



BALDO: un marchio per lo sviluppo territoriale

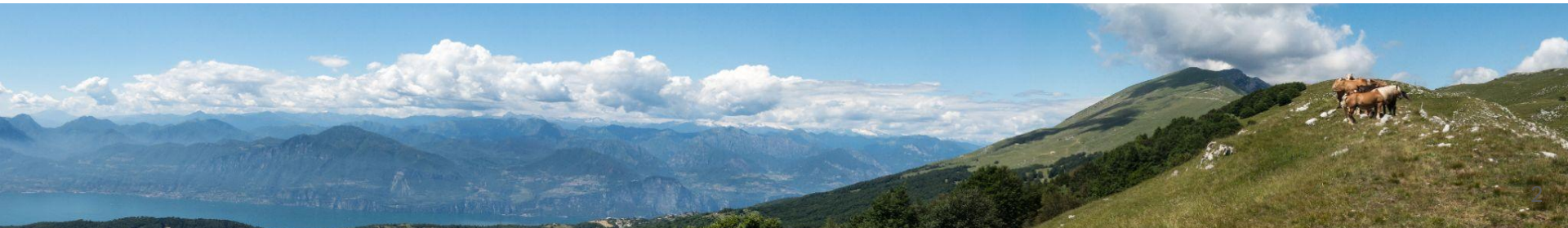
Associazione Marchio del Baldo



MARCHIO DEL BALDO

Origine e registrazione del marchio Baldo

La Comunità Montana del Baldo (ora Unione Montana del Baldo-Garda) ha realizzato il marchio collettivo territoriale “Baldo” nel 2007.

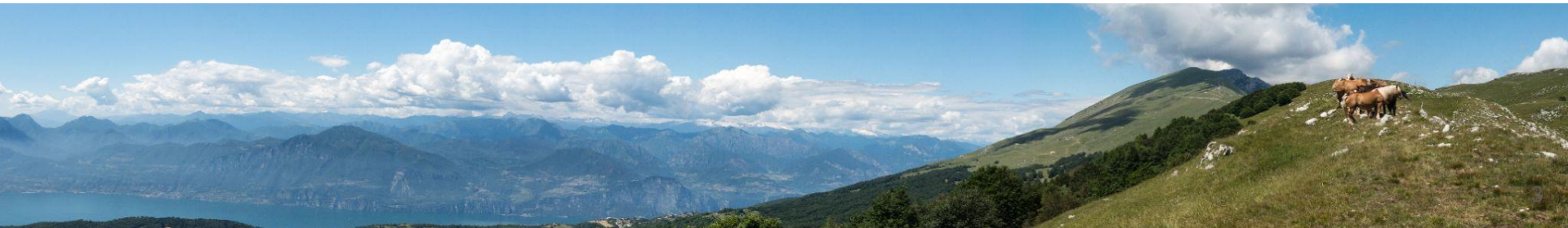




MARCHIO DEL BALDO

Il marchio Baldo rappresenta un segno distintivo della provenienza territoriale del prodotto e/o servizio.

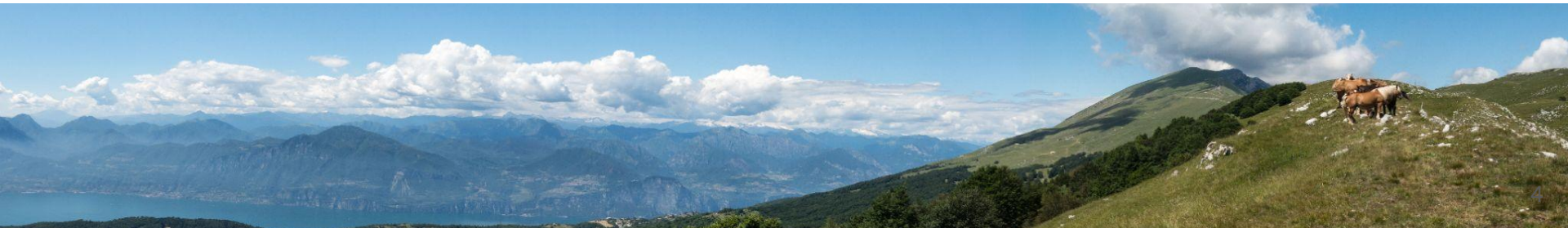
Il marchio è registrato presso il Ministero dello Sviluppo Economico, fino a 2030.





MARCHIO DEL BALDO

L'Unione Montana del Baldo-Garda nell'ambito delle proprie funzioni istituzionali, al fine di tutelare e valorizzare le risorse territoriali e promuovere lo sviluppo economico, concede la licenza d'uso del marchio, gratuitamente ed in modo non esclusivo, a soggetti pubblici o privati, localizzati nei 9 comuni dell'Unione.





Associazione Marchio del Baldo ETS

L'Associazione "Marchio del Baldo" nasce il 25 giugno del 2015 ed è costituita da aziende e associazioni del territorio, concessionari del marchio, rilasciato dall'Unione Montana Baldo-Garda, che hanno voluto intraprendere un percorso di valorizzazione turistica e culturale dei prodotti e attività ad esso legati.

ETS (ente del Terzo Settore): è in corso l'iscrizione nel Registro Unico Nazionale del Terzo Settore.



ASSOCIAZIONE 
MARCHIO DEL BALDO





Associazione Marchio del Baldo ETS

L'Associazione "Marchio del Baldo" si autofinanzia tramite le quote associative annuali.

Riceve eventuali contributi per lo svolgimento di eventi da parte di enti pubblici e istituti bancari.



ASSOCIAZIONE 
MARCHIO DEL BALDO





Associazione Marchio del Baldo ETS

MISSION

- diffusione e promozione dei valori culturali, ambientali, sociali e tradizionali collegati alle attività agricole tipiche dell'ambiente montano, ai prodotti caratterizzati da tipicità, alle attività sportive sostenibili a basso impatto;
- creazione di una rete tra operatori del settore primario e terziario per la promozione del marchio come veicolo per valorizzare le peculiarità paesaggistiche, storiche, culturali, enogastronomiche, sportive del territorio del Baldo, Garda e Valle dell'Adige;



ASSOCIAZIONE 
MARCHIO DEL BALDO





Associazione Marchio del Baldo ETS

MISSION

- risvegliare un senso di appartenenza territoriale tra le realtà locali per avviare una serie di attività che fungano da volano economico e crescita sociale
- promuovere e partecipare ad eventi, convegni, manifestazioni e fiere per incentivare la conoscenza del marchio come espressione di offerta territoriale differenziata ed articolata;
- attuare iniziative inerenti l'organizzazione della vendita di prodotti e servizi dei soggetti concessionari;
- FARE RETE.



ASSOCIAZIONE 
MARCHIO DEL BALDO





Gli associati

35

PRODUTTORI AGRICOLI

PRODUTTORI ARTIGIANALI

5

BOTTEGHE

8

RISTORANTI, MALGHE E RIFUGI

BED&BREAKFAST, CAMPEGGI, ALBERGHI

7

ASSOCIAZIONI

SPORTIVE - CULTURALI - SOCIALI



Potenzialità e limiti

L'Associazione rappresenta al momento più di 50 realtà locali, registrando una crescita continua dopo la sospensione di quasi tutte le attività negli ultimi 2 anni.

Gli associati Marchio del Baldo condividono una visione di sviluppo territoriale sostenibile, diffuso, per una produzione rispettosa dell'ambiente e per un turismo "lento".





Punti di forza

territorio e capitale umano

Monte Baldo: un territorio unico e autentico, dove la biodiversità si sposa con la storia ed il lavoro di uomini e donne appassionati.

esperienza completa

Offerta articolata, fatta di prodotti locali di qualità, natura, sport, attività culturali e sociali.

sostenibilità

“Ognuno di noi si sente figlio e genitore del pezzo di Baldo che ha scelto.”

ACCORDO DI SUSSIDIARIETA': uno strumento trasparente per uno sviluppo partecipato



TRA CHI?

Unione Montana del Baldo Garda (9 comuni) e Associazione Marchio del Baldo (in partenariato con Mag Verona e Consorzio del Bardolino)



COSE'?

Una forma di relazione innovativa tra ente pubblico e soggetti privati, che si mettono su un piano di collaborazione.



CON QUALE OBIETTIVO?

Tutelare e rigenerare i beni comuni locali, materiali e immateriali, creando identità e favorendo una buona economia responsabile.



Cosa fa l'Unione Montana?

Garanzia e supervisione; messa a disposizione di spazi e competenze; visibilità e patrocinio; eventuali contributi e risorse; coordinamento istituzionale, favorendo l'integrazione della attività nelle politiche amministrative locali.



21 gennaio 2022, i firmatari dell'Accordo di Sussidiarietà



Cosa fa l'Associazione?

- Coordinamento dei licenziatari;
- iniziative di valorizzazione del territorio e dei suoi beni comuni;
- comunicazione e promozione del territorio assieme a reti più ampie;
- iniziative di sviluppo locale;
- sviluppo delle competenze dei partecipanti.





La buona economia

Nel 2020-2022, nell'ambito di un progetto finanziato dalla Regione Veneto, l'Associazione ha intrapreso una collaborazione con l'Università di Verona - dott.ssa Polin - che ha svolto una ricerca approfondita sulla buona economia delle aziende di montagna.

I risultati sono in corso di pubblicazione.



Il futuro: punti aperti verso il riconoscimento UNESCO



MONTE BALDO UNITARIO

La promozione che supera i confini amministrativi.

PATRIMONIO NATURALE

Difesa dell'ambiente dal turismo cosiddetto "di rapina".



PATRIMONIO CULTURALE

Difesa delle tradizioni e autenticità: un impegno dei produttori e delle associazioni del territorio.



Grazie.

“Dobbiamo meritare ogni giorno il territorio in cui viviamo”.

Associazione Marchio del Baldo
Nataschia Lorenzi
www.marchiodelbaldo.it

