



FESTIVAL DIFFUSO
SU CIBO, ECOSISTEMI E CULTURA
A P R I L E - O T T O B R E 2 0 2 0

DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE, FORESTALI E ALIMENTARI
DIPARTIMENTO DI SCIENZE VETERINARIE
DIPARTIMENTO DI LINGUE E LETTERATURE STRANIERE E CULTURE
MODERNE
SCUOLA DI AGRARIA E MEDICINA VETERINARIA
Università degli Studi di Torino

REGOLAMENTO DEL MERCATO INTERNO AL FESTIVAL DIFFUSO DUE PUNTI

a. Obiettivi

Il mercato dei contadini e degli artigiani promosso all'interno del festival diffuso DUE PUNTI nasce come corollario a una serie di attività di Public Engagement che si svolge all'interno del CAMPUS AGROVET di Grugliasco.

In particolare, l'iniziativa intende:

- favorire l'incontro tra domanda e offerta di prodotti agroalimentari tradizionali, locali e di qualità;
- accorciare la filiera produttiva, favorendo lo sviluppo locale;
- promuovere la vendita diretta realizzata con trasparenza nei prezzi e con garanzie sull'origine dei prodotti;
- promuovere l'educazione alimentare e la conoscenza e rispetto del territorio;
- promuovere le relazioni tra i cittadini e modelli di sviluppo sostenibile e rispettosi del benessere animale.

b. Ubicazione e caratteristiche

- Luogo di svolgimento: CAMPUS UNIVERSITARIO AGROVET Largo P. Braccini 2, Grugliasco (TO)
- Dimensioni: N° 20 postazioni delle dimensioni di 4 mq
- Frequenza: mensile (da aprile 2020 a ottobre 2020)
- Giorno di svolgimento: sabato
- Orari: Inizio allestimento ore 9
 - Inizio vendita ore 10
 - Cessazione attività di vendita ore 18
 - Sgombero area entro le ore 19

Gli spazi di vendita interni al festival DUE PUNTI sono riservati unicamente a produttori selezionati dal Comitato di gestione del progetto.

In particolare la zona dedicata al mercato accoglierà piccoli e medi agricoltori, allevatori e produttori artigianali (*food e no food*). Il presupposto principale è che i partecipanti presentino unicamente prodotti frutto del loro impegno e della loro esperienza. I prodotti devono essere di stagione, coltivati con sistemi di coltivazione e processi di produzione sostenibili per l'ambiente.

Nel caso di prodotti di origine animale si richiede che gli allevatori tutelino il benessere degli animali allevati secondo le normative vigenti sul benessere animale, nel caso queste siano assenti che seguano un disciplinare (vedi allevamenti BIOLOGICI) o che siano accreditati, o in via di accreditamento, da parte di enti

certificatori riconosciuti dal ministero della salute o IZS (vedi CRENBA, CLASSYFARM..), o che vengano sottoposti ad apposita visita dei veterinari dell'area C dell'ASL di competenza.

c. Regole di accesso:

Prerequisiti obbligatori per gli espositori:

- AZIENDE MEDIO-PICCOLE
- Come minimo AGRICOLTURA INTEGRATA e adesione a un PROTOCOLLO DI PRODUZIONE¹
- RISPETTO del BENESSERE ANIMALE
- ARTIGIANI CON AUTORIZZAZIONE AL COMMERCIO
- LIBRERIE INDIPENDENTI

Priorità per la scelta degli espositori

- Affinità della proposta commerciale con le finalità dell'iniziativa
- Aziende di ex studenti dei 3 Dipartimenti coinvolti
- Aziende legate agli attuali studenti dei 3 Dipartimenti coinvolti
- Aziende che hanno rapporti di ricerca con i 3 Dipartimenti coinvolti
- Qualifica di "Giovane impresa" (età compresa tra i 18 e 40 anni) o di "Impresa femminile"
- Cooperative sociali
- Reti di imprese, cooperative e associazioni o altre forme di aggregazione di piccoli produttori/allevatori
- Associazioni culturali presenti sul territorio

d. Prodotti ammessi alla vendita:

- prodotti agricoli vegetali e animali non trasformati;
- prodotti agricoli vegetali e animali trasformati destinati all'alimentazione umana composti essenzialmente di uno o più ingredienti di origine vegetale e/o animale;
- erbe officinali e aromatiche;
- prodotti per la cura della persona;
- prodotti derivati da attività di artigianato connesse all'agricoltura;
- libri e stampe

I prodotti agricoli vegetali e animali la cui vendita è consentita sono i seguenti:

- verdura fresca e secca
- frutta fresca e secca
- cereali
- latte
- formaggi e latticini
- uova
- salumi
- sott'oli e sott'aceti
- confetture e marmellate
- miele, propoli, pappa reale, cera e derivati dell'apicoltura
- olio e aceto
- passate e pelati

¹ I prodotti esposti e venduti devono essere prodotti freschi o trasformati da parte dell'azienda agricola, nel rispetto delle norme comunitarie e nazionali sulla qualità dei prodotti agro alimentari e rispettare le normative sull'etichettatura degli stessi. Dovrà essere data visibilità particolare ai prodotti insigniti di marchi di qualità comunitari (DOP, IGP, DOC, DOCG, IGT, e cc.), nazionali o regionali (Q.C.), o a particolari metodi produttivi certificati (produzioni biologiche, integrate, GLOBAL GAP, e cc.).

- condimenti e spezie
- funghi e tartufi
- castagne e prodotti del sottobosco
- vini e liquori
- piante e fiori

E' vietata la vendita di animali vivi.

Ciascun prodotto dovrà essere venduto secondo il quadro giuridico autorizzativo del settore.

All'interno del mercato del festival diffuso DUE PUNTI, così come nel resto dei mercati agricoli di vendita diretta, sarà ammesso l'esercizio dell'attività di trasformazione dei prodotti agricoli da parte degli imprenditori agricoli nel rispetto delle norme igienico-sanitarie di cui al regolamento n. 852/2004 CE del Parlamento e del Consiglio del 29 aprile 2004, come ad esempio l'affettatura, il frazionamento e attività similari.

Le aziende dovranno utilizzare strutture espositive in buone condizioni di manutenzione e pulizia, che dovranno essere collocate con opportuni criteri di sicurezza (es. debiti ancoraggi, attrezzature a norma e cc.) e dovranno esporre il materiale eventualmente messo a disposizione dal progetto, ivi compreso cartello identificativo aziendale

I prodotti esposti per la vendita dovranno indicare in modo chiaro e ben leggibile il prezzo di vendita al pubblico, a collo o per unità di misura, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo, nonché con l'indicazione della varietà e della provenienza.

Gli agricoltori/allevatori/trasformatori si impegneranno a tenere pulito lo spazio da loro occupato impegnandosi a riportare in azienda i contenitori e gli imballaggi e ad adottare modalità operative tese a ridurre in peso e volume gli imballaggi utilizzando, anche nel rapporto con la clientela, materiale a basso impatto ambientale o riciclabile.

Inoltre gli agricoltori/allevatori/trasformatori dovranno essere disponibili ad aderire ad iniziative di promozione del mercato riguardanti momenti di accoglienza integrativi ed aggregativi con il cliente, per far conoscere il percorso dei prodotti dalla terra alla tavola quali: visite nell'azienda, incontri con le scuole, attività specifiche similari.

e. Sintesi di regolamento e normativa di riferimento a livello nazionale:

I Farmer's markets

- sono istituiti o autorizzati dai Comuni in cui ha sede il mercato;
- possono essere costituiti su un'area pubblica, in locali aperti al pubblico o su aree di proprietà privata;
- sono soggetti all'attività di controllo del Comune in cui ha sede il mercato;
- possono ospitare attività culturali, didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari;
- tradizionali e artigianali commercializzati;
- vi partecipano esclusivamente imprenditori agricoli iscritti nel registro delle imprese:

- che rispettano le norme igienico – sanitarie contenute nel regolamento n. 852/2004 Ce del Parlamento e del Consiglio del 29 aprile 2004;

- che vendono prodotti agricoli provenienti dalla loro azienda o dall'azienda dei soci imprenditori agricoli, anche ottenuti a seguito di attività di manipolazione e trasformazione, ovvero anche prodotti ottenuti nell'ambito territoriale stabilito nel rispetto del limite della prevalenza;

- i cui amministratori non abbiano riportato, nell'espletamento delle funzioni connesse alla carica ricoperta nella società, condanne con sentenza passata in giudicato, per delitti in materia di igiene e sanità o di frode nella preparazione degli alimenti, nell'ultimo quinquennio;

- il cui ammontare dei ricavi derivanti dalla vendita dei prodotti non provenienti dalle rispettive aziende, sia inferiore a € 160.000 per gli imprenditori individuali e € 4.000.000 per le società.

Alla definizione ufficiale possono essere accostati alcuni elementi definitivi che fanno riferimento maggiormente alle scelte gestionali delle singole realtà (disciplinari di mercato), come ad esempio:

- l'organizzazione del mercato;
- il contenuto del disciplinare di mercato;
- la definizione di ambito territoriale e del regolamento comunale in materia di farmer's market;
- le politiche di prezzo;
- la partecipazione alla gestione del mercato da parte della Pubblica Amministrazione;
- la presenza e la definizione di un soggetto incaricato di gestire il mercato;
- il potere di controllo e di sanzione del soggetto gestore del mercato nei confronti degli agricoltori;
- ulteriori regole che la regolamentazione più stringente rispetto alla normativa nazionale.

Concretamente, la disciplina contenuta nell'art. 4 del decreto 228/01 prevede:

- la possibilità per gli imprenditori agricoli, singoli o associati, regolarmente iscritti al registro delle imprese di svolgere la vendita diretta;
- l'obbligo di specificare i prodotti di cui si intende praticare la vendita e le modalità della vendita stessa;
- il divieto di esercizio dell'attività di vendita diretta per gli imprenditori che abbiano subito condanne definitive per frodi alimentari o sanitarie,
- di essere in possesso delle autorizzazioni sanitarie ed eventuali autorizzazioni regionali per le singole tipologie di prodotti;
- l'esclusione dell'applicazione del D. lgs. n. 114 del 1998 (legge sul commercio) alla vendita diretta effettuata dagli imprenditori agricoli, se il reddito ricavato dalla vendita di prodotti aziendali supera i limiti di 160 mila euro per gli imprenditori individuali, e di 4 milioni di euro per le società.