



V A D E M E C U M



PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE FESR 2007-2013

LINEA DI INTERVENTO 3 . 3 . 1 . 3 "Marchi d'Area e Club di Prodotto"

OPERAZIONI "ITINERARI INTORNO LA VALLE" - "STRADE DEL VINO TERRE SICANE" - "VALLE DEL PLATANI E MONTI SICANI"



PROVINCIA REGIONALE DI AGRIGENTO

AREA 4: Turismo, Attività Economiche e Produttive, Politiche Attive del Lavoro e dell'Istruzione:
Settore Promozione Turistica ed Attività Economiche e Produttive

VADEMECUM

Servizi di sensibilizzazione, animazione, creazione, elaborazione e gestione disciplinari di certificazione ambientale e di qualità relativamente al marchio d'area "Agrigento: terra di storia, natura ed enogastronomia"

FASE	VADEMECUM
PRIMA EMISSIONE 16/01/2015 ULTIMA REVISIONE 8/6/2015	Responsabile di progetto: Dott. Achille Contino





Indice

1. COS'È IL MARCHIO	7
2. FINALITÀ SPECIFICHE DEL MARCHIO	7
3. CHI PUÒ RICHIEDERE IL MARCHIO	8
4. CRITERI, AREE TERRITORIALI E FASCE DI CLASSIFICAZIONE	9
5. INOLTRO DELLA DOMANDA E ISTRUTTORIA	10
6. SUPPORTO TECNICO ALL'OTTENIMENTO DEL MARCHIO	12
7. CRITERI GENERALI E DI DETTAGLIO PER LA CATEGORIA A	12
8. CRITERI GENERALI E DI DETTAGLIO PER LA CATEGORIA B	19
9. CRITERI GENERALI E DI DETTAGLIO PER LA CATEGORIA C	23
10. CRITERI GENERALI E DI DETTAGLIO PER LA CATEGORIA D	29



1. COS'È IL MARCHIO

Il Marchio d'Area "Agrigento: Terra di Storia, Natura ed Enogastronomia" è un marchio collettivo istituito e promosso dall'Ufficio Turismo della Provincia di Agrigento, allo scopo di qualificare e valorizzare l'offerta turistica locale e di rafforzare lo sviluppo locale dell'area, promuovendo al contempo principi di sostenibilità ed innovazione ambientale. Il Marchio viene concesso ai soggetti interessati che siano espressione qualificata di storia, natura ed enogastronomia del territorio della Provincia di Agrigento e che rispondano ai criteri ammissibilità e di qualità previsti dal Disciplinare del Marchio.

2. FINALITÀ SPECIFICHE DEL MARCHIO

Il Marchio d'Area "Agrigento: Terra di Storia, Natura ed Enogastronomia" è istituito al fine di:

- a) Identificare e consolidare le eccellenze del sistema territoriale provinciale
- b) Aumentare le opportunità di valorizzazione dell'offerta turistica della Provincia di Agrigento da parte di tour operator/agenti di viaggio locali
- c) Migliorare la qualità e l'organizzazione dell'offerta turistica e dei servizi connessi
- d) Promuovere e tutelare i prodotti e le tradizioni locali
- e) Promuovere nuove forme di incontro, scambio e collaborazione tra gli operatori economici del territorio
- f) Aumentare la sensibilità e la consapevolezza degli operatori locali rispetto alle opportunità offerte da un'azione di marketing territoriale rispetto ad azioni di marketing individuali
- g) Promuovere la qualità ambientale dell'offerta turistica locale
- h) Destagionalizzare i flussi stagionali



3. CHI PUÒ RICHIEDERE IL MARCHIO

I soggetti che possono richiedere la concessione del Marchio sono suddivisi in quattro categorie in base alla tipologia di attività: Categoria A, Categoria B, Categoria C, Categoria D.

1. Per la **categoria A** i soggetti sono:
 - a) Enti locali: per servizi turistici (inclusi info-point), per strutture culturali (es. musei, teatri), per manifestazioni annuali (es. sagre, rassegne)
 - b) Aree marine protette ed Enti Parco
 - c) Enti di gestione delle aree archeologiche
 - d) Enti di gestione di aree di interesse storico industriale (archeologia industriale)
 - e) Enti e operatori culturali: per l'organizzazione di servizi al turista e per manifestazioni annuali
 - f) Enti gestori di musei o punti informativi
2. Per la **categoria B** i soggetti sono:
 - a) Aziende di promozione turistica
 - b) Proloco
 - c) Consorzi Turistici
 - d) Guide turistiche
 - e) Enti/associazioni per l'educazione ambientale e per la valorizzazione del territorio: per i servizi offerti quali servizi escursionistici e organizzazione di itinerari tematici (es. itinerari nel distretto minerario)
3. Per la **categoria C** i soggetti sono:
 - a) Operatori del settore agroalimentare (trasformazione prodotti): per le produzioni tipiche e tradizionali
 - b) Aziende e cooperative agricole comprese quelle di completamento delle filiere locali
 - c) Ristoratori

- d) Esercizi commerciali: vendita prodotti agroalimentari; vendita prodotti artigianali
 - e) Aziende e cooperative artigiane
4. Per la **categoria D** i soggetti sono:
 - a) Strutture ricettive
 - b) Operatori turistici specializzati: gestione servizi balneari, servizi di trasporto, ecc.
 - c) Strutture termali e centri benessere

4. CRITERI, AREE TERRITORIALI E FASCE DI CLASSIFICAZIONE

I criteri di riferimento per ottenere la concessione dell'uso del Marchio sono descritti nel Disciplinare e sono suddivisi in:

- a) **Criteri generali**, che rappresentano i criteri minimi per l'ottenimento del Marchio collettivo, sono specifici per la categoria di appartenenza ma devono essere rispettati da tutti i soggetti, indipendentemente dalla loro localizzazione all'interno del territorio provinciale.
- b) **Criteri di dettaglio** per le sub-aree territoriali "Valle dei Templi" e "Aree del Turismo relazionale", diversificati a seconda della localizzazione nel territorio provinciale, e a seconda che il soggetto voglia accedere alla categoria "good" o alla categoria "excellent".

La sub-area territoriale "**Aree del turismo relazionale**" comprende i Comuni di: Alessandria della Rocca, Bivona, Burgio, Calamonaci, Caltabellotta, Camastra, Cammarata, Campobello di Licata, Canicatti, Casteltermini, Castrolibero, Cianciana, Grotte, Lucca Sicula, Menfi, Montevago, Naro, Racalmuto, Ravanusa, Sambuca di Sicilia, San Biagio Platani, San Giovanni Gemini, Santa Margherita Belice, Sant'Angelo Muxaro, Santo Stefano Quisquina, Sciacca, Villafranca Sicula.

La sub-area territoriale "**Valle dei Templi**" comprende i Comuni di: Agrigento, Aragona, Comitini, Favara, Joppolo Giancaxio, Lampedusa e Linosa, Porto Empedocle, Raffadali, Realmonte, Santa Elisabetta, Siculiana, Ribera, Cattolica Eraclea, Montallegro, Palma di Montechiaro, Licata.



La fascia di classificazione **“good”** certifica l’impegno alla promozione e all’adozione di pratiche di sostenibilità ambientale da parte dei soggetti richiedenti.

La fascia di classificazione **“excellent”** certifica l’adozione di pratiche consolidate di sostenibilità ambientale in diversi ambiti attestato anche dalla presenza di certificazioni di settore riconosciute a livello nazionale e comunitario.

Le tabelle riportate ai paragrafi 7, 8, 9 e 10 del presente vademecum contengono il sommario dei criteri generali e di dettaglio previsti dal Disciplinare, suddivisi per categoria di soggetti destinatari.

5. INOLTRO DELLA DOMANDA E ISTRUTTORIA

La richiesta per la concessione d’uso del Marchio deve essere inviata dal responsabile legale dell’organizzazione richiedente all’Ufficio Turismo della Provincia di Agrigento. La concessione d’uso del Marchio deve essere richiesta previa compilazione della Domanda, come da modello nell’Allegato III del Disciplinare.

Per richiedere il Marchio, è necessario allegare alla Domanda una adeguata documentazione che attesti:

- a. La conformità ai criteri generali, elencati per ciascuna categoria di soggetti richiedenti nel “disciplinare generale del marchio d’area”.
- b. La conformità ai criteri di dettaglio per ciascuna sub area territoriale e per ciascuna fascia di classificazione, elencati per ciascuna categoria di soggetti qualora il soggetto richiedente sia interessato a fare richiesta di classificazione nella fascia good o excellent.

La documentazione da presentare a prova di conformità dei criteri generali è elencata all’articolo 10 del Disciplinare, quella da presentare a prova di conformità dei criteri di dettaglio è indicata per ciascun criterio nell’allegato di riferimento (Allegato I per le Aree del Turismo Relazionale, Allegato II per la Valle dei Templi).

L’Allegato III del Disciplinare (Domanda per la Concessione del Marchio) contiene anche i facsimile delle dichiarazioni da presentare.

L’Ufficio Turismo è affiancato nella fase di istruttoria da una equipe tecnica che fornisce anche supporto tecnico ai richiedenti in fase di predisposizione della domanda e di adeguamento ai criteri. In particolare,

ITER PROCEDURALE

L’Ufficio Turismo è affiancato nella fase di istruttoria da una equipe tecnica che fornisce anche supporto tecnico ai richiedenti in fase di predisposizione della domanda e di adeguamento ai criteri.

La concessione formale all’utilizzo del Marchio avverrà previa analisi, da parte dell’equipe tecnica, della domanda di concessione e dei relativi allegati, e previa una valutazione interna della reale attinenza dell’organizzazione richiedente con le finalità del Marchio stesso.

Dopo aver ricevuto la domanda di assegnazione del Marchio, l’equipe tecnica esamina il fascicolo insieme alla documentazione predisposta dal richiedente. L’equipe tecnica ha la possibilità di chiedere ulteriori informazioni se necessario, inviando al soggetto richiedente la lista dei documenti mancanti.

In caso di esito favorevole dell’istruttoria, il rilascio della concessione d’uso, è formalizzato con determinazione da parte dell’Ufficio Turismo della Provincia.

Una volta terminata la fase di istruttoria l’equipe tecnica provvederà a richiedere all’Ufficio Turismo l’autorizzazione della concessione del Marchio d’Area. Il Responsabile legale dell’organizzazione (richiedente) ed il Rappresentante dell’ufficio turismo della Provincia sottoscrivono il contratto per le condizioni di uso del marchio. La validità di concessione del marchio è di un anno e può essere rinnovata.

6. SUPPORTO TECNICO ALL'OTTENIMENTO DEL MARCHIO

L'equipe tecnica può essere contattata direttamente dai soggetti interessati per:

- Ricevere maggiori informazioni sul Marchio
- Essere accompagnati in un percorso di autovalutazione della conformità ai requisiti del Marchio
- Procedere alla redazione di un Progetto di Azione per l'ottenimento del Marchio (art. 11 del Disciplinare) che serva loro da guida e supporto per il percorso di certificazione e l'eventuale adeguamento ai criteri minimi e/o ai criteri per l'accesso alle fasce di classificazione good or excellent

Il contatto può avvenire attraverso la compilazione dell'apposito form sul sito <http://www.discoveryagrigento.it/help-desk/> oppure inviando una mail all'indirizzo info@discoveryagrigento.it

Nella sezione "approfondimenti tematici" del sito <http://www.discoveryagrigento.it/> sono inoltre disponibili materiali di approfondimento su alcuni aspetti tecnici rilevanti per il Marchio (es. certificazioni ambientali, eventi sostenibili).

7. CRITERI GENERALI E DI DETTAGLIO PER LA CATEGORIA A

Le tabelle di seguito riportate, divise per categorie di soggetti, riassumono i criteri che devono rispettare i soggetti appartenenti alla categoria A per la concessione del Marchio, divisi in generali (i criteri minimi validi per tutti i soggetti richiedenti) e in quelli di dettaglio da rispettare a seconda della sub area territoriale di appartenenza e della fascia "good" o "excellent" richiesta.

CRITERI	GENERALI	DETTAGLIO "AREE DEL TURISMO RELAZIONALE"		DETTAGLIO "VALLE DEI TEMPLI"	
		FASCIA "GOOD"	FASCIA "EXCELLENT"	FASCIA "GOOD"	FASCIA "EXCELLENT"
n.1 localizzazione geografica	sede legale e operativa nel territorio provinciale di Agrigento	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area "AREE DEL TURISMO RELAZIONALE"	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area "AREE DEL TURISMO RELAZIONALE"	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area "VALLE DEI TEMPLI"	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area "VALLE DEI TEMPLI"
n.2 adozione di misure di gestione ambientale	<p>gestire con responsabilità i seguenti aspetti ambientali:</p> <p>- gestione dei rifiuti</p> <p>- Sensibilizzazione degli utenti al consumo sostenibile</p>	<p>- Rifiuti, emissioni, risorse naturali:</p> <p>gestione responsabile degli aspetti ambientali rilevanti per la propria attività:</p> <p>a) Produzione dei rifiuti</p> <p>b) Utilizzo delle acque primarie</p> <p>c) Emissioni in aria</p> <p>d) Emissioni in atmosfera</p> <p>e) Uso delle risorse naturali.</p> <p>- Consumi energetici:</p> <p>adozione di pratiche per ridurre i consumi energetici (Isolamento termico, Pannelli solari, Caldaie ad alto rendimento, Spegnimento automatico impianto di riscaldamento, Uso lampadine a basso consumo etc.)</p>	<p>- Sistemi di gestione ambientale:</p> <p>adozione di gestione ambientale ISO14001 o EMAS.</p> <p>(Esentati gli operatori/aziende/cooperative agricole certificati per la produzione da agricoltura biologica e le strutture ricettive in possesso della certificazione Ecolabel).</p> <p>- Sensibilizzazione ambientale degli utenti</p> <p>impegno in attività di sensibilizzazione ambientale degli utenti, tra cui:</p> <p>- Preparazione di brochure informativa su flora/fauna locale e comportamenti da adottare per il loro rispetto;</p> <p>- formazione del personale sui temi della qualità dell'ambiente</p> <p>- attività didattiche legate alla valorizzazione della flora/fauna locale.</p>	<p>- Rifiuti, emissioni, risorse naturali:</p> <p>gestione responsabile degli aspetti ambientali rilevanti per la propria attività:</p> <p>a) Produzione dei rifiuti</p> <p>b) Utilizzo delle acque primarie</p> <p>c) Emissioni in aria</p> <p>d) Emissioni in atmosfera</p> <p>e) Uso delle risorse naturali.</p> <p>- Consumi energetici :</p> <p>adozione di pratiche per ridurre i consumi energetici (Isolamento termico, Pannelli solari, Caldaie ad alto rendimento, Spegnimento automatico impianto di riscaldamento, Uso lampadine a basso consumo etc.)</p>	<p>- Sistemi di gestione ambientale:</p> <p>adozione di sistemi di gestione ambientale ISO14001 o EMAS.</p> <p>(Esentati gli operatori/aziende/cooperative agricole certificati per la produzione da agricoltura biologica e le strutture ricettive in possesso della certificazione Ecolabel).</p>

n.3 acquisti verdi	pratiche di acquisto verde in almeno due delle categorie merceologiche incluse tra quelle previste dal Piano d'Azione Nazionale per il Green Public Procurement.	Politiche di acquisto verde politica formalizzata di acquisti verdi (atto deliberativo per soggetti pubblici o atto di impegno o regolamento per soggetti privati) e acquisto di beni e servizi ad impatto ambientale ridotto in almeno 4 categorie merceologiche	Politiche di acquisto verde politica formalizzata di acquisti verdi (atto deliberativo per soggetti pubblici o atto di impegno o regolamento per soggetti privati) e acquisto di beni e servizi ad impatto ambientale ridotto in almeno 4 categorie merceologiche
n.4 adozione di strumenti di comunicazione a ridotto impatto ambientale	Impegno alla riduzione dell'impatto ambientale dei propri strumenti di comunicazione. - Privilegiare mezzi di comunicazione informatici (social network, mailing list informatiche, sito web) - Limitare l'uso di materiale informativo in forma cartacea, - utilizzo carta riciclata, certificata o proveniente da foreste sostenibili (FSC, PEFC, SFI o equivalenti)		Gestione sostenibile degli eventi gestire in modo sostenibile gli eventi in programma, considerando gli aspetti sociali ed ambientali tramite azioni tipo: - Gestione sostenibile dei rifiuti - Riduzione dei consumi di acqua ed energia - Produzione di materiali promozionali in formato elettronico
			Gestione sostenibile degli eventi gestire in modo sostenibile gli eventi in programma, considerando gli aspetti sociali ed ambientali tramite azioni tipo: - Gestione sostenibile dei rifiuti - Riduzione dei consumi di acqua ed energia - Produzione di materiali promozionali in formato elettronico

	organizzazione e/o partecipazione ad eventi di sponsorizzazione/ pubblicizzazione dei prodotti agricoli, agroalimentari e dell'artigianato locali, attraverso strumenti come: - Brochure informativa e locandine - Sito internet e social network - Video promozionali	promuovere prodotti tipici e tradizionali del territorio. Enti locali: scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali relativa a provenienza e tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, etc.); caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici e indicazioni su possibilità di acquisto. Adottare una carta dei servizi del Marchio.	attuare delle azioni specifiche per la diffusione e valorizzazione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio.	promuovere prodotti tipici e tradizionali del territorio. Enti locali: scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali relativa a provenienza e tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, etc.); caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici e indicazioni su possibilità di acquisto. Adottare una carta dei servizi del Marchio.
n.5 informazione e promozione di prodotti tipici e tradizionali	Enti e operatori culturali: organizzazione di manifestazioni e fiere per la promozione dei prodotti locali Enti locali per servizi turistici ed Enti gestori di punti operativi: promozione di manifestazioni ed eventi su sito internet e attraverso brochure informativa			



n.6 azioni di informazione e promozione del territorio e del marchio			Pratiche innovative di comunicazione all'utente: servizi di promozione del territorio e del Marchio tramite, ad esempio: - newsletter attraverso e-mail/sms alert - strumenti multimediali e attività interattive - Creazione di app - Per le Aree marine protette ed Enti Parco/Enti gestori di musei: utilizzo di strumenti interattivi, filmati e documentari per la promozione del patrimonio locale.	Pratiche innovative di comunicazione all'utente: servizi di promozione del territorio e del Marchio tramite, ad esempio: - newsletter attraverso e-mail/sms alert - strumenti multimediali e attività interattive - Creazione di app - Per le Aree marine protette ed Enti Parco/Enti gestori di musei: utilizzo di strumenti interattivi, filmati e documentari per la promozione del patrimonio locale.
n.7 messa in rete di informazioni e servizi	"fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) per fornire informazioni aggiornate e complete e per offrire servizi di accoglienza integrati, tramite ad esempio: - bacheche o altri spazi appositi di raccolta delle schede, le brochure e i depliant informativi - Disponibilità per i visitatori di materiale informativo relativo al Marchio; - Comunicazione all'ufficio promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica eventi, sagre, feste, iniziative promozionali, offerte.	"fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) per fornire informazioni aggiornate e complete e per offrire servizi di accoglienza integrati, tramite ad esempio: - bacheche o altri spazi appositi di raccolta delle schede, le brochure e i depliant informativi - Disponibilità per i visitatori di materiale informativo relativo al Marchio; - comunicazione all'ufficio promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica eventi, sagre, feste, iniziative promozionali, offerte.	"fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) per fornire informazioni aggiornate e complete e per offrire servizi di accoglienza integrati, tramite ad esempio: - bacheche o altri spazi appositi di raccolta delle schede, le brochure e i depliant informativi - Disponibilità per i visitatori di materiale informativo relativo al Marchio; comunicazione all'ufficio promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica eventi, sagre, feste, iniziative promozionali, offerte.	"fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) per fornire informazioni aggiornate e complete e per offrire servizi di accoglienza integrati, tramite ad esempio: - bacheche o altri spazi appositi di raccolta delle schede, le brochure e i depliant informativi - Disponibilità per i visitatori di materiale informativo relativo al Marchio; comunicazione all'ufficio promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica eventi, sagre, feste, iniziative promozionali, offerte.

n.8 rispetto della normativa				
n.9 trasporti	essere impegnato a ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti migliorando la logistica e adottando mezzi a minore impatto ambientale Le Aziende di promozione turistica, consorzi turistici (soggetti pubblici - Categoria B) dovranno pubblicare gli orari dei trasporti pubblici presso gli infopoint per incentivarne l'uso da parte dei turisti	Soluzioni e mezzi di trasporto: ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti		Soluzioni e mezzi di trasporto: ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti
n.10 comunicazione, impegni alla sostenibilità e trasparenza	essere esplicitamente impegnato per la sostenibilità attraverso la sottoscrizione di una dichiarazione di intenti approvata dal Comitato di Coordinamento	Codice di qualità dei servizi: adozione del Codice di qualità dei servizi del Marchio (Allegato V del disciplinare)	Inclusione di aspetti sociali nelle proprie attività aspetti sociali quali: - Inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati - Strutture predisposte all'utilizzo da parte di utenti con handicap - articoli da commercio equo e solidale - prodotti provenienti da cooperative sociali o da terreni confiscati alla mafia	Carta di qualità dei servizi adozione di una Carta di qualità dei servizi che preveda standard minimi di qualità da raggiungere in relazione agli scopi del Marchio. Inclusione di aspetti sociali nelle attività includere nelle proprie attività aspetti sociali quali: - Inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati - Strutture predisposte all'utilizzo da parte di utenti con handicap - articoli da commercio equo e solidale - prodotti provenienti da cooperative sociali o da terreni confiscati alla mafia

8. CRITERI GENERALI E DI DETTAGLIO PER LA CATEGORIA B

Le tabelle di seguito riportate, divise per categorie di soggetti, riassumono i criteri che devono rispettare i soggetti appartenenti alla categoria B per la concessione del Marchio, divisi in generali (i criteri minimi validi per tutti i soggetti richiedenti) e in quelli di dettaglio da rispettare a seconda della sub area territoriale di appartenenza e della fascia “good” o “excellent” richiesta.

CRITERI	GENERALI	DI DETTAGLIO “AREE DEL TURISMO RELAZIONALE”		DI DETTAGLIO “VALLE DEI TEMPLI”	
		FASCIA “GOOD”	FASCIA “EXCELLENT”	FASCIA “GOOD”	FASCIA “EXCELLENT”
n.1 localizzazione geografica	sede legale e operativa nel territorio provinciale di Agrigento	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area “AREE DEL TURISMO RELAZIONALE”	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area “AREE DEL TURISMO RELAZIONALE”	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area “VALLE DEI TEMPLI”	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area “VALLE DEI TEMPLI”
n.2 adozione di misure di gestione ambientale		<p>- Consumi energetici: adozione di pratiche per la riduzione dei consumi energetici (Isolamento termico, Pannelli solari, Caldaie ad alto rendimento, Spegnimento automatico impianto di riscaldamento, Uso lampadine a basso consumo etc.)</p>	<p>- Sistemi di gestione ambientale: adozione di sistemi di gestione ambientale ISO14001 o EMAS. (Esentati gli operatori/ aziende/cooperative agricole certificati per la produzione da agricoltura biologica e le strutture ricettive in possesso della certificazione Ecolabel).</p> <p>- Sensibilizzazione ambientale degli utenti: impegno in attività di sensibilizzazione ambientale degli utenti, tra cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preparazione di brochure informativa su flora/fauna locale e comportamenti da adottare per il loro rispetto; - formazione del personale sui temi della qualità dell'ambiente - attività didattiche legate alla valorizzazione della flora/fauna locale. 	<p>- Consumi energetici: adozione di pratiche per la riduzione dei consumi energetici (Isolamento termico, Pannelli solari, Caldaie ad alto rendimento, Spegnimento automatico impianto di riscaldamento, Uso lampadine a basso consumo etc.)</p>	<p>- Sistemi di gestione ambientale: adozione di sistemi di gestione ambientale ISO14001 o EMAS. (Esentati gli operatori/ aziende/cooperative agricole certificati per la produzione da agricoltura biologica e le strutture ricettive in possesso della certificazione Ecolabel).</p> <p>- Sensibilizzazione ambientale degli utenti: impegno in attività di sensibilizzazione ambientale degli utenti, tra cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preparazione di brochure informativa su flora/fauna locale e comportamenti da adottare per il loro rispetto; - formazione del personale sui temi della qualità dell'ambiente - attività didattiche legate alla valorizzazione della flora/fauna locale.

n.3 acquisti verdi		<p>- Politiche di acquisto verde politica formalizzata di acquisti verdi (atto deliberativo per soggetti pubblici o atto di impegno o regolamento per soggetti privati) e acquisto di beni e servizi ad impatto ambientale ridotto in almeno 4 categorie merceologiche</p> <p>esentati dal rispetto del criterio di dettaglio sugli acquisti verdi, enti/ associazioni/operatori individuali della Categoria B che non svolgono le proprie attività presso una sede fissa ed indipendente</p>	<p>- Politiche di acquisto verde politica formalizzata di acquisti verdi (atto deliberativo per soggetti pubblici o atto di impegno o regolamento per soggetti privati) e acquisto di beni e servizi ad impatto ambientale ridotto in almeno 4 categorie merceologiche</p> <p>esentati dal rispetto del criterio di dettaglio sugli acquisti verdi, enti/associazioni/operatori individuali della Categoria B che non svolgono le proprie attività presso una sede fissa ed indipendente</p>	<p>- Politiche di acquisto verde: politica formalizzata di acquisti verdi (atto deliberativo per soggetti pubblici o atto di impegno o regolamento per soggetti privati) e acquisto di beni e servizi ad impatto ambientale ridotto in almeno 4 categorie merceologiche</p> <p>esentati dal rispetto del criterio di dettaglio sugli acquisti verdi, enti/associazioni/operatori individuali della Categoria B che non svolgono le proprie attività presso una sede fissa ed indipendente</p>	<p>- Politiche di acquisto verde: politica formalizzata di acquisti verdi (atto deliberativo per soggetti pubblici o atto di impegno o regolamento per soggetti privati) e acquisto di beni e servizi ad impatto ambientale ridotto in almeno 4 categorie merceologiche</p> <p>esentati dal rispetto del criterio di dettaglio sugli acquisti verdi, enti/associazioni/operatori individuali della Categoria B che non svolgono le proprie attività presso una sede fissa ed indipendente</p>
--------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>n.4 adozione di strumenti di comunicazione a ridotto impatto ambientale</p>	<p>riduzione dell'impatto ambientale dei propri strumenti di comunicazione, attraverso</p> <ul style="list-style-type: none"> -mezzi di comunicazione informatici (social network, mailing list informatiche, sito web) - limitato uso di materiale informativo in forma cartacea, - utilizzo carta riciclata certificata o proveniente da filiera certificata con riferimento a programmi indipendenti (FSC, PEFC, SFI o equivalenti) o con etichetta ecologica di tipo I 				
<p>n.5 informazione e promozione di prodotti tipici e tradizionali</p>	<p>essere impegnato nell'organizzazione e/o partecipazione ad eventi di sponsorizzazione/ pubblicizzazione dei prodotti agricoli, agroalimentari e dell'artigianato locali, attraverso strumenti quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brochure informativa e locandine - Sito internet e social network - Video promozionali 	<p>promuovere prodotti tipici e tradizionali del territorio attraverso azioni come</p> <p>predisposizione di schede informative per i prodotti tipici e tradizionali relative a provenienza e tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, etc.); caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici e indicazioni su possibilità di acquisto; adozione di una carta dei servizi del Marchio.</p>		<p>promuovere prodotti tipici e tradizionali del territorio attraverso azioni come</p> <p>predisposizione di schede informative per i prodotti tipici e tradizionali relative a provenienza e tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, etc.); caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici e indicazioni su possibilità di acquisto; adozione di una carta dei servizi del Marchio.</p>	

<p>n.6 azioni di informazione e promozione del territorio e del marchio</p>	<p>essere impegnato in azioni di informazione e promozione del territorio e del marchio tramite attività integrative a quelle descritte all'articolo 8 comma 5 "informazione e promozione di prodotti tipici e tradizionali"</p>	<p>rispettare i requisiti previsti dai criteri generali riguardo le azioni di informazione e promozione del territorio e del marchio.</p>	<p>Pratiche innovative di comunicazione all'utente: promozione del territorio e del Marchio tramite, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - newsletter attraverso e-mail/sms alert - strumenti multimediali e attività interattive - Creazione di app - Per le Aziende di promozione turistica/Proloco/ Consorzi turistici : servizio di newsletter/sms alert con sconti ed offerte dedicate sui prodotti/ servizi contraddistinti dal Marchio. 	<p>rispettare i requisiti previsti dai criteri generali riguardo le azioni di informazione e promozione del territorio e del marchio.</p>	<p>Pratiche innovative di comunicazione all'utente: promozione del territorio e del Marchio tramite, ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - newsletter attraverso e-mail/sms alert - strumenti multimediali e attività interattive - Creazione di app - Per le Aziende di promozione turistica/ Proloco/Consorzi turistici: servizio di newsletter/sms alert con sconti ed offerte dedicate sui prodotti/ servizi contraddistinti dal Marchio.
<p>n.7 messa in rete di informazioni e servizi</p>	<p>Il soggetto richiedente deve:</p> <ul style="list-style-type: none"> - promuovere forme di scambio e collaborazione tra gli operatori del territorio certificati dal Marchio - favorire lo scambio pubblicitario attraverso la diffusione di brochure e materiale informativo sulle altre strutture 	<p>"fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) per fornire informazioni aggiornate e offrire servizi di accoglienza integrati, tramite ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bacheche o altri spazi appositi di raccolta delle schede, le brochure e i depliant informativi - Disponibilità per i visitatori di materiale informativo relativo al Marchio; - comunicazione all'ufficio promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica eventi, sagre, feste, offerte. 	<p>"fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) per fornire informazioni aggiornate e offrire servizi di accoglienza integrati, tramite ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bacheche o altri spazi appositi di raccolta delle schede, le brochure e i depliant informativi - Disponibilità per i visitatori di materiale informativo relativo al Marchio; - comunicare all'ufficio promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica eventi, sagre, feste, offerte. 	<p>"fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) per fornire informazioni aggiornate e offrire servizi di accoglienza integrati, tramite ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bacheche o altri spazi appositi di raccolta delle schede, le brochure e i depliant informativi - Disponibilità per i visitatori di materiale informativo relativo al Marchio; - comunicare all'ufficio promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica eventi, sagre, feste, offerte. 	<p>"fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) per fornire informazioni aggiornate e offrire servizi di accoglienza integrati, tramite ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bacheche o altri spazi appositi di raccolta delle schede, le brochure e i depliant informativi - Disponibilità per i visitatori di materiale informativo relativo al Marchio; - comunicare all'ufficio promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica eventi, sagre, feste, offerte.

n.8 rispetto della normativa					
n.9 trasporti	<p>essere impegnato a ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti migliorando la logistica e adottando mezzi a minore impatto ambientale</p> <p>Le Aziende di promozione turistica, consorzi turistici (soggetti pubblici – Categoria B) dovranno pubblicare gli orari dei trasporti pubblici presso gli infopoint per incentivarne l'uso da parte dei turisti</p>	<p>Soluzioni e mezzi di trasporto: ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti</p>		<p>Soluzioni e mezzi di trasporto: ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti</p>	
n.10 comunicazione, impegni alla sostenibilità e trasparenza	<p>essere esplicitamente impegnato per la sostenibilità attraverso la sottoscrizione di una dichiarazione di intenti approvata dal Comitato di Coordinamento</p>	<p>Codice di qualità dei servizi adozione del Codice di qualità dei servizi del Marchio (Allegato V del disciplinare)</p>		<p>adozione di una Carta di qualità dei servizi che preveda standard minimi di qualità da raggiungere in relazione agli scopi del Marchio</p>	

9. CRITERI GENERALI E DI DETTAGLIO PER LA CATEGORIA C

Le tabelle di seguito riportate, divise per categorie di soggetti, riassumono i criteri che devono rispettare i soggetti appartenenti alla categoria C per la concessione del Marchio, divisi in generali (i criteri minimi validi per tutti i soggetti richiedenti) e in quelli di dettaglio da rispettare a seconda della sub area territoriale di appartenenza e della fascia "good" o "excellent" richiesta.

CRITERI	GENERALI	DI DETTAGLIO "AREE DEL TURISMO RELAZIONALE"		DI DETTAGLIO "VALLE DEI TEMPLI"	
		FASCIA "GOOD"	FASCIA "EXCELLENT"	FASCIA "GOOD"	FASCIA "EXCELLENT"
n.1 localizzazione geografica	sede legale e operativa nel territorio provinciale di Agrigento	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area " AREE DEL TURISMO RELAZIONALE "	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area " AREE DEL TURISMO RELAZIONALE "	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area " VALLE DEI TEMPLI "	sede legale e operativa sita in uno dei Comuni appartenenti alla sub area " VALLE DEI TEMPLI "

n.2 adozioni di misure di gestione ambientale	<p>gestire con responsabilità i seguenti aspetti ambientali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gestione dei rifiuti - Sensibilizzazione degli utenti al consumo sostenibile - Raccolta oli e grassi alimentari da parte degli Operatori del settore agroalimentare/Aziende e cooperative agricole/Ristoratori 	<p>- Rifiuti, emissioni, risorse naturali: gestire con responsabilità gli aspetti ambientali rilevanti per la propria attività:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Produzione dei rifiuti b) Utilizzo delle acque primarie c) Emissioni in aria d) Emissioni in atmosfera e) Uso delle risorse naturali. <p>Per gli operatori del settore agroalimentare/Aziende e cooperative agricole/Ristoratori/Esercizi commerciali: Riduzione nell'utilizzo di prodotti usa e getta</p> <p>Riuso e/o riciclo di materiali</p> <p>Riduzione degli imballaggi</p> <p>Per gli operatori del settore agroalimentare/Aziende e cooperative agricole e artigiane: utilizzo di compost per attività agricole</p> <p>Per le Aziende e cooperative agricole: irrigazione a goccia piuttosto che a pioggia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consumi energetici: pratiche per ridurre i consumi energetici, quali ad esempio: <ol style="list-style-type: none"> a) Isolamento termico b) Pannelli solari c) Caldaie ad alto rendimento d) Spegnimento automatico impianto di riscaldamento e) Impianto di riscaldamento dotato di dispositivi per regolazione automatica f) Uso attrezzature elettriche/elettroniche a basso consumo g) Uso lampadine a basso consumo. 	<p>- Sistemi di gestione ambientale: impegno a minimizzare l'impatto ambientale dei propri prodotti, processi e servizi attraverso l'adozione di sistemi di gestione ambientale ISO14001 o EMAS.</p> <p>Esentati gli operatori/aziende/cooperative agricole certificati per la produzione da agricoltura biologica e le strutture ricettive in possesso della certificazione Ecolabel.</p> <p>Certificazioni di prodotto: impegno a ridurre l'impatto ambientale dei prodotti/servizi lungo l'intero ciclo di vita attraverso l'adozione di certificazioni di prodotto (es. Ecolabel). Per gli Operatori del settore agroalimentare/Aziende e cooperative agricole: certificazione dei prodotti da Agricoltura biologica (Regolamento CE 834/07)</p>	<p>- Rifiuti, emissioni, risorse naturali: gestire con responsabilità gli aspetti ambientali rilevanti per la propria attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> Produzione dei rifiuti Utilizzo delle acque primarie Emissioni in aria Emissioni in atmosfera <p>Uso delle risorse naturali:</p> <p>Per gli operatori del settore agroalimentare/Aziende e cooperative agricole/Ristoratori/Esercizi commerciali: Riduzione nell'utilizzo di prodotti usa e getta</p> <p>Riuso e/o riciclo di materiali</p> <p>Riduzione degli imballaggi</p> <p>Per gli operatori del settore agroalimentare/Aziende e cooperative agricole e artigiane: utilizzo di compost per attività agricole</p> <p>Per le Aziende e cooperative agricole: irrigazione a goccia piuttosto che a pioggia</p> <p>- Consumi energetici: pratiche per ridurre i consumi energetici, quali ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> Isolamento termico Pannelli solari Caldaie ad alto rendimento Spegnimento automatico impianto di riscaldamento Impianto di riscaldamento dotato di dispositivi per regolazione automatica Uso attrezzature elettriche/elettroniche a basso consumo Uso lampadine a basso consumo 	<p>- Sistemi di gestione ambientale: impegno a minimizzare l'impatto ambientale dei propri prodotti, processi e servizi attraverso l'adozione di sistemi di gestione ambientale ISO14001 o EMAS.</p> <p>Esentati gli operatori/aziende/cooperative agricole certificati per la produzione da agricoltura biologica e le strutture ricettive in possesso della certificazione Ecolabel.</p> <p>- Certificazioni di prodotto: impegno a ridurre l'impatto ambientale dei prodotti/servizi lungo l'intero ciclo di vita attraverso l'adozione di certificazioni di prodotto (es. Ecolabel). Per gli Operatori del settore agroalimentare/Aziende e cooperative agricole il criterio prevede inoltre la certificazione dei prodotti da Agricoltura biologica (Regolamento CE 834/07)</p>
n.3 acquisti verdi					



n.4 adozione di strumenti di comunicazione a ridotto impatto ambientale					
-------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

<p>n.5 informazione e promozione di prodotti tipici e tradizionali</p>	<p>Impegno nell'organizzazione e/o partecipazione ad eventi di sponsorizzazione/pubblicizzazione dei prodotti agricoli, agroalimentari e dell'artigianato locali, attraverso strumenti come ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brochure informativa e locandine - Sito internet e social network - Video promozionali <p>Aziende e cooperative agricole/artigiane, esercizi commerciali devono dare prova di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Partecipare alle fiere locali - Avere cura nell'allestimento dell'esposizione - Organizzare attività didattiche legate alla valorizzazione dei prodotti locali 	<p>attuare delle azioni specifiche per la promozione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio.</p> <p>Ristoratori: fornire una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali utilizzati che riporti almeno le seguenti informazioni: provenienza; tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food); principali caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici; indicazioni su dove è possibile acquistare il prodotto. Proporre "il menù del territorio", ovvero un menù di prodotti e ricette tipiche dove vengano indicati brevemente ingredienti, informazioni, o aneddoti di almeno una ricetta tipica</p> <p>Esercizi commerciali: fornire una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali utilizzati che riporti almeno le seguenti informazioni: provenienza; tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food) Operatori del settore agroalimentare e aziende agricole: fornire una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali prodotti ottenuti descrivendo eventuali certificazioni di qualità e principali caratteristiche nutrizionali e salutistiche (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food)</p>	<p>attuare delle azioni specifiche per la diffusione e valorizzazione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio.</p> <p>Ristoratori: esporre una vetrina di prodotti tipici locali.</p> <p>Aziende e cooperative agricole: mettere a disposizione del visitatore una brochure/ scheda informativa dell'azienda redatta in due lingue che riporti una presentazione generale dell'azienda e, più precisamente, almeno le seguenti informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ubicazione; - breve storia dell'azienda - descrizione dell'azienda (SAU aziendale, indirizzo produttivo, attività agricole e rurali praticate, eventuali certificazioni di qualità (Biologico, DOP, DOC, IGP, etc.); - strutture e servizi presenti (agriturismo, fattoria didattica/ sociale, punto vendita aziendale, laboratori, degustazioni, escursioni, etc) <p>Aziende e cooperative artigiane: mettere a disposizione del cliente una brochure/scheda formativa sul laboratorio – redatta almeno in due lingue – che riporti una presentazione generale con le seguenti informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - una breve introduzione sulla storia del laboratorio e dei eventuali altri servizi offerti (come corsi occasionali, bottega scuola, mostre, ecc.); - i prodotti del laboratorio con le caratteristiche peculiari locali. <p>Operatori del settore agroalimentare: mettere a disposizione del visitatore una brochure/ scheda informativa dell'azienda redatta in due lingue che riporti una presentazione generale dell'azienda e dei prodotti offerti oltre che di eventuali eventi organizzati (degustazioni, corsi, promozioni, ...) e la descrizione di associazioni o itinerari di cui si fa parte.</p>	<p>Attuare delle azioni specifiche per la promozione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio.</p> <p>Ristoratori: fornire una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali utilizzati che riporti almeno le seguenti informazioni: provenienza; tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food)</p> <p>Aziende e cooperative agricole: mettere a disposizione del visitatore una brochure/ scheda informativa dell'azienda redatta in due lingue che riporti una presentazione generale dell'azienda e, più precisamente, almeno le seguenti informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ubicazione; - breve storia dell'azienda - descrizione dell'azienda (SAU aziendale, indirizzo produttivo, attività agricole e rurali praticate, eventuali certificazioni di qualità (Biologico, DOP, DOC, IGP, etc.); - strutture e servizi presenti (agriturismo, fattoria didattica/ sociale, punto vendita aziendale, laboratori, degustazioni, escursioni, etc) <p>Aziende e cooperative artigiane: mettere a disposizione del cliente una brochure/scheda formativa sul laboratorio – redatta almeno in due lingue – che riporti una presentazione generale con le seguenti informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - una breve introduzione sulla storia del laboratorio e dei eventuali altri servizi offerti (come corsi occasionali, bottega scuola, mostre, ecc.); - i prodotti del laboratorio con le caratteristiche peculiari locali. <p>Operatori del settore agroalimentare e aziende agricole: fornire una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali prodotti ottenuti descrivendo eventuali certificazioni di qualità e principali caratteristiche nutrizionali e salutistiche (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food)</p>	<p>attuare delle azioni specifiche per la diffusione e valorizzazione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio.</p> <p>Ristoratori: esporre una vetrina di prodotti tipici locali.</p> <p>Aziende e cooperative agricole: mettere a disposizione del visitatore una brochure/ scheda informativa dell'azienda redatta in due lingue che riporti una presentazione generale dell'azienda e, più precisamente, almeno le seguenti informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ubicazione; - breve storia dell'azienda - descrizione dell'azienda (SAU aziendale, indirizzo produttivo, attività agricole e rurali praticate, eventuali certificazioni di qualità (Biologico, DOP, DOC, IGP, etc.); - strutture e servizi presenti (agriturismo, fattoria didattica/ sociale, punto vendita aziendale, laboratori, degustazioni, escursioni, etc) <p>Aziende e cooperative artigiane: mettere a disposizione del cliente una brochure/scheda formativa sul laboratorio – redatta almeno in due lingue – che riporti una presentazione generale con le seguenti informazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - una breve introduzione sulla storia del laboratorio e dei eventuali altri servizi offerti (come corsi occasionali, bottega scuola, mostre, ecc.); - i prodotti del laboratorio con le caratteristiche peculiari locali. <p>Operatori del settore agroalimentare e aziende agricole: fornire una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali prodotti ottenuti descrivendo eventuali certificazioni di qualità e principali caratteristiche nutrizionali e salutistiche (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food)</p>
------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p>n.6 azioni di informazione e promozione del territorio e del marchio</p>					
<p>n.7 messa in rete di informazioni e servizi</p>		<p>Impegno a "fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) affinché i visitatori ottengano informazioni aggiornate e complete e affinché possano essere offerti servizi di accoglienza integrati. Il criterio può essere soddisfatto attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bacheche o altri spazi appositi in cui siano raccolte tutte le schede informative, i depliant, le brochure e le informazioni inerenti spettacoli, musei, orari delle funzioni religiose, feste paesane, orari negozi, orari mezzi di trasporto, visite organizzate, corsi; - presenza di un terminale per l'accesso a portali/siti/pagine web aggiornate in cui siano pubblicate tutte le informazioni elencate al punto precedente; - messa a disposizione dei visitatori del materiale informativo relativo al Marchio; - comunicazione puntuale all'ufficio di promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica di eventi, sagre, feste, iniziative 			
<p>n.8 rispetto della normativa</p>	<p>rispettare la normativa vigente che regola i seguenti ambiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Igiene degli alimenti - Sicurezza sul lavoro - Sicurezza degli impianti - Emissioni in aria/acqua - Smaltimento dei rifiuti 				

n.9 trasporti	impegno a ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti attraverso azioni di miglioramento della logistica e adozione di mezzi a minore impatto ambientale (es. emissioni di CO2).	Soluzioni e mezzi di trasporto: impegno a ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti attraverso azioni di miglioramento della logistica e adozione di mezzi a minore impatto ambientale (es. emissioni di CO2). Per gli Esercizi commerciali: utilizzo di mezzi di trasporto merci con ridotto impatto ambientale (es. emissioni di CO2) e loro condivisione con altri soggetti commerciali (sharing o pooling)		Soluzioni e mezzi di trasporto: impegno a ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti attraverso azioni di miglioramento della logistica e adozione di mezzi a minore impatto ambientale (es. emissioni di CO2). Per gli Esercizi commerciali: utilizzo di mezzi di trasporto merci con ridotto impatto ambientale (es. emissioni di CO2) e loro condivisione con altri soggetti commerciali (sharing o pooling)	
n.10 comunicazione, impegni alla sostenibilità e trasparenza	essere esplicitamente impegnato per la sostenibilità attraverso la sottoscrizione di una dichiarazione di intenti approvata dal Comitato di Coordinamento		Inclusione di aspetti sociali nelle attività: includere nelle proprie attività anche aspetti sociali quali ad esempio: Inserimento lavorativo di soggetti socialmente svantaggiati Predisposizione delle strutture all'utilizzo da parte di utenti con handicap Utilizzo di articoli da commercio equo e solidale certificati Trade o Transfair per le categorie di prodotti non locali Utilizzo di prodotti provenienti da cooperative sociali o da terreni confiscati alla mafia Per i Ristoratori: i. Particolare attenzione da riservare agli acquisti da commercio equo e solidale per le seguenti categorie: caffè, the, cioccolato, spezie, zucchero, riso ii. Particolare attenzione da riservare ai prodotti provenienti da cooperative sociali o da terreni confiscati alla mafia per le seguenti categorie: vino, pasta, olio Per le Aziende e cooperative agricole: partecipazione alle iniziative di Agricoltura Sociale.	Inclusione di aspetti sociali nelle attività: includere nelle proprie attività anche aspetti sociali quali ad esempio: Inserimento lavorativo di soggetti socialmente svantaggiati Predisposizione delle strutture all'utilizzo da parte di utenti con handicap Utilizzo di articoli da commercio equo e solidale certificati Trade o Transfair per le categorie di prodotti non locali Utilizzo di prodotti provenienti da cooperative sociali o da terreni confiscati alla mafia Per i Ristoratori: i. Particolare attenzione da riservare agli acquisti da commercio equo e solidale per le seguenti categorie: caffè, the, cioccolato, spezie, zucchero, riso ii. Particolare attenzione da riservare ai prodotti provenienti da cooperative sociali o da terreni confiscati alla mafia per le seguenti categorie: vino, pasta, olio Per le Aziende e cooperative agricole: partecipazione alle iniziative di Agricoltura Sociale.	

10. CRITERI GENERALI E DI DETTAGLIO PER LA CATEGORIA D

Le tabelle di seguito riportate, divise per categorie di soggetti, riassumono i criteri che devono rispettare i soggetti appartenenti alla categoria D per la concessione del Marchio, divisi in generali (i criteri minimi validi per tutti i soggetti richiedenti) e in quelli di dettaglio da rispettare a seconda della sub area territoriale di appartenenza e della fascia "good" o "excellent" richiesta.

CRITERI	GENERALI	DETTAGLIO "AREE DEL TURISMO RELAZIONALE"		DETTAGLIO "VALLE DEI TEMPLI"	
		FASCIA "GOOD"	FASCIA "EXCELLENT"	FASCIA "GOOD"	FASCIA "EXCELLENT"
n.1 localizzazione geografica	sede legale e operativa nel territorio provinciale di Agrigento	sede legale e operativa nei Comuni appartenenti alla sub-area territoriale AREE DEL TURISMO RELAZIONALE	sede legale e operativa nei Comuni appartenenti alla sub-area territoriale AREE DEL TURISMO RELAZIONALE	sede legale e operativa nei Comuni appartenenti alla sub-area territoriale VALLE DEI TEMPLI	sede legale e operativa nei Comuni appartenenti alla sub-area territoriale VALLE DEI TEMPLI

<p>n.2 adozione di misure di gestione ambientale</p>	<p>gestire con responsabilità i seguenti aspetti ambientali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gestione dei rifiuti - Sensibilizzazione degli utenti al consumo sostenibile 	<p>- Rifiuti, emissioni, risorse naturali: gestire con responsabilità gli aspetti ambientali rilevanti per la propria attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Produzione dei rifiuti b) Utilizzo delle acque primarie c) Emissioni in aria d) Emissioni in atmosfera e) Uso delle risorse naturali. <p>Per le Strutture ricettive/ Centri termali e centri benessere (soggetti privati), il criterio prevede in caso di utilizzo di confezioni monodose per shampoo – bagnoschiuma, che le stesse siano realizzate in materiale riciclabile o riciclato.</p> <p>- Consumi energetici: pratiche per ridurre i consumi energetici, quali ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Isolamento termico b) Pannelli solari c) Caldaie ad alto rendimento d) Spegnimento automatico impianto di riscaldamento e) Impianto di riscaldamento dotato di dispositivi per regolazione automatica f) Uso attrezzature elettriche/elettroniche a basso consumo g) Uso lampadine a basso consumo. 	<p>- Sistemi di gestione ambientale: il soggetto richiedente deve impegnarsi a minimizzare l'impatto ambientale dei propri prodotti, processi e servizi attraverso l'adozione di sistemi di gestione ambientale ISO14001 o EMAS.</p> <p>Esentati gli operatori/ aziende/cooperative agricole certificati per la produzione da agricoltura biologica e le strutture ricettive in possesso della certificazione Ecolabel.</p> <p>- Certificazioni di prodotto: impegno a ridurre l'impatto ambientale dei suoi prodotti/ servizi lungo l'intero ciclo di vita attraverso l'adozione di certificazioni di prodotto (Ecolabel, Agricoltura biologica). Per gli Operatori turistici specializzati (soggetti pubblici) e le Strutture ricettive/ Operatori turistici specializzati (soggetti privati): possesso dell'Ecolabel per i servizi ricettivi</p>	<p>- Rifiuti, emissioni, risorse naturali: il soggetto richiedente deve gestire con responsabilità gli aspetti ambientali rilevanti per la propria attività: Produzione dei rifiuti Utilizzo delle acque primarie Emissioni in aria Emissioni in atmosfera</p> <p>Uso delle risorse naturali.</p> <p>Per le Strutture ricettive/Centri termali e centri benessere (soggetti privati), il criterio prevede in caso di utilizzo di confezioni monodose per shampoo – bagnoschiuma, che le stesse siano realizzate in materiale riciclabile o riciclato</p> <p>- Consumi energetici: pratiche per ridurre i consumi energetici, quali ad esempio: Isolamento termico Pannelli solari Caldaie ad alto rendimento Spegnimento automatico impianto di riscaldamento Impianto di riscaldamento dotato di dispositivi per regolazione automatica</p> <p>Uso attrezzature elettriche/elettroniche a basso consumo</p> <p>Uso lampadine a basso consumo</p>	<p>- Sistemi di gestione ambientale: il soggetto richiedente deve essere impegnato a minimizzare l'impatto ambientale dei propri prodotti, processi e servizi attraverso l'adozione di sistemi di gestione ambientale ISO14001 o EMAS.</p> <p>Esentati gli operatori/ aziende/cooperative agricole certificati per la produzione da agricoltura biologica e le strutture ricettive in possesso della certificazione Ecolabel.</p> <p>- Certificazioni di prodotto: impegno a ridurre l'impatto ambientale dei suoi prodotti/servizi lungo l'intero ciclo di vita attraverso l'adozione di certificazioni di prodotto (Ecolabel, Agricoltura biologica). Per gli Operatori turistici specializzati (soggetti pubblici) e le Strutture ricettive/Operatori turistici specializzati (soggetti privati): possesso dell'Ecolabel per i servizi ricettivi</p>
------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>n.3 acquisti verdi</p>	<p>- per i soggetti pubblici: pratiche di acquisto verde in almeno due delle categorie merceologiche tra quelle previste dal Piano d'Azione Nazionale per il Green Public Procurement.</p> <p>-per i soggetti privati: aver privilegiato, beni e servizi ad impatto ambientale ridotto</p>	<p>Politiche di acquisto verde: politica formalizzata di acquisti verdi (atto deliberativo per soggetti pubblici o atto di impegno o regolamento per soggetti privati) e acquisto di beni e servizi ad impatto ambientale ridotto in almeno 4 categorie merceologiche</p> <p>Le Strutture ricettive/Strutture termali e centri benessere devono aver effettuato acquisti verdi specialmente nelle seguenti categorie: Prodotti per l'igiene della persona Detersivi Tessuto carta Generi alimentari</p>	<p>Politiche di acquisto verde: politica formalizzata di acquisti verdi (atto deliberativo per soggetti pubblici o atto di impegno o regolamento per soggetti privati) e acquisto di beni e servizi ad impatto ambientale ridotto in almeno 4 categorie merceologiche</p> <p>Le Strutture ricettive/Strutture termali e centri benessere devono aver effettuato acquisti verdi specialmente nelle seguenti categorie: Prodotti per l'igiene della persona Detersivi Tessuto carta Generi alimentari</p>
<p>n.4 adozione di strumenti di comunicazione a ridotto impatto ambientale</p>	<p>Impegno a ridurre l'impatto ambientale dei propri strumenti di comunicazione.</p> <p>- Privilegiare mezzi di comunicazione informatici (social network, mailing list informatiche, sito web)</p> <p>- Limitare l'uso di locandine e materiale informativo in forma cartacea,</p> <p>- utilizzare esclusivamente carta riciclata certificata o proveniente foreste sostenibili (FSC, PEFC, SFI o equivalenti)</p>		

n.5 informazione e promozione di prodotti tipici e tradizionali

Attuare delle azioni specifiche per la promozione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio. Strutture ricettive: all'interno della sala per la colazione deve essere fornita una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali utilizzati che riporti almeno le seguenti informazioni: provenienza; tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food); principali caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici; indicazioni su dove è possibile acquistare il prodotto. Aziende di promozione turistica, proloco, consorzi turistici: fornire una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali utilizzati che riporti almeno le seguenti informazioni: provenienza; tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food); principali caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici; indicazioni su dove è possibile acquistare il prodotto; adottare una carta dei servizi del Marchio.

Attuare delle azioni specifiche per la diffusione e valorizzazione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio. Strutture ricettive: esporre una vetrina di prodotti tipici locali.

Attuare delle azioni specifiche per la promozione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio. Strutture ricettive: all'interno della sala per la colazione deve essere fornita una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali utilizzati che riporti almeno le seguenti informazioni: provenienza; tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food); principali caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici; indicazioni su dove è possibile acquistare il prodotto. Aziende di promozione turistica, proloco, consorzi turistici: fornire una scheda informativa per i prodotti tipici e tradizionali utilizzati che riporti almeno le seguenti informazioni: provenienza; tipologia (DOP, IGP, STG, DOC, IGT, biologico, prodotto tradizionale, prodotto con marchio collettivo, prodotto tipico, presidio slow food); principali caratteristiche nutrizionali e/o ingredienti caratteristici; indicazioni su dove è possibile acquistare il prodotto; adottare una carta dei servizi del Marchio.

Attuare delle azioni specifiche per la diffusione e valorizzazione dei prodotti tipici e tradizionali del territorio. Strutture ricettive: esporre una vetrina di prodotti tipici locali.



n.6 azioni di informazione e promozione del territorio e del marchio	Azioni di informazione e promozione del territorio e del marchio tramite attività integrative a quelle descritte all'articolo 8 comma 5 "informazione e promozione di prodotti tipici e tradizionali"				
n.7 messa in rete di informazioni e servizi	Impegno a "fare rete" con gli altri operatori del territorio (pubblici e privati) affinché i visitatori ottengano informazioni aggiornate e complete e affinché possano essere offerti servizi di accoglienza integrati. Il criterio può essere soddisfatto attraverso: bacheche o altri spazi appositi in cui siano raccolte tutte le schede informative, i depliant, le brochure e le informazioni inerenti spettacoli, musei, orari delle funzioni religiose, feste paesane, orari negozi, orari mezzi di trasporto, visite organizzate, corsi; presenza di un terminale per l'accesso a portali/siti/pagine web aggiornate in cui siano pubblicate tutte le informazioni elencate al punto precedente; messa a disposizione dei visitatori del materiale informativo relativo al Marchio; comunicazione puntuale all'ufficio di promozione del Marchio e agli enti di promozione e informazione turistica di eventi, sagre, feste, iniziative				
n.8 rispetto della normativa	rispettare la normativa vigente che regola i seguenti ambiti: <ul style="list-style-type: none"> - Igiene degli alimenti - Sicurezza sul lavoro - Sicurezza degli impianti - Emissioni in aria/acqua Smaltimento dei rifiuti				

<p>n.9 trasporti</p>	<p>ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti attraverso il miglioramento della logistica e l'adozione di mezzi a minore impatto ambientale. Per Servizi di trasporto: pubblicare gli orari dei trasporti pubblici alle fermate e sul sito internet</p> <p>Per le Strutture ricettive: comunicare ai clienti gli orari dei trasporti pubblici per incentivarne l'utilizzo.</p>	<p>Soluzioni e mezzi di trasporto: ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti attraverso azioni di miglioramento della logistica e adozione di mezzi a minore impatto ambientale (es. emissioni di CO2). Per le Strutture ricettive: Convenzioni con servizi di trasporto pubblico Disponibilità di biciclette per i clienti</p>	<p>Servizi per la mobilità sostenibile: favorire la mobilità sostenibile attraverso la promozione di mezzi di trasporto elettrici. Per i Servizi di trasporto il criterio prevede inoltre il car sharing di macchine elettriche Per le Strutture ricettive: predisposizione di colonnine di ricarica per auto elettriche</p>	<p>Soluzioni e mezzi di trasporto: ridurre l'impatto ambientale dei propri trasporti attraverso azioni di miglioramento della logistica e adozione di mezzi a minore impatto ambientale (es. emissioni di CO2). Per le Strutture ricettive: Convenzioni con servizi di trasporto pubblico Disponibilità di biciclette per i clienti</p>	<p>Servizi per la mobilità sostenibile: favorire la mobilità sostenibile attraverso la promozione di mezzi di trasporto elettrici. Per i Servizi di trasporto: car sharing di macchine elettriche Per le Strutture ricettive: predisposizione di colonnine di ricarica per auto elettriche</p>
<p>n.10 comunicazione, impegni alla sostenibilità e trasparenza</p>	<p>essere esplicitamente impegnato per la sostenibilità attraverso la sottoscrizione di una dichiarazione di intenti approvata dal Comitato di Coordinamento</p>	<p>Codice di qualità dei servizi: adottare il Codice di qualità dei servizi del Marchio di cui all'Allegato V del disciplinare in cui sono fissati gli standard minimi di qualità per l'accoglienza e la diffusione delle informazioni agli utenti.</p>	<p>Inclusione di aspetti sociali nelle attività: includere nelle proprie attività anche aspetti sociali quali ad esempio: Inserimento lavorativo di soggetti socialmente svantaggiati Predisposizione delle strutture all'utilizzo da parte di utenti con handicap Utilizzo di articoli da commercio equo e solidale certificati Trade o Transfair per le categorie di prodotti non locali Utilizzo di prodotti provenienti da cooperative sociali o da terreni confiscati alla mafia Sono esentati gli operatori turistici specializzati</p>	<p>Carta di qualità dei servizi: adottare una Carta di qualità dei servizi in cui siano fissati gli standard minimi di qualità che l'organizzazione si prefigge di raggiungere in relazione agli scopi del Marchio, in particolare in merito a: Migliorare la qualità e l'organizzazione dell'offerta turistica e dei servizi connessi; Promuovere e tutelare i prodotti e le tradizioni locali; Promuovere la qualità ambientale dell'offerta turistica locale. La carta di qualità dei servizi deve essere accessibile agli utenti.</p>	<p>Inclusione di aspetti sociali nelle attività: includere nelle proprie attività anche aspetti sociali quali ad esempio: Inserimento lavorativo di soggetti socialmente svantaggiati Predisposizione delle strutture all'utilizzo da parte di utenti con handicap Utilizzo di articoli da commercio equo e solidale certificati Trade o Transfair per le categorie di prodotti non locali Utilizzo di prodotti provenienti da cooperative sociali o da terreni confiscati alla mafia Sono esentati gli operatori turistici specializzati</p>



WWW.DISCOVERYAGRIGENTO.IT