni da quanto sopra, ed espressamente previsto dal Regolamento, comporterà l'esclusione dell'azienda dalla partecipazione al Mercatino Agricolo di Consenti.

Ne,

In fede

.....

Si allega fotocopia documento d'identità del titolare dell'azienda