

Regolamento Regionale 20 dicembre 2002, n. 4 ⁽¹⁾.

(1) *Publicato nel B.U. Lazio 10 gennaio 2003, n. 1.*

Regolamento di attuazione della legge regionale 3 agosto 2001, n. 21 "Disciplina delle strade del vino, dell'olio di oliva e dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali" ⁽²⁾ ⁽³⁾.

(2) *Il presente provvedimento è allegato alla Delib.G.R. 15 novembre 2002, n. 1493.*

(3) *Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.*

Art. 1

Caratteristiche generali delle strade del vino, dell'olio di oliva e dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali.

1. Ai sensi della legge regionale 3 agosto 2001, n. 21 le strade del vino, dell'olio di oliva e dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali, di seguito denominate strade, sono percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, caratterizzati dalla presenza di vigneti e cantine di aziende agricole, singole ed associate, aperte al pubblico, ovvero di oliveti e frantoi, di aziende di produzione dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali regionali, nonché di attrattive culturali, naturalistiche e storiche.

2. Le strade sono identificate mediante:

a) il logo-cornice regionale delle strade;

b) la segnaletica informativa posta sia lungo il percorso, sia in prossimità del soggetto aderente alla strada e consistente nello specifico logo identificativo;

c) la mappa del territorio specifico della strada ⁽⁴⁾.

(4) *Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.*

Art. 2

Standard minimi di qualità del servizio per le aziende vitivinicole e le cantine.

1. Le aziende vitivinicole e le cantine che aderiscono alla strada devono possedere i seguenti standard minimi di qualità:

a) ubicazione dell'attività nei luoghi delle produzioni qualitative di cui all'articolo 1, comma 1, della L.R. n. 21/2001, connesse alla strada;

- b) dintorni dell'azienda o della cantina attrezzati per una sosta temporanea dei visitatori in spazi aperti;
- c) locale adibito a luogo di accoglienza dei visitatori;
- d) individuazione e delimitazione di piazzali o aree, interne od esterne, per la sosta dei veicoli;
- e) ambienti esterni ed interni accuratamente puliti ed illuminati;
- f) allestimento di uno spazio di degustazione;
- g) affissione in modo visibile dei prezzi da praticare per gli assaggi e le vendite di vino. Gli ospiti, dopo la degustazione, non sono obbligati ad effettuare acquisti;
- h) utilizzo, per la degustazione, di bicchieri e di dischi d'identificazione riportanti il logo della strada;
- i) disponibilità di un servizio igienico ad uso dei visitatori;
- j) segnaletica informativa aziendale, posta in prossimità della propria sede e realizzata secondo i criteri grafici e con il logo della strada. La segnaletica deve contenere le seguenti informazioni essenziali: il nome della azienda vitivinicola o della cantina, i numeri di telefono e fax, l'eventuale necessità di prenotazione per effettuare la visita, i giorni e gli orari di apertura. Possono essere aggiunte altre informazioni, quali: le lingue parlate e la disponibilità di visite guidate;
- k) giorni ed orari di apertura concordati con il comitato di gestione entro il 1° gennaio di ogni anno. L'orario è diverso per l'alta stagione (dal 1° aprile al 30 settembre) e la bassa stagione (dal 1° ottobre al 31 marzo). Le aziende vitivinicole e le cantine possono richiedere la chiusura per il periodo della vendemmia e per un periodo di ferie annuali. Il comitato di gestione garantisce che le aziende vitivinicole e le cantine, aderenti alla strada, siano aperte in numero sufficiente e, pertanto, individua, con programmata turnazione, i giorni e gli orari d'apertura minimi per assicurare lo svolgimento delle attività della strada;
- l) materiale informativo aziendale da realizzare secondo i criteri grafici e con il logo della strada;
- m) attrezzatura per mettere a disposizione, in modo visibile, il materiale informativo e la cartina del territorio della strada ⁽⁵⁾.

(5) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 3

Standard minimi di qualità del servizio per le aziende olivicole, oleicole e le aziende agricole produttrici di prodotti tipici - tradizionali.

1. Le aziende olivicole, oleicole e le aziende agricole produttrici di prodotti tipici - tradizionali che aderiscono alla strada devono possedere i seguenti standard minimi di qualità:

a) ubicazione dell'attività nei luoghi delle produzioni qualitative di cui all'articolo 1, comma 1, della L.R. n. 21/2001, connesse alla strada;

b) individuazione e delimitazione di piazzali o aree, interne od esterne, per la sosta dei veicoli;

c) ambienti esterni ed interni accuratamente puliti ed illuminati;

d) disponibilità di un servizio igienico ad uso dei visitatori;

e) segnaletica informativa aziendale, posta in prossimità della propria sede e realizzata secondo i criteri grafici e con il logo della strada. La segnaletica deve contenere le seguenti informazioni essenziali: il nome della azienda, i numeri di telefono e fax, l'eventuale necessità di prenotazione per effettuare la visita, i giorni e gli orari di apertura. Possono essere aggiunte altre informazioni, quali: le lingue parlate e la disponibilità di visite guidate;

f) giorni ed orari di apertura concordati con il comitato di gestione entro il 1° gennaio di ogni anno. L'orario è diverso per l'alta stagione (dal 1° aprile al 30 settembre) e la bassa stagione (dal 1° ottobre al 31 marzo). Le aziende possono richiedere la chiusura per il periodo della molitura o delle raccolte, e per un periodo di ferie annuali. Il comitato di gestione garantisce che le aziende, aderenti alla strada, siano aperte in numero sufficiente e, pertanto, individua, con programmata turnazione, i giorni e gli orari d'apertura minimi per assicurare lo svolgimento delle attività della strada;

g) materiale informativo aziendale da realizzare secondo i criteri grafici e con il logo della strada;

h) attrezzatura per mettere a disposizione, in modo visibile, il materiale informativo e la cartina del territorio della strada;

i) utilizzo, per la presentazione dei prodotti e la degustazione, di stoviglie od attrezzature, e di dischi d'identificazione riportanti il logo della strada secondo le indicazioni del comitato di gestione;

j) affissione in modo visibile dei prezzi da praticare per gli assaggi e le vendite di prodotti. Gli ospiti, dopo la degustazione, non sono obbligati ad effettuare acquisti ⁽⁶⁾.

(6) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 4

Standard minimi di qualità del servizio per le aziende agrituristiche.

1. Le aziende agrituristiche che aderiscono alla strada devono possedere i seguenti standard minimi di qualità:

- a) ubicazione dell'attività nei luoghi delle produzioni qualitative di cui all'articolo 1, comma 1, della L.R. n. 21/2001, connesse alla strada;
- b) obbligo di esporre i prodotti oggetto della strada, anche se l'azienda agrituristica non li produce direttamente;
- c) obbligo di inserire i vini, gli oli e gli altri prodotti della strada in caso di offerta di ristorazione, anche se l'azienda agrituristica non li produce direttamente;
- d) utilizzo, per la degustazione, di bicchieri e/o stoviglie e di dischi d'identificazione riportanti il logo della strada;
- e) affissione in modo visibile dei prezzi praticati per gli assaggi e le vendite dei prodotti della strada. Gli ospiti, dopo la degustazione, non sono obbligati ad effettuare acquisti;
- f) materiale informativo aziendale da realizzare secondo i criteri grafici e con il logo della strada;
- g) attrezzatura per mettere a disposizione, in modo visibile, il materiale informativo e la cartina del territorio della strada;
- h) disponibilità di un servizio igienico ad uso dei visitatori;
- i) segnaletica informativa aziendale, posta in prossimità della propria sede e realizzata secondo i criteri grafici e con il logo della strada. La segnaletica deve contenere le seguenti informazioni essenziali: il nome della azienda, i numeri di telefono e fax, l'eventuale necessità di prenotazione per effettuare la visita, i giorni e gli orari di apertura ⁽⁷⁾.

(7) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 5

Standard minimi di qualità del servizio per le enoteche e le botteghe tipiche alimentari.

1. Le enoteche e le botteghe tipiche alimentari che aderiscono alla strada devono possedere i seguenti standard minimi di qualità:

- a) ubicazione dell'attività nei luoghi delle produzioni qualitative di cui all'articolo 1, comma 1, della L.R. n. 21/2001, connesse alla strada;
- b) esposizione con particolare cura ed in luogo adeguato di una gamma significativa dei prodotti della strada;

- c) allestimento di uno spazio per la loro degustazione;
- d) segnaletica informativa aziendale, posta in prossimità della propria sede e realizzata secondo i criteri grafici e con il logo della strada. La segnaletica deve contenere alcune informazioni essenziali: il nome dell'enoteca o della bottega, i numeri di telefono e fax, l'eventuale necessità di prenotazione per effettuare la visita, i giorni e gli orari di apertura;
- e) giorni ed orari di apertura concordati con il comitato di gestione entro il 1° gennaio di ogni anno. L'orario è diverso per l'alta stagione (dal 1° aprile al 30 settembre) e la bassa stagione (dal 1° ottobre al 31 marzo). L'enoteca e la bottega tipica alimentare possono richiedere la chiusura per un periodo di ferie annuali. Il comitato di gestione garantisce che le enoteche e le botteghe tipiche alimentari, aderenti alla strada, siano aperte in numero sufficiente e, pertanto, individua, con programmata turnazione, i giorni e gli orari d'apertura minimi per assicurare lo svolgimento delle attività della strada;
- f) materiale informativo aziendale da realizzare secondo i criteri grafici e con il logo della strada;
- g) attrezzatura per mettere a disposizione, in modo visibile, il materiale informativo e la cartina del territorio della strada, per favorirne la divulgazione;
- h) utilizzo, per la degustazione, di bicchieri e di dischi d'identificazione riportanti il logo della strada;
- i) affissione in modo visibile dei prezzi praticati per gli assaggi e le vendite dei prodotti della strada;
- j) disponibilità di un servizio igienico ad uso dei visitatori ⁽⁸⁾.

(8) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 6

Standard minimi di qualità del servizio per le aziende della ristorazione.

1. Le aziende di ristorazione che aderiscono alla strada devono possedere i seguenti standard minimi di qualità:

- a) ubicazione dell'attività nei luoghi delle produzioni qualitative di cui all'articolo 1, comma 1, della L.R. n. 21/2001, connesse alla strada;
- b) segnaletica informativa posta in prossimità della propria sede e realizzata secondo i criteri grafici e con il logo della strada;
- c) obbligo di inserire nella Carta dei vini i prodotti della strada, se aderenti ad una strada del vino, o almeno due vini DOC della Regione, se aderenti ad altra tipologia di strada;

- d) inserire nel menù almeno due piatti tipici locali;
- e) disponibilità di almeno un olio extravergine di oliva prodotto nella Regione, o nel territorio della strada, se aderenti ad una strada dell'olio;
- f) allestimento di uno spazio per la degustazione dei vini o degli altri prodotti della strada;
- g) utilizzo, per la degustazione, di bicchieri e/o stoviglie e di dischi d'identificazione riportanti il logo della strada;
- h) materiale informativo aziendale da realizzare secondo i criteri grafici e con il logo della strada;
- i) attrezzatura per mettere a disposizione, nel locale di accesso e/o di accoglienza, il materiale della strada e la cartina del territorio della strada, per favorirne la divulgazione;
- j) affissione in modo visibile dei prezzi praticati per gli assaggi. Gli ospiti, dopo la degustazione, non sono obbligati a consumare pasti ⁽⁹⁾.

(9) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 7

Standard minimi di qualità del servizio per le aziende turistico-ricettive.

1. Le aziende turistico-ricettive che aderiscono alla strada devono possedere i seguenti standard minimi di qualità:

- a) ubicazione dell'attività nei luoghi delle produzioni qualitative di cui all'articolo 1, comma 1, della L.R. n. 21/2001, connesse alla strada;
- b) segnaletica informativa posta in prossimità della propria sede e realizzata secondo i criteri grafici e con il logo della strada;
- c) allestimento di uno spazio per la degustazione dei vini o dei prodotti della strada;
- d) utilizzo, per la degustazione, di bicchieri e/o stoviglie e di dischi d'identificazione riportanti il logo della strada;
- e) affissione in modo visibile dei prezzi praticati per gli assaggi. Gli ospiti, dopo la degustazione, non sono obbligati a consumare pasti;
- f) materiale informativo aziendale da realizzare secondo i criteri grafici e con il logo della strada;
- g) attrezzatura per mettere a disposizione, nel locale di accesso e/o di accoglienza, il materiale della strada e la cartina del territorio della strada, per favorirne la divulgazione.

2. Le aziende turistico - ricettive che svolgono servizi di ristorazione, oltre agli standard indicati al comma 1, devono:

- a) inserire nella Carta dei vini i prodotti della strada, se aderenti ad una strada del vino, o almeno due Vini DOC della Regione, se aderenti ad altra tipologia di strada;
- b) inserire nel menù almeno due piatti tipici locali;
- c) avere la disponibilità di almeno un olio extravergine di oliva prodotto nella Regione, o nel territorio della strada, se aderenti ad una strada dell'olio ⁽¹⁰⁾.

(10) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 8

Standard minimi di qualità del servizio per le aziende artigiane.

1. Le aziende artigiane che aderiscono alla strada devono possedere i seguenti standard minimi di qualità:

- a) ubicazione dell'attività nei luoghi delle produzioni qualitative di cui all'articolo 1, comma 1, della L.R. n. 21/2001, connesse alla strada;
- b) svolgere un'attività nel settore agroalimentare tradizionalmente connessa alle produzioni tipiche del territorio della strada;
- c) segnaletica informativa aziendale, posta in prossimità della propria sede e realizzata secondo i criteri grafici e con il logo della strada. La segnaletica deve contenere le seguenti informazioni essenziali: il nome della azienda, i numeri di telefono e fax, l'eventuale necessità di prenotazione per effettuare la visita, i giorni e gli orari di apertura;
- d) giorni ed orari di apertura concordati con il comitato di gestione entro il 1° gennaio di ogni anno. L'orario è diverso per l'alta stagione (dal 1° aprile al 30 settembre) e la bassa stagione (dal 1° ottobre al 31 marzo). Le aziende possono richiedere la chiusura per un periodo di ferie annuali. Il comitato di gestione garantisce che le aziende dell'artigianato, aderenti alla strada, siano aperte in numero sufficiente e, pertanto, individua, con adeguata turnazione, i giorni e gli orari d'apertura minimi per assicurare lo svolgimento delle attività della strada;
- e) materiale informativo aziendale da realizzare secondo i criteri grafici e con il logo della strada;
- f) attrezzatura per mettere a disposizione, in modo visibile, il materiale informativo e la cartina del territorio della strada ⁽¹¹⁾.

(11) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 9

Comitato promotore: costituzione e modalità di funzionamento.

1. Il comitato promotore di cui all'articolo 4 della L.R. n. 21/2001 è validamente costituito quando partecipano allo stesso i soggetti indicati dallo stesso articolo, nei limiti minimi ivi previsti.
2. La valida costituzione del comitato promotore deve risultare da apposito verbale di riunione sottoscritto dai soggetti partecipanti.
3. Il comitato promotore adotta un regolamento interno in cui risultano specificate le funzioni dei componenti, le finalità del comitato e gli obiettivi del lavoro del comitato stesso in vista della costituzione della strada.
4. Il comitato promotore trasmette all'Assessorato all'Agricoltura il verbale di costituzione del comitato stesso e di nomina del Presidente, la lista dei componenti il comitato, nonché una copia del regolamento interno, entro trenta giorni dalla sua costituzione ⁽¹²⁾.

(12) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 10

Riconoscimento della strada.

1. Ai fini del riconoscimento della strada, ai sensi dell'articolo 5 della L.R. n. 21/2001, il comitato promotore invia all'Assessorato all'Agricoltura, una domanda in carta libera corredata dalla seguente documentazione:

- a) testo del disciplinare, redatto secondo i criteri fissati dal presente regolamento;
- b) dichiarazioni di impegno dei sottoscrittori componenti il comitato promotore a rispettare il disciplinare ed a procedere alla successiva costituzione del comitato di gestione;
- c) il progetto di attività di cui all'articolo 5, comma 1, della L.R. n. 21/2001, di durata triennale;
- d) il nome della strada, tale da non ingenerare confusione rispetto ad altri nomi di strade;
- e) la zona di produzione di cui alla legge 10 febbraio 1992, n. 164, in caso di costituzione di una strada del vino;

f) il logo della strada, costituito da un simbolo grafico atto a caratterizzare le attività inerenti all'itinerario e predisposto in modo da non ingenerare confusione rispetto ad altri loghi già riconosciuti;

g) cartografia rappresentativa del territorio della zona di produzione su cui insiste la strada e individuazione dei relativi percorsi;

h) elenco dei soggetti che partecipano al comitato promotore;

i) elenco dei soggetti aderenti alla strada alla data di presentazione della domanda;

j) l'indicazione del rappresentante legale del comitato promotore, il quale sottoscrive la domanda e dichiara il possesso degli standard minimi di qualità del servizio, di cui al presente regolamento, da parte dei soggetti aderenti, oppure l'impegno a che gli stessi si adeguino a tali standard all'atto della costituzione del comitato di gestione;

k) nel caso di costituzione di una strada del vino: raccolta delle dichiarazioni delle aziende produttrici con terreni iscritti all'Albo dei vigneti e/o agli elenchi delle vigne di cui legge n. 164/1992, da cui risulti la produzione aziendale delle uve e del vino; le dichiarazioni possono essere raccolte in forma diretta, o per il tramite di associazioni di produttori, cooperative e consorzi;

l) nel caso di costituzione di una strada dell'olio: raccolta delle dichiarazioni delle aziende produttive con terreni iscritti all'Albo degli oliveti da cui risulti la produzione aziendale delle olive e dell'olio; le dichiarazioni possono essere raccolte in forma diretta, o per il tramite di associazioni di produttori, cooperative e consorzi;

m) dichiarazione della C.C.I.A.A. competente per territorio, sul raggiungimento del limite minimo di partecipazione stabilito dalla L.R. n. 21/2001 da parte dei soggetti aderenti, in forma diretta, o per il tramite di associazioni di produttori, cooperative e consorzi.

2. Ai sensi dell'articolo 5, comma 2, della L.R. n. 21/2001, entro centoventi giorni dalla ricezione della domanda, effettuata la verifica della documentazione prodotta, la Giunta regionale riconosce la strada. La deliberazione di riconoscimento della strada è trasmessa al rappresentante legale del comitato promotore.

3. Il riconoscimento concesso dalla Giunta regionale ha ad oggetto il nome della strada, il simbolo grafico prescelto e l'uso del logo della strada.

4. Il riconoscimento della strada è subordinato alla verifica della rappresentatività del comitato promotore secondo le disposizioni di cui all'articolo 4 della L.R. n. 21/2001.

5. Per ciascuna strada opera un solo comitato promotore. Qualora più comitati promotori presentino domanda di riconoscimento per la stessa strada, è data priorità al comitato maggiormente rappresentativo.

6. In sede di verifica di cui all'articolo 5, comma 2, della L.R. n. 21/2001, ai fini del riconoscimento della strada, la Giunta regionale, su proposta dell'Assessorato all'Agricoltura, in caso di assenza dei requisiti del disciplinare stabiliti dal presente regolamento, può assegnare al comitato promotore il termine di novanta giorni entro il quale apportare al disciplinare stesso le necessarie modifiche ed integrazioni.

7. Fermo restando quanto stabilito dagli articoli 9, comma 2, e 10 comma 2, della L.R. n. 21/2001, la Giunta regionale può disporre la revoca del riconoscimento della strada nel caso di gravi inadempienze, ed in particolare in caso di:

- a) mancata nomina del comitato di gestione da parte del comitato promotore, decorso un anno dal riconoscimento della strada;
- b) reiterata inosservanza del presente regolamento e del disciplinare;
- c) manifesta inoperatività del comitato di gestione ⁽¹³⁾.

(13) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 11

Comitato di Gestione: costituzione, compiti e funzioni.

1. Ai sensi dell'articolo 6 della L.R. n. 21/2001, entro sessanta giorni dal riconoscimento della strada da parte della Regione, il comitato promotore nomina il comitato di gestione.

2. Il comitato di gestione può essere costituito dai medesimi soggetti che compongono il comitato promotore; deve comunque essere composto in maggioranza da produttori vitivinicoli, olivicoli e di prodotti agroalimentari tipici e tradizionali.

3. Il comitato di gestione è un organismo di carattere associativo, senza scopo di lucro, finalizzato allo svolgimento dei compiti indicati dalla L.R. n. 21/2001 e dal presente regolamento. Ai fini della gestione delle strade il comitato:

a) è costituito con atto pubblico in forma di associazione e retta da uno statuto che garantisca l'accesso a tutti i soggetti in conformità alle disposizioni della L.R. n. 21/2001 e del presente regolamento;

b) rappresenta in giudizio gli interessi degli associati alla strada, tutelandone il nome ed il logo prescelto in ogni sede;

c) svolge, tra le altre attività, quella formativa diretta alla valorizzazione delle peculiarità enologiche, storiche ed ambientali presenti nell'ambito della strada.

4. Lo statuto del comitato di gestione deve contenere almeno i seguenti elementi:

a) il nome della strada che il comitato intende tutelare e valorizzare e la sede in cui svolge la sua attività;

b) la descrizione del logo specifico con il quale si identifica la strada, da registrarsi presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi a cura del comitato di gestione, nonché le norme per il relativo uso, nel rispetto della normativa vigente in materia;

c) le modalità per l'ammissione al comitato, garantendo l'accesso a tutti i soggetti di cui alla L.R. n. 21/2001 ed in possesso dei requisiti previsti dalla legge stessa e dal presente regolamento;

d) gli obblighi per gli associati, le modalità per la loro esclusione, le eventuali incompatibilità e/o inammissibilità, nonché le sanzioni per le eventuali inadempienze;

e) l'impegno a mantenere i partecipanti nei quorum di cui alla L.R. n. 21/2001;

f) gli organi associativi (Assemblea, Consiglio, Presidente), le loro funzioni e le norme riguardanti la nomina ed il funzionamento degli organi medesimi; gli organi di rappresentanza del comitato di gestione devono avere validità triennale, pari alla durata del progetto di attività predisposto;

g) le modalità di voto in assemblea;

h) le norme per la nomina del collegio sindacale ed i relativi compiti;

i) le norme per l'eventuale scioglimento anticipato del comitato;

j) l'obbligo di contribuzione a carico di ciascun associato, prevedendo:

- una quota fissa di partecipazione al comitato, diversificata per categoria di appartenenza;

- una quota annuale connessa ai servizi che i soggetti privati e/o pubblici ricevono dal comitato e limitata ai costi effettivi relativi alla fornitura dei servizi stessi;

k) le norme per il componimento amichevole, nelle forme di arbitrato rituale, delle eventuali controversie fra comitato ed associato, oppure la costituzione di un collegio dei probiviri per la composizione di eventuali controversie tra comitato e associato.

5. Il Comitato è obbligato a:

a) inviare con cadenza annuale alle province competenti (entro e non oltre il 31 gennaio dell'anno successivo), alla Giunta regionale per il tramite dell'Assessorato all'Agricoltura, nonché all'Assessorato al Turismo, una relazione consuntiva e programmatica sulle attività, corredata da un elenco dei soci. Nel caso in cui la strada insista su più province, il comitato invia la relazione a tutte le province competenti. La relazione deve contenere la dimostrazione che sono immutate le finalità del comitato di gestione;

b) comunicare alla Giunta regionale, per il tramite dell'Assessorato all'Agricoltura, ogni variazione, in merito allo statuto ed alla composizione degli organi del comitato;

c) utilizzare il nome della strada ed il relativo logo, riservandolo esclusivamente agli associati;

d) trasmettere alla Giunta regionale per il tramite dell'Assessorato all'Agricoltura, con cadenza annuale (entro e non oltre il 31 maggio) una relazione amministrativa e finanziaria delle attività svolte;

e) operare in conformità ai parametri di efficienza delle strade di cui al successivo articolo 12;

f) garantire agli aderenti alla strada la partecipazione alle misure promozionali alle stesse condizioni;

6. Il comitato è competente a:

a) rappresentare in ogni sede la strada;

b) raccogliere le adesioni dei soggetti aventi titolo, mantenere aggiornato un albo degli aderenti e assicurarne la pubblica consultazione;

c) realizzare e gestire la strada, in conformità con quanto disposto dal disciplinare, dal progetto di cui all'articolo 5, comma 1, della L.R. n. 21/2001, nel rispetto delle disposizioni della legge stessa e del presente regolamento;

d) curare i rapporti con gli enti locali e gli altri enti ed organismi istituzionali aderenti al disciplinare;

e) gestire campagne d'informazione e di promozione per una maggior valorizzazione della strada in ambito nazionale ed internazionale;

f) gestire ogni altra iniziativa di carattere economico relativa alle finalità proprie della strada, determinando i costi dei servizi promozionali ed individuando la quota parte di incentivo che deve essere imputata a ciascun beneficiario ai fini del rispetto dei massimali di aiuto previsti dalla normativa comunitaria;

g) gestire direttamente oppure coordinare, nell'ipotesi di cui all'articolo 9, comma 1, lettera b), della L.R. n. 21/2001, i centri d'informazione;

h) vigilare sulla corretta attuazione del progetto di cui all'articolo 5, comma 1, della L.R. n. 21/2001, da parte di tutti i soggetti aderenti;

i) controllare affinché gli associati si conformino e rispettino gli standard minimi indicati dal presente regolamento;

j) proporre agli aderenti sistemi di qualità volontaria, finalizzati al miglioramento del servizio ed alla certificazione di qualità;

k) gestire il disciplinare ed escludere gli aderenti dalla strada e dal relativo uso del logo, nel caso di perdurante inosservanza dello stesso;

l) disciplinare gli orari minimi di apertura delle aziende aderenti, dandone comunicazione alle stesse con cadenza annuale;

m) predisporre il materiale illustrativo e divulgativo offerto e promuovere la costituzione di siti e sistemi informativi, in collaborazione con gli enti locali territoriali, le Aziende di Promozione Turistica e le organizzazioni professionali competenti;

n) promuovere visite guidate, eventi turistici, avvalendosi di servizi interni e/o esterni qualificati in grado di garantire la fruibilità turistica in almeno una lingua comunitaria. L'organizzazione dei servizi necessari ad un completo ed efficace funzionamento della strada è concordata dal comitato di gestione con gli enti locali territoriali, le Aziende di Promozione Turistica e le organizzazioni professionali competenti;

o) presentare domanda per la concessione di incentivi ai sensi dell'art. 7, comma 1, della L.R. n. 21/2001, o per altri programmi di incentivazione o finanziamento correlati alle finalità della strada.

7. Entro trenta giorni dalla nomina, il comitato di gestione comunica alla Giunta regionale, per il tramite dell'Assessorato all'Agricoltura, la sede sociale ed il nome del legale rappresentante del comitato ed invia copia dell'atto costitutivo e dello statuto ⁽¹⁴⁾.

(14) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 12

Efficienza delle strade.

1. La Regione Lazio, nell'ambito della propria azione di sviluppo e promozione del sistema regionale delle strade del vino, dell'olio di oliva e dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali, effettua la valutazione periodica dell'efficienza complessiva delle strade, verificando l'operato dei comitati di gestione sulla base dei seguenti parametri:

a) capacità di aggregazione delle imprese vitivinicole, olivicole, e degli altri soggetti interessati ad aderire alla strada;

b) capacità di coordinamento con le organizzazioni dei produttori, con gli enti locali e territoriali e con le altre categorie interessate;

c) realizzazione di itinerari tematici tabellati con apposita segnaletica;

d) rispetto scrupoloso degli standard minimi di qualità;

e) individuazione di sistemi di qualità volontaria riferiti sia ai prodotti che ai servizi proposti;

f) promozione di servizi di sviluppo, fornitura di assistenza tecnica e consulenza qualificata;

g) livello di integrazione tra prodotti alimentari e servizi turistici con la costruzione di pacchetti, cataloghi ed eventi promozionali collettivi ⁽¹⁵⁾.

(15) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 13

Logo-cornice regionale della strada.

1. Allo scopo di offrire un'immagine coordinata ed unitaria delle strade del vino, dell'olio e dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali, la Giunta regionale, con proprio atto, definisce il logo-cornice ai fini di una armonia grafica dei diversi loghi delle strade ⁽¹⁶⁾.

(16) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 14

Criteri per l'elaborazione del disciplinare della strada del vino, dell'olio di oliva e dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali.

1. Il disciplinare predisposto dal comitato promotore ai sensi dell'articolo 4, comma 2, della L.R. n. 21/2001 deve contenere gli elementi di seguito indicati:

- a) soggetti aderenti;
 - b) standard minimi di qualità;
 - c) indicazioni sull'uso coordinato tra il logo-cornice regionale della strada ed il logo delle singole strade;
 - d) organizzazione delle attività della strada;
 - e) comitato di gestione.
2. Il disciplinare può, altresì, prevedere, qualora non rientrino già tra gli standard minimi elencati dal presente regolamento, i seguenti standard di qualità:
- a) telefono pubblico o accessibile al pubblico;
 - b) disponibilità di un servizio igienico ad uso esclusivo dei visitatori della strada;
 - c) parcheggi riservati ed attrezzature di servizio per l'accoglienza dei portatori di handicap;
 - d) personale che abbia frequentato con profitto corsi di formazione organizzati dal comitato di gestione;
 - e) personale a conoscenza di lingue straniere;
 - f) organizzazione di visite guidate;
 - g) vendita di vino, olio e prodotti alimentari tipici;

- h) locale frigo-vetrina o frigo-espositori per contenere i vini ed i prodotti deperibili secondo le specifiche temperature;
- i) lavastoviglie industriale;
- j) disponibilità di collegamento informatico con i centri d'informazione ed il centro di promozione e prenotazione della strada;
- k) disponibilità di spazi espositivi e di degustazione;
- l) organizzazione di corsi od eventi di degustazione, in collaborazione con il comitato di gestione ⁽¹⁷⁾.

(17) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 15

Comitato di coordinamento.

1. Al fine di promuovere un'immagine unitaria delle strade, è costituito presso l'Assessorato all'Agricoltura, un comitato di coordinamento, con funzioni propositive e consultive, di cui fanno parte il Direttore della Direzione regionale Sviluppo Agricolo e Mondo Rurale o un suo delegato e i presidenti dei comitati promotori e dei comitati di gestione o loro delegati e un rappresentante dell'ARSIAL.

2. Per le finalità di cui al comma 1, il comitato di coordinamento può proporre alla Giunta regionale, per il tramite dell'Assessorato all'Agricoltura, in particolare, l'indicazione di standard di qualità volontaria delle attività della strada, validi per tutta la rete regionale degli itinerari tematici ⁽¹⁸⁾.

(18) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 16

Accorpamento e diversificazione delle strade.

1. La Giunta regionale, sentito il comitato di coordinamento di cui all'articolo 15, può indicare ai comitati interessati criteri, modalità e termini per procedere all'accorpamento o alla diversificazione delle strade già riconosciute, qualora l'esigenza di promuovere un'immagine unitaria delle strade emerga successivamente al loro riconoscimento, ferma restando la necessità di garantire la rappresentatività richiesta dalla L.R. n. 21/2001.

2. In caso di inosservanza dei termini assegnati ai comitati ai sensi del comma 1, la Giunta regionale può revocare il riconoscimento delle strade interessate dall'accorpamento o diversificazione ⁽¹⁹⁾.

(19) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 17

Disciplina per la costituzione di enoteche e di oleoteche regionali.

1. Per la promozione dei vini e degli oli del Lazio sono costituite, ai sensi dell'articolo 3, comma 3, della L.R. n. 21/2001, enoteche ed oleoteche regionali la cui gestione è affidata ai comitati di gestione delle strade, previa apposita convenzione, approvata con deliberazione della Giunta regionale ⁽²⁰⁾.

(20) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 18

Centro per la valutazione della qualità dell'olio di oliva laziale presso il CNR di Montelibretti.

1. Il centro di valutazione della qualità dell'olio di oliva, di cui all'articolo 3, comma 3, della L.R. n. 21/2001, è costituito presso il CNR, nel comune di Montelibretti, ed è disciplinato da apposita convenzione, da approvarsi con deliberazione di Giunta regionale ⁽²¹⁾.

(21) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 19

Concessione di incentivi ai sensi dell'articolo 7, commi 2 e 4, della L.R. n. 21/2001.

1. Gli incentivi di cui all'articolo 7, comma 2, della L.R. n. 21/2001, sono concessi per:

a) l'acquisto e l'installazione di specifica segnaletica, nonché per le spese progettuali necessarie ai fini della razionalizzazione della stessa nell'ambito del territorio delimitato per la strada; sono esclusi gli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria della segnaletica esistente e gli oneri connessi all'occupazione di suolo pubblico ai fini pubblicitari;

b) la creazione e l'adeguamento dei centri di informazione ed in particolare: la progettazione delle strutture e la pianificazione dell'attività degli stessi centri; la dotazione e formazione del personale; l'acquisto di materiale informatico (hardware, software, modem, allaccio a Internet); l'acquisto di materiale per arredamento in misura non superiore al 20% dell'investimento finale; la realizzazione di opere interne per la ristrutturazione dell'edificio, l'impiantistica e l'adeguamento alle normative di sicurezza per le persone e i beni. Tali incentivi sono concessi ai sensi del regolamento (CE) n. 69/2001 della Commissione del 12 gennaio 2001 relativo all'applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato CE agli aiuti di importanza minore ("de minimis").

2. Gli incentivi di cui all'articolo 7, comma 4, della L.R. n. 21/2001 sono concessi, nel rispetto dei divieti e delle restrizioni stabilite nelle organizzazioni comuni di mercato, e ad esclusione della fabbricazione e della commercializzazione di prodotti di imitazione o di sostituzione del latte o dei prodotti lattiero - caseari, per:

a) la costruzione, l'allestimento o il miglioramento di locali adibiti a luogo di accoglienza dei visitatori;

b) la costruzione o il miglioramento di piazzali o aree, interne o esterne all'azienda, per la sosta dei veicoli;

c) l'allestimento o il miglioramento del sistema di illuminazione degli ambienti esterni ed interni dell'azienda adibiti all'accoglienza dei visitatori;

d) l'allestimento o il miglioramento di spazi di degustazione o di esposizione dei vini e dei prodotti della strada;

e) la costruzione o il miglioramento di servizi igienici ad uso esclusivo o non esclusivo dei visitatori;

f) la progettazione della segnaletica aziendale e del materiale informativo aziendale, da realizzarsi secondo i criteri grafici e con il logo della strada;

g) l'acquisto dell'attrezzatura per mettere a disposizione, in modo visibile, il materiale informativo e la cartina del territorio della strada;

h) i corsi di lingue straniere organizzati in favore del personale preposto ai luoghi d'accoglienza dei visitatori;

i) l'allestimento di un collegamento informatico con i centri d'informazione ed il centro di promozione e prenotazione della strada.

3. Gli incentivi sono concessi solo per lavori o attività da intraprendere successivamente all'accoglimento delle domande e comunque non possono riguardare le spese di gestione ordinaria della strada.

4. Il beneficiario degli incentivi deve presentare apposita autocertificazione, sulla quale la Regione effettua controlli a campione ai sensi della normativa vigente, da cui risulti il rispetto dei massimali di cui all'articolo 7, commi 3 e 5, della L.R. n. 21/2001.

5. L'importo massimo degli incentivi di cui all'articolo 7, commi 3 e 5, della L.R. n. 21/2001 si riferisce al singolo beneficiario e ad un periodo di tre anni, senza possibilità di cumulo di più incentivi nello stesso periodo per i medesimi interventi ⁽²²⁾.

(22) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.

Art. 20

Condizioni per la concessione degli incentivi.

1. Per la concessione degli incentivi di cui all'articolo 19, devono essere rispettate le seguenti condizioni:

a) la promozione non può fare riferimento ai prodotti tradizionali disciplinati dall'articolo 8 del decreto legislativo 30 aprile 1998, n. 173, né si possono pubblicizzare o promuovere i prodotti delle singole aziende;

b) il comitato di gestione seleziona i soggetti incaricati della prestazione dei servizi secondo le procedure previste dalla direttiva 92/50/CEE qualora i servizi prestati rientrano nel campo di applicazione della direttiva stessa. Nei casi in cui la direttiva 92/50/CEE non è applicabile, la selezione dei prestatori dei servizi deve avvenire secondo norme che garantiscono la trasparenza e l'accesso al mercato a tutti i potenziali fornitori;

c) le aziende, sempre che sussistano i normali sbocchi di mercato, devono essere di provata redditività e devono rispettare i requisiti minimi in materia di ambiente, igiene e benessere degli animali, i titolari delle aziende stesse devono possedere competenze e conoscenze adeguate, nel rispetto dei criteri definiti nel Piano di sviluppo rurale (P.S.R.) della Regione Lazio, approvato con Delib.G.R. 18 luglio 2000, n. 1727 e successive modificazioni;

d) le aziende non agricole, aderenti alla strada, possono usufruire di benefici indiretti, provenienti dall'attività promozionale svolta dal comitato di gestione e da questo imputati ai sensi dell'articolo 11, comma 6, lettera f), nei limiti degli aiuti de minimis, ai sensi del regolamento (CE) n. 69/2001 della Commissione del 12 gennaio 2001 ⁽²³⁾.

(23) Il presente regolamento è stato ratificato, ai sensi dell'art. 20, comma 15, L.R. 27 febbraio 2004, n. 2, dall'art. 1, primo comma, lettera e), Reg. 14 gennaio 2005, n. 1.