

2. REGOLAMENTO DI MERCATO

AI SENSI dell'art. 3 dello Statuto delle Associazioni AGRIMERCATO DELLA REGIONE,

provincia di Torino

Articolo 1

(Finalità ed impegni di carattere generale)

1. Il presente Regolamento di Mercato (di seguito, il “**Regolamento di Mercato**”) redatto ed approvato dall’Assemblea dell’Associazione per la Gestione del Mercato dei Produttori in vendita Diretta di Torino, in breve, “*Associazione AGRIMERCATO di Torino* (di seguito per brevità, anche **Associazione**) regola lo svolgimento dell’attività di vendita diretta all’interno dei mercati di Campagna Amica, esclusivi e/o compartecipati, ubicati in provincia di Torino nella regione Piemonte (di seguito, singolarmente il “**Mercato**” e congiuntamente i “ **Mercati**”).

La vendita diretta da parte dei produttori agricoli all’interno di appositi mercati si inserisce nel più generale progetto della filiera agricola italiana che l’Associazione intende promuovere a livello territoriale e locale, per contraddistinguere i prodotti agricoli locali e italiani realizzati da produttori locali e italiani. L’Associazione, pertanto, aderisce, condividendone i valori e gli obiettivi, alla Fondazione Campagna Amica (di seguito, la “**Fondazione**”), la quale al fine di rendere riconoscibile al consumatore finale, e quindi tutelare e promuovere a livello nazionale, l’italianità dei prodotti agricoli, ha realizzato, e ne è quindi attualmente titolare, il marchio collettivo “Campagna Amica” (di seguito, il “**Marchio**”) che identifica, appunto, la filiera agricola italiana, di cui l’Associazione ha richiesto ed ottenuto la licenza d’uso.

Le disposizioni del presente **Regolamento di Mercato**, pertanto, si coordinano, e quindi sono interpretate, con quelle previste nel **Regolamento d’uso del Marchio** (di seguito, il “**Regolamento del Marchio**”), redatto ed approvato dalla omonima Fondazione, che l’Associazione, in quanto Licenziataria (come definita nel Regolamento del Marchio) si è impegnata a rispettare.

Il presente Regolamento di Mercato, inoltre, qualora necessario per l’esercizio del Mercato, dovrà essere comunicato all’Ente concedente le aree mercatali indicate per consentirne l’opportuna presa d’atto, oltre ad essere trasmesso a tutti i soggetti operanti nei Mercati di pertinenza.

2. Ciascun imprenditore agricolo, in qualsiasi forma giuridica facente parte dell’Associazione, che intenda svolgere la vendita diretta dei propri prodotti all’interno dei Mercati, si impegna, anche in considerazione delle finalità dell’Associazione e dei Mercati sopra esplicitate: *i)* ad accettare il presente Regolamento di Mercato che è tenuto a rispettare in tutte le sue forme, unitamente allo Statuto dell’Associazione; *ii)* ad accettare e rispettare, sia in quanto associato dell’Associazione sia in quanto Licenziatario, il Regolamento del Marchio emanato dalla Fondazione, cui ha aderito come richiesto dallo Statuto dell’Associazione, in quanto condizioni necessarie:

- a) per l'accesso e la permanenza in seno all'Associazione e per l'esercizio della vendita diretta all'interno dei Mercati promossi dall'Associazione;
 - b) per l'uso del Logo Coldiretti secondo le modalità di seguito disciplinate;
 - c) per l'uso del Marchio e/o del Logo Campagna Amica in qualsiasi luogo.
3. Condizione essenziale per la permanenza nell'Associazione e per l'ammissione ai Mercati è la conoscenza, condivisione, accettazione e sottoscrizione da parte di ciascuno degli associati delle regole contenute nel presente Regolamento di Mercato, nonché quelle contenute nel Regolamento del Marchio, e nella Dichiarazione di Assunzione di Responsabilità.

Articolo 2

(Soggetti ammessi al Mercato)

1. Possono esercitare la vendita diretta nei Mercati i produttori agricoli singoli o associati, aderenti alla Fondazione Campagna Amica, associati dell'Associazione Agrimercato Provinciale e Licenziatari del Marchio, che rientrino nella disciplina prevista dall'articolo 2135 del c.c., che siano iscritti al Registro delle Imprese di cui all'articolo 8 della legge 29 dicembre 1993, n. 580 e che rispettino le seguenti condizioni:
- a. che operino nell'ambito territoriale amministrativo della Regione Piemonte (ad eccezione delle Aziende ospiti);
 - b. che siano in regime contabile ordinario o semplificato per l'agricoltura;
 - c. che vendano prodotti agricoli della propria azienda o dell'azienda dei propri soci imprenditori agricoli, nel rispetto dei limiti della prevalenza di cui all'art. 2135 c.c.;
 - d. che la parte di prodotti, non prevalente, non ottenuta dalla coltivazione del proprio fondo, o non relativa al proprio allevamento – o di fondi e allevamenti dei propri soci-imprenditori agricoli - sia di origine e manifattura regionale, sulla base di quanto deliberato dall'Associazione di volta in volta, e proveniente da aziende della filiera agricola italiana, aderenti alla Fondazione e Licenziatarie del Marchio.
 - e. che nell'attività di vendita si impegnino ad utilizzare il materiale e la cartellonistica predisposta dall'Associazione comprensiva delle indicazioni fiscali dell'Azienda (tra cui l'obbligo o l'esonero del rilascio dello scontrino / ricevuta fiscale);
 - f. che i prodotti provenienti a qualsiasi titolo dai propri soci imprenditori agricoli siano adeguatamente identificati per il consumatore con l'indicazione dell'impresa agricola di origine, al fine di garantire la corretta tracciabilità dei prodotti e delle materie prime;

- g. che la parte di prodotti, non prevalente, non ottenuta dalla coltivazione del proprio fondo, o non relativa al proprio allevamento – o di fondi e allevamenti dei propri soci imprenditori agricoli – sia comunque:
 - i. acquistata direttamente da altre aziende agricole della filiera agricola italiana, aderenti alla Fondazione e Licenziatarie del Marchio;
 - ii. di origine e manifattura regionale;
 - iii. dello stesso comparto produttivo dei prodotti propri (elenco dei comparti produttivi Allegato 4);
 - iv. rispettosa dei parametri di stagionalità e qualità;
 - v. adeguatamente distinta dalla produzione propria ed evidenziata tramite corretta comunicazione scritta al consumatore;
 - h. che la conduzione dell'azienda rispetti le normative:
 - i. Fiscali. Sia quindi in contabilità e non in regime di esonero, se in ordinaria rilasci scontrini / fatture / ricevute, se in regime semplificato per l'agricoltura sia attrezzata con apposita cartellonistica;
 - ii. Tributarie. Sia in regola con il versamento dei contributi agricoli, e presenti tutta la documentazione necessaria per il regolare svolgimento del mercato (es. VARA e CIA rilasciata dal comune dove ha sede l'Azienda);
 - iii. Obblighi di cui alle norme ambientali ed igienico sanitarie. Rispetto del corretto smaltimento di tutti i rifiuti prodotti in Azienda durante il ciclo produttivo e sul mercato nell'attività di vendita;
 - iv. In materia di assunzione di manodopera e regolarizzazione di coadiuvanti familiari. Eventuali dipendenti dovranno essere regolarmente assunti con contratti adeguati al tipo di lavoro ed eventuali familiari regolarmente iscritti quali coadiuvanti;
 - v. Tutto quello che è finalizzato ad un rapporto etico con il cliente consumatore (ad esempio: posizione regolare al riguardo delle quote latte, ecc.).
2. Per i mercati che non operano ai sensi del D.M. 20 novembre 2007 è ammessa, entro il limite di un terzo, la partecipazione di produttori agricoli, come sopra definiti, che nell'esercizio della propria attività, operino anche in altre regioni purché i prodotti commercializzati nel Mercato della vendita diretta siano ottenuti da coltivazioni o allevamenti di origine e manifattura italiana di imprese Licenziatarie del Marchio.
3. Tutti i soggetti di cui ai punti precedenti, se con sede legale ed operativa Aziendale in Provincia di Torino devono essere associati a Coldiretti, aderenti alla Fondazione Campagna Amica, devono essere

Licenziatari del Marchio, devono essere associati all'Associazione Agrimercato di Torino e aver sottoscritto il presente Regolamento di Mercato nonché il Regolamento del Marchio, che sono tenuti a rispettare. Tutti i soggetti di cui ai punti precedenti, se con sede legale ed operativa al di fuori della provincia di Torino, devono essere associati a Coldiretti, aderenti alla Fondazione Campagna Amica, devono essere Licenziatari del Marchio, e aver sottoscritto il presente Regolamento di Mercato nonché il Regolamento del Marchio, che sono tenuti a rispettare.

4. Tutti gli associati per poter accedere al Mercato devono ricevere il consenso da parte dell'Associazione. Il predetto consenso (di seguito, “**Ammissione**”) è di competenza del Consiglio dell'Associazione ed è rilasciato sulla base dell'avvenuto accreditamento alla Fondazione Campagna Amica ed alla conseguente verifica da parte degli incaricati dal Consiglio del rispetto delle norme previste nel presente Regolamento di Mercato e nel Regolamento del Marchio, nonché del possesso da parte dell'associato medesimo, al momento della richiesta dell'Ammissione, dei requisiti richiesti dai medesimi regolamenti. I predetti requisiti devono essere mantenuti dall'associato per tutto il periodo di accesso al Mercato per la vendita diretta e, pertanto, il possesso ed il mantenimento dei requisiti medesimi potrà essere verificato ed accertato anche successivamente alla richiesta di Ammissione, con la conseguenza che, secondo quanto meglio precisato nel successivo art. 11, *i*) l'Ammissione può essere sospesa o revocata (con conseguente divieto di permanenza degli associati nel Mercato) a causa della perdita dei requisiti di cui al Regolamento di Mercato e *ii*) l'Ammissione deve intendersi sospesa o revocata in caso di sospensione o revoca della licenza d'uso del Marchio.
5. Gli associati che intendono esercitare la vendita diretta nel Mercato presentano specifica istanza all'Associazione Domanda di Ammissione di cui all'**Allegato 5**, in cui *i*) dichiarano di aver visionato e condiviso il presente Regolamento di Mercato ed il Regolamento del Marchio e *ii*) sono contenute tutte le informazioni e documentazioni aziendali utili per la valutazione dell'Ammissione al Mercato da parte dell'Associazione e per l'effettuazione dei controlli di competenza degli organi indicati da quest'ultima; l'istanza e le relative informazioni e documentazioni, costituenti il c.d. Dossier Aziendale, sono altresì trasmesse all'Ufficio Albo della Fondazione per consentire l'esercizio dei controlli anche di quest'ultima relativi al possesso dei requisiti per la licenza del Marchio ed al rispetto del Regolamento del Marchio. Le informazioni (già a disposizione nel dossier aziendale in relazione all'accreditamento delle imprese), salve successive integrazioni, sono le seguenti: *a) dati anagrafici e documento di riconoscimento del titolare/legale rappresentante dell'azienda; b) iscrizione alla C.C.I.A.A. e P. IVA; c) Piano colturale e di allevamento, eventuale produzione in serra; d) D.I.A./SCIA produzione primaria registri imprese alimentari; e) D.I.A. trasporti; f) Attestazione manipolazione alimenti (categoria di appartenenza); g) Eventuali certificazioni di Qualità possedute (es. BIO – DOP – IGP – certificato di prodotto – certificato di processo); g) Autorizzazione alla trasformazione e confezionamento nel caso di vendita di prodotti manipolati (o fatture di terzi autorizzati); h) dichiarazione del regime fiscale cui si è sottoposti; i) Copia della comunicazione di Vendita diretta ai sensi dell'art. 228/2001; l) Copia del disciplinare “Carta della qualità” se presente.*

6. Gli associati che partecipano ai mercati, anche in relazione alla corretta gestione dei controlli, devono dare in gestione all'Impresa Verde di riferimento i servizi relativi al Fascicolo aziendale, alla contabilità ed alla gestione dei dipendenti (eventuali eccezioni casi particolari saranno valutati singolarmente dal Consiglio Direttivo).
7. Gli associati devono partecipare a corsi di formazione periodici, riferiti a materie tecniche specifiche del comparto produttivo di appartenenza e alla trasformazione del prodotto, a tecniche di vendita, marketing, aggiornamenti amministrativi e igienico-sanitari, finalizzati alla qualificazione dell'attività di vendita diretta. La partecipazione a tali corsi costituisce elemento positivo per l'inserimento sui mercati.
8. Sono definite Aziende Ospiti quelle imprese agricole che, nel rispetto della stagionalità e di tutti i requisiti di cui sopra, sono presenti sui Mercati per periodi di tempo limitati ed offrono al consumatore prodotti agricoli che non sono presenti nell'ambito provinciale e regionale nell'ottica di completare la gamma di prodotti offerti.
9. L'Associazione valuta nell'arco di 30 giorni lavorativi le richieste di Ammissione sul mercato e ne fornisce comunicazione all'interessato.

Articolo 3

(Prodotti offerti in vendita)

1. All'interno del Mercato, gli associati dell'Associazione possono vendere prodotti agricoli, anche manipolati, conservati, trasformati o valorizzati, provenienti dalla propria aziende nei limiti e con le modalità di cui al precedente articolo 2 e dell'articolo 6 dello Statuto dell'Associazione, oltreché del singolo Regolamento comunale vigente per il singolo mercato.
2. I prodotti offerti in vendita, anche se non confezionati, devono essere, salubri ed etichettati nel rispetto della disciplina in vigore per i singoli prodotti. In ogni caso i prodotti devono riportare in etichetta o con altra modalità l'indicazione del luogo di allevamento, di coltivazione e se diverso anche l'identità e la sede del fornitore e della manifattura.
3. L'offerta dei prodotti deve rispettare il ciclo della stagionalità e a tal fine ciascun associato prima dell'Ammissione deve dichiarare all'Associazione il comparto produttivo e la categoria merceologica di propria pertinenza per i mercati (si veda Art. 6) definiti "*Sperimentali della Città di Torino*" o più puntualmente il prodotto per tutti gli altri Mercati di Campagna Amica che si svolgono sulla Provincia e sulla Città di Torino. Sulla base di tale dichiarazione l'Associazione si riserva di determinare la presenza degli associati nel Mercato al fine di garantire un'offerta quanto più possibile rispettosa del ciclo della stagionalità. Sono fatte salve le esigenze preminenti di funzionalità del Mercato.
4. Gli associati sono consapevoli che l'approvvigionamento esterno comporta la tenuta di una contabilità ordinaria e l'emissione di un documento fiscale (es. scontrino, fattura etc.). Gli associati sono

responsabili di tutto il prodotto venduto nel Mercato, proprio e approvvigionato, in quanto unici esercenti la vendita diretta. Per tale ragione garantiscono la disponibilità dei propri fornitori di sottoporsi ai controlli attivati dall'Associazione, ai sensi del Regolamento di Mercato e del Regolamento del Marchio. Il prodotto frutto di approvvigionamento esterno all'azienda dovrà essere etichettato, riportando la ragione sociale e il comune di provenienza dell'azienda fornitrice.

5. Gli associati devono preventivamente comunicare all'Associazione le tipologie di prodotto che hanno intenzione di mettere in vendita nei singoli mercati a cui intendono partecipare utilizzando la domanda apposita (All. 5).

Articolo 4

(Uso dei loghi)

1. Durante le operazioni di vendita, svolte all'interno del Mercato, l'associato potrà utilizzare i loghi Coldiretti e Campagna Amica nel rispetto delle condizioni di utilizzo fissate, con apposita convenzione o Regolamento del Marchio, dal rispettivo titolare per l'Associazione e per i suoi associati Licenziatari e di seguito riportate:

1a) Quanto all'uso del *Logo Coldiretti*: Coldiretti riconosce il diritto di utilizzo del logo *Coldiretti* nel Mercato all'**Associazione ed ai relativi Associati** ammessi alla vendita diretta nel Mercato ed esclusivamente per le iniziative di vendita diretta dei prodotti agricoli degli associati e comunque in mercati istituiti ai sensi del presente Regolamento di Mercato:

- il logo può essere utilizzato e riprodotto a fini di comunicazione (*depliant*, bandiere, manifesti, locandine, striscioni, brochure, *gadgets*, ecc). Il logo può essere altresì utilizzato su buste per il trasporto della merce acquistata ma occorre che sia specificata la dicitura "Impresa associata a Coldiretti";
- può essere impiegato esclusivamente materiale promozionale (quale, a titolo esemplificativo, *gadgets*, magliette, cappelli, bandiere, teloni) fornito o autorizzato da **Coldiretti**. Sono **tassativamente vietati l'apposizione del logo sui prodotti messi in vendita e sui relativi imballaggi ed il suo utilizzo per qualsiasi forma di vendita al pubblico di beni e/o servizi o, comunque, a fini commerciali;**
- in nessun caso il logo potrà essere utilizzato per contraddistinguere l'attività produttiva nel suo complesso di una qualsiasi azienda agricola ammessa al mercato;
- è vietato qualsiasi utilizzo capace di generare sul consumatore confusione in ordine alla provenienza o alla qualità dei prodotti oggetto di vendita diretta, o che lasci intendere l'assunzione da parte di **Coldiretti** di un qualsiasi ruolo, anche di mera garanzia, nelle fasi di produzione, trasformazione e vendita dei prodotti delle singole imprese. Non sono consentite

modalità di utilizzo dei segni distintivi concessi in uso che possano generare negli utenti affidamento circa l'assunzione da parte dell'Organizzazione **Coldiretti** e delle sue articolazioni territoriali di una posizione di controllo o di garanzia sulla condotta delle imprese di produzione, sulle qualità e prestazioni dei prodotti messi in vendita e sulla loro conformità alla normativa vigente;

- la concessione del diritto d'uso del logo *Coldiretti* non ne comprende la possibilità di impiego come componente dei marchi dei singoli prodotti e dell'impresa di produzione. La concessione del diritto d'uso del logo non obbliga al suo utilizzo;
- il Logo deve essere utilizzato nella forma e con le modalità, anche grafiche, previste. Il diritto d'uso del Logo è strettamente riservato all'**Associazione ed ai relativi Associati** ammessi alla vendita diretta nel Mercato e non può essere ceduto od esteso ad altri soggetti e/o imprese, terzi rispetto a questi ultimi;
- a tal fine, l'Associazione può svolgere tutte le attività atte a comprovare il corretto uso del Logo, anche da parte degli associati partecipanti al Mercato, attraverso specifiche Convenzioni con enti e società esterne.

1b) Quanto all'uso del Logo Campagna Amica: Fondazione, in base al Regolamento del Marchio, riconosce il diritto di utilizzo del logo *Campagna Amica* e in generale del Marchio: i) all'**Associazione** esclusivamente per le iniziative di vendita diretta dei prodotti agricoli degli associati effettuati nei mercati istituiti; ii) alle **Imprese Licenziatarie** partecipanti ai mercati istituiti sulla base delle regole di seguito riportate:

- l'**Associazione** e le **Imprese Licenziatarie** possono impiegare esclusivamente materiale promozionale (quale, a titolo esemplificativo, *gadgets*, magliette, cappelli, bandiere, teloni) fornito o autorizzato dalla **Fondazione**. Ai sensi dell'articolo 7 del Regolamento del Marchio in particolare:

7.1 Il Marchio potrà essere impiegato dalle Imprese Licenziatarie:

7.1.1 per contraddistinguere il materiale promo-pubblicitario dell'azienda con la dicitura "Impresa Accreditata a Campagna Amica";

7.1.2 all'interno dell'insegna dei punti vendita diretta al consumatore presso i quali l'Impresa Licenziataria ponga in vendita i propri Prodotti Non Trasformati e/o i propri Prodotti Trasformati.

7.2 Il Marchio potrà essere impiegato dalle Associazioni Licenziatarie unicamente: (i) quale insegna dei mercati o spazi espositivi da esse gestiti e controllati e presso i quali abbia luogo l'offerta in vendita esclusivamente di Prodotti Non Trasformati e/o Prodotti Trasformati; (ii) quale marchio su materiale promozionale o pubblicitario e

pubblicazioni pertinenti o riferibili a tali mercati o spazi espositivi ovvero alla tipologia di prodotti ivi offerti in vendita. [Omissis];

- è vietato qualsiasi utilizzo capace di generare sul consumatore confusione in ordine alla provenienza o alla qualità dei prodotti oggetto di vendita diretta, o che lasci intendere l'assunzione da parte di **Fondazione** di un qualsiasi ruolo, anche di mera garanzia, nelle fasi di produzione, trasformazione e vendita dei prodotti delle singole imprese;
- non sono consentite modalità di utilizzo del segno distintivo concesso in uso che possano generare negli utenti affidamento circa l'assunzione da parte di **Fondazione** di una posizione di controllo o di garanzia sulla condotta delle imprese di produzione, sulle qualità e prestazioni dei prodotti messi in vendita e sulla loro conformità alla normativa vigente;
- la concessione del diritto di uso del *Logo Campagna Amica* non ne comprende la possibilità di impiego come componente dei marchi dei singoli prodotti e dell'impresa di produzione;
- il Logo deve essere utilizzato nella forma e con le modalità, anche grafiche, previste. Il diritto d'uso del Logo è strettamente riservato all'**Associazione ed ai relativi Associati** Licenziatari e non può essere ceduto od esteso ad altri soggetti e/o imprese, terzi rispetto alla Associazione e non destinatari della licenza d'uso del Marchio;
- a tal fine, l'Associazione può svolgere tutte le attività atte a comprovare il corretto uso del Logo anche attraverso specifiche Convenzioni con la Fondazione, enti e società esterne;
- per tutto quanto non ivi previsto si rinvia all'articolato del Regolamento del Marchio, fermo restando che in caso di eventuale contrasto tra quanto qui previsto in relazione all'uso del Logo Campagna Amica e in generale del Marchio e quanto invece previsto nel Regolamento del Marchio, sarà quest'ultimo a prevalere.

Articolo 5

(Attrezzature per la vendita e rispetto delle norme vigenti)

1. Al fine dell'esercizio dell'attività di vendita all'interno del mercato devono essere rispettate tutte le disposizioni relative alla disciplina in materia di vendita diretta e qualora autorizzata o prevista dalla legge anche quelle relative alla somministrazione.
2. I prodotti offerti in vendita o somministrati devono essere pesati a mezzo di strumenti di pesatura omologati e soggetti a revisione periodica. Tali strumenti devono essere collocati frontalmente agli acquirenti, in modo che gli stessi possano controllare l'esattezza delle operazioni di pesatura.
3. I banchi espositivi e le attrezzature utilizzate dagli operatori addetti al trattamento, alla vendita o eventualmente alla somministrazione devono essere igienicamente adeguate al tipo di prodotto

venduto, a titolo meramente esemplificativo devono essere lavabili e idonei a proteggere i prodotti da qualsiasi agente patogeno. A tal fine si rinvia alla disciplina sanitaria vigente ed in particolare all'Ordinanza del 3 aprile 2002 e s.m.i. del Ministero della Sanità (cfr. **Allegato 2**).

4. Per poter partecipare ai Mercati i soci dovranno essere equipaggiati di gazebo con copertura gialla ed indicare preventivamente nella domanda di ammissione al mercato la superficie che sarà occupata. Sarà inoltre cura di ogni Socio equipaggiarsi con fari per l'illuminazione del banco a basso consumo (no apparecchi ad alto assorbimento quali ad esempio stufe elettriche) ed utilizzare esclusivamente cavi elettrici in ottimo stato e periodicamente revisionati di almeno 15 metri di lunghezza.
5. È facoltà del consiglio stabilire eventuali limiti massimi di superficie occupata da ciascuna Azienda ed indicare le distanze che dovranno essere rispettate da fila a fila e sulla fila stessa fra i banchi.
6. Per il montaggio e lo smontaggio dei banchi dovranno essere rispettati gli orari indicati nei disciplinari di mercato. Qualora non presenti sarà necessario fare riferimento al responsabile di mercato che seguirà le indicazioni ricevute dal Consiglio.
7. I soci dovranno garantire che trasporto ed esposizione delle merci avvenga nel rispetto della normativa vigente sotto tutti i profili ed in particolare quelli igienico - sanitari. A titolo meramente esemplificativo dovrà essere rispettata la catena del freddo per i prodotti che necessitano di banchi refrigerati, usato un adeguato abbigliamento (cappelli, guanti ecc.) e scaricata/caricata la merce in condizioni adeguate.
8. Eventuali violazioni riscontrate saranno sanzionate ai sensi di legge, dello Statuto dell'Associazione, in base al presente Regolamento di Mercato ed al Regolamento del Marchio per quanto di rispettiva competenza.

Articolo 6

(Regole di gestione del Mercato, modalità di vendita, individuazione degli spazi e smaltimento dei rifiuti)

1. Nella Provincia di Torino i Mercati si sviluppano in linea con i principi i valori e gli obiettivi della Fondazione Campagna Amica ma seguendo tre tipologie differenti: *i*) mercati sperimentali domenicali della Città di Torino; *ii*) Mercati dei produttori della Provincia e della Città di Torino, *iii*) fiere ed eventi occasionali. Nel primo caso i mercati oltre ad essere punto di incontro fra produttore e consumatore sono da intendersi Mercati vetrina nei quali le Aziende possono mostrare il loro potenziale produttivo e presentare il territorio di appartenenza. Nel secondo caso al fine di coinvolgere più produttori, favorendo lo sviluppo di un maggior numero di Aziende Agricole sul territorio potranno esser posti maggiori limiti ai prodotti portati in base alle esigenze del singolo mercato. La terza tipologia di Mercato riguarda fiere, eventi e manifestazioni legati ad eventi occasionali o annuali. Per tutti i partecipanti ai Mercati di Campagna Amica dovrà essere completata la domanda di ammissione al mercato (vedere All. 5) e nel caso in cui le Aziende non siano ancora aderenti

all'Agrimercato quella di ammissione a Socio (vedere all. 1), fatto salvo per i casi riportati all'Art. 2 punto 3.

2. Spetta al responsabile di mercato, nel rispetto delle indicazioni ricevute dal Consiglio, decidere quale tra i prodotti richiesti tramite domanda potranno essere ammessi al mercato. Gli associati ammessi all'esercizio della vendita diretta nel Mercato garantiscono la propria presenza nei giorni e agli orari fissati dagli organi associativi, devono arrivare in tempo utile per una puntuale apertura al pubblico, allestire lo spazio assegnato prima dell'ingresso del pubblico. Eventuali assenze devono essere programmate con l'Associazione o con il coordinatore del Mercato eventualmente a ciò incaricato al fine di garantire la continuità dell'attività mercatale in forma scritta (mail, fax o SMS) almeno 12 ore prima del mercato stesso. La mancata comunicazione o l'assenza non giustificata potranno dare origine a sanzioni. A seconda del periodo di presenza di ciascuna Azienda sui mercati (legato alla stagionalità del prodotto, al comparto produttivo, ecc.) sono ammesse durante l'anno assenze per un massimo del 20 % su base di presenza dichiarata all'atto di inserimento sul mercato. Superato tale limite potranno essere applicate sanzioni come da regolamento.
3. Gli associati ammessi all'esercizio della vendita diretta nel Mercato devono liberare l'ingresso del Mercato non appena terminate le operazioni di carico e scarico della merce (comunque nel rispetto degli orari: montaggio un'ora prima dell'inizio e dello smontaggio un'ora dopo la chiusura del mercato). Tutte le operazioni devono svolgersi nel rispetto delle norme di sicurezza e nei limiti di orario previsti dal disciplinare di mercato di riferimento del comune.
4. Gli associati ammessi all'esercizio della vendita diretta nel Mercato rispettano la disposizione del proprio spazio di vendita evitando di occupare gli spazi comuni o gli spazi di altri associati, salva esplicita autorizzazione da parte dell'Associazione o del coordinatore del Mercato eventualmente a ciò incaricato. Ogni socio ammesso occupa esclusivamente lo spazio indicato dal coordinatore del mercato: strutture per la vendita ed espositive dovranno obbligatoriamente ricadere all'interno dell'area come anche eventuali spazi per uscire frontalmente dal banco. In ogni caso l'Associazione fa rispettare le condizioni minime di sicurezza per l'eventuale evacuazione del Mercato in caso di pericolo o emergenza. Gli associati dovranno inoltre rispettare le indicazioni impartite in materia di posizionamento dei mezzi utilizzati per il trasporto delle merci (parcheggio interno o esterno alla piazza).
5. Gli associati ammessi al Mercato devono esporre, in modo da risultare agevolmente visibile, la comunicazione di inizio attività di cui all'articolo 4 del decreto legislativo n. 228 del 2001, la targa di accreditamento all'Albo della Fondazione Campagna Amica, la provincia di appartenenza, l'ordinamento produttivo aziendale (modello preparato e messo a disposizione). In ogni caso dovrà essere esposta e ben leggibile la targa indicante il nome dell'azienda o delle aziende venditrici operanti nello spazio dedicato.

6. Gli associati che applicano metodi di produzione biologici/biodinamici/certificati in modo conforme alla regolamentazione comunitaria devono esporre l'attestazione di certificazione biologica rilasciata dall'organismo preposto al controllo.
7. Gli associati che terminano il prodotto prima dell'orario di chiusura del mercato sono tenuti a non lasciare la postazione (salvo diversa indicazione del responsabile del Mercato).
8. Gli associati ammessi al Mercato sono responsabili della conservazione e pulizia del posto o dello spazio assegnato e dell'area dedicata alla vendita. Sono altresì tenuti a indossare i grembiuli caratterizzati dal logo Campagna Amica avendone cura di mantenerli e pulirli a proprie spese.
9. Fermo restando il rispetto della disciplina in materia di smaltimento dei rifiuti solidi urbani, gli associati ammessi all'esercizio della vendita diretta nell'ambito del Mercato sono tenuti ad agevolare la raccolta dei medesimi rifiuti da parte dei soggetti competenti. Devono, altresì, effettuare la raccolta differenziata dei rifiuti, utilizzare imballaggi recuperabili e sacchi biodegradabili e compostabili per l'asporto delle merci.
10. Ciascun associato, ultimata l'attività di vendita giornaliera provvede a rimuovere i rifiuti ed a smaltirli direttamente in Azienda secondo il rispetto della normativa vigente in termini di smaltimento / gestione rifiuti.

Articolo 7

(Gestione del mercato, competenze)

1. La gestione del Mercato, compresi i controlli di cui al successivo articolo 10, spetta al Consiglio Direttivo dell'Associazione che è, altresì, competente per tutti gli adempimenti ad esso demandati dal presente Regolamento di Mercato e dal Regolamento del Marchio, anche delegando soggetti incaricati.
2. L'assegnazione del posteggio avverrà osservando i seguenti criteri di priorità:
 - a. sede dell'Azienda Agricola nel Comune in cui si tiene il mercato di Campagna Amica;
 - b. completamento della gamma di prodotto necessaria al mercato in base alla capacità produttiva delle Aziende di cui al punto a;
 - c. sede dell'Azienda Agricola nei comuni limitrofi in cui si tiene il mercato di Campagna Amica;
 - d. sede dell'Azienda Agricola nella provincia in cui si tiene il mercato di Campagna Amica;
 - e. sede dell'Azienda Agricola nella regione in cui si tiene il mercato di Campagna Amica;
 - f. Azienda che non partecipi in contemporanea ad altri Mercati di Campagna Amica più vicini alla sede aziendale;

- g. Azienda Agricola che non abbia contratto debiti con la Federazione Coldiretti di appartenenza;
 - h. Azienda Agricola che abbia regolarmente frequentato i corsi di aggiornamento proposti in materia di mercato, igiene, sicurezza alimentare, marketing.
3. Nella scelta fra produttori agricoli con prodotti trasformati (compresi miele, vino, formaggi e salumi) hanno priorità i produttori i quali svolgono la coltivazione diretta del prodotto primario al confronto di chi ha conduzioni indirette (es: soccida) anche se la trasformazione viene effettuata da terzi. A parità di coltivazione e/o allevamento del prodotto primario chi trasforma in proprio ha la priorità al confronto di chi effettua la trasformazione del prodotto servendosi da terzi.
 4. Le richieste di partecipazione ai mercati saranno raccolte in liste di attesa redatte periodicamente, con le modalità indicate ai precedenti punti 2, distinte per tipologia di prodotti, soddisfacendo le richieste in base ai posteggi lasciati liberi da altri imprenditori agricoli.
 5. In ogni Mercato viene comunque sempre riservata un'area dedicata ai prodotti agricoli stagionali, in favore della quale possono essere sospesi dalla partecipazione produttori in base all'ordine di cui al punto 2 del presente Articolo.

Articolo 8

(Spese di gestione del mercato)

1. Al fine di consentire il migliore funzionamento del Mercato, anche in considerazione delle spese necessarie all'utilizzo in comune delle strutture e dei costi relativi alle utenze in esso attive, l'ammissione all'esercizio della vendita diretta all'interno del mercato è subordinata al versamento di una quota di adesione iniziale all'Associazione nonché di una quota di partecipazione.
2. La quota di adesione iniziale è stabilita in misura fissa, la quota di partecipazione in misura variabile, dal Consiglio Direttivo e viene indicata all'atto di ammissione al Mercato.
3. La quota di partecipazione è relativa alle spese di gestione del Mercato ed è dovuta dai singoli associati ammessi in relazione alle spese di occupazione del suolo pubblico, affitto dell'area, gestione rifiuti, acquisto dei *gadgets* per garantire un'immagine uniforme, i controlli. Il Consiglio Direttivo ripartisce le medesime spese e provvede a comunicarne l'ammontare periodicamente agli imprenditori che sono tenuti a corrispondere la propria quota entro dieci giorni dalla richiesta per i mercati settimanali e immediatamente per i mercati domenicali e le manifestazioni, pena l'esclusione dal Mercato.

Articolo 9

(Rispetto delle disposizioni di legge, dello Statuto, del Regolamento di Mercato, del Regolamento del Marchio, controlli e responsabilità degli associati)

1. Gli associati ammessi all'attività di vendita diretta nell'ambito del Mercato sono tenuti al rispetto della relative norme di legge ed in particolare, a titolo esemplificativo e non esaustivo, sono responsabili in via esclusiva, nell'esercizio di detta attività, del rispetto della normativa igienico sanitaria, ambientale, nonché in materia di sicurezza alimentare, di sicurezza sui luoghi di lavoro e degli adempimenti di natura previdenziale, fiscale e contabile.
2. Gli associati ammessi all'attività di vendita diretta del Mercato sono tenuti a rispettare le norme etiche e morali di comportamento proprie delle aree pubbliche (evitare schiamazzi, vietato l'uso di mezzi di amplificazione sonora, fumare all'interno del proprio spazio di vendita, ecc).
3. Gli associati ammessi all'attività di vendita diretta del Mercato sono tenuti a fornire tutta la documentazione agli incaricati dal Consiglio Direttivo che l'Associazione ritiene necessaria al rilascio dell'Ammissione.
4. L'Associazione, in quanto Licenziataria del Marchio, è sottoposta ai controlli di cui all'art. 10 del Regolamento del Marchio e, in accordo con la Fondazione, favorisce i controlli previsti dalla medesima norma regolamentare per le Imprese Licenziatrici associate, mediante accesso diretto di rappresentanti di Impresa Verde, dell'Associazione Agrimercato e della Fondazione Campagna Amica e suoi convenzionati.

Articolo 10

(Sanzioni)

1. Gli associati ammessi all'attività di vendita diretta nell'ambito del Mercato sono sanzionati secondo quanto previsto dalle norme di legge, dallo Statuto dell'Associazione, dal presente Regolamento di Mercato e dal Regolamento del Marchio, per quanto di rispettiva competenza.
2. Le sanzioni previste nel presente Regolamento di Mercato in caso di violazione regolamentare sono applicate dall'Associazione e consistono, rispettivamente:
 - a) Ammonizione consiste in una contestazione verbale del comportamento dell'Azienda rilevato come censurabile e viene applicata in caso di non conformità di lieve entità al Regolamento di Mercato. In tali casi, l'imprenditore agricolo inadempiente viene invitato ad

adottare misure correttive. Se l'ammonizione non porta al rientro della problematica evidenziata, che si ripete per più di tre volte, anche su mercati diversi, si procede con la diffida. Le ammonizioni saranno effettuate dal referente di Mercato di Coldiretti che avrà anche il compito di riportare tale richiamo (in maniera scritta, anche tramite SMS) alla segreteria dell'Agrimercato.

- b) nella diffida ad adempiere entro 30 giorni dalla comunicazione del provvedimento con immediata sospensione dell'Ammissione;
 - c) a seconda della minore o maggiore gravità, nella sospensione per un periodo non superiore a tre mesi o nella revoca dell'Ammissione al Mercato da parte dell'Associazione in caso di mancata conformità alla diffida, trascorsi 30 giorni dalla diffida medesima.
3. E' fatta salva ogni altra ipotesi di risarcimento del danno derivante all'Associazione dal comportamento negligente dell'associato.
4. Agli associati ammessi al Mercato, in quanto anche Imprese Licenziatarie, si applicano altresì in caso di non conformità alle, o violazioni delle, prescrizioni di cui al Regolamento del Marchio, le sanzioni di cui all'articolo 12 del Regolamento del Marchio medesimo, erogate dal Consiglio di Amministrazione della Fondazione, su proposta della relativa Commissione di Vigilanza. Nel rinviare integralmente al testo dell'articolo citato si riassume il regime delle sanzioni erogabili dalla Fondazione che progressivamente si articola in: (a) Ammonizione, (b) Sospensione, (c) Revoca, (d) Penali.
5. Al fine di creare un raccordo tra le due normative regolamentari – entrambe conosciute ed accettate dagli associati – nel caso in cui dovesse essere accertata una condotta dell'Associato tale da determinare una violazione sia del Regolamento di Mercato sia del Regolamento del Marchio, il Consiglio Direttivo dell'Associazione, sentito il Consiglio di Amministrazione della Fondazione, applica le conseguenti sanzioni statutarie e del Regolamento di Mercato, tenendo in considerazione la gravità della violazione eventualmente accertata dalla Fondazione e la sanzione eventualmente da quest'ultima applicata, fermo restando comunque che le sanzioni saranno decise dall'Associazione e dalla Fondazione, ciascuna per quanto di propria competenza, in via autonoma ai sensi rispettivamente del Regolamento di Mercato e del Regolamento del Marchio.
- a. Ammonizione: consiste in una contestazione verbale del comportamento del titolare dell'azienda rilevato come censurabile e viene applicata in caso di non conformità di lieve entità al presente Regolamento. In tali casi, l'imprenditore agricolo inadempiente viene invitato ad adottare misure correttive (entro sette giorni o il successivo mercato).
 - b. Sospensione: consiste nella interdizione comunicata per iscritto dell'azienda agricola alla partecipazione ai Mercati e viene applicata per un periodo di tempo determinato non superiore a tre mesi e al ricorrere di gravi non conformità.
- La Sospensione viene sempre applicata allorquando:

- Il titolare dell'azienda rifiuti o ostacoli le attività dell'Associazione Agrimercato;
 - Il titolare dell'azienda non ottemperi alle Ammonizioni e alle conseguenti attività correttive nei tempi che dovranno essere sempre prescritti;
 - Il titolare dell'azienda agricola usi il Marchio CA in modo non conforme alle prescrizioni indicate nel presente Regolamento e dal regolamento d'Uso del Marchio CA;
 - Venga meno anche a uno solo dei requisiti di cui al Regolamento d'uso del Marchio di CA che comporti, ai sensi di quel regolamento, la sanzione della sospensione dell'uso del Marchio .Il titolare dell'azienda non potrà fare uso alcuno del Marchio durante il periodo di durata della Sospensione.
- c. **Revoca ed espulsione:** consiste nel ritiro del provvedimento di ammissione dell'azienda all'Associazione Agrimercato e dunque ai mercati di CA e viene applicata:
- nel caso di gravissimi comportamenti contrari al presente Regolamento e/o gravemente lesivi della capacità distintiva dei Marchi;
 - qualora il titolare dell'azienda reiteri nel tempo di sei mesi comportamenti vietati ai sensi del presente Regolamento;
 - qualora siano stati adottati provvedimenti dall'Autorità giudiziaria ovvero qualora il titolare dell'azienda non abbia rispettato o fatto rispettare la normativa vigente in tema di prodotti agricoli e alimentari;
 - qualora i Marchi vengano utilizzati in termini illegali o fraudolenti;
 - qualora il titolare dell'azienda cessi la propria attività;
 - qualora venga meno anche a uno solo dei requisiti di cui al Regolamento d'uso del Marchio di CA che comporti, ai sensi di quel regolamento, la sanzione della revoca dell'uso del Marchio.
- L'Associazione Agrimercato provinciale ha facoltà di revocare il marchio al socio, cancellando contestualmente l'accredito o all'Albo delle Imprese Accreditate a Campagna Amica. Il titolare dell'azienda, inoltre, deve immediatamente:
- (i) cessare qualsiasi uso del Marchio CA;
 - (ii) provvedere alla restituzione del materiale di cui in dotazione per l'allestimento del proprio gazebo.
- d. **Penali:** consiste nell'applicazione di sanzioni nel caso di gravi non conformità e fatto salvo le azioni di rivalsa legale, le sanzioni a carico dell'associato possono quantificarsi, sul piano economico, in una somma non inferiore a 300.000 (trecentomila euro).

6. In particolare, in caso di sospensione della licenza d'uso del Marchio decisa dalla Fondazione, essendo questa presupposto per l'Ammissione dell'associato al Mercato, dovrà essere sospesa anche quest'ultima per un periodo corrispondente; in caso, invece, di revoca della licenza d'uso del Marchio decisa dalla Fondazione, per quanto sopra detto, l'Associazione dovrà procedere alla revoca anche dell'Ammissione dell'associato al Mercato (e ricorrendone i presupposti l'esclusione dell'associato dall'Associazione ai sensi del relativo Statuto).
7. L'ammonizione, la sospensione, la revoca e la conseguente espulsione dal circuito Agrimercati provinciale, con la relativa motivazione, va inoltre tempestivamente notificata anche alle altre Associazioni Agrimercati provinciali, al fine di monitorare l'attività del socio in tutti i Mercati di Campagna Amica nei quali quest'ultimo operasse.
8. I provvedimenti di sospensione e revoca dovranno essere motivati e comunicati al titolare dell'azienda inadempiente a mezzo di raccomandata a/r o di posta elettronica certificata (PEC) e saranno validi per tutti i Mercati della Provincia.

Articolo 11

(Norme finali)

1. Nel caso in cui il Mercato sia regolato dal D.M. 20 novembre 2007 del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, lo stesso opererà, oltre che ai sensi dello Statuto dell'Associazione e del presente Regolamento di Mercato, anche ai sensi della relativa disciplina ove più restrittiva.

Elenco Allegati:

Allegato 1 – Domanda di ammissione

Allegato 2 – Stralcio Ordinanza Ministero della Sanità 3 aprile 2002

Allegato 3 – materiale promozionale

Allegato 4 – Comparti produttivi

Allegato 5 – Domanda di ammissione al Mercato

IL PRESIDENTE

L'ASSOCIATO

Luogo

Data

L'azienda agricola (Ragione sociale) _____

Associata a Coldiretti e accreditata a Fondazione Campagna Amica per l'uso del marchio Campagna Amica con codice _____, chiede di aderire all'Associazione Agrimercato di Torino.

L'azienda agricola, nella persona del Legale Rappresentante / Titolare Sig./ra _____

dichiara di accettare tutti gli articoli dello statuto dell'Associazione, i costi di Associazione, di partecipazione ai Mercati ed il Regolamento di Mercato.

Firma e timbro

Con l'obiettivo di fornire uno strumento pratico al socio per la verifica dell'assolvimento delle prescrizioni, si propone di introdurre delle schede (tipo check-list) per singola tipologia di prodotto (es. ortofrutta, latticini, salumi, carni, uova, pesce ...) allo scopo di verificare gli adempimenti obbligatori per la vendita diretta basati sull'Ord. Min. Sanità dell'aprile 2002 e eventuali ulteriori norme vigenti (es. Pacchetto igiene e derivata deroga per PPL).

Di seguito un esempio non esaustivo

Obblighi generali per tutte le tipologie di prodotto:

Indicazione della denominazione aziendale e dell'indirizzo della sede operativa (requisito valorizzante: indicazione ha superficie aziendale e colture praticate)

Etichettatura prevista, inserendo in maniera leggibile e su ogni prodotto in vendita: nome prodotto, prezzo unitario, origine (aziendale o riportando nome altra azienda agricola), varietà o specificità.

Obblighi specifici per la vendita di ortofrutta

Obbligo di effettuare la vendita attraverso banchi di esposizione, mantenendo i prodotti in idonei contenitori collocati ad almeno 50 cm dal suolo.

Obbligo di stoccare il prodotto in attesa di esposizione su piani rialzati da terra, ad evitare il contatto dei contenitori con il suolo.

Altri requisiti necessari:

Richiesta la presenza di una bilancia per la pesatura del prodotto, qualora il peso non sia predeterminato, con display a vista del cliente e una tanica in plastica lavabile di almeno 20 litri di capacità

Il personale dovrà manipolare i prodotti attraverso guanti in lattice, indossando la traversina con le insegne di Campagna Amica,

ALLEGATO 1 - immagini

- a. Insegna Mercato CA da apporre all'ingresso del mercato di CA



- b. Targa delle imprese accreditate a FCA, la cui copia è da esporre ai mercati di CA

- c. Gazebo tipo con marchio



- d. Cartellini prezzi

- a. Grembiule e guanti in lattice

Elenco Comparti Produttivi

- Apistico (compresi trasformati);
- Allevamento ittico;
- Carni bovine (compresi trasformati);
- Carni suine (compresi trasformati);
- Carni avicunicole (compresi trasformati);
- Cerealicolo (compresi trasformati);
- Erboristico officinale (per prodotti destinati ad un impegno diverso da quello terapeutico);
- Florovivaistico (compresi piantine da orto);
- Latte crudo e fresco (compresi derivati e/o trasformati);
- Olivicolo (compresi trasformati);
- Orticolo (compresi trasformati);
- Frutticolo (compresi trasformati);
- Risicolo;
- Vitivinicolo.

Luogo e data _____

L'azienda agricola (ragione sociale) _____

(indirizzo mail _____ cellulare _____)

Associata a Coldiretti e accreditata a Fondazione Campagna Amica per l'uso del marchio Campagna Amica con il codice _____, chiede di partecipare ai seguenti Mercati di Campagna Amica:

X	Mercato	Comune	Giorno	Ora
	Piazza Palazzo di Città	Torino	1^ Domenica	9:00 - 18:00
	Piazza Cavour	Torino	2^ Domenica	9:00 - 18:00
	Piazza Madama Cristina	Torino	3^ Domenica	9:00 - 18:00
	Piazza Solferino	Torino	3^ Domenica	9:00 - 18:00
	Piazza Bodoni	Torino	4^ Domenica	9:00 - 18:00
	Piazza Solferino	Torino	5^ Domenica	9:00 - 18:00
	Piazza Mittone	Torino	Martedì	15:00 - 19:00
	Piazza Mittone	Torino	Giovedì	15:00 - 19:00
	Corso Umbria	Torino	Mercoledì	15:00 - 19:00
	Giardini La Marmora	Torino	Venerdì	14:00 - 19:00
	Cuornè	Cuornè	Lunedì	15:00 - 19:00
	Beinasco	Beinasco	Lunedì	15:00 - 19:00
	Avigliana	Avigliana	Martedì	15:00 - 19:00
	Castiglione Torinese	Castiglione Torinese	Martedì	15:00 - 19:00
	Leinì	Leinì	Martedì	15:00 - 19:00
	Chieri	Chieri	Mercoledì	15:00 - 19:00
	Ciriè	Ciriè	Mercoledì	15:00 - 19:00
	Grugliasco	Grugliasco	Mercoledì	15:00 - 19:00
	Alpignano	Alpignano	Giovedì	15:00 - 19:00
	Carmagnola	Carmagnola	Giovedì	15:00 - 19:00
	Collegno	Collegno	Venerdì	15:00 - 19:00
	Villarbasse	Villarbasse	Venerdì	15:00 - 19:00
	Rivoli	Rivoli	Sabato	15:00 - 19:00
	Rosta	Rosta	Sabato	9:00 - 13:00
	San Giorio di Susa	San Giorio di Susa	Sabato	9:00 - 13:00
	Villar Dora	Villar Dora	Sabato	15:00 - 19:00
	Sangano	Sangano	2^ e 4^ Domenica	9:00 - 12:00

