

Presentazione

La vendita dei prodotti tipici all'interno dell'azienda agricola o agrituristica rappresenta un valore aggiunto importante per i nostri agricoltori e per i cittadini del nostro territorio.

I motivi di questo processo virtuoso sono diversi:

- il consumatore stabilisce un rapporto di fiducia con il produttore;
- i cittadini, recandosi in cascina a fare acquisti, aumentano il legame con il territorio in cui vivono;
- i costi sul prodotto finito diminuiscono e aumenta la remunerazione per il produttore.



Se i normali canali commerciali di vendita accettano con difficoltà o rifiutano alcuni tipi di produzioni, soprattutto se poco remunerative, la vendita diretta consente invece di valorizzarle, a beneficio anche della qualità.

La vendita diretta, insomma, è l'unico modo per l'agricoltore di continuare a coltivare piccole superfici, anche in zone periurbane, con tecniche colturali "costose" in termini di tempo (come le tecniche dell'agricoltura biologica), senza che sia costretto a "svendere" i prodotti al prezzo corrente.

Con la vendita diretta, anzi, l'agricoltore può guadagnare grazie al valore aggiunto derivante dalla "storia" e dal legame con il territorio del prodotto stesso. E, cosa non da poco, il pagamento avviene immediatamente, con denaro contante e in qualunque stagione dell'anno.

La vendita diretta dei prodotti agricoli costituisce, dunque, il modo migliore per valorizzare le produzioni delle aziende.

E questo "vademecum" offre uno strumento utile e importante per chi, imprenditore agricolo, vuole intraprendere l'avventura della vendita al pubblico dei suoi prodotti.

Bruna Brembilla

Assessora all'Ambiente e Agricoltura della Provincia di Milano

Introduzione pag. 4

La vendita diretta pag. 6

Norme igienico-sanitarie pag. 11

Etichettatura pag. 16

Trasparenza dei prezzi pag. 19

Aspetti fiscali pag. 20

Vendita diretta di latte crudo pag. 23

Vendita diretta nei mercati contadini pag. 25

E-Commerce pag. 27

Comunicazione pag. 29

Altre forme di vendita diretta pag. 30

Modulistica pag. 32

Referenti pag. 37

Glossario pag. 38

Appendice Normativa pag. 44

Buone pratiche: indirizzi, link pag. 49

Coordinamento: Paolo Ambrosioni
Supporto tecnico: Ciasistem srl nella persona di Elena Zoia
Progetto grafico e impaginazione: Anna Cacciatore
Stampato nel mese di aprile 2009 da Arti Grafiche Colombo - Gessate MI

Ringraziamenti ai colleghi della Cia di Milano per i suggerimenti e i consigli, ai colleghi della Cia nazionale Matteo Ansanelli, Massimo Bagnoli e Tommaso Buffa per il loro contributo alla realizzazione del vademecum e a coloro che hanno raccolto la documentazione e collaborato alla stesura.

Un grazie ai tecnici dell'ufficio igiene dell'Asl Milano, dell'ufficio di Trezzo dell'Asl Mi3 e dell'ufficio agricoltura del Comune di Milano.

La multifunzionalità rappresenta per il settore agricolo un'opportunità economica e una possibilità strategica per valorizzare e sviluppare l'impresa agricola. Multifunzionalità e pluriattività permettono, senza abbandonare la funzione primaria di produzione, di ampliare il panorama dei servizi che si possono offrire tenendo conto del ruolo nuovo affidato al settore, di carattere sociale e di presidio territoriale.

Il nuovo modello rurale che trova spazio anche nella normativa comunitaria, delinea un'azienda pluriattiva e multifunzionale con nuove attività connesse, in ogni caso e ineludibilmente, all'attività agricola tradizionale.

Nella nuova figura dell'impresa agricola la funzione di presidio territoriale si coniuga con la valorizzazione delle produzioni locali, come beni identitari strettamente correlati al territorio. Valorizzazione dei prodotti agricoli e con essi valorizzazione di un modo di vivere e produrre in maniera sostenibile.

L'agricoltura produce ancora cibo, e lo produce sempre più di qualità, ma è chiamata anche ad altre funzioni, è invitata a porsi con attenzione alle esigenze dei consumatori sviluppando attività quali l'agriturismo, la realizzazione di attività didattiche per le scuole e la vendita diretta dei prodotti agricoli tal quali o trasformati, con attenzione alla qualità, siano essi tradizionali, tipici o biologici.

La vendita diretta dei prodotti della terra è sempre esistita ed ha accompagnato lo sviluppo delle città ed il loro legame con la campagna.

Nella situazione attuale permette di recuperare il rapporto tra cibo e territorio e riesce a coniugare storia, tradizione e identità.

Il mutamento delle condizioni economiche, le esigenze igienico-sanitarie, l'evoluzione della vendita al dettaglio e la propensione del consumatore ad approvvigionarsi direttamente in modo singolo o associato, una maggiore sensibilità alla qualità, alla salubrità e alla tipicità dei prodotti, un'attenzione allo sviluppo del territorio e all'impatto ambientale del commercio, nonché un aumento dei costi di produzione, hanno imposto un inquadramento giuridico e fiscale al passo coi tempi.

“La promozione della vendita diretta dei prodotti agricoli è un momento fondamentale della valorizzazione delle vocazioni produttive e delle peculiarità dei singoli territori.” (Anci)

In una recente indagine svolta dalla Regione Lombardia, in collaborazione con Ersaf e le Organizzazioni professionali agricole e con l'apporto scientifico di Nomisma, è emerso che per le imprese agricole la vendita diretta rappresenta un'importante via di accesso al mercato e il numero di quelle interessate è in costante crescita.

La vendita diretta rappresenta un'opportunità per l'imprenditore agricolo, ma anche per il consumatore, perché garantisce trasparenza, stagionalità, genuinità e un contenimento dei prezzi a parità di prodotto.

Il consumatore è sempre più attento alla qualità dei prodotti e chiede garanzie sui processi produttivi e sul rispetto delle norme. Il rapporto diretto col produttore, la possibilità di vedere dove e come si svolge la produzione dà al cittadino maggiore sicurezza. Sicurezza garantita anche dall'aver prodotti diversificati nei diversi periodi dell'anno dando garanzia di freschezza e legati al territorio e più genuini perché rispettosi dei cicli naturali e tutto ciò permette anche un proficuo scambio di saperi.

La vendita diretta, in azienda o nei mercati, risponde a queste esigenze e stimola l'imprenditore agricolo a migliorarsi.

*Paola Santeramo
Presidente Cia Provinciale Milano e Lodi*

Si definisce vendita diretta qualsiasi commercializzazione di prodotti primari tal quali o trasformati, manipolati o conservati, da parte di un produttore, direttamente al consumatore.

Per svolgere attività di vendita diretta, la normativa di riferimento è il decreto legislativo 228 del 2001 che, all'articolo 1:

- ridefinisce la figura dell'imprenditore agricolo prevista dall'articolo 2135 del codice civile ⁽¹⁾,
- specifica le attività proprie ⁽²⁾,
- definisce le attività connesse ⁽³⁾.

⁽¹⁾ *E' imprenditore agricolo chi esercita una delle seguenti attività: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse.*

⁽²⁾ *Per coltivazione del fondo, per selvicoltura e per allevamento di animali si intendono le attività dirette alla cura ed allo sviluppo di un ciclo biologico o di una fase necessaria del ciclo stesso, di carattere vegetale o animale, che utilizzano o possono utilizzare il fondo, il bosco o le acque dolci, salmastre o marine.*

⁽³⁾ *Si intendono comunque connesse le attività, esercitate dal medesimo imprenditore agricolo, dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione che abbiano ad oggetto prodotti ottenuti prevalentemente dalla coltivazione del fondo o del bosco o dall'allevamento di animali, nonché le attività dirette alla fornitura di beni o servizi mediante l'utilizzazione prevalente di attrezzature o risorse dell'azienda normalmente impiegate nell'attività agricola esercitata, ivi comprese le attività di valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale e forestale, ovvero di ricezione ed ospitalità come definite dalla legge.*



Quando un'attività connessa si può definire agricola?

Le attività connesse sono quelle dirette alla manipolazione, alla conservazione, alla trasformazione e alla commercializzazione dei prodotti ottenuti in via prevalente dall'attività agricola dell'imprenditore.

Si ha trasformazione quando il prodotto originario, per effetto della lavorazione, viene a perdere i caratteri merceologici che lo distinguono (es. l'uva trasformata in vino, il latte in formaggio o ricotta).

Si ha manipolazione quando il prodotto, nonostante le lavorazioni subite, conserva le qualità merceologiche originarie (es. lavaggio e imballaggio ortaggi).

Quando sussiste un collegamento soggettivo: le attività devono essere svolte dallo stesso soggetto (imprenditore agricolo singolo o associato) che svolge nell'ambito della propria impresa un'attività agricola principale.

Quando sussiste un collegamento oggettivo: i prodotti devono provenire prevalentemente dall'attività agricola principale del soggetto imprenditore agricolo.

Tra le attività connesse, di cui all'articolo 4 del decreto citato, vi è la vendita diretta dei prodotti agricoli.

Chi può svolgere attività di vendita diretta? (art. 4 d. lgs. 228/01)

- Gli imprenditori agricoli singoli o associati, iscritti nel registro delle imprese istituiti presso le Camere di commercio (art. 8 l. 580/93).
- L'attività di vendita può essere svolta su tutto il territorio nazionale.
- I prodotti messi in vendita devono provenire, in via prevalente, dalle rispettive aziende.
- Devono essere osservate le vigenti disposizioni in materia igienico-sanitaria.
- Chi intende esercitare l'attività di vendita diretta (sia esso singolo o associato) non deve aver riportato, nell'espletamento delle funzioni connesse alla carica ricoperta, condanne con sentenza passata in giudicato, per delitti in materia di igiene e sanità o di frode nella preparazione degli alimenti nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività.

Come si può svolgere la vendita diretta?

L'attività di vendita diretta si può svolgere in diversi modi:

- in azienda in appositi spazi adibiti allo scopo
- in forma itinerante, nei mercati tradizionali o nei mercati agricoli
- in locali aperti al pubblico in azienda o fuori azienda
- in spazi pubblici
- su internet o per corrispondenza

Alla vendita diretta al pubblico dei prodotti agricoli da parte degli imprenditori agricoli non si applica la normativa sul commercio (D.lgs. 114/98), vale a dire che non sono applicabili quelle regole relative ai requisiti di accesso all'attività, alla programmazione della rete distributiva e in particolare agli orari di apertura e chiusura degli esercizi di vendita (nota Anci 24/10/05). Pertanto non vi sono obblighi di chiusura domenicale e festiva.

Cosa bisogna fare per poter fare la vendita diretta?

Requisito fondamentale è essere imprenditore agricolo iscritto al registro delle imprese presso la Camera di commercio.

Se l'imprenditore agricolo si trova nella condizione di non avere l'obbligo di iscrizione perché ha un volume d'affari non superiore ai 7.000,00 euro, se vuole svolgere attività di vendita diretta deve provvedere all'iscrizione al registro delle imprese.

In caso contrario rimangono in vigore le norme previste dalla Legge 59/1963 che limita la vendita alla sola produzione ottenuta direttamente.

Se la vendita avviene su superfici all'aperto nell'ambito dell'azienda agricola o di altre aree private di cui l'imprenditore agricolo ha la disponibilità, non è necessario fare alcuna comunicazione di inizio attività (art. 2-quinquies L. 81/2006).

Negli altri casi è necessario inoltrare la dichiarazione di inizio attività (DIAP).

Se l'attività avviene in forma itinerante (mercati, fiere) è necessario inoltrare una comunicazione al Comune dove ha sede l'azienda di produzione e può essere esercitata dopo 30 giorni dalla comunicazione.

Nella comunicazione è necessario indicare

- i dati relativi all'azienda richiedente,
- gli estremi dell'iscrizione al registro delle imprese,
- dove è situata l'azienda,
- indicazione dei prodotti che si intendono mettere in vendita,

- modalità di svolgimento (anche commercio elettronico).

Lo stesso vale per la vendita su internet attraverso un apposito sito di e-commerce.

Se l'attività viene svolta in forma non itinerante, ma in locali (privati o pubblici) aperti al pubblico o su aree pubbliche va inviata una comunicazione al sindaco del comune in cui avviene la vendita.

Se la vendita al dettaglio avviene su aree pubbliche mediante l'assegnazione di un posteggio, la comunicazione deve contenere la richiesta di assegnazione del posteggio medesimo. (art. 28 d.lgs. 114/98).

Cosa è possibile vendere?

Tutti i prodotti dell'azienda provenienti dalla coltivazione o dall'allevamento di animali (latte, ortaggi, frutta, miele, cereali) sia tal quali che trasformati (formaggi, carni, salumi, vino).

Altri prodotti, acquistati all'esterno della propria azienda, purché in misura non prevalente.

L'utilizzo di prodotti acquisiti da terzi può servire a:

- ottenere un incremento quantitativo della propria produzione e un più efficace utilizzo della struttura produttiva;
- migliorare qualitativamente la propria produzione;
- ampliare la gamma dei prodotti offerti.

La vendita diretta non è considerata connessa all'attività agricola se l'ammontare dei ricavi dalla vendita di prodotti non dell'azienda sia stato nell'anno precedente superiore a:

- 160.000 € nel caso di imprese singole;
- 4 milioni di € nel caso di società (art. 1 c. 1064 - Legge 296/2006 - Finanziaria 2007).

In questo caso si applicano le disposizioni per l'attività di commercio, sia per quanto riguarda le autorizzazioni che per l'aspetto fiscale e tributario.

Sono considerati prodotti agricoli: (Tabella A - Allegato I) (DM 11-07-2007)

- produzione di carni e prodotti della loro macellazione;
- produzione di carne essicata, salata o affumicata (speck, prosciutto crudo, bresaola), produzione di salicce e salami,
- Lavorazione e conservazione delle patate (escluse la produzione

di purè di patate disidratate, di snack a base di patate, di patatine fritte),

- la produzione di succhi di frutta ed ortaggi;
- la lavorazione e conservazione di succhi di frutta ed ortaggi;
- la produzione di olio di oliva e di semi oleosi, di olio di semi di mais;
- il trattamento igienico del latte e la produzione di derivati del latte;
- la lavorazione delle granaglie;
- la produzione di vino;
- la produzione di aceto;
- la produzione di sidro e altre bevande fermentate;
- lavorazione, raffinazione e confezionamento del miele;
- la manipolazione dei prodotti derivanti dalle coltivazioni di:
 - cereali ed altri seminativi;
 - ortaggi, specialità orticole, fiori e prodotti di vivai;
 - frutta, frutta a guscio, prodotti destinati alla preparazione di bevande, spezie.



La vendita diretta è autorizzata nel rispetto delle norme igienico-sanitarie.

Gli alimenti posti in vendita devono essere salubri, vale a dire idonei al consumo umano dal punto di vista igienico.

Si definiscono norme igieniche: tutte le misure atte a garantire sicurezza e salubrità dei prodotti alimentari in tutte le fasi che vanno dalla produzione primaria (che include tra l'altro la raccolta, la macellazione e la mungitura), alla preparazione, alla trasformazione, alla fabbricazione, al confezionamento, al deposito, al trasporto, alla distribuzione, alla manipolazione, e alla vendita o alla fornitura, compresa la somministrazione, al consumatore.

I riferimenti normativi sono i regolamenti CE 852/2004, 853/2004 e 178/02.

Il Reg. 852/04 estende agli operatori del settore alimentare che effettuano la produzione primaria la responsabilità del rispetto dei requisiti in materia di igiene, vi è il coinvolgimento diretto (la vera novità) anche di agricoltori ed allevatori che, a pieno titolo rientrano nella definizione di "operatore del settore alimentare" (OSA) e pertanto direttamente responsabili, per la parte di loro competenza, della sicurezza igienica dei prodotti.

Gli operatori devono:

- individuare i pericoli insiti nella produzione primaria (e nelle operazioni associate) ed attuare le misure di prevenzione e controllo più efficaci;
- tenere e conservare registrazioni relative alle misure adottate per il controllo dei pericoli in modo appropriato e per un periodo di tempo adeguato e commisurato alla natura e alle dimensioni dell'impresa alimentare;
- mettere a disposizione delle Autorità competenti e degli operatori del settore alimentare che ricevono i prodotti, le pertinenti informazioni contenute in tali registrazioni, a loro richiesta.

Il Reg. 853/04 prevede specifici requisiti per gli operatori del settore alimentare che producono alimenti di origine animale (es. latte crudo) o li trasformano (es. latte trattato termicamente, prodotti a base di latte,

carni e prodotti a base di carne).

Ogni attività che gestisce una fase, successiva alla produzione primaria, del trattamento degli alimenti deve predisporre un programma di autocontrollo documentato basato sulla metodologia HACCP, redigendo un apposito manuale aziendale in cui:

- identificare per ogni fase i potenziali pericoli;
- valutare la gravità e la probabilità della comparsa;
- individuare e applicare le procedure di controllo dei punti critici con le eventuali azioni correttive;
- procedere alle relative registrazioni e verifiche.

La finalità è quella di prevenire le cause di insorgenza di eventi negativi e comunque di dimostrare di applicare sempre le opportune azioni di prevenzione, così da eliminare o ridurre al minimo i rischi sanitari.

L'azienda che vende direttamente i propri prodotti deve applicare l'autocontrollo sia nella lavorazione dei prodotti (es. preparazione di vino, olio, formaggio, conserve) che nel confezionamento, nella conservazione e nell'eventuale porzionamento dei prodotti stessi, con l'obiettivo di prevenire contaminazioni fisiche, chimiche e microbiologiche, provenienti da cattiva igiene degli operatori, dei locali e delle attrezzature, dalla non corretta gestione delle attività di lavorazione.

I locali devono avere idonea destinazione urbanistica e avere i requisiti previsti dalle Asl.

Devono consentire adeguata pulizia e disinfezione, impedire l'accumulo dello sporco, consentire corretta utilizzazione impedendo contaminazioni crociate ed escludendo agenti contaminanti, quali insetti e altri animali, attraverso adeguata protezione delle finestre, avere adeguata illuminazione e aerazione, con pareti e pavimenti in buone condizioni e facili da pulire e disinfettare, con un lavabo facilmente raggiungibile.

E' necessario verificare:

- le condizioni del banco e dei piani di appoggio dei prodotti, che devono essere in materiali idonei e facilmente pulibili e disinfettabili;
- le attrezzature di servizio, come utensili e bilance;
- le modalità di immagazzinamento e conservazione tali da garantire separazione dei prodotti in modo da evitare contaminazioni crociate.

Impianti e attrezzature devono funzionare in modo corretto. Solo così è possibile garantire la sicurezza igienico-sanitaria. E' necessario conservare eventuali manuali di istruzione e schede tecniche dei prodotti utilizzati per la pulizia e la manutenzione e avere adeguata documentazione circa interventi di manutenzione e revisione operate da terzi autorizzati.

La professionalità del personale è fattore molto importante per la produzione di alimenti igienicamente sicuri. Gli operatori possono essere fattori potenziali di inquinamento a causa di mani sporche, abiti, ferite, starnuti, tosse. Tutto il personale addetto alla produzione, trasformazione, preparazione e distribuzione degli alimenti (compresi il titolare e i coadiuvanti familiari) deve ricevere un'adeguata formazione in materia igienico-sanitaria e tale formazione deve essere aggiornata ogni due anni (L.r. 12/2003).

Tutto il personale deve essere in buona salute e deve curare la pulizia della propria persona, in particolare le mani, che devono essere lavate con sapone e accuratamente sciacquate, all'inizio di ogni manipolazione di alimenti, subito dopo l'uso della toilette e dopo aver avuto contatto con materiale potenzialmente contaminante. Gli indumenti di lavoro devono essere puliti, tenuti in appositi armadi e non utilizzati fuori dei locali.

Eventuali tagli o ferite devono essere adeguatamente protetti. Non è consentito mangiare o fumare nei locali.

Nell'ambito della sua attività di formazione e aggiornamento, la Cia organizza periodicamente corsi di formazione in materia, con rilascio di apposito attestato con validità biennale, così come previsto dalla normativa regionale citata.

Azioni di buona prassi igienica:

- rimuovere quotidianamente da muri e pavimenti polvere e residui organici con successiva detersione e disinfezione;
- pulire i piani di lavoro, i contenitori, gli utensili e gli arredi che sono venuti in contatto con alimenti e sostanze organiche;
- impedire accesso ai locali di insetti, ragni e topi ed ogni altra fonte di contaminazione;
- custodire qualsiasi sostanza non alimentare in locali separati e rigorosamente controllati, rispetto ai prodotti alimentari;

- rimuovere accuratamente dai locali destinati agli alimenti ogni traccia di detersivi o disinfettanti utilizzati per la pulizia (è necessario quindi un buon risciacquo);
- prevenire la contaminazione crociata tra alimenti di diversa natura utilizzando utensili e taglieri separati per ogni tipologia di alimento;
- curare igiene personale e abbigliamento per evitare contaminazione dall'uomo all'alimento.

Le buone pratiche di coltivazione e di allevamento garantiscono gli obiettivi di sicurezza e l'abbattimento dei pericoli di contaminazione delle sostanze alimentari, in particolare per le micotossine e per i residui di fitofarmaci.

Per il pericolo micotossine è opportuno adottare misure preventive agronomiche tali da impedire la crescita delle muffe e la formazione delle tossine:

- la rotazione delle colture (evitare il ristoppio nel mais);
- lotta chimica, se necessaria, per minimizzare l'attacco di insetti (per il mais) o dei funghi (fusarium nel grano);
- procedere al raccolto quando risulta adeguato il tenore di umidità delle piante.

All'insilamento del mais:

- riempire rapidamente la trincea e procedere ad un elevato e uniforme compattamento;
- procedere ad una buona chiusura e carico di appesantimento uniforme;
- eliminare tutte le parti dell'alimento che presentano deterioramento aerobico, ecc..

Per il pericolo residui di fitosanitari sul raccolto è importante che gli addetti abbiano la padronanza, la competenza, la conoscenza, gli strumenti per un corretto stoccaggio dei fitofarmaci e nelle modalità di impiego dei prodotti:

- disponibilità di uno spazio dedicato;
- disponibilità e validità del patentino nei casi previsti; e della documentazione d'acquisto dei prodotti fitofarmaci (ove previsto);
- rispetto delle specifiche riportate in etichetta;
- ammissibilità dei prodotti utilizzati rispetto alla coltura da trattare;

- disponibilità, conformità e aggiornamento del registro dei trattamenti (quaderno di campagna).

Esiste poi il problema delle **contaminazioni ambientali** per le quali l'agricoltore può far poco se non collaborare con l'Autorità pubblica che deve procedere ad un monitoraggio continuo del territorio. I fumi nelle aree vicine all'industria, i rifiuti tossici che bruciano in discariche abusive possono contaminare i pascoli e i mangimi destinati all'alimentazione animale.

La Cia ha realizzato un Manuale di corretta prassi operativa in materia di igiene per le imprese agricole, valutato poi conforme alle disposizioni del Regolamento 852/2004 dal Ministero della Salute e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n.213 del 11 Settembre 2008 (il manuale è disponibile sul sito www.cia.it).

Queste linee guida hanno l'obiettivo di fornire un importante supporto operativo alle aziende operanti nel settore primario delle filiere alimentari e un valido riferimento per i soggetti pubblici al fine di validare, nelle loro ispezioni, le procedure predisposte in azienda.

USO DELL'ACQUA

L'acqua utilizzata, sia per la produzione che per la pulizia, deve essere potabile. Qualora si utilizzi acqua proveniente da pozzi aziendali è necessario, almeno ogni sei mesi, fare analisi microbiologiche e annualmente analisi chimiche, in modo da garantire sempre la potabilità.

GESTIONE RIFIUTI

I rifiuti vanno sempre considerati materiale igienicamente rischioso, per tale ragione il contenitore per i rifiuti deve essere dotato di coperchio con apertura a pedale in modo da non doverlo toccare con le mani ogni volta che si getta via qualcosa. I rifiuti vanno allontanati frequentemente anche per evitare che siano causa di attrazione e sviluppo di infestanti.

MEZZI DI TRASPORTO

I mezzi di trasporto degli alimenti, ad esempio ai mercati, alle fiere o ai negozi, devono essere adeguati alla tipologia di prodotti trasportati.

Per etichettatura (ai sensi della dir. CE 13/2000 e D.Lgs. 109/92 così come modificato dal d.l. 181/2003) si intende "l'insieme delle menzioni, delle indicazioni, dei marchi di fabbrica o di commercio, delle immagini o dei simboli che si riferiscono al prodotto alimentare e che figurano direttamente sull'imballaggio o su un'etichetta appostavi o sul dispositivo di chiusura o su cartelli, anelli o fascette legati al prodotto medesimo, o, in mancanza, sui documenti di accompagnamento del prodotto alimentare." (art.1 c2a - d.lgs. 109/92).

"L'etichettatura e le relative modalità di realizzazione sono destinate ad assicurare la corretta e trasparente informazione del consumatore" (art. 2 c. 1), non deve indurre in errore il consumatore sulle caratteristiche del prodotto, sulla sua natura, sulla qualità, sulla composizione, sulla quantità, sul luogo di origine o sulle tecniche con cui è stato prodotto, né attribuire effetti e proprietà curative.

I prodotti alimentari confezionati devono riportare in etichetta alcune indicazioni obbligatorie:

- nome del prodotto o denominazione di vendita;
- elenco degli ingredienti in ordine decrescente rispetto alla quantità;
- termine minimo di conservazione o, per prodotti molto deperibili dal punto di vista microbiologico, data di scadenza;
- modalità di conservazione (per prodotti altamente deperibili che devono essere conservati in frigo);
- quantità di prodotto (netto o nominale) contenuto nella confezione;
- nome o ragione sociale del produttore o marchio depositato;
- luogo di produzione;
- codice del lotto di produzione;
- eventuali istruzioni per uso appropriato e sicuro (es. modalità di conservazione e istruzioni per uso corretto);
- per le bevande alcoliche con contenuto di alcol superiore a 1,2% in volume, il Titolo alcolometrico volumico.

I prodotti alimentari non confezionati o generalmente venduti previo frazionamento, anche se originariamente confezionati, i

prodotti confezionati sui luoghi di vendita a richiesta dell'acquirente ed i prodotti confezionati ai fini della vendita immediata, devono essere muniti di apposito cartello, applicato ai recipienti che li contengono oppure applicato nei comparti in cui sono esposti.

Sul cartello devono essere riportate:

- nome del prodotto o denominazione di vendita;
- elenco degli ingredienti in ordine decrescente rispetto alla quantità;
- termine minimo di conservazione o, per prodotti molto deperibili dal punto di vista microbiologico, data di scadenza;
- modalità di conservazione (per prodotti altamente deperibili che devono essere conservati in frigo).

Altre indicazioni che possono apparire in etichetta riguardano:

- origine e provenienza;
- marchi commerciali, marchi di qualità (Dop, Igt);
- informazioni nutrizionali facoltative;
- simboli e pittogrammi a carattere ambientale;
- codice a barre.

Per i prodotti provenienti da agricoltura biologica l'etichetta deve riportare anche le seguenti indicazioni:

- **nome dell'organismo di controllo autorizzato**, e suo codice, preceduto dalla sigla IT;
- **codice dell'azienda controllata**;
- **numero di autorizzazione** (sia per i prodotti agricoli freschi che trasformati)
- la dicitura "**organismo di controllo autorizzato con D.M. n. del in applicazione del Reg. CEE n. 2092/91**".

Sono invece facoltative:

- l'indicazione "**Agricoltura biologica-Regime di controllo CE**"
- il **marchio europeo**

Macellerie aziendali

Nel caso di macellerie aziendali, è importante che sul banco frigo sia riportato, per le carni di bovino, un cartello con le seguenti informazioni

obbligatorie:

Per le carni ottenute da animali:

- di età tra 0 a 8 mesi la denominazione di vendita sarà «**vitello**» o «carne di vitello»,
- di età da 8 a 12 mesi e' prevista la denominazione «**vitellone**» o «carne di vitellone».

VITELLO O VITELLONE O BOVINO ADULTO _____
ANIMALE N° _____
NATO IN ITALIA _____
INGRASSATO IN ITALIA _____
MACELLATO IN ITALIA _____
N° MATTATOIO _____

Per i bovini adulti l'unica denominazione di vendita obbligatoria e' «**bovino adulto**».

Nel caso si preparino le salsicce fresche occorre riportare accanto al vassoio l'elenco degli ingredienti con la loro enumerazione in ordine ponderale (di peso) decrescente.

Si consiglia, inoltre, di riportare l'indicazione "da consumare previa cottura" per una più completa informazione al consumatore finale.

Nel caso si espongano uova di produzione propria (e senza il centro di imballaggio): le uova non devono essere marcate ma almeno pulite (spazzolate e mai lavate) e deve essere presente un cartello con l'indicazione: "uova fresche di giornata".

Nel caso di polli di produzione aziendale occorre esporre un cartello con l'indicazione almeno della data della loro macellazione.

Per quanto riguarda il miele, in base a quanto previsto dal D. Lgs. 179/04 per miele si intende la sostanza dolce naturale prodotta dalle api e può essere classificata secondo l'origine (miele di fiori o di nettare o miele di melata) o secondo il metodo di produzione (di favo, scolato centrifugato, torchiato, filtrato).

È vietato aggiungere qualsiasi ingrediente o additivo alimentare. E' consentito completare la denominazione con l'indicazione dell'origine botanica (miele di castagno, di acacia, di tiglio, etc.).

Deve essere menzionato il paese (o i paesi) di origine in cui il miele è stato raccolto. E' obbligatorio apporre il sigillo di garanzia. Sono invece facoltative le indicazioni relative alla modalità di conservazione, all'anno di produzione, alla composizione, ai valori nutrizionali.

Vanno evitati termini come genuino, naturale, alta qualità e ogni riferimento a proprietà curative.

Nonostante alle attività di vendita diretta, effettuata ai sensi del D. Lgs. 228/2001 e della L. 59/63, non si applichino né il D. Lgs. 114/98 e la disciplina sulla pubblicità dei prezzi stabilita dall'articolo 14 di tale decreto, né la disciplina dell'indicazione dei prezzi per unità di misura prevista dagli artt. da 13 a 17 del D. Lgs. 206/2005 (Codice del consumo) è raccomandabile, per consolidare il rapporto con i consumatori, rendere esplicito il prezzo dei prodotti posti in vendita, in modo chiaro. Per i prodotti sfusi è opportuno indicare il prezzo a peso, mentre per quelli confezionati, il prezzo di ogni singolo pezzo.

Gli strumenti di controllo e misura devono essere periodicamente sottoposti a revisione e taratura e deve essere conservata adeguata documentazione.

I prodotti devono essere posti in vendita a peso netto, senza la tara costituita da "tutto ciò che avvolge o contiene la merce da vendere o è unito ad essa e con essa viene venduto" (art. 1 L. 441/81). La mancata applicazione della norma comporta una sanzione amministrativa e, ove ricorra, il reato di frode in commercio.

Certificazioni

Per la vendita diretta da parte di produttori agricoli in regime speciale non è obbligatorio emettere scontrino, ricevuta o fattura se la vendita riguarda prodotti propri che rientrano nella tabella A parte I del DPR 633/72 (art. 12 c.2 l. 413/91) ottenuti dalla coltivazione del fondo, dall'allevamento di animali e dalla silvicoltura.

Gli incassi giornalieri devono però essere annotati nel registro dei corrispettivi entro il giorno non festivo successivo a quello cui si riferiscono, distinti per aliquota Iva applicabile.

Se invece il produttore agricolo ha optato per l'applicazione del regime di imposta ordinario o vende prodotti propri diversi da quelli inseriti nella tabella A, ovvero i prodotti agricoli ceduti non provengono dalla coltivazione del fondo, dall'allevamento di animali e dalla silvicoltura, deve emettere scontrino, o ricevuta o fattura.

Quindi analogo obbligo di rilascio di adeguata documentazione fiscale (scontrino elettronico o manuale, ricevuta o fattura) vale per:

- la vendita di prodotti agricoli non rientranti nella tabella A o semplicemente commercializzati;
- prodotti diversi da quelli propri (rientranti nell'apposita tabella e commercializzati senza sottoporli a nessuna manipolazione o trasformazione).

Quando viene rilasciato scontrino fiscale le operazioni possono essere registrate cumulativamente nel registro dei corrispettivi, entro il giorno 15 del mese successivo a quello in cui sono state effettuate.

Regime fiscale - redditi e Iva

Per quanto riguarda il regime fiscale valgono le regole generali. Tra le attività produttive di reddito agrario (art. 32 TUIR) vi sono anche quelle dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione e commercializzazione ottenuti in via prevalente dalla coltivazione del fondo o dall'allevamento, che portino a determinati prodotti, così come elencati in apposita Tabella (Dm 26/10/2007).

Per rientrare nel regime fiscale agricolo è necessario che la vendita diretta rispetti il principio della connessione e della prevalenza, vale a dire che i prodotti venduti, se trasformati o manipolati, provengano prevalentemente dall'attività di coltivazione del fondo o dall'allevamento di animali, mentre allo stato originario discendano esclusivamente dalla propria produzione.

Rientrano nel reddito agrario non solo le trasformazioni e le manipolazioni dei prodotti ottenuti dallo stesso soggetto della coltivazione del fondo o dall'allevamento, ma anche quelli acquistati da terzi a condizione che non siano prevalenti rispetto ai propri.

Se la vendita riguarda prodotti propri ottenuti dalla coltivazione del fondo o dall'allevamento di animali, anche se manipolati, trasformati o conservati, il reddito è determinato in base al reddito agrario (art. 32 TUIR).

Se invece riguarda prodotti non prevalentemente propri la vendita produce reddito di impresa (art. 55 TUIR) che può essere determinato forfetariamente qualora l'attività sia connessa e abituale e quando l'imprenditore abbia optato per tale regime. Il reddito è pari al 15% dell'ammontare dei corrispettivi registrati ai fini Iva.

Prevalenza:

- *Criterio quantitativo* : si applica all'acquisto di prodotti della stessa specie merceologica (es. vino o latte per fare formaggi) a quelli ottenuti dall'attività propria e finalizzata ad aumentare la redditività complessiva dell'impresa agricola.
- *Criterio di valore* : si applica all'acquisto di prodotti diversi dai propri e per i quali non è possibile un confronto quantitativo. Il confronto si fa tra il valore normale dei prodotti agricoli propri determinato in base al prezzo di mercato e il costo beni acquistati.

Se invece i beni ottenuti dalla manipolazione o trasformazione di prodotti agricoli acquistati da terzi appartengono a un settore merceologico diverso da quello dei prodotti propri viene a mancare il presupposto di strumentalità e accessorietà e quindi non è applicabile il regime agricolo, ma il regime di impresa.

Per quanto riguarda il regime Iva ai produttori agricoli singoli o associati, alle cooperative e loro consorzi si applica il regime speciale (art. 34 DPR 633/72).

Tale regime si applica alla cessione di beni indicati nella tabella A, parte I del DPR 633/72:

- ottenuti prevalentemente dal fondo o dall'allevamento;
- ottenuti da attività, svolte usualmente e strumentali all'attività agricola, di manipolazione, trasformazione, di prodotti agricoli;
- ricavati prevalentemente dalla coltivazione del fondo, dall'allevamento di animali e dalla silvicoltura.

Tale regime si applica sia sui prodotti propri che su prodotti acquisiti da terzi nel rispetto della prevalenza dei primi sui secondi (circ. 44/E/2004 ag. Entrate) e della necessità che questi ultimi subiscano un processo di trasformazione o manipolazione ad opera dell'imprenditore agricolo che li ha acquistati ad integrazione quantitativa o qualitativa della propria produzione.

L'attività connessa deve avere il carattere di strumentalità funzionale rispetto all'attività agricola, senza la quale si applica il regime Iva ordinario.

Qualora l'attività riguardi beni non compresi nella citata tabella A si applica il regime ordinario.

Se si tratta solo di commercializzazione di beni acquisiti da terzi, si applica il regime Iva ordinario, anche se il prodotto rientra nella tabella citata.

Vendita diretta di latte crudo

Si sta sempre più diffondendo la vendita diretta di latte crudo da parte delle aziende zootecniche, sia direttamente in azienda che attraverso distributori automatici posti in sede fissa o itineranti.

Le aziende che fanno la vendita diretta di latte crudo, effettuata anche tramite distributori automatici, devono essere registrate, ai sensi dell'art. 6 del Regolamento CE 852/2004, presso le ASL. Ai fini della registrazione, le aziende notificano tale attività di produzione secondo le procedure definite dalla Regione Lombardia.

Le aziende devono rispondere a determinati requisiti igienico-sanitari con particolare riferimento allo stato sanitario generale e di ogni singolo capo, al benessere degli animali, alla corretta gestione dei farmaci veterinari, al rispetto dei requisiti di sicurezza ed igiene dei mangimi, all'igiene aziendale, all'igiene della mungitura, all'igiene del personale e la relativa formazione, all'identificazione degli animali e rintracciabilità del mangimi e dei prodotti, alla corretta tenuta delle registrazioni e documentazioni previste, all'effettuazione di controlli analitici del latte (il regolamento prevede che l'azienda produttrice di latte possa effettuare i controlli sul latte prodotto direttamente oppure possa avvalersi dei controlli effettuati dalle ditte che ritirano il latte).

La Regione Lombardia con la circolare n. 39 del 17.11.04 della DG Sanità ha definito linee guida per la vendita di latte crudo dal produttore al consumatore.

Si definisce latte crudo il latte prodotto da vacche, pecore, capre e bufale e sottoposto esclusivamente a trattamenti fisici:

- filtrazione, refrigerazione (0°-4°C), deposito e agitazione meccanica e a trattamenti commerciali;
- confezionamento in recipienti a perdere di materiale per alimenti;
- confezionamento in recipienti di proprietà dell'acquirente, esclusivamente al momento della vendita;
- etichettatura del prodotto confezionato in recipienti a perdere.

Chi intende effettuare la vendita diretta di latte crudo deve presentare la Dichiarazione di inizio attività produttiva.

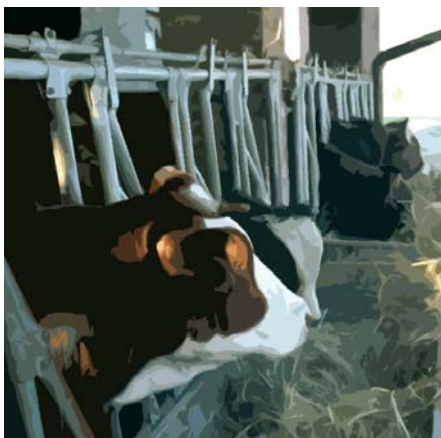
I distributori automatici di latte crudo dovranno riportare in modo chiaro e leggibile il tipo di latte (vaccino, caprino, etc) la ragione sociale e la sede dell'azienda agricola produttrice.

I distributori automatici devono riportare sul frontale l'indicazione **"Prodotto da consumarsi solo dopo bollitura"** scritto in rosso con caratteri alti almeno 4 cm (O.M. del 10/12/08).

Se il distributore fornisce il latte già confezionato in bottiglie, le stesse devono riportare chiaramente le seguenti indicazioni:

- denominazione di vendita (latte crudo vaccino, caprino, etc);
- ragione sociale indirizzo e numero di registrazione dell'azienda che gestisce l'impianto;
- data di confezionamento e data scadenza (max 3 gg. dopo il confezionamento);
- modalità di conservazione domestica (es. conservare in frigorifero tra 0 e 4°C);
- il contenuto netto;
- indicazione **"Prodotto da consumarsi solo dopo bollitura"** scritto in rosso in caratteri alti almeno 1 cm.

E' vietata la messa a disposizione di bicchieri destinati al consumo sul posto.



Vendita diretta nei mercati contadini

L'aumento del costo della vita, in particolare per alcuni beni alimentari, la maggiore esigenza di alcune fasce di popolazione, una maggiore sensibilità dei consumatori, spingono verso forme di aggregazione nella vendita diretta. Nasce così l'esperienza dei mercati riservati alla vendita diretta, meglio conosciuti come mercati contadini, mercati degli imprenditori agricoli, la cui realizzazione è prevista dal D.m. 20/11/2007- che dà attuazione ad una norma contenuta nella legge finanziaria 2007.

Cosa sono i mercati per la vendita diretta?

Sono luoghi in cui gli imprenditori agricoli singoli o associati, consorzi e cooperative di imprenditori agricoli vendono direttamente i loro prodotti, anche manipolati e trasformati.

Chi può promuovere la realizzazione un mercato contadino?

- I comuni, anche consorziati o associati, di propria iniziativa;
- gli imprenditori agricoli singoli o associati;
- le associazioni di produttori;
- le organizzazioni di categoria.

Come si realizza un mercato contadino?

Imprenditori, associazioni e organizzazioni che intendono realizzare un mercato contadino possono chiedere al Comune di istituirlo o se intendono realizzarlo loro devono presentare un'istanza al comune dove si intende realizzare il mercato indicando le motivazioni, la localizzazione, le aziende etc.

Entro 60 giorni, se non vi è riscontro alla richiesta di autorizzazione, la richiesta si intende accolta (silenzio assenso).

I comuni istituiscono o autorizzano i mercati sulla base di un disciplinare che regolamenti l'organizzazione del mercato stesso.

Chi può vendere e cosa può vendere

Possono vendere nei mercati tutti gli imprenditori agricoli iscritti al registro delle imprese che abbiano la propria azienda o nella regione in cui si realizza il mercato o nell'ambito territoriale definito da chi promuove e autorizza il mercato e che trova riscontro nel regolamento del mercato stesso e che non abbiano subito condanne per reati di frode alimentare o in materia di igiene e sanità.

L'attività di vendita può essere esercitata:

- dal titolare;
- dai soci, in caso di società;
- dai familiari o coadiuvanti;
- dal personale dipendente.

Possono essere messi in vendita:

- prodotti agricoli della propria azienda o dei soci (anche ottenuti a seguito di manipolazione e trasformazione);
- prodotti ottenuti nell'ambito del territorio della regione o di quello definito nel regolamento.

Tutti i prodotti devono essere conformi alle norme in materia:

- igienico-sanitaria (reg. CE 852/04, CE 853/04 e CE 178/02);
- etichettatura dei prodotti (D.Lgs. 109/92).

L'attività di controllo spetta al Comune che può verificare il rispetto dei propri regolamenti comunali.

Dove si può realizzare un mercato contadino?

Su area pubblica, in locali aperti al pubblico o su aree di proprietà privata. La Regione Lombardia con una apposita nota della Dg. Agricoltura, ha recentemente dato indicazione per la realizzazione dei mercati dei produttori agricoli.

E-Commerce

L'attività di vendita diretta può essere effettuata anche attraverso un apposito negozio o un'apposita vetrina sul web.

Nel caso in cui l'azienda intenda avere un proprio negozio virtuale, sia con un proprio sito che avvalendosi di un modulo predisposto da altri, come il modulo e-commerce Se.T.A., devono essere affrontati i seguenti punti critici:

- definizione contenuti negozio virtuale;
- presentazione azienda;
- presentazione territorio;
- presentazione prodotti.

E' necessario poi :

- definire catalogo prodotti;
- definire listino o listini prezzi differenziati per gruppi di clienti;
- scegliere le modalità di pagamento;
- dare informazioni su costi di spedizione e modalità di consegna e di reso, sui reclami e sul diritto di recesso (D.lgs. 206/05 - Codice del consumo);
- attivare sistema di tutela dati personali ai sensi della norma sulla privacy (L. 196/03).

Diventa importante poi definire le modalità di gestione degli ordini, gestione dei clienti e gestione del magazzino, valutare le modalità di pubblicizzazione e di spedizione.

Per chi vuole realizzare un proprio sito per la vendita on line, il sito deve essere semplice e intuitivo nella navigazione. Deve incuriosire ed essere accattivante e creare un legame comunicativo dinamico.

Per dare una risposta concreta all'esigenza di molte aziende agricole, CIA ha realizzato all'interno del progetto Se.T.A. (Servizi telematici per l'agricoltura) un modulo pensato apposta per gestire la vendita diretta attraverso il web.

Tale modulo E-commerce consente alle imprese singole o associate di avere una propria vetrina o un vero e proprio negozio. Il modulo gestisce in modo flessibile le informazioni. Le funzionalità del sistema

permettono di localizzare facilmente l'azienda per area geografica.

Ciò permette di valorizzare il territorio e anche tutte le altre attività che possono essere associate (agriturismo, fattoria didattica, percorsi e circuiti di fruizione territoriale, attività agrisociale). E' possibile inoltre fare ricerche per tipologie di prodotti o servizi.

Le imprese che scelgono di avere un proprio catalogo di prodotti possono scegliere le modalità con cui rendere accessibile il listino prezzi, che può anche essere differenziato per tipologia di cliente, prevedendo la possibilità di fare sconti differenziabili.



Comunicazione

La vendita diretta rappresenta una forma molto antica di commercializzazione che oggi trova rinnovato vigore grazie al combinarsi di diversi fattori.

Da una parte i consumatori che sono sempre più attenti alla qualità e salubrità degli alimenti, che sono sensibili alla stagionalità, alla territorialità e che sono sempre più esigenti in materia di sicurezza e tracciabilità oltre che essere interessati a recuperare il rapporto tra cibo e territorio, a conoscere ciò che mangiano e chi lo produce.

Dall'altra i produttori attenti alla valorizzazione del proprio lavoro e interessati a trasmettere, attraverso il cibo, la passione e valori immateriali facenti parte del proprio bagaglio culturale in un'economia di impresa innovativa, che è orientata al futuro e a recuperare, attraverso la riduzione dei passaggi di filiera, parte del valore aggiunto tra il prodotto agricolo e l'alimento.

E' necessario entrare in relazione con il consumatore e costruire modalità di comunicazione efficace, tali da instaurare un dialogo vero che riesca a trasmettere fiducia e creare complicità.

La qualità dei prodotti è essenziale, ma non basta allestire un banco con i propri prodotti per avere successo nella vendita diretta e per entrare in sintonia con i consumatori. Occorre usare un linguaggio chiaro e fornire tutte le informazioni sui prodotti per favorire la conoscenza dell'azienda e dei propri prodotti.

A scopo esemplificativo è possibile dare alcuni consigli: curare gli ambienti, curare la presentazione dei prodotti, individuare un marchio riconoscibile, allestire i banchi in modo accattivante con varietà di prodotti, proporre degli assaggi, predisporre materiale divulgativo chiaro e esaustivo, organizzare viste aziendali.

Gruppi di acquisto

I gruppi di acquisto sono aggregazioni di persone (spesso famiglie) che decidono di riunirsi per fare acquisti collettivi direttamente dal produttore, in particolare di alimenti, ma non solo.

Tra le caratteristiche peculiari della vendita diretta ci sono la trasparenza, il prezzo conveniente a parità di prodotto, la stagionalità e la genuinità, oltreché un rapporto diretto con il produttore.

Caratteristiche che sono interessanti per sbocchi di vendita dirette a Gruppi di acquisto che sempre più numerosi si stanno organizzando sul territorio.

Ciò permette al produttore di programmare i suoi interventi e di indirizzare le sue scelte colturali e produttive cercando di soddisfare il cliente, facendo scelte condivise.

La forma più diffusa di gruppi di acquisto è quella dei Gas (Gruppi di acquisto solidale) in cui l'aspetto dell'acquisto collettivo si coniuga con la condivisione di valori legati alla sostenibilità ambientale e alla solidarietà. Pur non trascurando la convenienza economica, la subordina ad altri aspetti (conoscenza del produttore, modalità di produzione, salubrità degli alimenti, territorialità, basso impatto ambientale, equità sociale e rispetto della legalità).

Nella Legge Finanziaria del 2008 i gruppi di acquisto sono stati definiti "associazioni non lucrative costituite per acquistare e distribuire beni agli aderenti, senza alcun ricarico, con finalità etiche, di solidarietà sociale e sostenibilità ambientale" e possono svolgere la propria attività nel rispetto della normativa fiscale equiparati a enti non commerciali, non soggetta ad Iva e ad altre imposte sul reddito.

Prenotazione del raccolto

In particolare per il settore ortofrutticolo è possibile organizzare la vendita diretta in azienda direttamente sul campo, attraverso la prenotazione del raccolto e la raccolta diretta da parte del consumatore, singolo o organizzato.

Distributori automatici di prodotti

Per alcuni prodotti confezionati (marmellate, conserve, miele, farine, riso) è possibile organizzare la vendita attraverso l'installazione di distributori automatici che possono essere posizionati in uffici, spazi pubblici o privati.

Circuiti brevi di commercializzazione

Un altro possibile sbocco di vendita diretta è quello indirizzato alla ristorazione, sia mense che ristoranti o osterie del territorio interessati a utilizzare prodotti locali.

Per quanto riguarda la ristorazione collettiva, ad esempio scolastica, le pubbliche amministrazioni possono inserire nei capitolati d'appalto la clausola che i prodotti devono provenire da aziende del territorio.

Per ristoranti o osterie c'è la possibilità di collaborare a predisporre menu di "filiera corta".

Altra possibilità è quella di creare una rete di commercializzazione attraverso la fornitura diretta a negozi locali specializzati.



	MODULISTICA REGIONALE UNIFICATA	Spazio per apposizione protocollo	Inserire qui stemma del Comune
	MODELLO A		
DICHIARAZIONE DI INIZIO/MODIFICA ATTIVITÀ PRODUTTIVA (DIAP)			
Al Comune di _____		Codice ISTAT Comune _____ A cura degli Uffici Comunali	
Ai sensi delle L.R. 1/2007 e 8/2007 e delle DGR 4502/2007, 6919/2008 e 8547/08			
Il/la sottoscritto/a			
Cognome _____ Nome _____			
Codice Fiscale _____			
Data di nascita: ___ / ___ / ___ Cittadinanza: _____ Sesso M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>			
Luogo di nascita: Stato _____ Comune _____ Prov. _____			
Residenza: Comune _____ Prov. _____			
Via, Piazza _____ n° _____ C.A.P. _____			
E-mail: _____			
Telefono: _____ FAX: _____			
in qualità di:			
<input type="checkbox"/> Titolare		<input type="checkbox"/> Curatore fallimentare	
<input type="checkbox"/> Legale rappresentante		<input type="checkbox"/> Erede o avente causa	
<input type="checkbox"/> Altro _____			
dell'Impresa/Azienda/Ente			
Denominazione o ragione sociale: _____			
<input type="checkbox"/> Ditta individuale <input type="checkbox"/> SNC <input type="checkbox"/> SAS <input type="checkbox"/> SRL <input type="checkbox"/> SURL <input type="checkbox"/> SPA			
<input type="checkbox"/> Ente pubblico <input type="checkbox"/> Società Cooperativa <input type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> Altro _____			
Codice Fiscale _____			
Partita IVA (se diversa da C.F.) _____			
con sede in Comune di _____ Prov. _____			
Via, Piazza _____ n° _____ C.A.P. _____			
Telefono: _____ FAX: _____			
<input type="checkbox"/> Iscritto al Registro Imprese della C.C.I.A.A. di _____ n° _____			
<input type="checkbox"/> In attesa di iscrizione al R.I. CCIAA <input type="checkbox"/> Non tenuto all'iscrizione in quanto Ente o altra struttura			
<input type="checkbox"/> Iscritto al R.E.A. al n° _____ <input type="checkbox"/> In attesa di iscrizione al R.E.A.			
<input type="checkbox"/> Posizione INAIL _____			
<input type="checkbox"/> CODICE INAIL Impresa _____			
<input type="checkbox"/> Iscritto all'Albo Imprenditori Agricoli Professionali n° _____ del ___ / ___ / ___ Prov. _____			
<input type="checkbox"/> Iscritto all'Albo Imprese Artigiane al n° _____ del ___ / ___ / ___ Prov. _____			
consapevole delle conseguenze penali e amministrative previste dagli Artt. 75 e 76 del DPR 445/2000 in caso di dichiarazioni mendaci e formazione o uso di atti falsi, DICHIARA			
<input type="checkbox"/> L'avvio di una nuova attività		<input type="checkbox"/> La modifica di una attività esistente, riguardante	
<input type="checkbox"/> Sede			
<input type="checkbox"/> Locali/impianti: allegare descrizione e planimetria			
<input type="checkbox"/> Ciclo produttivo: allegare relazione tecnica			
<input type="checkbox"/> Aspetti merceologici			
<input type="checkbox"/> Altro (es. variazione mezzi di trasporto): documentare			
Decreto n° _____ del ___ / ___ / ___			
MOD. A - Pag. 1			

FAC-SIMILE MOD. A

DIAP - Dichiarazione di inizio attività produttiva

La modulistica completa per la dichiarazione di inizio attività (modelli e schede allegate) è stata definita dalla Regione Lombardia con apposito decreto della Direzione Centrale, n. 790 del 2/02/09 (2° supp. Straordinario al Burl n. 6 del 12/02/09). I moduli sono disponibili presso i Comuni.

	MODULISTICA REGIONALE UNIFICATA	Spazio per apposizione protocollo	Inserire qui stemma del Comune
	MODELLO B		
DICHIARAZIONE SUBINGRESSO / CESSAZIONE / SOSPENSIONE E RIPRESA / CAMBIAMENTO RAGIONE SOCIALE DI ATTIVITÀ PRODUTTIVA			
Al Comune di _____		Codice ISTAT Comune _____ A cura degli Uffici Comunali	
Ai sensi delle L.R. 1/2007 e 8/2007 e delle DGR 4502/2007, 6919/2008 e 8547/08			
Il/la sottoscritto/a			
Cognome _____ Nome _____			
Codice Fiscale _____			
Data di nascita: ___ / ___ / ___ Cittadinanza: _____ Sesso M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>			
Luogo di nascita: Stato _____ Comune _____ Prov. _____			
Residenza: Comune _____ Prov. _____			
Via, Piazza _____ n° _____ C.A.P. _____			
E-mail: _____			
Telefono: _____ FAX: _____			
in qualità di:			
<input type="checkbox"/> Titolare		<input type="checkbox"/> Curatore fallimentare	
<input type="checkbox"/> Legale rappresentante		<input type="checkbox"/> Erede o avente causa	
<input type="checkbox"/> Altro _____			
dell'Impresa/Azienda/Ente			
Denominazione o ragione sociale: _____			
<input type="checkbox"/> Ditta individuale <input type="checkbox"/> SAPA <input type="checkbox"/> SAS <input type="checkbox"/> SRL <input type="checkbox"/> SURL <input type="checkbox"/> SPA			
<input type="checkbox"/> Ente pubblico <input type="checkbox"/> Società Cooperativa <input type="checkbox"/> SS <input type="checkbox"/> Altro _____			
Codice Fiscale _____			
Partita IVA (se diversa da C.F.) _____			
con sede in Comune di _____ Prov. _____			
Via, Piazza _____ n° _____ C.A.P. _____			
Telefono: _____ FAX: _____			
<input type="checkbox"/> Iscritto al Registro Imprese della C.C.I.A.A. di _____ n° _____			
<input type="checkbox"/> In attesa di iscrizione al R.I. CCIAA <input type="checkbox"/> Non tenuto all'iscrizione in quanto Ente o altra struttura			
<input type="checkbox"/> Iscritto al R.E.A. al n° _____ <input type="checkbox"/> In attesa di iscrizione al R.E.A.			
<input type="checkbox"/> Posizione INAIL _____			
<input type="checkbox"/> CODICE INAIL Impresa _____			
<input type="checkbox"/> Iscritto all'Albo Imprenditori Agricoli Professionali n° _____ del ___ / ___ / ___ Prov. _____			
<input type="checkbox"/> Iscritto all'Albo Imprese Artigiane al n° _____ del ___ / ___ / ___ Prov. _____			
consapevole delle conseguenze penali e amministrative previste dagli Artt. 75 e 76 del DPR 445/2000 in caso di dichiarazioni mendaci e formazione o uso di atti falsi, DICHIARA			
<input type="checkbox"/> Il subingresso (S)		<input type="checkbox"/> Il cambiamento di ragione sociale	
<input type="checkbox"/> La cessazione dell'attività (C)		<input type="checkbox"/> modifica soggetti titolari dei requisiti	
<input type="checkbox"/> La sospensione / ripresa dell'attività (S/R)			
Decreto n° _____ del ___ / ___ / ___			
MOD. B - Pag. 1			

FAC-SIMILE MOD. B

MODULISTICA REGIONALE UNIFICATA
SCHEDA 1 C.F. _____
 Allegato alla dichiarazione di

**ATTIVITÀ DI VENDITA EX ART. 7 D.LGS 114/98,
 SOMMINISTRAZIONE EX ART. 8 COMMA 4 L.R. 30/03
 E FORME SPECIALI DI VENDITA**

LOCALI DI SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITÀ
SUPERFICIE DELL'ESERCIZIO

Riportare la distribuzione della superficie dell'esercizio presso cui si svolgerà l'attività, nei casi di: avvio nuova attività, variazione attività esistente, trasferimento attività in altra sede
N.B. Tutte le superfici vanno arrotondate all'unità

SUPERFICIE DI VENDITA IN MQ

Alimentari A1 _____
 Non alimentari A2 _____

TABELLE SPECIALI
N.B. Per superficie delle tabelle speciali si intende solo quella dei generi abbinati

Generi di monopolio A3 _____
 Farmacie A4 _____
 Carburanti A5 _____

TOTALE SUPERFICIE DI VENDITA (A1+A2+A3+A4+A5) A _____

SUPERFICIE SOMMINISTRAZIONE B _____

SUPERFICIE INTRATTENIMENTO E SVAGO C _____

SUPERFICI ALTRE ATTIVITÀ (ingrosso, servizi, altro _____) D _____

SUPERFICI ACCESSORIE (magazzini, servizi, uffici) E _____

La superficie è calcolata in maniera convenzionale (per i generi ingombranti, inamovibili, a consegna differita)

SUPERFICIE COMPLESSIVA DELL'ESERCIZIO (A+B+C+D+E) _____

Eventuali altre attività svolte nella stessa unità locale:

Nessuna Altre attività CODICE ATECO (prime tre cifre) _____
 o descrizione _____

L'attività è svolta al domicilio del dichiarante? SI NO

Decreto n° _____ del _____ / _____ / _____ SCHEDA 1 - Pag. 1

FAC SIMILE DI REGOLAMENTO MERCATO DEGLI IMPRENDITORI AGRICOLI

Art. 1 Istituzione

E' istituito il mercato agricolo riservato alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli denominato "_____" (d'ora in poi chiamato mercato), situato in _____ nel comune di _____. Il mercato si svolgerà con cadenza _____ nella/e giornate di _____ con i seguenti orari: dalle _____ alle _____

Art. 2 Finalità

Il mercato ha lo scopo di promuovere e vendere i prodotti agricoli derivanti dall'esercizio dell'attività agricola, freschi e trasformati, ottenuti a seguito di manipolazione o trasformazione. Il mercato è promosso dal _____ e gestito da _____. Le aziende agricole che partecipano al mercato hanno l'obiettivo di promuovere la vendita diretta dei propri prodotti, di soddisfare le esigenze dei consumatori in merito all'acquisto dei prodotti agricoli che abbiano un diretto legame con il territorio di produzione, di far conoscere la cultura rurale e di promuovere azioni di informazione per i consumatori sulle caratteristiche dei prodotti agricoli posti in vendita. All'interno del mercato possono essere realizzate anche attività culturali, didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari, tradizionali e artigianali del territorio rurale di riferimento.

Art. 3 Soggetti ammessi

Sono ammessi alla vendita gli imprenditori agricoli di cui all'art. 2135 del codice civile, iscritti nel Registro delle imprese tenuto dalla CCIAA, comprese le cooperative di imprenditori agricoli e i loro consorzi, nonché le società di cui all'art. 1 c. 1094 della legge n. 296 del 27/12/2006.

I soggetti ammessi alla vendita devono essere in possesso dei requisiti previsti dall'art. 4 c. 6 del D. Lgs. N. 228 del 18/05/2001.

L'azienda agricola, o in caso di società, le aziende agricole dei soci, devono essere ubicate nell'ambito territoriale _____, con riferimento alla sede principale risultante dal Registro delle imprese.

Il mercato è costituito da un numero di spazi definiti (come da planimetria allegata) con le relative dimensioni. Il ruolo del venditore deve essere ricoperto dal titolare dell'azienda, o dai soci in caso di società agricole, o dai relativi familiari coadiuvanti, nonché dal personale dipendente di ciascuna impresa.

Art. 4 Domanda di partecipazione

La domanda di partecipazione deve essere presentata al gestore del mercato e deve contenere: i dati del richiedente; l'anagrafica completa dell'azienda agricola; le modalità di allevamento e coltivazione (biologico, Integrato e tradizionale); la tipologia di prodotti e la stima della quantità dei prodotti che potranno essere posti in vendita e la relativa stagionalità; la dichiarazione di essere possedere i requisiti dall'art. 4 comma 6 del D. Lgs. 228/2001; i periodi dell'anno in cui l'azienda è disponibile a partecipare al mercato; eventuali esperienze passate di vendita diretta in altre manifestazioni.

Le domande devono essere corredate da: copia del fascicolo aziendale aggiornato e firmato; copia aggiornata della visura camerale; copia della DIAP presentata in comune e quindi autorizzazioni annesse; copia certificazioni qualità dei prodotti messi in vendita; copia polizza assicurativa di responsabilità civile e /o di responsabilità dei prodotti.

La partecipazione è subordinata al rispetto da parte delle aziende delle normative vigenti in materia fiscale, igienico-sanitaria e amministrativa e dovrà tener conto delle disposizioni a tutela dei consumatori previste dalla normativa vigente.

Devono essere osservate le disposizioni comunali in materia di smaltimento rifiuti.

Art. 5 Selezione delle aziende

Per l'assegnazione degli spazi di vendita l'ente gestore definisce dei parametri e stabilisce la graduatoria.

La graduatoria deve essere pubblicata annualmente dal gestore del mercato.

Le domande di partecipazione devono essere presentate ogni anno entro il _____.

Art. 6 Vendita

I prodotti agricoli posti in vendita, anche ottenuti a seguito di attività di manipolazione o trasformazione, devono provenire dall'ambito territoriale di _____ provenire dalla propria azienda (o dall'azienda dei soci imprenditori agricoli) o da imprenditori agricoli dell'ambito territoriale di cui sopra, nel rispetto del limite di prevalenza di cui all'art. 2135 c.c.

Tutti i prodotti agricoli devono essere conformi alla disciplina in materia di igiene degli alimenti, etichettati nel rispetto della normativa vigente per i singoli prodotti e con l'indicazione del luogo di origine territoriale e dell'impresa produttrice.

Le merci devono essere pesate con bilance tarate secondo la normativa vigente e vendute a peso netto, ai sensi della legge n. 441 del 5/08/1981.

I prodotti devono recare in modo chiaro e leggibile il prezzo di vendita al pubblico, indicato per unità di misura.

L'eventuale aggiunta di altri prodotti agricoli non specificati nella domanda di partecipazione deve essere autorizzata dal gestore del mercato.

FAC-SIMILE DEL MODELLO DI RICHIESTA DA INVIARE AL COMUNE

Al Sindaco del Comune di _____

Oggetto: richiesta di istituzione e autorizzazione alla gestione del mercato contadino
di _____

Gentile Sindaco

In riferimento al Decreto Legislativo n° 301 del 20/11/07 del Ministero delle Politiche Agricole alimentari e forestali, in attuazione all'art. 1, comma 1065, della legge n° 296 del 27/12/2006, inerente le normative sui mercati riservati all'esercizio della vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli e in particolare all'art. 1 comma 2 che affida ai Comuni la potestà di istituire i mercati agricoli di propria iniziativa, su richiesta di imprenditori agricoli singoli o associati o attraverso l'associazione di categoria;

SI COMUNICA

Che il sottoscritto (Nome e cognome) nato a _____ () il 00/00/00 e residente a _____
_____ () in Via/Piazza/Cascina /Strada/
in qualità di _____ dell' _____ (azienda, società, consorzio,
organizzazione,...)

INTENDE RICHIEDERE

L'istituzione di un mercato contadino settimanale a _____, in via _____
da tenersi nella giornata di _____ dalle ore _____ alle ore _____
e candidarsi alla gestione dello stesso attraverso una convenzione con cui stabilire modalità e ambito territoriale.

Per tutte le informazioni gli imprenditori agricoli possono rivolgersi alle Organizzazioni professionali presenti sul territorio.

In ogni caso i referenti istituzionali competenti per il rilascio delle autorizzazioni e per i controlli sono:

- Comuni :ufficio commercio e polizia annonaria,ufficio agricoltura, ufficio occupazione suolo pubblico;
- Suap: sportello unico attività produttive;
- Asl - ufficio igiene alimenti e uffici veterinari.

DOP: DENOMINAZIONE DI ORIGINE PROTETTA (reg. CE 510/06)

E' destinata a prodotti strettamente associati alla specifica area della quale portano il nome. Tali prodotti devono rispondere a due condizioni:

le qualità, ovvero le caratteristiche del prodotto, devono essenzialmente, ed esclusivamente, provenire dalle specificità ambientali del suo luogo d'origine; le specificità ambientali sono definite dalle caratteristiche umane e naturali, quali il clima, qualità del suolo, e conoscenze ascrivibili alle popolazioni locali; produzione, trasformazione ed elaborazione, debbono svolgersi nell'area geografica determinata di cui il prodotto porta il nome.

Prodotti Dop della provincia di Milano: Taleggio, Gorgonzola, Quartirolo, Grana Padano, Salame Milano, Salamini italiani alla cacciatora, Gran suino padano, Salva cremasco.

IGP: INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA

Indica prodotti collegati ad una regione della quale portano il nome; il collegamento è di natura diversa da quello che si stabilisce tra prodotti Dop e loro area di origine. Affinché un prodotto possa essere eleggibile all'utilizzo della indicazione di origine geografica, deve corrispondere a due condizioni:

- deve essere stato prodotto all'interno dell'area geografica della quale porta il nome;
- deve, inoltre, manifestarsi un collegamento tra il prodotto e l'area che gli conferisce la denominazione. Tuttavia, quest'ultimo aspetto non deve intendersi indispensabile od esclusivo, come nel caso della denominazione di origine protetta, consentendosi un più flessibile collegamento oggettivo.

Prodotti Igp della Provincia di Milano: Cotechino Modena, Mortadella Bologna; Zampone Modena; Salame Cremona.

DOC: DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA

La Denominazione di origine controllata (DOC o nella dizione europea VQPRD - Vini di qualità prodotti in regioni determinate) è l'indicazione usata per distinguere un vino rispondente ai requisiti ed alle condizioni stabilite nel relativo disciplinare di produzione, pubblicato sulla Gazzetta ufficiale.

Per DOC si intendono i vini che possiedono caratteristiche qualitative particolari, ottenuti esclusivamente da vitigni raccomandati o autorizzati della specie *Vitis vinifera*, raccolte nell'area geografica determinata e conformi a disposizioni nazionali o comunitarie quali gradazione alcolometrica minima naturale e caratteristiche organolettiche specifiche.

Vini DOC della provincia di Milano: San Colombano al Lambro o San Colombano Rosso (uve croatina, barbera e uva rara) o Bianco (uve chardonnay e pinot nero), prodotto nelle province di Milano, Lodi e Pavia.

DOCG: DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA E GARANTITA

Con la definizione DOCG si fa riferimento a un vino rispondente alle caratteristiche della DOC che possiede requisiti di particolare pregio, per il quale ha superato un controllo qualitativo, con la conseguente obbligatorietà di portare uno speciale sigillo rilasciato dalla Camera di Commercio o dal Consorzio di tutela.

IGT: INDICAZIONE GEOGRAFICA TIPICA

Con la sigla IGT si definiscono vini prodotti in una determinata area geografica, secondo disciplinari di produzione che ne regolano la produzione, dalla vigna all'imbottigliamento. I vini IGT possono essere imbottigliati anche in confezioni diverse dalle bottiglie di vetro.

Vini Igt della provincia di Milano: denominazione "Collina del Milanese" nelle versioni rosso, bianco, rosato e passito.

Con l'approvazione della nuova OCM vino, che vedrà applicazione a breve, le denominazioni di origine (Doc, Docg e Igt) verranno modificate per uniformarle alle denominazioni europee, trasformandole tutte in Dop e Igp.

BIOLOGICO: un prodotto biologico si ottiene dall'agricoltura biologica che è un sistema di produzione agricola che permette di ottenere prodotti nel rispetto dell'ambiente, del benessere animale e che tutela la fertilità del suolo, le risorse non rinnovabili, la biodiversità agricola e naturale.

I requisiti a cui deve sottostare le produzioni biologiche sono definiti da appositi regolamenti comunitari: Reg. CE 834/2007 e il regolamento applicativo Reg. CE 889/2008 che hanno recentemente modificato la regolamentazione precedente in vigore dal 1991.

I principi fondamentali dell'agricoltura biologica sono:

- mantenimento e aumento della fertilità dei suoli mediante il ricorso a pratiche agronomiche (rotazione colture, coltivazione leguminose, sovescio) e uso di compost e letame;

- lotta alle infestanti e alle malattie attraverso l'utilizzo di varietà e razze rustiche e resistenti, l'utilizzo di competitori naturali e di pratiche colturali adeguate;
- ricorso a fitoterapia e omeopatia per la cura di piante e animali;
- utilizzo esclusivo, se necessario, di prodotti antiparassitari a base di estratti ed oli vegetali, di rame o zolfo o di microrganismi antagonisti dei patogeni;
- rispetto del benessere animale, sia in termini di alimentazione, che di spazio e di cure;
- esclusione di prodotti chimici di sintesi o di OGM.

La verifica dell'applicazione dei disciplinari di produzione biologica è demandata ad appositi enti certificatori autorizzati dal Ministero delle Politiche agricole.

MARCHI LOCALI

I marchi collettivi hanno lo scopo di garantire l'origine, la qualità, la natura dei prodotti. Il loro uso è riservato ai singoli produttori che rispettano le caratteristiche previste da chi ha istituito il marchio.

I marchi possono essere obbligatori o volontari. I marchi obbligatori attestano la conformità di un prodotto a regole tecniche di impiego obbligatorio e indicano la rispondenza alle normative vigenti.

I marchi volontari attestano invece la conformità di un prodotto a norme tecniche di impiego volontario, ossia la rispondenza ad un disciplinare, con l'intento di segnalare il livello qualitativo del prodotto o la provenienza.

Marchi del parco del Ticino:

I prodotti a marchio Parco Ticino sono ottenuti con tecniche di produzione a basso impatto ambientale, dai campi sono banditi concimi e diserbanti chimici e negli alimenti è limitato l'uso di conservanti e addensanti. Si praticano diverse coltivazioni e i campi sono utilizzati a rotazione, per evitare uno sfruttamento eccessivo del terreno. Gli animali sono allevati con cibo prodotto all'interno dell'azienda, anche il paesaggio è tutelato, perché le imprese s'impegnano a mantenere filari di alberi e a dare ospitalità a specie selvatiche.

Marchio del Parco agricolo sud Milano:

Il marchio Parco Agricolo Sud Milano non è un marchio sulla qualità del prodotto, ma una certificazione della provenienza e della "sostenibilità" delle produzioni, oltre alla volontà e all'impegno dei produttori che scelgono di salvaguardare e conservare i segni e le tradizioni dell'agricoltura che hanno "costruito" il paesaggio del Parco.



HACCP

L'HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points: analisi dei rischi e definizione dei punti critici da controllare) nasce in America nel 1959 e diventa Direttiva europea nel 1994 e legge in Italia a fine maggio 1997.

I principi dell'autocontrollo consistono nella messa in atto dei sistemi HACCP che mirano a identificare ed analizzare i danni associati ai differenti stadi del processo produttivo di una derrata alimentare, a definire i mezzi necessari per neutralizzarli e ad assicurare che questi mezzi siano messi in atto in modo efficiente ed efficace.

Il tutto oggi è disciplinato dal Regolamento CE 852/2004 del 29-04-2004.

La stessa legge riconosce che un'azienda agricola non è un'industria alimentare e quindi non deve procedere ad un autocontrollo secondo il metodo Haccp, ma può mettere a punto soluzioni meno complesse, più semplici e meno costose di quelle industriali.

Il sistema HACCP deve essere considerato come un approccio organizzato e sistematico in grado di costruire, mettere in atto o migliorare la garanzia di qualità microbiologica, fisica e chimica delle derrate alimentari. Il sistema HACCP viene elaborato per un prodotto specifico, per la sua produzione e per i rischi che esso può comportare per il consumatore.

Il responsabile dell'azienda agricola che esercita vendita diretta dei propri prodotti deve individuare ogni fase che potrebbe rivelarsi critica per la sicurezza degli alimenti e deve garantire che siano individuate, applicate, mantenute ed aggiornate le adeguate procedure di sicurezza avvalendosi dei principi su cui è basato il sistema di analisi dei rischi e di controllo dei punti critici HACCP.

I principi sui quali si basa l'elaborazione di un piano HACCP sono i seguenti (art. 5 Reg. Ce 852/04):

- A. identificare ogni pericolo che deve essere prevenuto, eliminato o ridotto a livelli accettabili;
- B. identificare i punti critici di controllo nella fase o nelle fasi in cui il controllo stesso si rivela essenziale per prevenire o eliminare un rischio o per ridurlo a livelli accettabili;
- C. stabilire, nei punti critici di controllo, i limiti critici che differenziano l'accettabilità e l'inaccettabilità ai fini della prevenzione, eliminazione o riduzione dei rischi identificati;
- D. stabilire ed applicare procedure di sorveglianza efficaci nei punti critici di controllo;
- E. stabilire le azioni correttive da intraprendere nel caso in cui dalla sorveglianza risulti che un determinato punto critico non è sotto controllo;
- F. stabilire le procedure, da applicare regolarmente, per verificare l'effettivo funzionamento delle misure di cui alle lettere da a) ad e);
- G. predisporre documenti e registrazioni adeguati alla natura e alle dimensioni dell'impresa alimentare al fine di dimostrare l'effettiva applicazione delle misure di cui alle lettere da a) ad f).

L'autocontrollo HACCP si realizza attraverso la compilazione e l'osservanza di un apposito manuale aziendale di buona prassi igienico sanitaria, nel quale sono analizzate le potenziali fonti di rischio per la salute derivanti da qualsiasi manipolazione di generi alimentari e si indicano i comportamenti appropriati per evitarne le conseguenze.

L'azienda agricola che vende direttamente i propri prodotti deve applicare l'autocontrollo sia nella lavorazione dei prodotti (per es. nella preparazione del vino, confetture, salumi. . .) sia nel confezionamento, nella conservazione e nell'eventuale porzionamento dei prodotti stessi.

Obiettivo del manuale, che prevede anche la registrazione scritta delle operazioni di prevenzione periodica del rischio igienico (periodicità delle disinfestazioni, calendario delle pulizie del locale) è impedire contaminazioni fisiche, chimiche e microbiologiche dannose alla salute, provenienti da cattiva igiene degli operatori, del locale, delle attrezzature.

RINTRACCIABILITÀ

Il Reg. CE 178/02 dispone che la sicurezza degli alimenti e dei mangimi deve essere garantita lungo tutto la filiera produttiva, istituisce l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare, il sistema di allarme rapido e di gestione delle situazioni di emergenza e introduce l'obbligo della rintracciabilità.

Tutti i soggetti della catena alimentare, ivi compresi agricoltori e allevatori, rientrano nella definizione di "operatori del settore alimentare" e sono direttamente responsabili della sicurezza alimentare, relativamente alla parte di propria competenza.

Sono coinvolti gli allevamenti, le aziende agricole che fanno anche trasformazione e le aziende agrituristiche.

Obiettivo del Regolamento è quello di predisporre un sistema generale di rintracciabilità in modo da poter, in caso di problemi:

- individuare facilmente le fonti di contaminazione;
- effettuare ritiri mirati della merce potenzialmente pericolosa;
- perseguire eventuali comportamenti non conformi;
- circoscrivere gli effetti evitando contraccolpi sui mercati esterni all'area di crisi.

Gli operatori agroalimentari sono tenuti a:

- registrare gli acquisti;
- registrare le cessioni;
- ritirare i prodotti.

Norme di carattere generale

Art. 2135 Codice civile. Imprenditore agricolo

È imprenditore agricolo chi esercita una delle seguenti attività: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse.

Per coltivazione del fondo, per selvicoltura e per allevamento di animali si intendono le attività dirette alla cura e allo sviluppo di un ciclo biologico o di una fase necessaria del ciclo stesso, di carattere vegetale o animale, che utilizzano o possono utilizzare il fondo, il bosco o le acque dolci, salmastre o marine.

Si intendono comunque connesse le attività, esercitate dal medesimo imprenditore agricolo, dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione che abbiano ad oggetto prodotti ottenuti prevalentemente dalla coltivazione del fondo o del bosco o dall'allevamento di animali, nonché le attività dirette alla fornitura di beni o servizi mediante l'utilizzazione prevalente di attrezzature o risorse dell'azienda normalmente impiegate nell'attività agricola esercitata, ivi comprese le attività di valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale e forestale, ovvero di ricezione ed ospitalità come definite dalla legge.

D.Lgs. n. 228 del 18 maggio 2001 - Orientamento e modernizzazione del settore agricolo, a norma dell'articolo 7 della legge 5 marzo 2001, n. 57 - Art. 4 - Esercizio dell'attività di vendita.

D.Lgs. n. 99 del 29 marzo 2004 - art. 4 - Norme sulla vendita di prodotti agricoli.

ANCI - Linee Guida - Nota del 24/10/2005.

D.P.R. n. 54 del 14 gennaio 1997 - Regolamento recante attuazione delle direttive 92/46 e 92/47/CEE in materia di produzione e immissione sul mercato di latte e di prodotti a base di latte.

Legge n. 231 del 11 novembre 2005 - art. 2 bis - Disposizioni in materia di vendita dei prodotti agricoli e agroalimentari.

Risoluzione n. 4363 del 10/05/06 Min. Svil. Economico - Obbligo di iscrizione al Registro Imprese per l'attività di vendita svolta dai produttori agricoli.

L. n. 81 del 11 marzo 2006 - Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 10 gennaio 2006, n. 2, recante interventi urgenti per i settori dell'agricoltura, dell'agroindustria, della pesca, nonché in materia di fiscalità d'impresa.

Art. 2-quinquies - Modifica all'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228
1. All'articolo 4, comma 2, del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228, e' aggiunto, in fine, il seguente periodo: «Per la vendita al dettaglio esercitata su superfici all'aperto nell'ambito dell'azienda agricola o di altre aree private di cui gli imprenditori agricoli abbiano la disponibilità non e' richiesta la comunicazione di inizio attività».

Legge n. 580 del 29 dicembre 1993 - Istituzione del Registro delle imprese.

Legge n. 59 del 9 febbraio 1963 - Norme per la vendita al pubblico in sede stabile dei prodotti agricoli da parte degli agricoltori produttori diretti.

Legge n. 296 del 27 dicembre 2006

Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2007).

Art. 1 c. 1064 - modifica art. 4 D.lgs. 228

c. 1065 - Al fine di promuovere lo sviluppo dei mercati degli imprenditori agricoli a vendita diretta, con decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali di natura non regolamentare, d'intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, da adottare entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono stabiliti i requisiti uniformi e gli standard per la realizzazione di detti mercati, anche in riferimento alla partecipazione degli imprenditori agricoli, alle modalità di vendita e alla trasparenza dei prezzi, nonché le condizioni per poter beneficiare degli interventi previsti dalla legislazione in materia.

Decreto 20 novembre 2007 - MIPAAF - Attuazione dell'articolo 1, comma 1065, della legge 27 dicembre 2006, n. 296, sui mercati riservati all'esercizio della vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli.

L. n. 441 del 05 agosto 1981 - Vendita a peso netto delle merci.

Normativa igienico-sanitaria

Regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio del 28 gennaio 2002 che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare.

Regolamento (CE) n. 852/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 sull'igiene dei prodotti alimentari.

Regolamento (CE) n. 853/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 che stabilisce norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale.

Ordinanza 3 aprile 2002 - Ministero della salute - Requisiti igienico-sanitari per il commercio dei prodotti alimentari sulle aree pubbliche.

Regolamento (CE) n. 183/2005 del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 gennaio 2005 che stabilisce requisiti per l'igiene dei mangimi.

Libro bianco sulla sicurezza alimentare - documento del 12.1.2000.

Ordinanza ministeriale del 10 dicembre 2008 - Misure urgenti in materia di produzione, commercializzazione e vendita diretta di latte crudo per l'alimentazione umana.

Normativa Fiscale

Decreto ministeriale 11/07/2007 - Ministero dell'Economia e Finanze - Individuazione dei beni che possono essere oggetto delle attività agricole connesse di cui all'articolo 32 del testo unico delle imposte sui redditi.

Legge n.413 del 30 dicembre 1991 - Disposizioni per ampliare le basi imponibili, per razionalizzare, facilitare e potenziare l'attività di accertamento - art. 12 comma 2

DPR n.633 del 26 ottobre 1972 - Istituzione e disciplina dell'imposta sul valore aggiunto - art. 24 - Registrazione dei corrispettivi e art.34 - Regime speciale per i produttori agricoli.

DPR n.442 del 10 novembre 1997 - Regolamento recante norme per il riordino della disciplina delle opzioni in materia di imposte sul valore aggiunto e di imposte dirette.

Legge n.296 del 27 dicembre 2006
Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2007)

c. 1094 - Si considerano imprenditori agricoli le società di persone e le società a responsabilità limitata, costituite da imprenditori agricoli, che esercitano esclusivamente le attività dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione di prodotti agricoli ceduti dai soci. In tale ipotesi, le società possono optare per la determinazione del reddito applicando all'ammontare dei ricavi il coefficiente di redditività del 25 per cento.
(così modificato dall'art. 1 c. 177 della legge 244/07 - legge finanziaria 2008).

DPR 695/96 art.6 comma 4 - relativo alla registrazione dei corrispettivi.

Circ.44/E/04 - Agenzia delle entrate.

Normativa commercio, etichettatura

Legge n.59 del 9 febbraio 1963 - Norme per la vendita al pubblico in sede stabile dei prodotti agricoli da parte degli agricoltori produttori diretti.

D.Lgs.n.114 del 31 marzo 1998- Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n.59.

D.Lgs.n.206 del 06 settembre 2005 artt.13,14,15,16,17 - Codice del consumo.

D.Lgs.n.109 del 27 gennaio 1992 - Attuazione delle direttive 89/395/CEE e 89/396 CEE concernenti l'etichettatura, la presentazione e la pubblicità dei prodotti alimentari.

Direttiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 20 marzo 2000 relativa al ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri concernenti l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità.

Regolamento (CE) n. 1760/2000 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 luglio 2000 che istituisce un sistema di identificazione e di registrazione dei bovini e relativo all'etichettatura delle carni bovine e dei prodotti a base di carni bovine, e che abroga il regolamento (CE) n.820/97 del Consiglio.

Decreto 13 dicembre 2001 - Ministero Politiche agricole - Disposizioni applicative al Regolamento (CE) n. 1760/2000 - Titolo II. Etichettatura carni bovine.

Legge n.204 del 3 agosto 2004 - Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 24 giugno 2004, n. 157, recante disposizioni urgenti per l'etichettatura di alcuni prodotti agroalimentari, nonché in materia di agricoltura e pesca.

Circolare n.169 del 15 ottobre 2004 - Ministero delle Attività produttive - Etichettatura dei prodotti alimentari.

Legge n.419 del 3 maggio 1971 - Applicazione dei regolamenti comunitari n.1619/68 e n.95/69 contenenti norme sulla commercializzazione delle uova.

Legge n.173 del 17 agosto 2005 - Disciplina della vendita diretta a domicilio.

D.lgs.n.24 del 2/02/2002 - Attuazione direttiva 1999/44/CE su taluni aspetti della vendita diretta e delle garanzie di consumo.

D.lgs.n.181 del 23 giugno 2003 - Attuazione direttiva 2000/013/CE concernente l'etichettatura e la presentazione dei prodotti alimentari, nonché la relativa pubblicità.

D.lgs.n.179 del 21 maggio 2004 - Attuazione direttiva 2001/110/CE concernente la produzione e la commercializzazione del miele.

Circolare n.3487/C del 1 giugno 2000 - Ministero Industria - Disciplina della vendita di beni tramite mezzo elettronico.

Normativa regionale

Decreto 790 del 2/02/09 - D.C. Programmazione integrata - Approvazione modelli DIAP (Burl n.6 2° Suppl. Straord. Del 12/02/09).

Legge regionale n.12 del 4 agosto 2003 - Norme relative a certificazioni in materia di igiene e sanità pubblica.

Decreto 14572 del 31/07/02 - D.G. Sanità - Approvazione linee guida per la trasformazione degli alimenti di origine animale nelle aziende agricole. (Burl n.35 S.O. del 26/08/02).

Ddg 7 febbraio 2006 n.1265 - D.G. Sanità - Definizione dell'ambito di applicazione dei Regolamenti (CE) nn.852/2004 e 853/2004 (Burl n.10 S.O. del 6/03/06).

Dgr 3 dicembre 2008 n.8/8547 - Semplificazione di procedimenti per l'avvio di

attività economiche. (Burl n.51 S.O.del 15/12/08).

Circolare regionale n.39 del 17 novembre 2004 - Vendita di retta al consumatore di latte crudo vaccino,ovicaprino e bufalino nell'azienda agricola di produzione (Burl n.49 S.O.del 29/11/04).

Circolare regionale n.20 del 24 maggio 2005 - Vendita di retta al consumatore di latte crudo vaccino,ovicaprino e bufalino nell'azienda agricola di produzione (Burl n.24 S.O.del 13/06/05).

Circolare regionale n. 13 del 13 aprile 2007 - D.G.Sanità - Vendita di retta al consumatore di latte crudo vaccino,ovicaprino e bufalino nell'azienda agricola di produzione (Burl n.18 S.O.del 30/04/07).

Circolare regionale n. 19 del 28 giugno 2007 - D.G.Sanità - Precisazioni in merito alla circolare 13 del 13/04/07.

Dduo n. 14572 del 31 luglio 2002 - D.G.Sanità - Approvazione delle Linee Guida per la trasformazione degli alimenti di origine animale nelle Aziende Agricole (Burl n.35 S.O.del 26/08/02).

Indicazioni in merito allo svolgimento dei mercati riservati alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli - DG Agricoltura e DG Commercio - Regione Lombardia.

ANCI Lombardia - Osservazioni sul provvedimento regionale per i mercati dei produttori agricoli - 22/09/08.

Altre norme

Regolamento (CE) n.834/2007 del Consiglio del 28/06/07 relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici che abroga il regolamento (CEE) n.2092/91.

Regolamento (CE) n.889/2008 della Commissione del 5/09/08 recante modalità di applicazione del Reg.(CE) 834/07.

D.Lgs.n.193 del 6 aprile 2006 - Attuazione della Direttiva 2004/28/CE recante codice comunitario dei medicinali veterinari.

Legge n.96 del 20 febbraio 2006 - Disciplina dell'agriturismo.

Legge n.526 del 21 dicembre 1999 - legge comunitaria 1999 - art.10 c.8.

Regolamento (CE) n.510/2006 del Consiglio del 20/03/2006 relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni di origine dei prodotti agricoli e alimentari.

Buone pratiche: indirizzi, link

Dove trovare prodotti agricoli venduti direttamente:

Sul sito della Provincia di Milano, settore Agricoltura, è possibile trovare l'elenco di tutte le aziende che fanno vendita diretta, nonché di coloro che hanno il distributore di latte crudo.

<http://ambiente2.provincia.milano.it/agricoltura/cittadino/venditadiretta.php>

E' possibile inoltre scaricare le pubblicazioni **CompraMI** e **Sapori di Provincia**:

<http://temi.provincia.milano.it/agricoltura/cittadino/pubblicazioni.asp>

Sul sito del Parco Sud Milano è possibile trovare la pubblicazione "Guida alle aziende agricole" che contiene gli indirizzi di tutte le aziende del parco con l'indicazione dell'attività (vendita diretta, agriturismo, fattoria didattica, etc.) www.provincia.mi.it/parcosud

Indirizzi mercati contadini

Milano - via Spallanzani - organizzato da Donne in campo - www.cialombardia.it

Melegnano - piazza Castello - organizzato da Donne in Campo la terza domenica del mese

Osnago (Lc) - spazio fiera - mercoledì e sabato - Consorzio Terre Alte

Mantova - mercato contadino - lungoriviera IV Novembre - sabato mattina - www.agriturismomantova.it

Iniziative ed eventi

Per Corti e Cascine

La 2°/3° domenica di maggio le aziende agricole aprono le porte ai cittadini. Organizzata da Turismo Verde Lombardia dal 1998 www.turismoverdelombardia.it

Agrifest

Sesto san Giovanni - organizzata da Cia Milano/Lodi e Amiqua - 1° evento il 22 marzo 2008

La Fattoria nel Castello

San Colombano al Lambro - 2° domenica di ottobre - Organizzato da Donne in Campo-Cia Lombardia, da Coordinamento imprenditoria femminile-Confagricoltura Lombardia e Donne Impresa-Coldiretti Lombardia

Fa la cosa giusta

Fieramilanocity - Fiera del consumo critico - annuale
www.falacosagiusta.org

Abbiategusto

Fiera di Abbiategrasso - annuale - Rassegna enogastronomica regionale organizzata dalla Fondazione per la promozione dell'abbiategrasso.

Cia Progetto Se.T.A.

Servizi telematici in agricoltura - Modulo E-commerce: applicativo strutturato come portale verticale dedicato alla promozione dei prodotti dell'impresa. <http://seta.serviziacia.it/>

Progetto filiera corta Regione Toscana

<http://filieracorta.arsia.toscana.it>

Progetto Agri-life

www.agri-life.it

strumento in grado di creare un filo diretto tra produttore agricolo e consumatore attraverso l'uso di nuove tecnologie, in particolare per i turisti alla ricerca del prodotto genuino.

Pubblicazioni

Manuale di corretta prassi igienica per le imprese agricole - CIA

M. Boschetti, G. Lo Surdo - **L'azienda agricola multifunzionale** - Ed. L'Informatore agrario

F. Abiuso - **La spesa in cascina** - Terre di Mezzo editore

La multifunzionalità in agricoltura: dai concetti alle opportunità - Provincia di Lecco

Parchi e sapori di Lombardia - Ersaf - Regione Lombardia

Atlante dei prodotti tipici della Lombardia -

Ersaf - Regione Lombardia

Guida per l'attivazione di forme collettive di vendita diretta. Esperienze, approcci e strumenti -

ARSIA Toscana - www.arsia.toscana.it

Atlante multimediale dei prodotti tipici -

Enea - <http://biotec.casaccia.enea.it>

Dai campi alla tavola. Prodotti alimentari sicuri per i consumatori europei -

http://europa.eu/pol/food/index.it_htm

Buone pratiche: indirizzi, link

Siti internet

www.cia.it

www.turismoverde.it

www.istvap.it

www.provincia.milano.it

www.consorzioterredacqua.com

www.buonalombardia.it

www.ersaf.lombardia.it

www.lodigianoterrabuona.it

www.guidadeisapori.it

www.politicheagricole.gov.it

www.agricolturaitalianaonline.gov.it

www.smsconsumatori.it

www.spesaneicampi.it

www.agriturismomantova.it

www.terre-alte.com

www.qualitatoscana.it

www.ilmercatale.it

www.localmercato.it

www.mercatidellaterra.it

www.mercatidelcontadino.it

www.giustogusto.it

www.qualivita.it

www.naturalmenteitaliano.it

www.movimentoturismovino.it

www.biodiversita.info

www.civiltacontadina.it

www.filieracorta.org

www.filieracorta.info

www.aiab.it

www.aiablombardia.it

www.federbio.it

www.aamterranuova.it

www.mondobiologicoitaliano.it

www.biobank.it

www.vaslombardia.org

www.retecosol.org

www.labuonaterza.it

www.parcoticino.it

www.comuniperladda.it

Gruppi di acquisto

www.retegas.org

www.gasmilano.org

www.gasbellezza.it

www.lisolachece.org

www.gas-gas.org

Vendita latte crudo

www.aral.lom.it

www.milkmaps.com



Confederazione Italiana Agricoltori di Milano e Lodi

Viale Coni Zugna, 58

20144 Milano

Tel. 02.58.11.18.29

Fax 02.58.11.18.97

e-mail: cia.milano@cia.it

www.ciamilano.it