



Città di Alghero

Provincia di Sassari

IL MERCATO DEGLI AGRICOLTORI

Farmer market
nel Comune di Alghero

Approvato con Delibera di Consiglio Comunale n. 20/2009

DISCIPLINARE

CARTA DELLA QUALITÀ

OGGETTO E CAMPO DI APPLICAZIONE

La presente carta della qualità stabilisce i requisiti che qualificano l'attività di vendita diretta esercitata dalle aziende aderenti al Circuito "Coldiretti – Il mercato degli agricoltori" e trova applicazione in tutte le attività, successive alla produzione primaria ed alla trasformazione, in cui si crea un rapporto commerciale presunto (promozione) o reale (vendita) con il consumatore finale, ivi compreso il confezionamento.

Per ogni regola di tale carta vengono stabiliti i seguenti livelli di criticità:

- **INDEROGABILE (L1)** Requisiti, che quando non rispettati, non consente l'ingresso nel circuito dell'Azienda Richiedente.
- **GRAVE (L2)** Requisito che, quando non rispettato, consente l'ingresso nel circuito dell'Azienda Richiedente ma con l'obbligo di mettersi in regola entro i tre mesi successivi.
- **FACOLTATIVO (L3)** Requisito accessorio ai fini dell'ingresso nel circuito; si consiglia l'adeguamento per proporre al cliente un ulteriore plus di qualità.

Il prodotto deve essere (L1):

- di provenienza prevalentemente aziendale, fresco o trasformato e, comunque, nel rispetto del D.lgs. 228/2001 "Orientamento e modernizzazione del settore agricolo";
- per i prodotti alimentari: di comprovate qualità organolettiche;
- nel rispetto delle norme CEE sulla qualità dei prodotti;
- (dare visibilità ai prodotti insigniti di marchi di qualità aziendali o generici: IGP, DOP, DOC, DOCG, Consorzi di valorizzazione e di tutela)

Requisiti valorizzanti (L1)

(L1) Possono essere venduti direttamente solamente i prodotti sardi, provenienti prevalentemente dall'azienda agricola. Nel caso di prodotti trasformati gli ingredienti utilizzati per la preparazione, dovranno essere prevalentemente di origine aziendale (in caso di prodotto complesso, la regola dell'origine degli ingredienti vale per l'ingrediente principale). Qualora la produzione e/o trasformazione non avvenga in azienda si dovrà dimostrare, attraverso apposita documentazione, l'origine aziendale della materia prima.

La gamma dei prodotti vendibili, oltre ai freschi, potrà spaziare dal vino ai derivati della trasformazione del latte: dal formaggio fresco al formaggio stagionato; la vastissima gamma dei prodotti ortofrutticoli trasformati ed in barattolo: succhi di frutta, confetture, marmette, conserve di ortaggi e succhi limpidi; carni, insaccati, prodotti da forno, estratti di erbe officinali e tutto quanto la fantasia del coltivatore può scoprire o riscoprire per destare la curiosità, l'interesse e la golosità del cliente. Tra i prodotti trasformati rientrano gli estratti di erbe officinali.

Le aziende che pongono in vendita animali macellati, oppure prodotti derivanti dall'allevamento (salumi, latte fresco e trasformato, uova, ecc.), dovranno porsi nelle condizioni di garantire attraverso l'autocontrollo (normativa inerente l'HACCP) e le specifiche leggi di settore, quanto segue:

- assenza di trattamenti ormonali agli animali;
- utilizzo esclusivo di mangimi OGM Free;
- perfetta salubrità e sanità del processo produttivo;
- assenza nell'alimentazione di farine animali;
- utilizzo nell'alimentazione di soli alimenti vegetali (è possibile integrare l'alimentazione con il solo utilizzo di elementi d'esclusiva origine minerale).

(L1) Gli animali macellati dovranno essere allevati in Sardegna ed appartenere preferibilmente a razze da carne autoctone o locali. Tali aspetti, compreso le razze degli animali allevati, dovranno essere resi visibili nell'azienda e nel banco al mercato, attraverso apposita cartellonistica.

(L2) Il titolare dell'azienda od i coadiuvanti, e gli addetti alla vendita, devono aver partecipato a corsi di formazione, inerenti la vendita diretta oppure l'agriturismo.

Tale punto vale anche per i titolari delle aziende associate alle società o cooperative aderenti al circuito.

(L1) L'azienda dovrà porsi nelle condizioni di esercitare ogni azione di sua facoltà per garantire che tra i prodotti coltivati e quanto posto in vendita non vi siano Organismi Geneticamente Modificati o alimenti derivanti da Organismi Geneticamente Modificati.

Etichettatura

In tutti i casi, è bene che, per ogni prodotto, sia indicato in modo chiaro ed inequivocabile il nome (L1), il prezzo (L1), l'origine (L1) (in caso di prodotto complesso, dell'ingrediente principale) ed eventuali aggettivi e caratteristiche (L2).

È essenziale, quale dato inconfutabile di tipicità e qualità, evidenziare e valorizzare prodotti aziendali insigniti da marchi di qualità aziendali e generici: IGP, DOP (Regolamento CEE 2081/92) DOC, DOCG, Consorzi di valorizzazione e di tutela, ecc. (L1).

PREZZO AL CONSUMATORE

Prezzo del prodotto fresco (ortofrutta)

(L1) Il prezzo del prodotto fresco (non biologico) non potrà superare quello indicato, settimanalmente, da Coldiretti Sassari determinato tenendo conto dell'andamento dei prezzi al dettaglio praticati nella Grande Distribuzione Organizzata (ODO) nel contesto di riferimento rilevata in almeno tre punti vendita. Non costituiscono oggetto di rilevazione le specifiche vendite promozionali temporanee.

I prodotti ortofruttili oggetto del monitoraggio sono appartenenti al segmento degli ortaggi freschi e al comparto della frutta fresca.

Prezzo del prodotto trasformato e biologico

(L1) Il prezzo del prodotto biologico certificato non potrà superare quello indicato, settimanalmente, da Coldiretti Sassari determinato tenendo conto dell'andamento dei prezzi al dettaglio praticati nel contesto provinciale. Non costituiscono oggetto di rilevazione le specifiche vendite promozionali temporanee.

(L1) L'azienda dovrà comunicare, con cadenza trimestrale, alla Coldiretti Sassari i prezzi applicati alle diverse tipologie di prodotto

CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO CARATTERISTICHE DELL'AZIENDA

(L1) Alla vendita del proprio prodotto dovrà assolvere direttamente il titolare dell'azienda agricola o suo familiare partecipante all'impresa agricola (per le cooperative e società sono ammessi anche i dipendenti a tempo indeterminato, della stessa società).

Ogni azienda aderente deve:

- (L1) Possedere e rendere visibile l'autorizzazione alla vendita diretta: Legge n. 59 del 1963;
- Comunicazione ex D.Lgs. 18 maggio 2001, n. 228: "Orientamento e organizzazione del settore agricolo, a norma dell'art. 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57");
- (L1) Sempre esporre, in una logica di trasparenza, il prezzo dei prodotti in Euro, singolo su ogni prodotto oppure generico. Qualora il prodotto od i prodotti non siano

esponibili, è sufficiente esporre un cartello all'interno del banco del mercato, contenente l'elenco degli stessi ed il loro relativo prezzo.

L'azienda dovrà attenersi alle leggi vigenti inerenti la vendita diretta, il controllo igienico-sanitario e le specifiche leggi di settore, oltre che attenersi alle disposizioni contenute nel "piano di autocontrollo igienico" istituito da Coldiretti per l'area del mercato, dovrà quindi possedere e rendere eventualmente disponibili le autorizzazioni e gli attestati relativi:

(L1) Autorizzazione Sanitaria per i locali di trasformazione, di stoccaggio, per la strumentazione utilizzata nelle Aziende che effettuano direttamente la trasformazione dei prodotti. Qualora la trasformazione dei prodotti, avvenga presso terzi, l'azienda che trasforma dovrà essere munita della medesima autorizzazione.

(L1) L'azienda che produce e manipola prodotti alimentari deve applicare, per le i manipolazione e condizionamento del prodotto, il manuale di autocontrollo (HACCP), ai sensi del D.L. 155/97.

Requisiti valorizzanti

(L2) L'azienda, deve far percepire la propria attenzione alla salvaguardia dell'ambiente, anche nel rispetto delle regole e delle Leggi vigenti, inerenti lo smaltimento dei rifiuti speciali, pericolosi e nocivi, tenendo conto di quanto segue:

- la gestione dei rifiuti costituisce attività di pubblico interesse al fine di assicurare un'elevata protezione dell'ambiente e controlli efficaci.
- i rifiuti devono essere recuperati o smaltiti senza pericolo per la salute dell'uomo e per l'incolumità dell'ambiente (senza determinare rischi per l'acqua, l'aria, il suolo fauna e flora, danneggiare il paesaggio ecc.)
- l'azienda dovrà tenere conto, che: le autorità favoriscono la riduzione dello smaltimento finale dei rifiuti attraverso il reimpiego ed il riciclaggio.
- Smaltimento dei rifiuti: deve essere effettuato in condizioni di sicurezza e costituisce la fase residuale della gestione dei rifiuti. I rifiuti devono essere il più possibile ridotti.

(L2) L'azienda dovrà far percepire la propria attenzione alla soddisfazione dei clienti, proponendo i propri prodotti in degustazione.

- Nell'intento di fornire ulteriori servizi, che denotino attenzione alle esigenze del cliente, l'azienda, su specifica richiesta, deve prevedere momenti di accoglienza integrativi ed aggregativi con il cliente consumatore, che consentano di far conoscere il percorso dei prodotti dalla campagna alla tavola.

(L2) visite dell'azienda;

(L3) assistere ad attività specifiche quali: mungitura, alimentazione degli animali, raccolta dei prodotti, trasformazione dei prodotti, ecc...

(L3) incontri con le scuole nell'azienda o presso le scuole.

(L3) ogni iniziativa tesa ad assicurare l'attenzione alle esigenze del consumatore.

CARATTERISTICHE DEL BANCO AL MERCATO

Il Circuito "Coldiretti - Il mercato degli agricoltori" opererà all'interno di un'area concessa in gestione a Coldiretti Sassari, avvalendosi prioritariamente di strutture (banchetti) di proprietà di Coldiretti concessi in locazione ai singoli operatori;

L'area destinata al mercato ed i singoli banchetti saranno individuabili con appositi simboli da individuare ma facilmente distinguibili.

Requisiti valorizzanti (L2)

Il banco al mercato deve essere gestito con cura e buon gusto (L2).

I termini cura e buon gusto devono connotare e qualificare positivamente il prodotto, il banco al mercato, l'azienda ed anche il territorio. Essi stanno ad indicare:

Cura (L2)

Ordine: sul banco al mercato ogni prodotto o categoria di prodotto devono avere una precisa collocazione spaziale ben visibile, e che riempia in modo omogeneo tutto lo spazio disponibile

Pulizia: in tutti i casi, il prodotto deve essere pulito e senza residui (polvere, terra, resti di lavorazione...).

Laddove venga esposto, il prodotto deve essere collocato su appositi ripiani anch'essi perfettamente puliti (conservas in barattolo, dolci confezionati, frutta e verdura in cassette).

Buon gusto (L3)

Criteri estetici: la disposizione dei prodotti deve rispondere a criteri estetici, che ne rendano gradevole la vista; utilizzando forme geometriche, allineate, di fantasia, ecc.. I prodotti non devono mai essere disposti casualmente. I prodotti maggiormente gradevoli alla vista ed i più colorati, è opportuno vengano esposti in primo piano.

Accessori: la presentazione del prodotto può essere corredata da elementi naturali (foglie, ricci, ecc..), cestini artigianali, cassetto personalizzate, che arricchiscano l'aspetto complessivo della presentazione. Il banco al mercato può essere reso più accogliente e tipico integrandolo con elementi d'arredo, quali: cesti in vimini, composizione di fiori secchi, ecc. e quant'altro contribuisca a mettere in risalto altre realtà economiche locali, funzionali a creare rete e stringere alleanze..

Documentazione e materie finalizzati alla valorizzare del Circuito, della qualità dell'azienda e del prodotto, a cui dar visibilità nello spazio adibito alla vendita.

(L1) Un apposito cartello deve sempre indicare che gli articoli esposti sono stati prodotti strettamente in azienda o, in caso di approvvigionamento da altre aziende, in aziende agricole sarde.

(L2) Un apposito cartello deve sempre elencare tutti i prodotti dell'azienda, indicando in quali stagioni o periodo dell'anno, gli stessi sono prodotti e, quindi, acquistabili.

(L1) L'azienda deve avere sempre a disposizione, veicolandolo, il materiale promozionale delle varie proposte del territorio, predisponendo uno spazio apposito.

(L1) Esporre od esibire eventuale attestato di frequenza a corso HACCP.

(L1) Rendere visibili o consumabili eventuali attestati di frequenza ai corsi: vendita diretta, agriturismo, ecc.

(L1) Le aziende che applicano i metodi della difesa biologica ai sensi del regolamento CEE 2092/91, devono esporre od esibire l'Attestazione di Certificazione Biologica, che annualmente l'organismo preposto al controllo delle aziende biologiche rilascia all'azienda interessata.

Per presa visione ed accettazione

Data _____ timbro e firma _____