



IL MARCHIO DI QUALITÀ TERRITORIALE EUROPEO

Regolamento generale

Premessa :

Vista la proposta «Schema per un Regolamento europeo della Qualità Territoriale» frutto del lavoro di cooperazione transnazionale realizzato dai Gruppi di Azione Locale *El Condado de Jaén* (Spagna), *Pays Cathare* (Francia) e *Valle Umbra* (Italia) nell'ambito dell'Iniziativa Comunitaria Leader II, proposta che fa propri i valori essenziali della qualità territoriale, i criteri di applicazione *minimali* dei principi ivi espressi, definisce le modalità di attribuzione e di controllo di un eventuale marchio ufficiale europeo indicante la «qualità territoriale»;

Visti i Regolamenti generali ed i disciplinari di settore dei GAL precedentemente citati unitamente a quelli dei GAL spagnoli che, nell'ambito dell'Iniziativa Comunitaria Leader +, lavorano per l'introduzione di un marchio di qualità territoriale legato alla loro zona geografica, ossia i GAL *La Garrotxa* (Girona), *Poniente Granadino* (Granada), *Vales do Ulla e Umia* (Pontevedra), *Talavera*, *Sierra de San Vicente* et *La Jara* (Toledo), *Valle del Eze-Entrecabos* (Asturie), *Serranía del Turia* (Valencia), *Las Merindades* (Burgos), *Don Quijote* (Toledo) e *Dulcinea* (Toledo);

Considerata la richiesta di introduzione del riconoscimento della qualità territoriale da parte di nuovi GAL europei che hanno sottoscritto il progetto di cooperazione transnazionale «Marchio di Qualità Territoriale Europeo»: *Tradizione delle Terre Occitane* (Piemonte), *Barbagie Mandrolisai* (Sardegna), *Halkidiki* (Macedonia centrale), *Thessaloniki* (Macedonia centrale), *Pella* (Macedonia centrale), *Kilkis* (Macedonia centrale) et *Lemnos* (Nord Egeo) e *Asociación POEDA* (León);

Considerato che altri territori rurali manifestano interesse di fronte all'introduzione di questa modalità di sviluppo e considerata, di conseguenza, la loro eventuale adesione a questa cooperazione nell'ambito del prossimo quadro comunitario (2007-2013);

Considerato che i territori rurali si trovano di fronte ad una nuova situazione di riduzione progressiva della protezione e degli aiuti provenienti dagli Stati e dall'Unione Europea e, nel contempo, alla globalizzazione dei mercati, che comporta un'apertura e la creazione di mercati aperti e competitivi;

Considerato che la fragilità dei territori rurali ne limita la risposta a questo nuovo contesto e che gli stessi tentano individualmente di presentarsi sul mercato in uno sforzo collettivo capace di raccogliere il territorio nel suo insieme intorno ad

un progetto di qualità totale, un territorio forte di un'identità differenziata per proiettarsi sul mercato e che lavora per ottenere una qualità territoriale che presuppone la qualità dei prodotti e dei servizi, la qualità dei processi produttivi (una produzione rispettosa sul piano sociale, culturale ed ambientale), con imprese ed enti impegnati sul proprio territorio e con la partecipazione della popolazione al processo di sviluppo e di integrazione dell'insieme gruppi sociali. Ciascun territorio promotore di un progetto di qualità territoriale deve essere identificato da un'immagine rappresentante il proprio marchio di qualità territoriale;

Considerato che questi marchi non sono semplicemente degli strumenti commerciali ma obbligano gli attori economici a riflettere sull'autenticità di uno sviluppo equilibrato del territorio e del processo di qualità;

Considerato, inoltre, che tutti i marchi di qualità territoriale si affidano alla valorizzazione delle risorse del patrimonio e di quelle naturali come elementi essenziali per lo sviluppo, in quanto segni d'identità differenziata (i Catari nel dipartimento dell'Aude, le tradizioni culturali in Umbria, il parco naturale vulcanico in Garrotxa, l'acqua di Ulla e Umia, i vaccari della Vallata dell'Ese-Entrecabos, la storia della nobiltà della Contea di Jaén, l'ultima frontiera di Al-Andalus del Poniente Granadino, il fiume della Serranía de Turia, le antiche comunità pastorali a Burgos, la provincia di Talavera, il paese di Don Chisciotte e Dulcinea nella Mancha, i coloni di Tierras de Ocaña, la patria di Alessandro Magno a Pella, quella di Aristotele a Halkidiki, il gusto per la vita nei villaggi di Salonicco, Lilkis – terre dell'eccellenza e Lemnos – l'isola di Efesto);

Considerato che ciascun marchio ha stabilito il proprio regolamento generale, il quale garantisce la qualità e l'autenticità così come il rispetto del territorio e che, perciò, i responsabili pubblici del territorio si sono mobilitati insieme ad un gran numero di imprenditori, uomini e donne, rafforzando i legami di solidarietà all'interno dei settori e tra i territori, sviluppando sinergie e lanciando azioni collettive per la promozione congiunta;

Considerato che, per garantire il successo dei marchi e la loro efficacia, è indispensabile il raggiungimento di una massa critica e che un marchio territoriale isolato non raggiungerà mai lo scopo, disponendo i territori del proprio marchio nell'ambito del progetto di qualità territoriale, desiderando unirsi al fine di condividere un ulteriore marchio comune che sia addizionale rispetto ai marchi già esistenti, dotando questi ultimi di una massa critica adeguata e capace di assicurar loro il successo sul mercato e di facilitarne l'identificazione da parte dei consumatori;

La creazione del marchio comune e del suo logo è stata adottata a Madrid nel maggio 2005 dai GAL spagnoli, italiani e greci.

Considerato che è necessaria una regolamentazione per l'uso corretto di questo marchio e del corrispondente logo, applicandosi tale regolamentazione non soltanto alle organizzazioni coinvolte nella realizzazione iniziale ma ugualmente ai territori che desiderano aderire al processo di qualità territoriale, desiderando altresì disporre di questo marchio comune addizionale;

I Gruppi di Azione Locale *FUNDACIÓ GARROTXA LIDER, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA DEL CONDADO, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PONIENTE GRANADINO, CENTRO DE DESARROLLO RURAL VALLE DEL ESE-ENTRECABOS, ASOCIACIÓN PARA O DESENVOLVEMENTO RURAL DOS VALES DO ULLA E UMIA, CENTRO DE DESARROLLO RURAL MERINDADES, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO DE LA COMARCA DE TALAVERA, SIERRA DE SAN VICENTE Y LA JARA – IPETA, ASOCIACION COMARCAL DON QUIJOTE DE LA MANCHA, ASOCIACION GRUPO DE ACCION LOCAL DULCINEA, ASOCIACION LIDER SERRANIA DEL TURIA-VALENCIA, ASOCIACIÓN POEDA, VALLE UMBRA E SIBILLINI, TRADIZIONE DELLE TERRE OCCITANE, BARBAGIE MANDROLISAI, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF HALKIDIKI SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF THESSALONIKI SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF PELLA SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF KILKIS, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF LEMNOS SA, PAYS CATHARE (ASSOCIATION AUDOISE DE DEVELOPPEMENT LOCAL)*

riuniti a Edessa (Grecia), il 26 gennaio 2007

HANNO ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Articolo 1

Il Marchio di Qualità Territoriale Europeo potrà essere applicato ai marchi territoriali in maniera aggiuntiva, posto che questi soddisfino le condizioni seguenti:

- I marchi devono riferirsi a territori naturali, ripartizioni amministrative o aventi un'identità storica con una dimensione superiore al municipio e inferiore ad una regione amministrativa (NUTS II) prevalentemente rurale.
- I territori portatori di questi marchi devono essere all'interno di un processo di sviluppo legato ad una qualità territoriale fondata su due valori principali:
 - **La qualità territoriale:** si tratta di una qualità che va al di là di quella prevista dalla normativa e dalle denominazioni di origine. Essa riguarda ugualmente la "territorialità", in quanto nuova forma di comportamento solidale che pone l'accento sulla qualità dei legami tra gli uomini, i territori, i prodotti, i servizi (sia che siano agricoli, artigianali, turistici o legati al patrimonio), i produttori ed i consumatori.
 - **Lo sviluppo sostenibile:** uno sviluppo che implica un insieme di aspetti indissolubilmente legati (economici, sociali e culturali) e che considera congiuntamente gli aspetti «quantitativi» e «qualitativi». Si tratta di uno sviluppo a «misura d'uomo», rispettoso delle risorse culturali, atteso dal territorio come realizzazione di un equilibrio dinamico, uno sviluppo sostenibile tra l'ambiente e le attività umane, armonioso e a preservazione della salute delle persone.

Articolo 2

Il processo di qualità territoriale è identificato mediante **otto principi cardine** che sono declinati in altrettanti criteri applicativi.

I. Permettere la partecipazione dell'insieme degli attori a ciascun livello di organizzazione e gestione, e garantire la trasparenza delle azioni a partire dall'impegno volontario e formale dei partner.

→ Partecipazione dell'insieme degli attori al processo di sviluppo:

- **La partecipazione dell'insieme degli attori** deve ispirare le differenti modalità di realizzazione del processo di sviluppo di ciascun territorio e comprende diversi stadi:
 - la realizzazione di un'analisi territoriale,
 - l'appropriazione, da parte dell'insieme degli attori, degli elementi facenti parte dell'analisi stessa,
 - la costruzione del progetto di sviluppo,
 - l'elaborazione di un dispositivo condiviso di gestione e di valutazione.

Per far ciò, il territorio privilegerà il ricorso agli strumenti di sensibilizzazione, formazione e accompagnamento.

- **Nel processo di qualità territoriale**, ciascun imprenditore, attore e organizzazione è invitato ad impegnarsi in maniera formale nel processo di sviluppo locale e a far parte di una rete collettiva portatrice di nuove logiche d'azione.

→ Esistenza di una struttura organizzativa degli attori del territorio:

- **Nell'organizzazione** animatrice del progetto di sviluppo sono presenti sia **il settore pubblico, che il settore privato**, i gruppi di lavoro di settore e portatori di interessi collettivi in ugual misura.

Per il settore privato saranno rappresentati:

- le organizzazioni professionali,
 - le organizzazioni o le associazioni che operano nel settore del consumo e del sociale,
 - le associazioni di volontariato, che si occupano del patrimonio, culturali, ambientali, sanitarie, coinvolte nella qualità della vita, etc.
- **L'impegno degli attori** con l'organizzazione sopra descritta è oggetto di accordi formali (convenzioni, contratti, etc.).

→ Trasparenza nella gestione del processo di qualità territoriale:

- In ciascun territorio, il processo è gestito da un organo politico e da un organismo tecnico in cui i ruoli e le modalità di articolazioni devono essere precisati.

II. Garantire l'uguaglianza di accesso allo sviluppo a tutte le persone nelle dimensioni culturali, sociali ed economiche, in particolar modo ai gruppi sociali sfavoriti (soprattutto giovani e donne).

Una considerazione particolare sarà data ai **gruppi in difficoltà e alle nuove solidarietà**, dalla fase di analisi del territorio lungo tutto il processo di qualità territoriale, in nome **dell'uguaglianza di accesso allo sviluppo**.

Ciò si traduce particolarmente in:

- azioni specifiche sul territorio rivolte ai gruppi svantaggiati (formazione di attori e partner, accompagnamento degli imprenditori in difficoltà, etc.),
- azioni di educazione rivolte alla popolazione, alla cittadinanza e di promozione sociale,
- una rappresentanza delle associazioni del sociale nei diversi organismi e una formalizzazione delle relazioni di quelle con gli organismi di rappresentanza economici e politici,
- l'assunzione degli aspetti sociali nei disciplinari di settore dei prodotti e dei servizi.

III. Favorire le sinergie tra le diverse organizzazioni socioprofessionali per una migliore valorizzazione dei prodotti, dei servizi e del patrimonio dei territori.

L'obbligo di cooperazione intersettoriale e in rete è formalizzato nei diversi documenti alla base del processo di qualità territoriale e negli impegni degli attori.

Al fine di creare sinergie tra i differenti attori, ciascun territorio riordina o crea le condizioni per la realizzazione di azioni di cooperazione, in particolar modo:

- incontri tra i diversi partner nell'ambito degli organismi di concertazione,
- lavoro comune dei tecnici delle differenti strutture,
- lavoro di rete tra le diverse filiere,
- formazione dei tecnici e degli imprenditori comune a diversi settori,
- azioni di promozione e di commercializzazione congiunta per i diversi settori.

IV. Creare solidarietà tra gli attori, ed in particolar modo tra i produttori di una o più filiere, o di diversi settori, tra i produttori e i consumatori in ciascun territorio e nei diversi territori.

Le azioni mirano a:

- lo sviluppo reciproco e solidale di tutti i gruppi sociali presenti sul territorio,
- la realizzazione di reti solidali di imprenditori,
- il confronto tra produttori e consumatori.

Ciò si traduce in:

- progetti concreti plurisettoriali,

- azioni di comunicazione e di scambio tra produttori e consumatori,
- la creazione di associazioni di produttori e nuovi sistemi di azione collettiva tra produttori e consumatori (circuiti corti, etc.).

V. Favorire l'emergere e rendere stabile nel tempo il processo di qualità trasversale per l'insieme dei prodotti e dei servizi di ciascun territorio.

Il carattere trasversale del processo riguarda lo sviluppo locale. Si fonda sulle interazioni tra le diverse filiere del territorio con il fine della complementarità economica, oltre che della coerenza e dell'equilibrio del territorio in termini economici, sociali, culturali ed ambientali.

Ciascun territorio:

- predispone azioni di mobilitazione dell'insieme degli attori per evidenziare il **valore aggiunto creato dal processo trasversale** (fiere, altre manifestazioni, ecc.),
- costituisce gruppi di lavoro trasversali al fine di definire gli obiettivi da raggiungere in materia di qualità della vita (ambiente, trasporti, energia, salute, accesso alla cultura, ecc.),
- organizza momenti formativi interdisciplinari rivolti ai tecnici ed agli imprenditori.

VI. Garantire l'autenticità dei saperi e delle tradizioni; costruire un'identità fondata su valori comuni e condivisi dagli attori del territorio; inserire la dimensione multiculturale ed europea negli scambi tra le persone; valorizzare il ruolo delle associazioni

I territori identificano e valorizzano **le tradizioni e i saperi** in quanto valore immateriale, risorsa per lo sviluppo locale e fonte di innovazione.

Le associazioni culturali sono state associate al processo di sviluppo locale e di qualità territoriale per evitare che l'identità territoriale non divenga che un mero obiettivo commerciale.

Tutto ciò rende concreta l'apertura multiculturale ricercata che si traduce in:

- accompagnamento degli imprenditori perché condividano valori comuni, costruiscano e trasmettano un'immagine comune attraverso i loro comportamenti in collaborazione con le associazioni, gli abitanti ed i consumatori,
- descrizione degli elementi di autenticità e d'identità nei disciplinari settoriali di produzione e dei servizi,
- organizzazione di scambi tra territori a livello europeo.

VII. Rispondere alle nuove aspettative dei consumatori e degli utenti a partire da quella nuova identità collettiva che deve prendere corpo attraverso l'immagine portata dal territorio.

Ciascun territorio si impegna a ricercare **l'equilibrio** tra le opzioni di **produzione** e le scelte di **consumo** così come la coerenza tra l'immagine del territorio e le nuove domande dei consumatori di ordine etico.

Ciò si traduce in azioni che permettano:

- di coltivare e valorizzare le differenze favorendo gli scambi tra città e rurale,
- di promuovere l'agricoltura biologica ed in conversione al biologico, il turismo sostenibile, di cercare e sviluppare nuovi metodi di produzione e di condizionamento, di creare nuovi servizi, posti di lavoro, attività,
- di sperimentare nuove forme di lavoro e di organizzazione sociale e solidale, di mettere a punto nuovi circuiti di vendita, nuovi supporti promozionali e di vendita fondati sui nuovi strumenti di comunicazione.

VIII. Garantire che le imprese che si fregiano del marchio siano socialmente responsabili e che i loro prodotti o servizi vadano oltre gli standard minimi previsti dalla regolamentazione in vigore.

Ciascun territorio stabilirà per mezzo di disciplinari settoriali i parametri di qualità che garantiscono che le imprese siano economicamente solide, rispettose dell'ambiente e impegnate dal punto di vista sociale. Per la qualità economica, bisognerà tener conto dell'importanza di una buona gestione aziendale, dell'utilizzo delle risorse locali, di un marketing responsabile, dell'innovazione e della tradizione così come del coinvolgimento dell'impresa nello sviluppo locale.

Per la qualità ambientale, si prenderà in considerazione i processi che mirano ad un utilizzo responsabile dell'acqua, dell'energia e delle materie prime, della gestione responsabile degli smaltimenti, dell'impatto ambientale, dell'approvvigionamento responsabile e dell'integrazione con l'ambiente.

Per la qualità sociale, si prenderà in considerazione le pari opportunità di accesso in seno all'impresa, l'intercooperazione, la partecipazione dei dipendenti, la formazione e la concorrenza leale.

Inoltre, i disciplinari di settore stabiliranno i criteri minimi da rispettare tenendo conto della tradizione, dell'innovazione e delle attuali attese dei consumatori.

Articolo 3

Ciacun marchio di Qualità Territoriale dovrà disporre di un organismo di gestione e di controllo avente apposito regolamento. Quest'utimo avrà il compito di concedere o negare l'utilizzo del marchio nel rispetto del regolamento generale e dei disciplinari di settore o riguardanti associazioni/Enti in funzione della propria cultura, storia e della propria organizzazione.

Articolo 4

Ciascun marchio di Qualità Territoriale dovrà disporre di un disciplinare grafico che regoli la coesistenza tra il marchio di Qualità Territoriale Europeo, il marchio di Qualità Territoriale e il marchio dell'ente o dell'impresa, partendo dal disciplinare grafico del marchio di Qualità Territoriale Europeo.

Articolo 5

Un Comitato di gestione e di controllo attribuirà il marchio di Qualità Territoriale Europeo che completerà il marchio Territoriale di Riconoscimento.

Sarà redatto un regolamento. Questo prevederà le funzioni, la composizione, il funzionamento, i meccanismi di valutazione e la concessione di utilizzo del marchio.

FUNDACIÓ GARROTXA LIDER	ASOCIACION PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA DE EL CONDADO	ASOCIACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PONIENTE GRANADINO
<i>Joan ESPONA AGUSTÍN</i>	<i>Serafín MERINO PÉREZ</i> <i>Presidente</i>	<i>Andrés RUIZ MARTÍN</i>
CENTRO DE DESARROLLO RURAL VALLE DEL ESE-ENTRECABOS	ASOCIACIÓN PARA O DESENVOLVEMENTO RURAL DOS VALES DO ULLA E UMIA	CENTRO DE DESARROLLO RURAL MERINDADES
<i>JESUS LAUDEIRA ALVAREZ-CARCOS</i>	<i>José Amador EIRAS PAZ</i>	<i>Juan Esteban RUIZ CUENCA</i>
ASOCIACION PARA EL DESARROLLO DE LA COMARCA DE TALAVERA, SIERRA DE SAN VICENTE Y LA JARA – IPETA	ASOCIACION COMARCAL DON QUIJOTE DE LA MANCHA	ASOCIACION GRUPO DE ACCION LOCAL DULCINEA
<i>Tirso LUMBRERAS VÁZQUEZ</i>	<i>Manuel SORIANO HUERTA</i>	<i>Javier UBEDA NIETO</i>
ASOCIACION LIDER SERRANIA DEL TURIA-VALENCIA	ASOCIACIÓN POEDA	GAL VALLE UMBRA E SIBILLINI
<i>Francisco Javier OLTRA MARTÍNEZ</i>	<i>Miguel Angel DEL EGIDO LLANES</i>	<i>Enrico TESTA</i>

<p>GAL TRADIZIONE DELLE TERRE OCCITANE</p> <p>Dante RIGONI</p>	<p>GAL PAYS CATHARE - ASSOCIATION AUDOISE DE DEVELOPPEMENT LOCAL</p> <p><i>Francis BELS</i></p>	<p>DEVELOPMENT ASSOCIATION OF HALKIDIDKI S.A.</p> <p>Καραγιάννη Γεωργία</p>
<p>DEVELOPMENT ASSOCIATION OF THESSALONIKI S.A.</p> <p>Σιαμίδου Ανατολή</p>	<p>DEVELOPMENT ASSOCIATION OF PELLA S.A.</p> <p>Μίντσης Γεώργιος</p>	<p>DEVELOPMENT ASSOCIATION OF KILKIS S.A.</p> <p>Πασσαλίδης Παύλος</p>
	<p>DEVELOPMENT ASSOCIATION OF LEMNOS S.A.</p> <p>Παραμύθας Θωμάς</p>	