



Provincia
di Milano



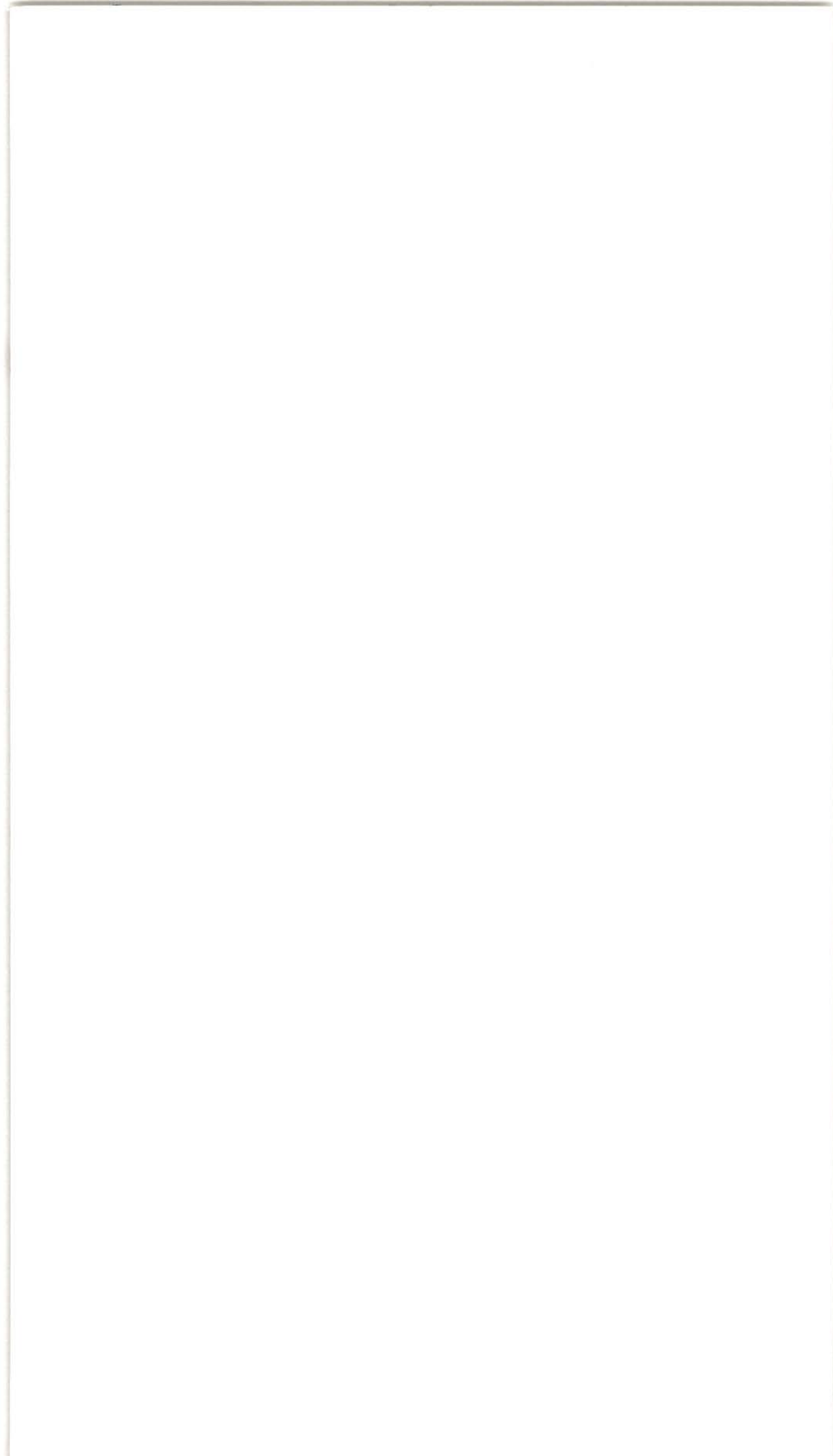
PARCO
AGRICOLA
SUD
MILANO

Parco Agricolo Sud Milano

Il Marchio produttore di Qualità Ambientale



Agrimercati
Agricoltura Territorio Ambiente e Mercati



SOMMARIO

premessa	pag. 4
il Marchio Parco Agricolo Sud Milano per le aziende agricole: <i>significato, obiettivi specifici e vantaggi</i>	pag. 6
il regolamento	
campo di applicazione del Marchio	pag.10
la procedura per la concessione d'uso del Marchio	pag.12
modalità di utilizzo del Marchio.....	pag.13
sorveglianza e controllo	pag.14
sanzioni	pag.15
le "azioni ambientali"	
conservazione e miglioramento del paesaggio	pag.18
conservazione e miglioramento della fertilità del suolo	pag.19
reimpieghi, recuperi ed accorciamento della filiera	pag.20
azioni di diversificazione dell'offerta	pag.21
risparmio ed autoproduzione energetica	pag.22
servizi al cittadino a valore sociale aggiunto	pag.23
come partecipare al progetto.....	pag. 24

premessa

Il Parco Agricolo Sud Milano ha attivato una importante azione per la valorizzazione dell'attività agricola del proprio territorio, mediante la concessione in uso del Marchio "Produttore di qualità ambientale - Parco Agricolo Sud Milano" alle aziende agricole che operano al proprio interno in grado di realizzare azioni a favore dell'ambiente e del territorio del Parco.

Gli obiettivi del progetto sono molteplici:

- la valorizzazione e tutela dell'attività agricola caratteristica del Parco;
- la protezione dell'ambiente;
- la salvaguardia del territorio;
- la valorizzazione del paesaggio;
- la tutela ed il recupero paesistico e ambientale delle fasce di collegamento tra città e campagna nonché l'equilibrio ecologico dell'area metropolitana;
- la promozione dei prodotti agroalimentari e la sostenibilità dei processi produttivi;
- la valorizzazione della filiera corta;
- la sicurezza alimentare.

La legge istitutiva del Parco e il Piano Territoriale di Coordinamento assegnano infatti alle imprese agricole un ruolo strategico di presidio territoriale e di concorso alla sua tutela. Lo stesso Piano di Settore Agricolo del Parco individua come strumento per la valorizzazione delle attività agricole la creazione di marchi di riconoscimento.



il Marchio “produttore di qualità ambientale”: *significato, obiettivi specifici e vantaggi attesi*

Il Marchio promosso dall’Ente Parco non attesta la qualità del prodotto (prerogativa dei marchi europei DOP e IGP), ma intende certificare la provenienza e la “sostenibilità” delle produzioni e dei servizi forniti dalle aziende agricole del Parco, nonché la volontà e l’impegno dei produttori che scelgono di salvaguardare e conservare i segni e le tradizioni dei secoli di agricoltura che hanno “costruito” il paesaggio del Parco ed il suo ‘habitat’ rurale.

La finalità del Marchio non è perciò quella di garantire una qualità dei prodotti derivante unicamente, o prevalentemente, dal riferimento territoriale (cosa esplicitamente esclusa dalla normativa dell’Unione Europea), ma di accrescere l’immagine del Parco e parallelamente delle aziende che collaborano a questo importante obiettivo.

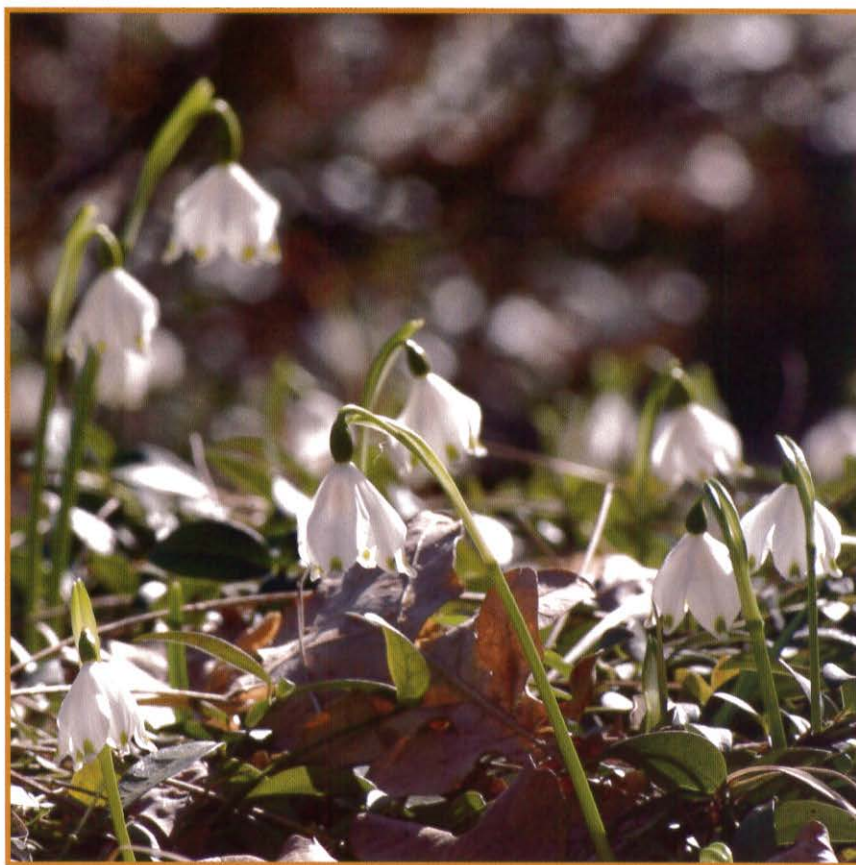
Va sottolineato che una crescita dell’immagine di un territorio significa automaticamente da un lato un progressivo miglioramento della qualità della vita di chi vi risiede e vi opera, dall’altro una maggiore redditività degli investimenti effettuati, sia da parte del pubblico sia da parte degli imprenditori privati. Ne deriva che elemento caratterizzante di questo Marchio non è primariamente quello del sostegno alla commercializzazione dei prodotti delle aziende che ne hanno la concessione d’uso.





Questo aspetto non è certamente escluso ma deve essere considerato una conseguenza dell'iniziativa attuata. In parole più esplicite: il Marchio non ha come obiettivo primario quello di portare i prodotti del suo territorio sulla tavola dei consumatori (promuovere i prodotti), ma quello di motivare ed incentivare i potenziali consumatori a visitare il Parco e vivere l'esperienza delle imprese che vi operano oltre che del suo ambiente (promuovere il Parco). Se la comunità del Parco e le sue imprese riescono a trasformare la presenza dei visitatori in un momento di autentica esperienza, allora possono dirsi pienamente raggiunti tutti gli obiettivi di questa iniziativa, e conseguentemente si otterrà anche la promozione dei prodotti.

Parallelamente a questo, occorre evidenziare anche un altro elemento caratteristico: il patto di collaborazione che si viene creare fra Ente Parco e le imprese che ottengono la licenza d'uso del Marchio. Da un lato l'Ente Parco si impegna a fare conoscere e - per quanto reso possibile dai propri programmi di investimento - promuovere le imprese che aderiscono all'iniziativa, dall'altro le imprese si impegnano a collaborare con l'Ente Parco per la valorizzazione del suo territorio, del suo paesaggio, delle sue tradizioni, ognuna all'interno dello specifico campo di attività e secondo le proprie attitudini e prerogative.



La scelta, strategica e non di semplice opportunità immediata, da parte di una azienda di aderire o meno all'iniziativa del Marchio del Parco Agricolo Sud Milano, presuppone oltre alla conoscenza degli impegni che sottoscrive con l'accettazione dei criteri ufficiali di applicazione, anche la consapevolezza dei vantaggi che le possono derivare:

- La possibilità di usufruire di un patto reciproco di miglioramento della qualità della vita delle comunità locali, oltre che di promozione dei prodotti. Questo significa una parallela crescita dell'immagine del territorio e delle aziende, non solo verso l'interno ma anche - e per certi versi soprattutto - verso l'esterno e quindi verso il mercato. Un messaggio dell'Ente Parco, come il suo Marchio, ha certamente una maggiore credibilità presso i consumatori di una pubblicità/promozione fatta direttamente dalle imprese.
- La crescita motivata e incentivata della visita alle aziende locali. È risaputo che l'esperienza diretta della visita ad una azienda e al suo contesto di produzione rappresenta certamente la migliore promozione di un prodotto. In questo contesto l'area metropolitana di Milano rappresenta un importante bacino di potenziali visitatori/ consumatori.
- Il costante apporto, di tipo consulenziale, da parte dell'Ente Parco su aspetti specifici che interessano i processi di coltura e di gestione aziendale, in piena collaborazione con le associazioni di categoria interessate. In questa direzione va collocata anche la fase, necessaria ed importante, del periodico controllo presso le aziende del rispetto delle norme accettate con la sottoscrizione delle Convenzioni. Tale aspetto non va visto come un momento prettamente burocratico, ma piuttosto come un aiuto alle aziende per porre rimedio ad eventuali disfunzioni che si dovessero manifestare. Quindi un utile momento di "consulenza" aziendale.
- L'attivazione di una rete di co-operazione fra aziende e fra queste e il Parco (più in generale la comunità locale). Si insiste spesso sull'importanza di "fare sistema" anche come fattore di competitività di un territorio e delle sue imprese: l'adesione al "progetto Marchio" costituisce di fatto la nascita di una ulteriore rete di co-operazione di livello territoriale, e non semplicemente interna a specifiche categorie produttive.

il regolamento

L'utilizzo del Marchio è disciplinato da un regolamento depositato e registrato presso la Camera di Commercio di Milano, che stabilisce a quali condizioni una azienda agricola può concorrere all'utilizzo del Marchio e costituisce il punto di riferimento normativo fondamentale per giudicare l'ammissibilità o meno delle aziende candidate.

Di seguito alcuni passaggi fondamentali del regolamento:

1) Il campo di applicazione del Marchio.

Chi può farne richiesta:

- Il regolamento è "destinato alle Aziende agricole situate entro i Comuni interessati dai confini territoriali del Parco Agricolo Sud Milano (...) ed è finalizzato ad ottenere la possibilità di utilizzo del Marchio del Parco."
- "viene definita Azienda il produttore agricolo singolo o associato e ogni altro produttore equiparato secondo il Decreto Legge n° 228 del 18 maggio 2001 e successive modificazioni."

L'ambito geografico di pertinenza:

- Le aziende potenzialmente interessate "dovranno avere il centro aziendale interno ai Comuni interessati dai confini territoriali del Parco e/o avere una parte della superficie coltivata e/o degli allevamenti e strutture aziendali connesse all'interno dei confini territoriali del Parco."

Le condizioni di utilizzo:

- il Parco concederà l'uso del proprio Marchio alle aziende che ne faranno richiesta, in base alle azioni di valorizzazione e tutela dell'ambiente, del paesaggio, della cultura rurale e del tessuto sociale del territorio (cfr. punto 2.2 del presente documento) di cui le aziende medesime si impegneranno a garantire la realizzazione (...).
- Tali azioni ambientali dovranno riguardare superfici e/o allevamenti e/o strutture aziendali connesse site all'interno dei confini territoriali del Parco.

I criteri di assegnazione, le garanzie:

- Ogni azione ambientale è valutata tramite un punteggio variabile che viene stabilito in via definitiva dalla "Commissione Marchio" (...) la quale assegna all'Azienda candidata il punteggio all'interno dell'intervallo indicato, secondo criteri e parametri pubblicati ufficialmente.
- Per poter richiedere l'utilizzo del Marchio l'Azienda deve documentare di aver attivato e/o di essere impegnata a realizzare alla data della richiesta e/o di impegnarsi a realizzare entro 90 gg. dalla data della richiesta le "azioni ambientali" sopra citate, per un punteggio minimo di 70 punti.
- Ai fini di garantire la corretta attuazione dei criteri illustrati (...) è istituita presso il Parco una "Commissione Marchio" (...) nominata dal Presidente del Parco e composta da:
 - il Direttore del Parco o suo delegato, che svolge le funzioni di Presidente della Commissione;
 - il Responsabile dell'Ufficio Agricoltura del Parco o suo delegato;
 - n. 1 rappresentante del Settore Agricoltura della Provincia;
 - n. 1 rappresentante della Camera di Commercio di Milano;
 - n. 3 rappresentanti delle Organizzazioni Professionali agricole maggiormente rappresentative del territorio del Parco;
 - n. 2 rappresentanti delle associazioni dei consumatori;



2) La procedura per la concessione d'uso del Marchio:

- L'Azienda, per poter ottenere l'autorizzazione all'uso del Marchio, è tenuta a presentare domanda ufficiale di ammissione al Registro delle Aziende abilitate all'utilizzo del medesimo, istituito presso il Parco.
- A tal fine l'Azienda invia al Parco l'apposito modulo di richiesta fornito dallo stesso, debitamente compilato in tutte le sue parti
- A seguito del procedimento di verifica (...) da parte della Commissione, secondo la tempistica stabilita dal regolamento della Commissione, verrà data comunicazione scritta a ciascuna Azienda candidata circa l'esito dell'istruttoria.
- In caso di esito positivo, l'Azienda sottoscrive una convenzione con il Parco, necessaria per la concessione d'uso del Marchio, con la quale si impegna a:
 - a) accettare in ogni suo punto il regolamento;
 - b) rispettare gli impegni relativi alle azioni ambientali (...);
 - c) rispettare le norme di legge connesse alle produzioni specifiche;
 - d) sottoscrivere un deposito cauzionale a favore del Parco (...);
 - e) versare un contributo spese al Parco (eventuale).



3) Modalità di utilizzo del Marchio:

Rappresentazioni grafiche:

- "Il Marchio del Parco è rappresentato dal seguente logo grafico (...):
- (...) Il Marchio assegnato presenta colori di sfondo diversi - oro, argento o bronzo - a seconda del punteggio ottenuto. Lo sfondo oro segnala le aziende che hanno ottenuto il punteggio complessivo più alto mentre lo sfondo argento e bronzo indicano le aziende che hanno ottenuto punteggi complessivi minori.

Dove può essere apposto:

- Il Marchio può essere apposto su tutti gli strumenti di comunicazione e promozione propri dell'Azienda. (...) Il Marchio può essere apposto sulle confezioni dei prodotti ottenuti da coltivazioni e/o da allevamenti aziendali siti all'interno dei confini territoriali del Parco, nonché sui prodotti ottenuti dalla trasformazione di questi.



- (...) per il primo anno di applicazione (...) non verrà richiesto alcun contributo economico.

4) Sorveglianza e controllo:

Modalità operative:

- Il Parco si riserva, in ogni tempo e a suo insindacabile giudizio, di effettuare le necessarie forme di controllo, che potranno riguardare:
 - il rispetto degli impegni assunti a realizzare le azioni ambientali secondo le modalità previste dall'Art. 2;
 - il rispetto o la congruità della documentazione fornita dall'Azienda tramite la domanda di ammissione, secondo quanto disciplinato al Comma 2 dell'Art. 3;
 - il corretto utilizzo del Marchio secondo quanto disciplinato dall'Art. 7.
- I controlli potranno essere effettuati dal Parco direttamente o avvalendosi di collaboratori, o potranno essere delegati a soggetti esterni con, in questo caso, comunicazione previa alle aziende.

Il ruolo della commissione:

- Se il Parco constata che un'Azienda iscritta al registro delle imprese non ha rispettato i requisiti previsti dal regolamento, ne darà comunicazione alla Commissione che procederà a comminare le corrispondenti sanzioni.





5) Sanzioni

- Le sanzioni, comminate dalla Commissione Marchio proporzionalmente alla gravità delle infrazioni, potranno riguardare:
 - La diffida con lettera raccomandata A/R;
 - La sospensione temporanea dal diritto d'uso del Marchio;
 - La decadenza definitiva dal diritto d'uso del Marchio;
 - L'incameramento del deposito cauzionale;
 - L'avvio di azioni legali, anche per il risarcimento del danno.
- Fatte salve le competenze della "Commissione Marchio", tutte le controversie che dovessero insorgere in relazione al presente documento saranno inviate, per una prima decisione di merito, al Consiglio Direttivo del Parco, che potrà eventualmente avvalersi di un collegio arbitrale per dirimere la controversia.

le "azioni ambientali"

Come si è detto condizione necessaria per poter utilizzare il Marchio è la realizzazione di "azioni ambientali" che meritino un punteggio di almeno 70 punti.

Le azioni sono raggruppate in sei categorie ed ogni azione ha un range di punteggio possibile in funzione dell'importanza attribuitale per il territorio del Parco.

Le sei categorie si riferiscono ai cardini della sostenibilità delle attività economiche: la sostenibilità ambientale, come categoria di percezione (paesaggio ed elementi naturali che lo compongono); di fattori della produzione (essenzialmente il suolo); di risparmio di risorse (riuso, riciclo e recupero); di contenimento dei trasporti (di fattori della produzione, merci e persone); di risparmio o autoproduzione energetica ed infine di sostenibilità sociale intesa come insieme dei servizi che una azienda mette a disposizione per rendere un territorio più vivibile e quindi ricco di occasioni di crescita economia e sociale.

Nella pagina a fianco le suddette azioni sono elencate secondo le citate sei categorie, mentre nelle tabelle che seguono sono riportati sinteticamente i criteri di valutazione con alcuni esempi che meglio chiariscono le tipologie di azioni.

Le azioni ambientali, così come i relativi punteggi, dovranno essere periodicamente aggiornati e approvati dall'organo competente, affinché lo strumento di premio non sia statico, ma possa adeguarsi ai rapidi cambiamenti della realtà socio-economica.



- 1 *Conservazione e miglioramento del paesaggio agrario e naturale*
 - 1.1 *Prati e Marcite*
 - 1.2 *Recupero di razze o specie in via di scomparsa (biodiversità rurale)*
 - 1.3 *Ricostruzione di elementi del paesaggio (filari, siepi, fasce arboree)*
 - 1.4 *Rinaturalizzazione delle superfici agricole con impianti forestali*
 - 1.5 *Realizzazione di zone umide o fasce tampone*
 - 1.6 *Recupero di risorse idriche aziendali (fontanili)*

- 2 *Conservazione e miglioramento della fertilità del suolo*
 - 2.1 *Concimazione organica*
 - 2.2 *Rotazioni colturali*
 - 2.3 *Riduzione dell'uso di mezzi di sintesi (nutrienti e fitofarmaci) in agricoltura*
 - 2.4 *Minimizzazione dell'uso di mezzi di sintesi (nutrienti e fitofarmaci) in agr.*

- 3 *Reimpieghi, recuperi e accorciamento della filiera*
 - 3.1 *Produzione interna dei mezzi intermedi (foraggi)*
 - 3.2 *Riciclo di materiali e raccolta differenziata*
 - 3.3 *Trasformazione diretta prodotti alimentari (macello, caseificio, conserve, ...)*
 - 3.4 *Recupero delle risorse idriche potabili*
 - 3.5 *Recupero fruibile di fabbricati rurali con tecniche di bioedilizia*

- 4 *Azioni di diversificazione dell'offerta*
 - 4.1 *Vendita diretta aziendale*
 - 4.2 *Nuovi canali di vendita diretta a filiera corta (GAS, mercati locali)*
 - 4.3 *Servizio a mense, ristoranti pubblici o privati, negozi locali*
 - 4.4 *Accordi o scambi interaziendali di servizi*

- 5 *Risparmio e autoproduzione energetica*
 - 5.1 *Fabbisogno termico (coibentazioni, sistemi radianti, alta efficienza)*
 - 5.2 *Raffrescamento (raff. naturale, geotermia, tetti verdi, ombreggiamento)*
 - 5.3 *Produzione di energia idraulica*
 - 5.4 *Produzione di energia elettrica con il fotovoltaico*
 - 5.5 *Solare termico*
 - 5.6 *Recupero calore*
 - 5.7 *Impiego di biomasse non primarie (scarti e sottoprodotti)*

- 6 *Servizi al cittadino e a valore sociale aggiunto*
 - 6.1 *Spazi ricreativi attrezzati*
 - 6.2 *Progetti di promozione del territorio rurale (iniziative culturali)*
 - 6.3 *Turismo ed ospitalità rurale*
 - 6.4 *Didattica rurale (fattorie didattiche)*
 - 6.5 *Educazione ambientale*
 - 6.6 *Cooperative sociali di reinserimento lavorativo*
 - 6.7 *Attività rieducative, riabilitative e motorie (terapia orticolturale)*

Conservazione e miglioramento del paesaggio agrario e naturale

n.	AZIONE	CRITERI	range	Significato
1.1	Prati e marcite	Dimensione e stato di manutenzione (tagli, pulizia, irrigazione) di marcite e prati permanenti; riferimento normativo alla misura del Piano di Sviluppo Rurale per le "produzione vegetali estensive".	5-10	Riduzione dell'inquinamento maggiore biodiversità. Le marcite sono anche aree rifugio per le specie acquatiche e per le specie correlate.
1.2	Recupero di razze o specie in via di scomparsa (biodiversità rurale)	Presenza in azienda di una o più razze in via di scomparsa; riferimento normativo alla misura del PSR per la "salvaguardia delle risorse genetiche" e al progetto del settore agricoltura della Provincia di Milano.	7-10	Conservazione di patrimoni genetici a rischio, di tradizioni rurali ed artigiane, tipicità di prodotti trasformati.
1.3	Ricostruzione di elementi del paesaggio (filari, Siepi, fasce boscate)	Impianti arbustivi e/o arborei lineari o su fasce che ricostruiscono il paesaggio tradizionale agrario; riferimento normativo alla misura del PSR per la "mantenimento e costituzione di siepi, filari e fasce tampone boscate".	3-10	Bellezza del paesaggio, biodiversità, stabilità ambientale, contenimento dell'erosione, riduzione del rumore e dell'inquinamento atmosferico, rifugio per l'avifauna.
1.4	Rinaturalizzazione di superfici agricole con impianti forestali	Impianti arborei produttivi e aree rimboschite; riferimento normativo alla misura del PSR per "imboschimento di seminativi mantenimento superfici a bosco".	3-10	Le aree boscate hanno una funzione bioclimatica importantissima, sono spazi rifugio per tutta la fauna utile e contribuiscono alla stabilità degli ecosistemi.
1.5	Realizzazione o mantenimento di zone umide e/o fasce tampone	Realizzazione o mantenimento di aree umide esistenti o costruite ex novo, misure di allagamento temporaneo o permanente di superfici agricole, misure per la biodiversità in zone umide; riferimento normativo alla misura del PSR per "misure agroambientali per le aree umide".	3-10	Le zone umide sono aree rifugio per le specie acquatiche e per le specie correlate; funzionano anche da tampone per il contenimento degli inquinamenti delle falde.
1.6	Recupero di risorse idriche aziendali	Realizzazione di aree umide legate ai fontanili con recupero ed uso di acque irrigue, valutato in base al grado di rinaturalizzazione (specie, spazi ecologici) ed alle risorse investite per le opere di recupero. Nessun riferimento normativo del PSR.	3-10	I fontanili contribuiscono a regolare i flussi idrologici e danno acqua preziosa per l'agricoltura. Sono una testimonianza fondamentale della tradizione rurale lombarda.

Conservazione e miglioramento della fertilità del suolo

n.	AZIONE	CRITERI	range	Significato
2.1	Concimazione organica	Si valuta la % di unità di azoto fornite con concimi o ammendanti organici, secondo i piani di concimazione.	3-5	Conservazione della fertilità biologica del suolo, biodiversità della microflora, maggiore resistenza ai patogeni delle colture e miglioramento organolettico dei prodotti.
2.2	Rotazioni colturali	Si valuta la complessità delle successioni (presenza di leguminose, uso dei sovesci o colture intercalari); riferimento normativo alla misura del PSR per "fertilizzazione bilanciata e avvicendamento".	2-10	Miglioramento della lotta alle erbe infestanti ed ai patogeni, minore impiego di fitofarmaci. Miglioramento della fertilità e della biodiversità del suolo.
2.3	Riduzione dell'impiego dei mezzi di sintesi (nutrienti e fitofarmaci)	Si fa riferimento ai disciplinari per la lotta integrata; riferimento normativo alla misura del PSR per le "produzioni agricole integrate" - rispetto allegato 6 misura 214 del PSR.	7-10	Minori fitofarmaci impiegati, minori residui negli alimenti.
2.4	Minimizzazione dell'uso dei mezzi di sintesi (nutrienti e fitofarmaci)	Si fa riferimento alla certificazione biologica; riferimento normativo alla misura del PSR per le "produzioni agricole biologiche"; applicazione degli specifici disciplinari di produzione (certificazione).	8-10	massima riduzione dei residui di prodotti chimici di sintesi. Miglioramento della fertilità del suolo e della biodiversità.



Reimpieghi, recuperi ed accorciamento della filiera

n.	AZIONE	CRITERI	range	Significato
3.1	Produzione interna dei mezzi intermedi (foraggi)	Quantità di foraggi prodotti in azienda, espressa come percentuale sulle unità foraggere totali, ovvero sul fabbisogno di alimenti per l'allevamento.	2-6	L'autosufficienza o la minore dipendenza da fonti esterne per l'approvvigionamento dei foraggi consente un maggiore controllo ed un notevole risparmio di consumi legati ai trasporti.
3.2	Riciclo di materiali e raccolta differenziata	Azioni attuate per massimizzare il riciclo dei materiali nelle attività produttive, anche collaterali, impiego di materiali riciclabili ed attuazione di raccolte differenziate.	2-8	Il riuso, il riciclaggio ed il recupero favoriscono il risparmio di risorse e limitano gli sprechi.
3.3	Trasformazione diretta di prodotti agroalimentari	Presenza di una o più attività di trasformazione diretta in azienda valutata per la quantità sul totale della produzione e per la complessità della trasformazione.	7-10	La trasformazione diretta limita i trasporti di merci (soprattutto di animali vivi).
3.4	Recupero di risorse idriche potabili	Fornitura di acqua potabile mediante sistemi di filtrazione o certificazione della potabilità dei pozzi aziendali.	6-8	L'uso di sistemi di controllo e potabilizzazione delle acque attinte dai pozzi aziendali rappresenta un grande risparmio di energia e materiali, soprattutto per la ristorazione.
3.5	Recupero di fabbricati rurali, manufatti idraulici od edifici storici. Bioedilizia, reimpiego materiali locali, rispetto delle funzioni originali	Interventi di recupero nel rispetto della destinazione originaria, del nucleo rurale e/o con recupero-riuso nel sito di materiali locali e/o tecniche della bioedilizia. Fruibilità degli interventi a scopi sociali o come servizi offerti.	5-10	Il recupero di fabbricati rurali nel rispetto delle funzioni d'uso originali od anche con tecniche e materiali tradizionali ha un valore storico, culturale, sociale e ambientale.



Azioni di diversificazione dell'offerta

n.	AZIONE	CRITERI	range	Significato
4.1	Vendita diretta in azienda	Percentuale di prodotti venduta direttamente presso lo spaccio aziendale; la varietà nell'offerta di referenze provenienti dall'azienda o dal territorio vicino e la curatezza del punto vendita (immagine, presentazione e servizio).	4-10	Aumenta la sostenibilità economica della produzione agricola, permette al consumatore di verificare la produzione e limita il movimento delle merci.
4.2	Altri canali di vendita diretta a filiera corta (Gruppi d'acquisto, mercati locali, farmers market)	Quantità di prodotti di origine aziendale venduti tramite canali di vendita diretta o collettiva ed importanza di questi canali per il fatturato aziendale.	6-10	L'acquisto collettivo organizzato riduce il movimento di merci e persone ed aumenta le informazioni a disposizione del consumatore.
4.3	Servizio a mense, ristori pubblici o privati, negozi di dettaglio locali	Quantità di prodotti di origine aziendali venduti a strutture della ristorazione collettiva, pubblica o privata, o ristoranti o negozi locali presenti sul territorio.	6-10	La rete di forniture locali radica la dimensione territoriale e minimizza gli spostamenti di merci.
4.4	Accordi o scambi interaziendali di servizi	Valutazione delle azioni di collaborazione tra aziende dello stesso territorio volte a scambi di fattori della produzione o servizi in forme più o meno strutturate (dall'accordo di consuetudine alle reti di relazione, ai distretti, ai consorzi).	4-10	Gli accordi e gli scambi creano rete territoriale ed occasioni di economie locali con risparmio di risorse.



Risparmio ed autoproduzione energetica


n.	AZIONE	CRITERI	range	Significato
5.1	Riduzione del fabbisogno termico	Classe di certificazione energetica e/o interventi per la riduzione del fabbisogno di riscaldamento (energia termica) nei fabbricati o nei processi produttivi dell'azienda.	5-10	Il risparmio energetico legato al contenimento dei consumi da riscaldamento ha una forte ricaduta positiva sull'ambiente.
5.2	Riduzione del fabbisogno di raffrescamento	Riduzione del fabbisogno energetico richiesto per il raffrescamento, valutazione dei sistemi di raffrescamento naturale (ombreggiamento) e delle prestazioni di isolamento degli edifici.	5-10	Il riscaldamento globale induce sempre più a ingiustificati consumi per i raffrescamento che possono essere drasticamente ridotti.
5.3	Produzione di energia idraulica	Energia prodotta con mulini o turbine che sfruttano salti idraulici della rete irrigua, valutata in base alla produzione rispetto al fabbisogno aziendale.	5-10	L'energia idraulica che si può produrre dalla rete irrigua esistente è la forma più pulita di energia alternativa.
5.4	Fotovoltaico	Energia prodotta con pannelli fotovoltaici. Produzione rispetto al fabbisogno aziendale, tipologia di impianto e inserimento paesaggistico.	5-10	Il fotovoltaico rappresenta una grossa opportunità di produzione energetica non fossile, soprattutto se legato alle coperture degli edifici.
5.5	Solare termico	Energia prodotta e/o risparmiata con pannelli solari per la produzione di acqua calda. Produzione rispetto al fabbisogno aziendale, alla tipologia di impianto ed all'inserimento paesaggistico.	5-7	Il solare termico è una grossa fonte di risparmio energetico soprattutto nelle aziende agricole che hanno forti consumi di acqua calda.
5.6	Recupero calore	Energia risparmiata con processi di recupero calore nella produzione di acqua calda o nella refrigerazione. Tipologia di impianto e risparmio energetico ottenuto.	5-7	Il recupero del calore per il raffreddamento costituisce una forma semplice ed intelligente di risparmio energetico.
5.7	Impiego di biomasse non primarie	Energia prodotta con biomasse prodotte in azienda e derivate da scarti di lavorazione o sottoprodotti (ad esempio legna da ardere delle siepi o dei boschi). Produzione rispetto al fabbisogno.	3-6	L'uso delle biomasse di scarto per la combustione finalizzata al fabbisogno termico ha valore ambientale se le biomasse non sono coltivate apposta.

Servizi al cittadino e servizi con valore sociale aggiunto

n.	AZIONE	CRITERI	range	Significato
6.1	Spazi ricreativi attrezzati	Qualità e tipologia degli spazi offerti per attività complementari alla produzione agricola (agricampeggio, spazi gioco o per feste, spazi per attività sportive o ludiche, spazi aperti per feste...).	3-6	La sostenibilità sociale dell'attività agricola si genera anche nell'offerta di spazi per i cittadini soffocati dal caos metropolitano.
6.2	Progetti di promozione del territorio rurale	Tipologia del servizio offerto e la frequenza con cui l'azienda si impegna ad assicurare il servizio stesso, le persone coinvolte e i soggetti che operano in collaborazione. La massima valutazione viene attribuita alle aziende che funzionano anche da Punto Parco.	5-8	Le aziende agricole hanno un ruolo fondamentale nel promuovere e difendere il territorio rurale, fisicamente e culturalmente.
6.3	Turismo ed Ospitalità rurale	Qualità della struttura di ospitalità, servizio offerto (pernottamento, B&B, ristorazione, semplice degustazione, pacchetti legati ad iniziative culturali) oltre alla capacità ricettiva.	5-8	L'offerta turistica legata all'agriturismo si configura come una opportunità di qualità ed interesse per il territorio del Parco Agricolo.
6.4	Didattica rurale (fattorie didattiche)	Offerta di attività organizzate, la qualifica degli educatori (laureati, specializzati, docenti, agricoltori con formazione didattica specifica...) e l'eventuale accreditamento presso il circuito della Regione.	5-8	La didattica rurale e le fattorie didattiche hanno un ruolo sempre più protagonista nell'educazione dei "bambini metropolitani".
6.5	Educazione ambientale	Profilo e frequenza delle attività organizzate, la specificità delle proposte e la qualifica degli educatori.	5-10	Le aree agricole ove sono presenti spazi naturalizzati sono ottimi laboratori per far conoscere l'ecologia.
6.6	Azioni sociali di reinserimento lavorativo	Importanza e continuità/sporadicità degli inserimenti lavorativi, incidenza sulla struttura aziendale (cooperative sociali), livello di strutturazione del servizio.	5-10	In ambito agricolo l'inserimento lavorativo rieducativo ha una forte valenza sociale.
6.7	Attività rieducative, riabilitative e motorie	Importanza e il livello di strutturazione del servizio (continuità o sporadicità del servizio), oltre alla diversificazione (ippoterapia, terapia orticolturale...).	5-10	Le attività terapeutiche condotte negli spazi rurali conseguono risultati sempre migliori.

Come partecipare al progetto

Le aziende interessate a partecipare possono compilare il modulo per la domanda di ammissione al registro delle aziende abilitate all'uso del Marchio del Parco Agricolo Sud Milano, di cui riportiamo un modello:



Modulo di richiesta di adesione al marchio e di iscrizione ad apposito registro delle aziende agricole

DATI AZIENDALI

Ragione Sociale
Denominazione _____
Forma giuridica _____

Sede legale
Via, Cap, Località, Comune, Provincia

Telefono _____ Cell. _____
Fax _____ E-mail _____
P. IVA _____ C.F. _____
Sito Web _____

Sede operativa
Via, Cap, Località, Comune, Provincia

Telefono _____ Cell. _____
Fax _____ E-mail _____

N. CUAA: _____

AZIONI AMBIENTALI

1. L'azienda si impegna a realizzare le seguenti azioni ambientali previste all'interno dell'Allegato A del regolamento d'uso del marchio:
(allegare schema "azioni ambientali" con autovalutazione)

.....

1

2. Breve relazione delle modalità specifiche di attivazione e realizzazione delle azioni ambientali:

(indicare per ciascuna azione segnalata al punto 1: se è stata realizzata, se si sta realizzando, se verrà realizzata entro 90 gg. dalla data della domanda; inserire documentazione probatoria)

.....

3. L'azienda intende applicare il marchio "produttore di qualità ambientale" sulle confezioni dei propri prodotti?

SI

NO

ALTRE INFORMAZIONI

Il sottoscritto,, rappresentante legale dell'azienda
dichiara inoltre di:

- non aver commesso reati o infrazioni gravi nel campo della tutela ambientale, della salubrità del prodotto o della salute pubblica da almeno tre anni dal momento della domanda;
- impegnarsi a fornire, qualora richiesta dalla Commissione Marchio, ulteriore documentazione probatoria di quanto comunicato con la presente;
- accettare i sopralluoghi di controllo previsti dal regolamento e/o disposti dalla Commissione Marchio, per la verifica dei requisiti e degli impegni qui comunicati.

EVENTUALE ALTRO MATERIALE IN ALLEGATO

(ad es. certificazione biologico)

Data _____

Firma _____

(*) Informativa

Ai sensi dell'Art. 13 del D. Lgs. 196/2003 recante disposizioni a tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento di dati personali. La informiamo che i dati da Lei forniti saranno registrati nella nostra Banca Dati Aziende e saranno oggetto di trattamento manuale e automatizzato nel pieno rispetto di tale Legge e successivi decreti e regolamenti. I dati da Lei forniti verranno trattati per le seguenti finalità: a) gestione amministrativo-contabile dei medesimi; b) invio di informazioni sulle attività/servizi del Parco Agricolo Sud Milano e realizzazione di sondaggi di gradimento dei servizi e attività medesime; c) invio di informazioni su iniziative e servizi per le aziende agricole realizzati da altri soggetti pubblici e privati (Provincia di Milano, Camere di Commercio e sistema camerale italiano, istituzioni, enti pubblici, enti territoriali, aziende private, società di consulenza aziendale e di servizi); Rispetto ai dati anagrafici comunicati l'interessato potrà esercitare i diritti di cui all'Art. 7 del D. Lgs. 196/2003. Titolare dei dati forniti è il Parco Agricolo Sud Milano - con sede a Milano in C.so di P.ta Vittoria 27.

Sulla base di quanto sopraindicato l'interessato: Da il consenso Negò il consenso

All'inserimento dei propri dati personali nella banca dati Aziende/Eventi per le finalità citate al punto a) b) e c).

Data _____ Firma di consenso _____

I moduli qui visualizzati ed il regolamento per la concessione d'uso del Marchio possono essere scaricati dal sito del Parco (www.provincia.mi.it/parcosud) o reperiti presso gli uffici di Corso di Porta Vittoria, 27 a MILANO

Contatti

D.ssa Marzia Cont, Responsabile ufficio valorizzazione agricoltura
Parco Agricolo Sud Milano
C.so di P.ta Vittoria, 27 - Milano
Tel: 02/7740.3278
Fax: 02/7740.3272
www.provincia.mi.it/parcosud
E-mail: m.cont@provincia.milano.it



Area
Programmazione
Territoriale

Parco Agricolo Sud Milano

C.so di P.ta Vittoria, 27 - 20122 Milano

Tel 02.7740 1 (centralino)

parcosud@provincia.milano.it

<http://www.provincia.milano.it/parcosud/>