

Regolamento di Mercato Amico

Parte generale

Art. 1

Mercato amico è una rete inter-regionale di commercializzazione dei prodotti del piccolo artigianato locale e dei servizi rurali.

Art. 2

I nodi o terminali della rete di Mercato Amico sono rappresentati dai Gruppi di Azione Locale (GAL) che hanno manifestato l'interesse a partecipare ed hanno sottoscritto l' "Accordo di Partenariato".

Art. 3

I GAL (titolari dei singoli terminali) possono gestire direttamente il terminale di mercato amico o affidare la gestione ad un soggetto terzo che ritiene abbia le caratteristiche idonee.

Art. 4

Ogni terminale della rete svolge una preliminare selezione degli imprenditori, con i relativi prodotti/servizi, nel territorio di competenza del GAL.

Art. 5

Gli imprenditori con i loro prodotti/servizi vengono selezionati dai soggetti titolari dei singoli terminali, tra tutti coloro che hanno manifestato l'interesse a far parte della rete.

Art. 6

I soggetti che gestiscono i singoli terminali di Mercato Amico sono tenuti, nell'interesse generale della rete, a informare gli imprenditori potenzialmente interessati a partecipare, attraverso i mezzi di comunicazione e i metodi che ritengono più efficaci.

Art. 7

Il soggetto che gestisce il terminale di Mercato Amico riceve le domande di partecipazione alla rete dagli imprenditori interessati che svolgono la loro attività imprenditoriale nei territori di competenza dei GAL.

Art. 8

L'analisi delle domande di partecipazione alla rete è a cura del titolare del terminale di Mercato Amico e gli esiti delle valutazioni sono a suo insindacabile giudizio.

Art. 9

La selezione dei prodotti vincola i titolari dei terminali al rispetto dei criteri descritti nel successivo capitolo 1 "Selezione dei prodotti".

Art. 10

La gestione di ogni singolo terminale della rete vincola i gestori alla condivisione dei principi, dei criteri e delle modalità descritti nel successivo capitolo 2 "Gestione del terminale di Mercato Amico".

Capitolo 1

Selezione dei prodotti

Art. 11

I prodotti della rete di Mercato Amico sono di fattura artigianale ed hanno un chiaro legame con la cultura e tradizione locale. Qualora dovessero sorgere dubbi sulla specificità locale dei prodotti, dovrà essere richiesta, ai diretti interessati, la documentazione storica che ne attesti il legame con la cultura e la tradizione locale.

Art. 12

I servizi della rete di Mercato Amico sono riferibili all'offerta turistica rurale. Per le tipologie di servizi rurali per le quali vige, a livello regionale, una specifica normativa, l'offerta deve essere conforme a detta normativa. Per gli altri servizi, il carattere di ruralità è riferibile alla tipologia dello stesso: ad es.. le passeggiate a cavallo sono un servizio di tipo rurale, il circuito per moto da cross non lo è.

Art. 13

In generale i prodotti della rete devono essere conformi alla normativa specifica di settore e rispettare gli specifici standard commerciali. In particolare i prodotti del piccolo artigianato alimentare (prodotti dalla 1° alla 4° gamma) oltre alla conformità normativa ed alla corretta etichettatura, devono essere prodotti di non facile deperibilità.

Art. 14

Dei prodotti che vengono selezionati per la rete di Mercato Amico devono essere note le caratteristiche, i luoghi della produzione, le quantità prodotte, la stagionalità.

Art. 15

Devono essere, inoltre, noti i prezzi dei prodotti, relativi alla vendita al dettaglio ed alla vendita all'ingrosso (i prezzi al dettaglio saranno accessibili al pubblico i prezzi all'ingrosso saranno accessibili solo ai commercianti tramite codice di accesso).

Art. 16

L'offerta di servizi rurali deve essere conforme alla normativa specifica di settore, in particolare per quanto riguarda gli aspetti dell'igiene e della sicurezza.

Art. 17

Dei servizi che vengono selezionati per la rete di Mercato Amico devono essere note le caratteristiche, i luoghi, la disponibilità di posti, la stagionalità.

Art. 18

Devono essere, inoltre, noti i prezzi dei servizi con eventuale riferimento ai diversi periodi dell'anno, e ad ogni altro aspetto che consente al cliente di risolvere le sue esigenze.

Art. 19

Ogni produttore/fornitore di servizi i cui prodotti/servizi vengono inseriti nella rete di Mercato Amico, deve assumere l'impegno ad aggiornare i dati tutte le volte che intervengono cambiamenti sia in merito alla qualità e tipologia dei prodotti/servizi sia in merito alle disponibilità per la vendita tramite rete.

Art. 20

La non veridicità delle informazioni fornite dai produttori/fornitori di servizi e l'inosservanza degli impegni assunti dagli stessi con la rete di Mercato Amico, devono essere considerate circostanze di estrema gravità perché possono pregiudicare la credibilità di tutti gli altri operatori che partecipano alla rete.

Capitolo 2

Gestione del terminale di mercato amico

Art. 21

I nodi di Mercato Amico sono i terminali di una piattaforma telematica e sono gestiti dai GAL partners o dai soggetti da questi incaricati o delegati;

Art. 22

I GAL di Mercato Amico si sono associati alla rete sottoscrivendo l'accordo di partenariato. Con tale accordo è stato designato il GAL Luoghi del Mito a svolgere il ruolo di capofila, sono stati definiti i rapporti tra i GAL, si sono definite le condizioni di recesso di un GAL e si è conferito al Gal capofila espressa delega per valutare le condizioni per l'ingresso di nuovi partners ed, eventualmente, ad attuare le procedure per il loro ingresso;

Art. 23

I partner (terminali) della rete, con il tempo, assumeranno la forma giuridica che riterranno, di comune accordo, più idonea a gestire la rete nel suo complesso (nei successivi articoli il termine partner identifica il terminale di Mercato Amico).

Art. 24

I partners sono responsabili dell'attuazione delle azioni elencate al successivo punto 25 e nell'esercizio delle proprie funzioni non perseguono fini di lucro.

Art. 25

I partners svolgono le seguenti funzioni:

- a. promozione e comunicazione rivolta agli imprenditori locali potenzialmente interessati a commercializzare i propri prodotti tramite la rete;
- b. selezione dei prodotti e creazione del database di mercato amico (borsa merci) secondo le indicazioni definite nel precedente capitolo 1;
- c. aggiornamento dei dati secondo le esigenze dei singoli produttori;
- d. contatti con gli operatori della commercializzazione interessati ad acquistare i prodotti o ad operare (trasportatori, distributori, intermediari, ..) nell'ambito della rete di Mercato Amico;
- e. contatti con i gestori degli altri terminali di Mercato Amico al fine di concordare modalità, mezzi e strategie;
- f. definizione di tariffe differenziate per la spedizione dei prodotti concordate tra tutti i partners;
- g. organizzazione dei lotti di spedizione, in accordo con gli imprenditori locali e i gestori degli altri partners di Mercato Amico;
- h. svolgere ricerche, studi, promozioni ed ogni altra attività utile al raggiungimento dell'interesse comune ed all'efficiente funzionamento dei servizi, eventualmente in concerto con gli altri partners;

- i. gestire piattaforme commerciali o più semplicemente attrezzature o macchinari di uso comune da rendere disponibili per le esigenze degli imprenditori locali;
- j. amministrazione contabile e finanziaria del terminale.

Art. 26

L'esercizio di ogni partner va dal 1 gennaio al 31 dicembre di ogni anno. Ogni partner provvede alla compilazione del bilancio preventivo e consuntivo. Il bilancio, unitamente alla relazione, deve essere reso disponibile, per la visione, agli imprenditori che partecipano con i loro prodotti/servizi alla rete ed inviato a tutti gli altri partner della rete. Il bilancio consuntivo deve essere predisposto entro quattro mesi dalla chiusura dell'esercizio. L'eventuale avanzo di gestione verrà accantonato nel patrimonio del Partner.

Art. 27

Il patrimonio del partner è composto dai beni acquistati per il funzionamento del terminale di Mercato Amico e da tutti gli eventuali incrementi patrimoniali derivanti dalla gestione o da altre fonti.

Art. 28

Gli organi della rete di Mercato Amico sono:

- a. GAL capofila
- b. Assemblea dei partners

Art. 29

L'Assemblea dei partners è convocata dal GAL capofila nei tempi tecnici necessari a consentire la partecipazione di tutti i partners. L'avviso deve indicare l'ordine del giorno da trattare, il giorno, l'ora ed il luogo dell'adunanza.

Art. 30

L'Assemblea ha luogo ogni anno entro due mesi dalla chiusura dell'esercizio sociale e quante volte il Gal capofila lo ritenga necessario o ne sia fatta motivata richiesta da almeno un terzo degli associati.

E' di competenza dell'Assemblea:

- a) approvare eventuali regolamenti interni;
- b) dare le direttive generali di azione della Rete;
- c) deliberare sulle modifiche del presente regolamento.

Letto, confermato e sottoscritto