

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 77

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

REALACCI, CENNI, GIACHETTI, LUPI, ANZALDI, ARLOTTI, BARETTA, BARGERÒ, BERLINGHIERI, BIFFONI, BINI, BOCCI, BONACCORSI, FRANCO BORDO, BORGHI, BURTONÈ, CARRA, CARRESCIA, CIMBRO, COCCIA, COMINELLI, COVA, DAL MORO, MARCO DI MAIO, D'INCECCO, ERMINI, FAMIGLIETTI, FARAONE, FEDI, FIANO, FOLINO, FREGOLENT, GADDA, GASPARINI, GENTILONI SILVERI, GIAMMANCO, GINOBLE, GIULIETTI, GNECCHI, GRASSI, GUERRA, TINO IANNUZZI, IORI, KYENGE, LA MARCA, LEVA, LODOLINI, LOSACCO, MANZI, MARAZZITI, MARCON, MARTELLA, MARTELLI, MATTIELLO, MELILLA, MURA, OLIVERIO, PARIS, PELLEGRINO, PES, PICCOLI NARDELLI, QUARTAPELLE PROCOPIO, RICHETTI, GIOVANNA SANNA, SBROLLINI, SENALDI, TARICCO, TENTORI, VALIANTE, VENTRICELLI, VERINI, VIGNALI, ZANIN, ZARDINI

Norme per la valorizzazione dei prodotti agricoli e alimentari provenienti da filiera corta a chilometro zero e di qualità, nonché modifiche all'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228

Presentata il 15 marzo 2013

ONOREVOLI COLLEGHI! — La modernizzazione del sistema agro-alimentare ha favorito, negli ultimi decenni, la crescita ed il consolidamento di « filiere lunghe », modalità di distribuzione dominate da imprese di grandi dimensioni e che operano su mercati globali, in cui la necessità di standardizzazione e di flessibilità di ap-

provvigionamento ha portato all'omologazione delle colture produttive agricole e alla conseguente uniformità dei gusti e dei consumi, al deterioramento della diversità biologica e culturale e ad un consistente impatto ecologico, nonché alla forte riduzione della possibilità per il cittadino-consumatore di esercitare un controllo

diretto sull'origine e sulle modalità di produzione di ciò che acquista e consuma.

Negli anni recenti, accanto a questi processi ed in conseguenza della crescente consapevolezza delle contraddizioni che ne sono scaturite, abbiamo però assistito anche al moltiplicarsi di iniziative volte a ricondurre il prodotto al suo luogo di origine e a restituire visibilità ai produttori. Nella gran parte dei casi, queste iniziative assumono configurazioni organizzative « corte », radicate nel territorio e quindi legate alle sue risorse naturali, culturali e sociali, e fondate su concezioni diverse del produrre e del consumare.

Fra le esperienze più significative di accorciamento della filiera vanno ricordati, in questo contesto, i *farmer's market* (mercati contadini o mercatali) nati poco più di 20 anni fa negli Stati Uniti d'America (USA). Secondo i dati forniti dal Dipartimento dell'agricoltura USA, il loro numero è più che raddoppiato negli ultimi dieci anni, passando dai circa 3.000 del 2002, ai quasi 8.000 del 2012.

La filiera corta è quindi quella modalità di distribuzione alimentare che prevede un rapporto diretto tra produttori e consumatori, singoli o organizzati: una procedura virtuosa che riduce il numero degli intermediari commerciali diminuendo, conseguentemente, il prezzo finale. Gli acquisti possono avvenire tramite vendita diretta, mercatini, gruppi di acquisto, cooperative di consumo o commercio elettronico. La filiera corta permette inoltre al consumatore una migliore conoscenza delle qualità intrinseche del prodotto e di chi lo produce oltre ad ottenere un prezzo vantaggioso per chi acquista ed una retribuzione equa per chi vende. Con la distribuzione tradizionale per ogni euro speso per l'acquisto di prodotti agricoli solo 17 centesimi vanno agli agricoltori, mentre 60 centesimi vanno a coprire i costi di trasporto e distribuzione. Numerose indagini hanno infatti testimoniato che i prezzi degli alimenti, dal produttore alla tavola, aumentano esponenzialmente: nel caso ad esempio degli articoli ortofrutticoli si registra una crescita media del 200 per cento mentre con la presenza di

mercati locali i cittadini possono risparmiare il 30 per cento rispetto alla grande distribuzione.

Oltre alle garanzie di qualità ed al risparmio, la filiera corta offre anche la possibilità di salvaguardare l'ambiente. È stato infatti stimato che un pasto medio percorre oltre 1.900 chilometri su camion, navi o aerei prima di arrivare sulla tavola. Utilizzare prodotti di filiera corta, originari del territorio e quindi a « chilometro zero », significa ridurre considerevolmente le emissioni di gas nocivi (in termini di emissioni annue una tonnellata di anidride carbonica per famiglia), i numerosi passaggi di imballaggio e confezionamento, oltre a promuovere modelli virtuosi ed ecocompatibili di agricoltura locale. Va infine ricordato che l'uso sostenibile delle risorse rappresenta uno degli elementi chiave della Strategia di Lisbona.

Secondo un'indagine realizzata dalla Coldiretti, anche i consumatori italiani hanno mostrato un'attenzione sempre maggiore verso la filiera corta e i prodotti biologici: nell'ultimo anno, 21 milioni di italiani hanno fatto la spesa nei mercati degli agricoltori per garantirsi prodotti del territorio sani e con il miglior rapporto qualità/prezzo. Un successo che per il taglio delle intermediazioni commerciali ha avuto, altresì, un effetto calmieratore sull'andamento dell'inflazione rilevato dall'Istituto nazionale di statistica (ISTAT) nel settembre 2012. Nello specifico, risulta che quasi un italiano adulto su due frequenta i *farmer's market* e ben 7 milioni sono quelli che lo fanno regolarmente. Tale risultato, secondo l'analisi della Coldiretti, dipende dalla considerazione che le aziende agricole che producono e vendono direttamente non sono solo unità produttive propriamente dette, ma diventano presidi sociali, pilastri delle comunità in cui la loro attività contribuisce a promuovere coesione sociale. Il 90 per cento degli italiani vorrebbe che il cibo che si porta in tavola fosse prodotto sul proprio territorio, di cui il 39 per cento ritiene che ciò serva a creare lavoro e ricchezza localmente, il 31 per cento pensa che in questo modo il cibo è più genuino, mentre il

restante 30 per cento è convinto che in tal modo ci sono minori spostamenti delle merci e, quindi, minore inquinamento.

A fronte dell'importante sviluppo dei punti di vendita diretta, che in Italia hanno superato le 63.000 unità, sono intervenuti provvedimenti di carattere regionale che ne hanno permesso la valorizzazione.

Tale rete di vendita capillare necessita ora di un intervento normativo di rilevanza nazionale, che incentivi i consumatori e sostenga i produttori.

È in relazione alle finalità sopra espresse e per sostenere nuovi modelli di distribuzione già apprezzati dai consumatori italiani che portiamo alla vostra attenzione la presente proposta di legge finalizzata alla promozione del consumo di prodotti alimentari a «chilometro zero» provenienti da filiera corta. L'obiettivo prioritario delle norme proposte è, quindi, quello di incoraggiare l'acquisto di alimenti prodotti in ambito locale in cui devono essere consumati anche attraverso una informazione trasparente, puntuale ed efficace sul settore. Il progetto va quindi incontro all'evoluzione delle preferenze dei consumatori i quali, oltre a ricercare prodotti con prezzi più contenuti, sono particolarmente attenti alle caratteristiche di qualità nutrizionali, di sicurezza, di eticità e di ecocompatibilità degli alimenti.

La presente proposta di legge ha inoltre la finalità di valorizzare le piccole e medie imprese agricole, per lo più a conduzione familiare, che operano e vivono sul territorio, preservandone l'identità e la sopravvivenza e contribuendo, così, al loro mantenimento sul territorio. È in questa direzione che vengono quindi incentivate nuove forme di scambio capaci di veicolare e promuovere le filiere corte limitando il numero degli intermediari, a partire da opportunità di incontro e da strumenti di cooperazione basati sul rapporto diretto tra chi produce e chi consuma.

Il provvedimento introduce inoltre le modalità di concessione del marchio di filiera denominato «chilometro zero». Un segno distintivo ed una garanzia certificata

che rappresentano un riconoscimento formale della provenienza e della qualità dei prodotti da utilizzare sia sugli articoli alimentari che sui menù degli esercizi di ristorazione. Va infine ricordato che la presente proposta di legge è conforme a quanto previsto dal decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali 20 novembre 2007, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 301 del 29 dicembre 2007, emanato in attuazione dell'articolo 1, comma 1065, della legge 27 dicembre 2006, n. 296 (legge finanziaria 2007), che disciplina i mercati riservati all'esercizio della vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli.

Nello specifico, la proposta di legge si compone di otto articoli e di un allegato. Nel primo articolo sono indicate le finalità a cui si ispirano le norme introdotte, mentre l'articolo 2 contiene le definizioni dei concetti presenti ed in particolare la denominazione di «filiera corta» che mira a consentire l'individuazione dei prodotti che garantiscono un limitato apporto di emissioni inquinanti legate alla fase di movimentazione dei prodotti agricoli ed agroalimentari. Gli articoli 3 e 4 dettano poi le norme per favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta di prodotti di qualità ed ecocompatibili, la loro riconoscibilità e la trasparenza delle informazioni. L'articolo 5 prevede il riconoscimento dell'esercizio della vendita diretta di prodotti agricoli e alimentari, secondo la disciplina amministrativa di cui all'articolo 4 del decreto legislativo n. 228 del 2001, anche da parte delle società di persone e delle società a responsabilità limitata, costituite da imprenditori agricoli. Viene modificata la disciplina amministrativa in materia di vendita diretta, in ordine agli effetti della comunicazione di inizio attività nonché alla possibilità per le imprese agricole di effettuare la somministrazione non assistita dei prodotti posti in vendita. Infine, il medesimo articolo, positivizza quanto già statuito dalla giurisprudenza amministrativa circa la possibilità di esercitare la vendita diretta a prescindere dalla destinazione edilizia dei fabbricati a ciò destinati, fatta salva l'osservanza della disci-

plina igienico-sanitaria. L'articolo 6 prevede modalità di valorizzazione dei prodotti a « chilometro zero » nell'ambito del settore della grande distribuzione. L'articolo 7 e l'allegato 1 istituiscono e disciplinano inoltre la licenza d'uso del marchio « chilometro zero »: un marchio di filiera che certifica il limitato apporto delle emissioni inquinanti derivanti dal

trasporto calcolato dalla fase di produzione fino al momento del consumo finale. L'articolo 8 predispone infine la creazione, presso il Comando carabinieri politiche agricole e alimentari, di un apposito nucleo destinato ad assicurare i controlli e la prevenzione in materia di tutela della sostenibilità ambientale e della qualità dei prodotti.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

(Finalità).

1. La presente legge promuove la domanda e l'offerta dei prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero, provenienti da filiera corta, e dei prodotti agricoli e alimentari ecologici e di qualità, nonché lo sviluppo locale e una migliore conoscenza delle caratteristiche dei processi di trasformazione e delle tradizioni produttive.

2. Ai fini di cui al comma 1, le regioni, le province autonome di Trento e di Bolzano e gli enti locali possono adottare adeguati strumenti per assicurare la valorizzazione delle produzioni alimentari con elevati parametri di qualità, salubrità, sostenibilità ambientale ed eticità.

ART. 2.

(Definizioni).

1. Ai fini e per gli effetti della presente legge, si intendono per:

a) prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero: i prodotti agricoli e alimentari provenienti da areali di produzione posti a una distanza non superiore a 70 chilometri di raggio dal luogo previsto per il loro consumo, o quelli per i quali è dimostrato un limitato apporto delle emissioni inquinanti derivanti dal trasporto calcolato dalla fase di produzione fino al momento del consumo finale;

b) prodotti di qualità: i prodotti agricoli e agroalimentari provenienti da coltivazioni biologiche, nonché i prodotti a denominazione protetta e i prodotti tipici e tradizionali riconosciuti ai sensi della vigente normativa nazionale e dell'Unione europea.

ART. 3.

(Criteri minimi ambientali nel servizio di ristorazione collettiva e nella fornitura di prodotti alimentari).

1. Ai fini di cui all'articolo 1, nelle procedure ad evidenza pubblica per l'affidamento del servizio di ristorazione collettiva e per la fornitura di prodotti alimentari devono essere inseriti i criteri minimi ambientali previsti ai paragrafi 5.3.1 e 6.3.1 dell'allegato 1 annesso al decreto del Ministro dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare 25 luglio 2011, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 220 del 21 settembre 2011.

2. Sono fatte salve le disposizioni legislative vigenti che stabiliscono criteri più restrittivi di quelli fissati ai sensi del comma 1.

3. La società erogatrice dei servizi di ristorazione deve informare gli utenti relativamente ai criteri ambientali applicati.

ART. 4.

(Vendita dei prodotti a chilometro zero provenienti da filiera corta e dei prodotti di qualità).

1. I comuni possono riservare agli imprenditori agricoli esercenti la vendita diretta di prodotti agricoli, ai sensi dell'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228, come da ultimo modificato dall'articolo 5 della presente legge, almeno il 20 per cento del totale dei posteggi nei mercati al dettaglio situati in aree pubbliche.

2. Al fine di favorire l'acquisto e il consumo di prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero provenienti da filiera corta e di prodotti di qualità nonché di assicurare un'adeguata informazione ai consumatori sull'origine e sulle specificità dei prodotti stessi, le strutture commerciali possono destinare alla vendita di tali prodotti almeno il 30 per cento della superficie totale.

3. Ai fini di cui al comma 2, i comuni, nell'ambito del proprio territorio e del proprio piano del commercio, destinano specifiche aree per la realizzazione dei mercati riservati alla vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli, di cui al decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali 20 novembre 2007, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 301 del 29 dicembre 2007.

4. Per la vendita dei prodotti provenienti da filiera corta è assicurato uno spazio appositamente dedicato e allestito in modo da rendere adeguatamente visibili e identificabili le caratteristiche di eco-compatibilità dei medesimi prodotti.

5. È fatta salva, in ogni caso, la facoltà per gli imprenditori agricoli, singoli e associati, di costituire mercati riservati alla vendita diretta, su area pubblica o privata, nel rispetto delle norme igienico-sanitarie e delle disposizioni in materia di ordine pubblico.

ART. 5.

(Modificazioni all'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228).

1. All'articolo 4 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228, e successive modificazioni, sono apportate le seguenti modifiche:

a) dopo il comma 1 è inserito il seguente:

« *1-bis.* La disciplina amministrativa di cui al presente articolo si applica anche alle società di persone e alle 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 »;

b) al comma 2, il secondo periodo è sostituito dal seguente: « 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, nonché per la

vendita esercitata in occasione di sagre, fiere, manifestazioni a carattere religioso, benefico o politico o di promozione dei prodotti tipici o locali, non è richiesta la comunicazione di inizio attività »;

c) al comma 4:

1) il primo periodo è sostituito dal seguente: « Qualora si intenda esercitare la vendita al dettaglio non in forma itinerante su aree pubbliche la comunicazione è indirizzata al sindaco del comune in cui si intende esercitare la vendita e l'attività può essere iniziata contestualmente alla concessione da parte del comune dell'area su cui esercitare la vendita »;

2) il secondo periodo è sostituito dal seguente: « Per la vendita al dettaglio su aree pubbliche mediante l'utilizzo di un posteggio la comunicazione deve contenere la richiesta di assegnazione del posteggio medesimo, ai sensi dell'articolo 28 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e successive modificazioni, e l'attività può essere iniziata contestualmente all'assegnazione del predetto posteggio »;

3) dopo il secondo periodo è aggiunto il seguente: « La vendita diretta in locali aperti al pubblico, ivi compresi i locali facenti parte dell'azienda agricola, è soggetta a comunicazione al comune nel cui territorio sono ubicati i locali e può essere effettuata a decorrere dalla data di invio della stessa comunicazione »;

d) dopo il comma 4 è inserito il seguente:

« 4-bis. La vendita diretta mediante il commercio elettronico può essere iniziata contestualmente all'invio della comunicazione al comune del luogo ove ha sede l'azienda di produzione »;

e) dopo il comma 8 sono aggiunti i seguenti:

« 8-bis. In conformità a quanto previsto dall'articolo 34 del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214, nell'ambito dell'esercizio della vendita diretta è consentito il consumo im-

mediato dei prodotti oggetto di vendita, utilizzando i locali e gli arredi nella disponibilità dell'imprenditore agricolo con l'esclusione del servizio assistito di somministrazione e con l'osservanza delle prescrizioni igienico-sanitarie.

8-ter. L'attività di vendita diretta dei prodotti agricoli ai sensi del presente articolo non comporta cambio di destinazione d'uso dei locali ove si svolge la vendita e può esercitarsi su tutto il territorio comunale a prescindere dalla destinazione urbanistica della zona in cui sono ubicati i locali a ciò destinati ».

ART. 6.

(Norme in materia di edilizia).

1. Il contributo per il rilascio del permesso di costruire o di altri atti autorizzatori o concessori in materia di edilizia o urbanistica è ridotto del 50 per cento per le grandi strutture di vendita e per i centri commerciali nei quali si esercita anche la vendita di prodotti agricoli e alimentari e che, all'atto della richiesta, si impegnano a porre in vendita prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero provenienti da filiera corta e prodotti di qualità in misura non inferiore, in termini di valore, al 30 per cento delle produzioni agricole e alimentari complessivamente acquistate su base annua.

2. Il mancato rispetto dell'impegno di cui al comma 1 comporta il pagamento integrale del contributo con un tasso di interesse superiore di due punti a quello legale decorrente dalla data di concessione delle agevolazioni previste dal medesimo comma 1.

3. Al fine di orientare la programmazione commerciale per finalità di utilità sociale, ai sensi dell'articolo 41 della Costituzione, nell'istruttoria del procedimento per il rilascio del permesso di costruire o di altri atti autorizzatori o concessori in materia di edilizia o urbanistica deve essere valutato l'atto unilaterale di impegno del richiedente di porre in vendita, in misura congrua rispetto al

totale dei prodotti, prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero provenienti da filiera corta e prodotti di qualità.

ART. 7.

*(Istituzione del marchio
« chilometro zero »).*

1. È istituito, con decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, da emanare entro due mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, il marchio di filiera « chilometro zero » che garantisce la qualità ambientale superiore del prodotto alimentare, connessa al ridotto apporto di emissioni inquinanti derivanti dal trasporto in tutti gli stadi della filiera. Tale marchio può essere evidenziato, assieme alle caratteristiche ed ai vantaggi di tali prodotti, nello scontrino rilasciato nei mercati e nelle strutture commerciali che vendono tali prodotti.

2. Le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano istituiscono un albo delle imprese agricole e agroalimentari, delle imprese di acquacoltura e delle imprese commerciali che vendono prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero provenienti da filiera corta e che hanno diritto all'attribuzione del marchio di cui al comma 1.

3. L'iscrizione all'albo di cui al comma 2 è gratuita, non è soggetta alla tassa di concessione governativa, è effettuata con le procedure e con le modalità indicate nell'allegato 1 annesso alla presente legge e dà diritto all'uso del logo previsto dal medesimo allegato 1.

4. Le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano pubblicano annualmente l'elenco aggiornato delle imprese iscritte all'albo di cui al comma 2.

ART. 8.

(Attività di controllo e sanzioni).

1. Nell'ambito del Comando carabinieri politiche agricole e alimentari del Ministero delle politiche agricole alimentari e

forestali, è istituito un apposito nucleo che svolge funzioni di prevenzione e di controllo dei prodotti disciplinati della presente legge e, in particolare, per la tutela della sostenibilità ambientale delle filiere agricole e della qualità dei prodotti agricoli e alimentari, nonché dell'educazione e dell'informazione alimentari di carattere non sanitario.

2. Le regioni, le province autonome di Trento e di Bolzano e gli enti locali, nell'ambito delle rispettive competenze, esercitano i controlli per l'accertamento delle infrazioni delle disposizioni della presente legge. A tali scopi, le amministrazioni competenti si avvalgono degli organi di polizia amministrativa locale, anche attraverso l'istituzione, nell'ambito degli stessi, di appositi gruppi di intervento.

3. Per lo svolgimento dei controlli di conformità di cui al decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali 1° agosto 2005, pubblicato nel supplemento ordinario alla *Gazzetta Ufficiale* n. 212 del 12 settembre 2005, in materia di commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli freschi e dei prodotti trasformati, le regioni si avvalgono degli organi di polizia amministrativa locale.

ALLEGATO 1

(Articolo 7, comma 3)

1. *Disciplina del marchio « chilometro zero ».*

Possono iscriversi all'albo delle imprese caratterizzate dal marchio « chilometro zero » le imprese che ne fanno domanda e che garantiscono il rispetto delle norme della presente legge.

Le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano ricevono le domande di iscrizione all'albo e, entro trenta giorni, esaminata la documentazione allegata e verificata la sussistenza dei requisiti di cui alla presente legge, deliberano l'iscrizione delle imprese della filiera all'albo e ne danno comunicazione agli interessati.

L'iscrizione all'albo è condizionata al permanere dei requisiti e dei presupposti di cui alla presente legge.

Nell'ipotesi in cui vengano meno i requisiti e i presupposti prescritti è deliberata la cancellazione dall'albo previa comunicazione all'interessato.

L'iscrizione all'albo dà diritto all'utilizzo del logo di cui al punto 2.

2. *Logo « chilometro zero ».*

La licenza d'uso del logo « chilometro zero » è concessa a titolo gratuito.

La licenza d'uso è concessa dalle regioni e delle province autonome di Trento e di Bolzano.

Alla licenza d'uso è assegnato un numero di registrazione che è annotato, a cura dell'organismo competente, su un apposito registro.

La licenza d'uso s'intende rinnovata automaticamente.

3. *Modalità d'uso del logo « chilometro zero ».*

L'utilizzo del logo « chilometro zero » mira a rendere maggiormente visibili e più facilmente identificabili gli operatori effettivamente e attivamente impegnati nelle attività di sostenibilità ambientale e della filiera corta a chilometro zero, nel rispetto delle disposizioni della presente legge e, in particolare, del presente allegato.

Il logo può essere usato soltanto con riferimento ai prodotti alimentari appartenenti alla filiera per la quale è stato concesso.

L'uso del logo può avvenire a scopo occasionale (scopo pubblicitario di avvenimenti tecnici o commerciali, quali fiere, corsi, convegni) oppure a scopo continuativo (carta da lettera, *brochure*, imballaggi, materiale pubblicitario). Il logo può essere usato sia da solo sia affiancato a marchi propri dell'impresa autorizzata.

L'utilizzo del logo è accompagnato dal riferimento del numero di registrazione dell'iscrizione all'albo.

La concessione del diritto d'uso del logo non obbliga al suo utilizzo.

Il licenziatario utilizza il logo nella forma e con le modalità anche grafiche stabilite dal decreto di cui all'articolo 7, comma 1, della presente legge. È comunque sempre consentita la riproduzione in bianco e nero.

Il diritto d'uso del logo è strettamente riservato al licenziatario e non può essere ceduto o esteso ad altre imprese, anche facenti parte dello stesso gruppo o a qualunque titolo partecipate.

4. *Verifica della conformità.*

Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano si riservano il diritto di svolgere le indagini necessarie per verificare il permanere delle condizioni per l'iscrizione all'albo e delle modalità d'uso del logo previste dal presente allegato.

Le imprese licenziatarie sono tenute a fornire la documentazione richiesta atta a comprovare tale conformità.

La rilevazione di violazioni di una delle condizioni d'uso del logo o delle norme della presente legge determinano la cancellazione dall'albo e la revoca della licenza d'uso del logo, che l'ufficio regionale o provinciale competente comunica all'interessato mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento.

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA

€ 1,00



17PDL0002080