MARCHIO DI QUALITA’
“VILLAGGI MONTANI CERTIFICATI CAI”

DISCIPLINARE

APPROVATO DAL C.C. NELLA SEDUTA DEL 14.09.2024
CON CONFERMA DEL CDC NELLA SEDUTA DEL 04.10.2024
aggiornamento marzo 2025

INDICE

1- PREMESSA E OBIETTIVI DELL'INIZIATIVA

2- PROCEDURA PER L'OTTENIMENTO DEL MARCHIO

3- CRITERI

Allegati:

1. **Fac-simile della Manifestazione di interesse**
2. **Documentazione richiesta ai fini dell'istruttoria**
3. **Check List dei criteri**
4. **Regolamento tipo del Comitato locale**
5. **Accordo con le Aziende partner**
6. **Regolamento per l'utilizzo del logo**
7. **Costi per l'ottenimento e il mantenimento del marchio**

GLOSSARIO

VILLAGGIO MONTANO CERTIFICATO CAI – VILLAGGIO MONTANO CAI – VIMONT

È una piccola località montana italiana a dimensione di escursionisti e alpinisti, in grado di coniugare una elevata qualità ambientale e paesaggistica, con uno sviluppo sociale ed economico rispettoso dell'ambiente. Il Club Alpino Italiano, tramite la locale sezione CAI, garantisce la qualità della certificazione.

AREA DI INTERESSE

Viene definita "area di interesse" la superficie comunale interessata dall'iniziativa. Può essere anche una porzione di territorio comunale, purché omogeneo e nettamente distinto dal restante territorio. L'area sarà evidenziata da apposita cartografia allegata alla manifestazione di interesse/candidatura.

COMITATO DI VALUTAZIONE DEI CRITERI (COMITATO NAZIONALE VIMONT)

È il comitato del Club Alpino Italiano che gestisce le attività legate al marchio.

AZIENDA PARTNER O AZIENDA CONVENZIONATA

È un'azienda situata nell'area di un Villaggio montano CAI o in un'area funzionale ad essa, che persegue la filosofia del Marchio, ne rispetta il Disciplinare e si convenziona con il Club Alpino Italiano. Può essere una azienda alloggiativa e ristorativa (non appartenente a grandi catene commerciali), negozio di vicinato (es. di alimentari, articoli sportivi, libreria, cartoleria ecc.), attività di servizi, azienda agricola o simili.

Persona di contatto per tutti i partner in Italia:

Dario Brioschi - Club Alpino Italiano - Via Petrella, 19 – 20124 Milano
e-mail: d.brioschi@cai.it

Autori: Alberto Ghedina e Barbara Foggiato con il supporto del Gruppo di lavoro formato da: Beltramo Riccardo (Università di Torino - Dipartimento di Management), Benedetti Giacomo (Vicepresidente CAI), Brioschi Dario (funzionario CAI), Cattoi Maurizio (Generale Carabinieri forestali a.r.), De Rossi Antonio (Politecnico di Torino – Direttore IAM), Marini Raffaele (Presidente CCTAM), Mariotti Alessia (Università di Bologna – Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita e Centro di Studi Avanzati sul Turismo), Oliveti Piergiorgio (Responsabile affari esteri CAI), Vasta Valentina (Comitato scientifico CAI Puglia).

1 - PREMESSA

Principi ispiratori e filosofia

Il marchio "Villaggi montani certificati CAI" (in breve Villaggi montani o ViMont) è un progetto ambientale e sociale del Club Alpino Italiano che si ispira ai propri principi statutari, ai principi ambientali sanciti nel Bidecalogo, nonché ai principi della Convenzione europea del paesaggio, all'obiettivo 15 dell'Agenda 2030 e ad analoghe iniziative sviluppatesi in arco alpino.

Non si tratta però solo dell'applicazione di norme, ma di una filosofia che così si può schematizzare:

- la conoscenza e tutela dei territori montani;
- l'ampliamento del concetto di sentiero da semplice infrastruttura a basso impatto, a vettore di turismo territoriale sostenibile, strumento di circolazione delle idee, connessione fra le diversità di cui è ricco il nostro paese;
- la valorizzazione dei rifugi alpini attualizzando la funzione e le modalità di fruizione;
- lo sviluppo sostenibile del turismo, fondato su un rapporto equilibrato ed armonioso tra i bisogni sociali, le attività economiche e l'ambiente;
- la considerazione che il paesaggio:
    - svolge importanti funzioni di interesse generale, sul piano culturale, ecologico, ambientale e sociale, oltre ad essere una risorsa che favorisce l'attività economica;
    - concorre alla formazione delle culture locali e rappresenta una componente fondamentale del patrimonio culturale e naturale in Italia e in Europa;
    - è, in ogni luogo, un elemento fondamentale per la qualità di vita delle popolazioni e la sua salvaguardia, la sua gestione e la sua pianificazione che implicano diritti e responsabilità per ciascun individuo;
    - costituisce un elemento chiave del benessere personale e sociale;
- la rivalutazione del concetto di "limite", che non deve essere inteso come privazione di ciò che è "oltre", ma quale occasione di maggior apprezzamento di ciò che è "entro" ("meno è meglio" ed anche "meno e meglio");
- l'importanza della qualità della ricreazione e del tempo libero;
- lo stare insieme nel rispetto delle persone e dell'ambiente;
- il valore del movimento con le proprie forze;
- la vivacità senza fragore;
- il sì agli stimoli, ma senza frenesia.

Finalità del marchio

Il progetto si prefigge di contribuire a mantenere elevata la qualità paesaggistica dei luoghi e a favorire condizioni economiche e sociali adeguate alle persone che vivono nelle località certificate, con lo scopo finale di favorire la vita in montagna in tutte le stagioni dell'anno e il presidio del territorio montano, anche attraverso una integrazione del reddito derivante da uno sviluppo turistico sostenibile e consapevole.

Il marchio certifica l'unicità delle località aderenti alla rete, selezionate sulla base di rigidi criteri, attribuendo loro un profilo chiaro e definito che ne rappresenta un segno distintivo ed è una garanzia degli impegni assunti dalla comunità e dalle amministrazioni comunali in tema di sostenibilità ambientale, pianificazione turistica responsabile, economia circolare.

Il progetto, grazie alla presenza della locale Sezione CAI, mira a creare e promuovere all'interno dei Villaggi selezionati circoli virtuosi di rigenerazione culturale, sociale ed economica mettendo in rete i soggetti coinvolti sia a livello locale, che favorendo il confronto e lo scambio di esperienze tra le diverse località della rete.

L'iniziativa è rivolta in primis agli associati dei Club Alpini europei, che da soli contano più di tre milioni di iscritti, ma anche ad altri ospiti che ne condividano la filosofia e gli obiettivi.

Il marchio quindi, attraverso un modello di turismo rigenerativo e consapevole, rappresenta un invito a scoprire le località montane rispettandole, ovvero a conoscerle, viverle, assaporarle, e - allo stesso tempo – a custodirle. Inoltre, al fine di avvicinare il turista alla cultura locale, è previsto un coinvolgimento diretto delle aziende private (ricettive e no) situate all'interno dei villaggi.

Il ruolo del Club Alpino Italiano

Il Club Alpino Italiano, in qualità di promotore e garante del marchio, gestisce il Comitato di valutazione dei criteri (Comitato Nazionale ViMont) e il Gruppo di lavoro dedicato. Rilascia la certificazione alle località e le supporta sia nella fase di candidatura che di mantenimento del marchio con azioni di consulenza, sostiene la costituzione di una rete tra le località coinvolte, organizza periodicamente riunioni e raduni e promuove le località da un punto di vista turistico.

Il rilascio della certificazione è gratuito; le Amministrazioni comunali e le Aziende che si convenzioneranno parteciperanno al sostenimento dei costi di gestione del Comitato e del Gruppo di lavoro con le quote obbligatorie: una tantum in fase di istruttoria e con le quote annuali per le Amministrazioni e le Aziende convenzionate, come da allegato n° 7 al presente Disciplinare.

Uno dei punti di forza dell'iniziativa sarà la promozione pubblicitaria del territorio del Villaggio montano, delle aziende partner e delle attività organizzate in loco per raggiungere il pubblico target che, da un lato, condivide la sensibilità ambientale e culturale sulla quale si fonda il progetto, dall'altro si dirige sempre più verso forme di turismo lento, sostenibile e responsabile.

La promozione delle località, che non è da intendersi come attività di agenzia turistica o di tour operator, avverrà principalmente attraverso i seguenti media:

- siti web dedicato: Villaggio degli alpinisti – Cai https://www.cai.it/organizzazione/le-nostre-eccellenze/villaggio-degli-alpinisti/
- stampa e media del sodalizio
  - La Rivista del Club Alpino Italiano: rivista bimestrale con 300.000 copie di tiratura (Italia / estero)
- Lo Scarpone online: sito web https://www.loscarpone.cai.it/
- canali social del sodalizio
  - Facebook 190.068 follower | Instagram 97.700 follower al 16/08/2024
  - Lo Scarpone online (Facebook 11.063 follower | Instagram 8.404 follower al 16/08/2024)
- stampa degli altri club alpini (eventuali convenzioni)
- newsletter digitali a cadenza almeno mensile
- guide e pubblicazioni

Clausola di salvaguardia per le località riconosciute "Villaggi degli Alpinisti CAI"

Le 6 località fino ad oggi riconosciute dal CAI come "Villaggi degli Alpinisti": Val di Zoldo (BL), Balme (TO), Triora (IM), Paularo (UD), Crissolo (CN) e Valle di Lozio (BS), mantengono il marchio già acquisito (qualora ne sussistano le condizioni previste dallo stesso) e ottengono automaticamente l'attribuzione del nuovo Marchio, alle condizioni, anche onerose, previste dal presente Disciplinare. Le aziende partner, per essere considerate tali, alla scadenza del contratto dovranno rinnovare gli accordi secondo le nuove disposizioni.

2 - PROCEDURA PER L'OTTENIMENTO E IL MANTENIMENTO DEL MARCHIO

1) AUTOVALUTAZIONE

Le Sezioni del CAI e le Amministrazioni comunali che intendono aderire al marchio Villaggi montani CAI eseguono una autovalutazione (self-assessment) sulla base del Disciplinare, comprensivo degli allegati (disponibile anche nel sito web dell'iniziativa).

2) MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

In caso di esito positivo dell'autovalutazione, la Sezione del CAI competente per territorio e l'Amministrazione comunale presentano congiuntamente la Manifestazione di interesse al Gruppo Regionale del Club Alpino Italiano (G.R.) competente per territorio e per conoscenza al Comitato nazionale ViMont, corredata dalla documentazione di cui all'Allegato 2.
L'esito della autovalutazione si considera positivo quando sono rispettati tutti i criteri del disciplinare e nell'area di interesse vi sono almeno cinque aziende disposte a convenzionarsi all'iniziativa (aziende partner). La presentazione può avvenire in ogni periodo dell'anno.

3) CANDIDATURA

Il G.R. controlla la Check-list, la completezza della restante documentazione allegata alla manifestazione di interesse e richiede la eventuale documentazione mancante. Valuta la Manifestazione di interesse anche sulla base delle proprie conoscenze della realtà territoriale ed entro **sei mesi dalla data di ricevimento della documentazione completa,** in caso di esito positivo della valutazione, presenta la **Candidatura** della località al Comitato nazionale ViMont; diversamente comunica il diniego ai proponenti, notiziando anche il Comitato nazionale. Il G.R. può presentare solo una candidatura nell'anno solare; nel caso di ricevimento di più di una Manifestazione di interesse nello stesso anno solare, esegue una selezione anche sulla base dei criteri quali/quantitativi (A1.2, A2.1, A2.5, A2.6, C1.2, D1.4, D2.1). Le località che non vengono candidate vengono tenute in considerazione l'anno successivo.

4) ISTRUTTORIA E VALUTAZIONE DELLE CANDIDATURE

Il Comitato nazionale ViMont può richiedere alla località o alle singole aziende della documentazione integrativa e valuta le candidature sulla base di:

- verifica formale e sostanziale della check-list e analisi dei criteri quali/quantitativi;
- analisi della documentazione allegata;
- verifica in loco, direttamente o tramite delegati, del rispetto dei criteri e del carattere di villaggio montano dell'area di interesse;
- valutazione degli aspetti motivazionali.

In fase di selezione sarà data priorità alle località proposte da G.R. che hanno il minor numero di villaggi certificati.
Il Comitato ViMont ha **sei mesi per concludere l'istruttoria, a far data dal ricevimento della documentazione completa**. La valutazione si conclude con la decisione, positiva o negativa,

a insindacabile giudizio del Comitato e la successiva comunicazione dell'esito ai soggetti proponenti.

5) ADESIONE UFFICIALE AL MARCHIO

L'adesione ufficiale alla rete dei Villaggi montani certificati CAI avviene al momento della sottoscrizione dell'accordo bilaterale da parte del Club Alpino Italiano – sede centrale e l'Amministrazione comunale e con la sottoscrizione degli Accordi di collaborazione da parte del CAI e le aziende partner. La sottoscrizione e l'eventuale cerimonia dovranno avvenire entro sei mesi dalla comunicazione dell'esito della comunicazione positiva.

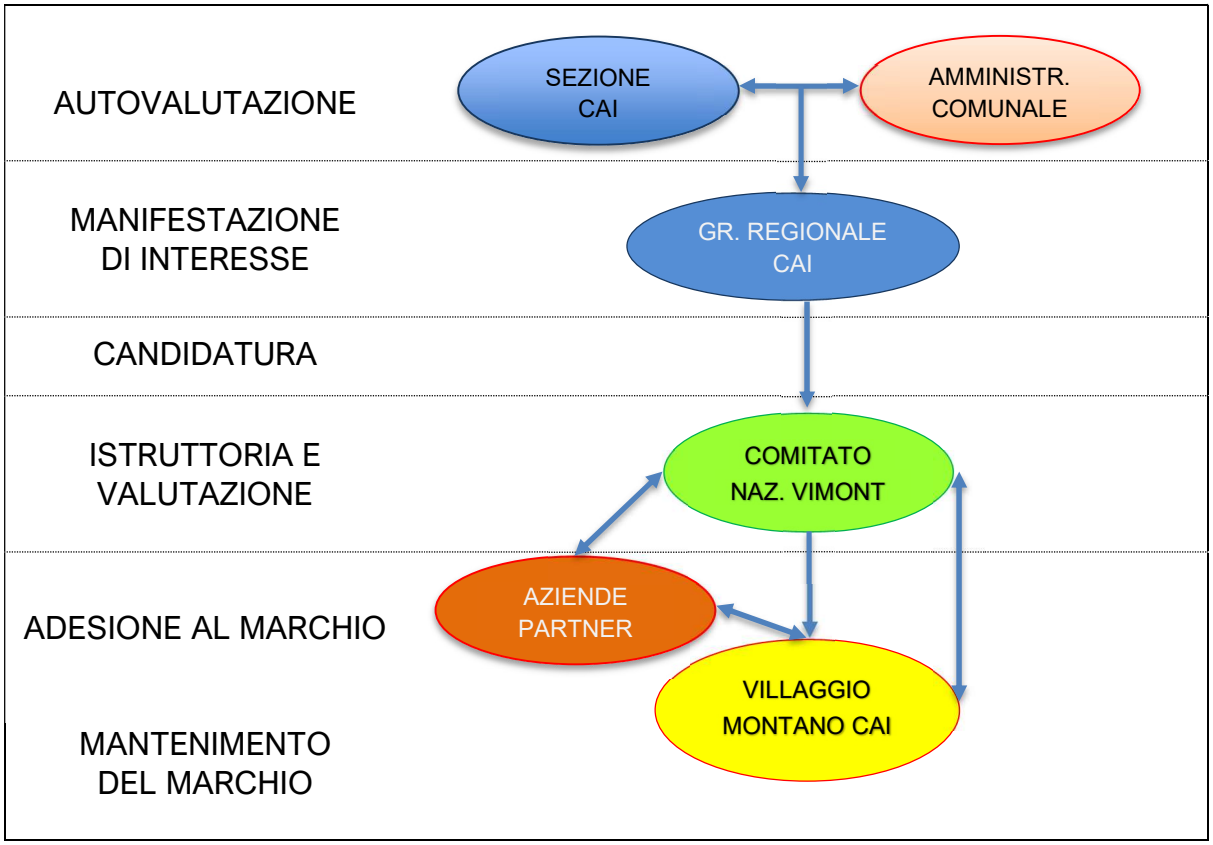
6) MANTENIMENTO DEL RICONOSCIMENTO

L'autorizzazione all'utilizzo del marchio per i singoli soggetti è subordinata al rispetto di:

- pagamento della quota annuale di adesione da parte del Comune al momento dell'adesione ufficiale ed entro il 31 marzo di ogni anno successivo;
- pagamento della quota di adesione da parte delle aziende partner al momento dell'adesione ufficiale ed entro il 31 marzo di ogni anno successivo;
- superamento delle verifiche periodiche, anche da parte di verificatori anonimi (ghost visitors) che comproveranno il rispetto sia dei criteri generali, che afferenti alla Amministrazione comunale e alle singole aziende partner.

Nel caso un'azienda partner non superi la verifica, verrà esclusa dal progetto con la conseguente perdita del diritto di utilizzo del marchio. Nel caso nel villaggio non rimangano almeno 5 aziende partner o la località stessa non superi la verifica dei criteri, il Villaggio sarà estromesso dalla rete dei Villaggi montani certificati CAI.

Schema della procedura per l'ottenimento e il mantenimento del marchio



Composizione del Comitato di valutazione dei criteri - Comitato nazionale ViMont

Il Comitato nazionale ViMont è costituito da:

- Presidente generale del CAI o suo delegato;
- Funzionario della Sede Centrale del CAI o suo delegato;
- Responsabile del progetto;
- n° 2 Presidenti (o loro delegati) dei Gruppi Regionali CAI di area alpina;
- n° 2 Presidenti (o loro delegati) dei Gruppi Regionali CAI di area appenninica (centro-meridione-isole);

I Presidenti dei G.R. avranno una turnazione biennale.

3 - I CRITERI

I criteri sono suddivisi in quattro macroaree, a loro volta distinte in due o più sezioni:

A) TERRITORIO E PAESAGGIO	A1) Paesaggio naturale
	A2) Paesaggio antropico
B) ASPETTI CULTURALI E QUALITA' DELLA COLLABORAZIONE	B1) Cultura e comunità locali
	B2) Qualità della collaborazione Villaggio - CAI
C) AMMINISTRAZIONE E POLITICA LOCALI	C1) Gestione e cura del territorio
	C2) Impegni da parte dell'Amministrazione locale
D) TURISMO E RICETTIVITA'	D1) Competenza montana
	D2) Servizi per il turista
	D3) Requisiti e impegni per le aziende partner

Si ricorda che per poter procedere alla manifestazione di interesse e successiva candidatura tutti i criteri devono essere rispettati. In fase di selezione i criteri contrassegnati da asterisco verranno valutati sotto l'aspetto quali/quantitativo.

A) TERRITORIO E PAESAGGIO

I Villaggi montani certificati CAI sono territori che si contraddistinguono per un'elevata qualità ambientale, paesaggistica e urbanistica.

SEZIONE A1 - PAESAGGIO NATURALE	
Cod.	Criteri
A1.1	Dislivello minimo all'interno dell'area di interesse: 800 m per la catena appenninica e 1.000 m per la catena alpina.
* A1.2	Almeno il 20 % dell'area di interesse deve ricadere all'interno di un'area protetta. *N.B.: questo criterio viene valutato in funzione dell'estensione, della tipologia dell'area protetta (Parco nazionale, regionale, ecc.), della presenza di altre aree tutelate (es. parco archeologico, geositi e simili) e delle quantità e tipologia delle attività eventualmente proposte (es. visite naturalistiche guidate, laboratori o altro)*

SEZIONE A2 - PAESAGGIO ANTROPICO	
Cod.	Criteri
* A2.1	Nell'area di interesse è presente una rete sentieristica consolidata, ben mantenuta e adeguatamente segnata. **Almeno 5 sentieri/itinerari** dovranno partire in prossimità del centro abitato ed essere dotati di adeguata

		descrizione. È preferibile che la località sia collegata direttamente con il Sentiero Italia CAI.
	A2.2	Ragionevole distanza del villaggio dalle grandi vie di traffico quali autostrade, superstrade, eliporti e simili.
	A2.3	Nessuna delle cime montuose presenti nel territorio comunale può essere raggiungibile da strade aperte al pubblico o da impianti di risalita (l'infrastruttura deve terminare almeno 200 metri di quota al di sotto della vetta ed almeno 500 metri di distanza orizzontale).
	A2.4	Nell'area di interesse non sono presenti costruzioni di impatto negativo sul paesaggio in quanto in contrasto con le tipologie costruttive e urbanistiche locali.
*	A2.5	Assenza di comprensori sciistici che collegano più di una valle. Sono ammessi impianti di risalita esistenti che, per numero, dimensioni e tipologia, hanno un ridotto impatto ambientale.
*	A2.6	Assenza di centrali idroelettriche, bacini idrici di stoccaggio, impianti per la produzione di energia di tipo fotovoltaico o eolico. Potranno essere previste eccezioni nel caso le strutture siano integrate da tempo nel paesaggio e abbiano un basso impatto ambientale e paesaggistico.
	A2.7	Assenza di tracciati permanenti per la disputa di gare con veicoli a motore (rally, motocross, motoslitte e simili).

B) COMUNITA', CULTURA LOCALI E QUALITA' DELLA COLLABORAZIONE

I Villaggi montani certificati CAI si contraddistinguono per una marcata cultura montana, accompagnata da una vita sociale attiva e partecipata.

SEZIONE B1 - COMUNITA' E CULTURA LOCALI	
Cod.	Criteri
B1.1	Numero di abitanti all'interno dell'area di interesse inferiore a 2.500.
B1.2	Presenza di una chiara identità di comunità montana e di un forte legame con il territorio, ad esempio mediante la valorizzazione delle tradizioni locali quali arte, musica, lingua e gastronomia, nonché lo sviluppo di caratteristiche attività di interesse sociale.
B1.3	Presenza di documentazione e di pubblicazioni che valorizzano il territorio.

SEZIONE B2 - QUALITA' DELLA COLLABORAZIONE	
Cod.	Criteri
B2.1	Per l'ottenimento e il mantenimento del riconoscimento i diversi attori, quali Club Alpino, Amministrazione Comunale, Ente Parco, associazione turistica e

	altre associazioni devono essere disposti a collaborare tra di loro in modo attivo.
B2.2	Presenza di un Comitato locale formato dai vari soggetti coinvolti con finalità di monitoraggio e coordinamento (cfr. Allegato n° 4).
B2.3	Tutti i soggetti coinvolti collaborano attivamente anche per raccogliere, pubblicare e mettere a disposizione del Comitato nazionale ViMont le informazioni utili alla promozione dell'iniziativa.
B2.4	Partecipazione dei rappresentanti dei Villaggi montani certificati CAI ai momenti di incontro previsti dal progetto.
B2.5	Partecipazione del gruppo di lavoro allargato dei Villaggi montani certificati CAI a regolari riunioni finalizzate al miglioramento della qualità del progetto.

C) AMMINISTRAZIONE E POLITICA LOCALI

Le amministrazioni e la politica promuovono, in relazione ai vari temi, strategie di sviluppo sostenibile.

SEZIONE C1 – GESTIONE E CURA DEL TERRITORIO		
	Cod.	Criteri
	C1.1	I principi sanciti nel Bidecalogo del CAI e, per i Villaggi in territorio alpino, anche nella Convenzione delle Alpi, devono costituire una parte fondamentale della politica comunale.
*	C1.2	Gli strumenti urbanistici a livello locale e territoriale sono in linea con i criteri e gli obiettivi del progetto.
	C1.3	Presenza di sistemi di gestione dei rifiuti compatibili con i principi dell'economia circolare.
	C1.4	Il rumore e l'inquinamento luminoso prodotto dalle attività antropiche all'interno dell'area di interesse risulta regolato e minimizzato. La Comunità viene sensibilizzata al fine della sua riduzione.
	C1.5	Rispetto delle norme in merito al rilascio idrico nei corsi d'acqua durante tutto l'anno.
	C1.6	Limitazione effettiva alla libera circolazione dei mezzi motorizzati privati lungo le strade silvo-pastorali (ad eccezione delle autorizzazioni per la proprietà fondiaria o per la gestione di attività).
	C1.7	Divieto della pratica dell'uso privato di velivoli motorizzati (es. eliski, eliturismo).
	C1.8	Le autorità locali non devono sostenere la realizzazione di infrastrutture, anche di valenza extraterritoriale, aventi impatto negativo sull'area di interesse (impianti per la produzione di energia, strade, linee elettriche ad alta tensione, stazioni sciistiche e simili).

SEZIONE C2 – IMPEGNI DA PARTE DELL'AMMINISTRAZIONE LOCALE	
Cod.	Criteri
C2.1	La località deve essere chiaramente riconoscibile come "Villaggio montano CAI" mediante l'apposizione del logo agli ingressi del villaggio ed eventualmente in altri luoghi del paese (insegne, bandiere, ...). Il sito web istituzionale dovrà contenere la presentazione e il logo del progetto, nonché il collegamento con il sito ufficiale dell'iniziativa.
C2.2	Formale impegno a non variare gli strumenti urbanistici in modo che possano provocare degrado ambientale e paesaggistico.
C2.3	Formale impegno alla promozione di soluzioni per permettere l'arrivo nella località senza l'uso dei mezzi privati anche durante i fine settimana e nei giorni festivi ad esempio mediante: - azioni volte a migliorare il collegamento con mezzi pubblici del Villaggio; - organizzazione del trasporto degli ospiti dalla più vicina stazione dei treni/autobus tramite appositi servizi autocorriere o similari; - organizzazione di servizi navetta all'interno dell'area di interesse.
C2.4	Formale impegno ad implementare politiche ed attività che risultino coerenti con i principi del turismo sostenibile. A tali principi dovrà altresì conformarsi la promozione della località.
C2.5	Formale impegno a coinvolgere la popolazione nella pianificazione turistica.
C2.6	Formale impegno a non realizzare nuovi impianti di risalita a fune e a non ampliare quelli esistenti, salvo necessari adeguamenti tecnici e normativi.
C2.7	Formale impegno a non realizzare nuove centrali idroelettriche, turbine eoliche, impianti fotovoltaici e linee elettriche aeree di dimensioni sovra-locali, che possano compromettere la qualità del paesaggio,

D) TURISMO E RICETTIVITA'

I Villaggi montani certificati CAI sono in grado di offrire strutture ricettive sostenibili e di servizi turistici che permettano di fruire dell'ambiente montano in maniera consapevole. In particolare, le aziende partner del Villaggio montano CAI sono in linea con la filosofia della località certificata e contribuiscono in modo significativo all'immagine esterna dell'iniziativa. L'interazione diretta con l'ospite e la qualità del servizio in termini di competenza montana, trasmissione di informazioni e gestione aziendale orientata all'ecologia svolgono un ruolo decisivo per il successo dell'iniziativa per il Comune interessato.

SEZIONE D1 – COMPETENZA MONTANA	
Cod.	Criteri
D1.1	Presenza di un punto di riferimento per tutte le informazioni alpinistiche e/o escursionistiche (ad esempio: ufficio turistico, Sezione CAI, cooperative di accompagnatori, scuole di alpinismo, guide alpine e altro).

	D1.2	Offerta di guide aggiornate e carte topografiche della zona (con particolare attenzione a quelle marchiate CAI) disponibili in un luogo facilmente accessibile (associazioni turistiche, uffici comunali, aziende, biblioteca, punti di interesse alpinistici, sezioni dei club alpini).
	D1.3	Presenza di informazioni on line aggiornate sui percorsi e relativa adeguata offerta informativa; offerta di attività alternative in caso di maltempo.
*	D1.4	Offerta in loco di corsi e formazione nelle tipologie di attività promosse dal CAI: alpinismo, speleologia, escursionismo, alpinismo giovanile, sci alpinismo, TAM e Comitato Scientifico, mountain bike, ciaspole, coralità / editoria, attività per seniores, sentieri, in grado di coprire un soggiorno della durata anche di una settimana o più.

SEZIONE D2 – SERVIZI PER IL TURISTA		
	Cod.	Criteri
*	D2.1	Adeguata varietà di categorie di strutture ricettive alloggiative (alberghiere ed extralberghiere) e di strutture ristorative. Adeguata offerta di strutture ricettive che offre almeno un menù contenente prodotti tipici locali ed eventualmente carta dei vini locali.
	D2.2	Le strutture ricettive alberghiere devono avere una capienza inferiore a 50 posti letto per struttura, con esclusione degli ostelli.
	D2.3	Presenza non prevalente di villaggi turistici, seconde case, multiproprietà o simili.
	D2.4	Prevalenza di strutture ricettive sostenibili e integrate con il territorio, non facenti capo a catene o multinazionali del settore.
	D2.5	Prevalenza di strutture ricettive che promuovano la commercializzazione di prodotti locali/regionali.
	D2.6	Prevalenza di strutture ricettive che propongono attività outdoor, sportive e no, coerenti con lo spirito dell'iniziativa (a titolo esemplificativo: escursioni a piedi, con ciaspole, noleggio bici, laboratori/incontri sulle erbe officinali, corsi di cucina a km 0, e altro).
	D2.7	Presenza di Rifugi del CAI o rifugi privati equiparabili, di cui almeno uno non raggiungibile per mezzo di strade aperte al pubblico.
	D2.8	Assistenza locale qualificata in materia di alpinismo e/o escursionismo (sezioni del Club Alpino, scuola di alpinismo, ufficio delle guide alpine, associazioni turistiche ecc..).
	D2.9	Sufficiente possibilità di approvvigionamento di articoli di uso quotidiano all'interno del villaggio o in un raggio di 10 km.
	D2.10	Presenza di un negozio di articoli sportivi per alpinisti e/o escursionisti). In alternativa, noleggio o possibilità di utilizzo di attrezzatura da montagna (es. ARTVA, sonda e pala da neve, racchette da neve, casco da arrampicata…), guide e mappe del luogo. In entrambi i casi all'interno del villaggio o nelle vicinanze (fino a 15 km di distanza).

D2.11	Presenza di 2-3 pacchetti vacanze attivi fra estate e inverno da promuovere attraverso i canali ufficiali dell'iniziativa.

SEZIONE D3 – REQUISITI E IMPEGNI PER LE AZIENDE PARTNER	
Cod.	Criteri
Caratteristiche delle aziende partner	
D3.1	La struttura partner deve avere almeno una delle seguenti caratteristiche: - contribuisce all'offerta commerciale locale (ad es. negozio di vicinato, gastronomia ecc.); - promuove gli sport di montagna nel territorio (ad es. negozio di articoli sportivi, scuola di montagna, servizio di trasporto e similari); - contribuisce alla conservazione della cultura, delle tradizioni e dei costumi.
D3.2	Indipendenza: la struttura non fa parte di una catena nazionale o internazionale.
D3.3	Il gestore delle aziende partner è il primo referente degli ospiti del Villaggio e possiede il seguente profilo: - è buon conoscitore dell'iniziative e, con esperienza diretta, delle montagne e del mondo alpino della zona; - sa consigliare il cliente (preferibilmente anche in lingua inglese e/o tedesca) sulle condizioni della montagna ed è in grado di fornire suggerimenti per le escursioni anche con materiale informativo aggiornato; - sa consigliare l'ospite in merito alla ricerca delle informazioni necessarie per un'escursione montana in sicurezza anche in funzione delle condizioni meteo; - noleggia o sa dare indicazioni dove sia possibile noleggiare attrezzatura specifica (sci da alpinismo, ciaspole, attrezzatura da ghiaccio ecc.); - è auspicabile che sia socio CAI.
Promozione dei prodotti e dei circuiti regionali	
D3.4	L'azienda partner ha un'importanza locale e un valore aggiunto per la località certificata: - l'azienda privilegia l'uso di alimenti e prodotti da agricoltura attenta all'ambiente ed alle risorse, nonché provenienti dalla filiera locale e stagionali e comunicati come tali (ad es. marmellate fatte in casa per colazione, pane contadino per merenda, ecc.); - l'azienda collabora con artigiani e produttori locali per la fornitura di beni e servizi (ad es. legno locale, lana di pecora, ecc.).
Promozione di sport legati alla natura	
D3.5	La struttura partner è attivamente coinvolta nella tutela dell'ambiente, ad esempio l'azienda non pubblicizza attività che non siano conformi ai principi del marchio. Esempi di attività sportive legate alla natura: alpinismo, escursionismo, arrampicata, bouldering, ciclismo, scialpinismo, escursioni con le racchette da neve, arrampicata su ghiaccio, sci di fondo e slittino. In particolare, l'azienda partendo evita la promozione di sport motorizzati (ad es. gite in moto, motoslitte e quad), nonché la promozione di stazioni sciistiche di grandi dimensioni e delle loro offerte turistiche secondarie (funivie, parchi di divertimento, Bike Park, piattaforme panoramiche, grandi eventi, ecc.).

Impegni per le aziende partner	
D3.6	Il titolare dell'azienda si impegna a partecipare alle riunioni del gruppo di lavoro locale, contribuisce allo sviluppo dell'iniziativa e sostiene lo scambio di informazioni ed esperienze, anche con le aziende presenti negli altri Villaggi della rete.
D3.7	L'azienda partner fornisce le informazioni utili all'implementazione e aggiornamento del materiale divulgativo e dei canali ufficiali di promozione (sito web, social media …) riguardanti, ad esempio eventi, manifestazioni, pacchetti turistici, …
D3.8	Le aziende partner, anche attraverso un esponente del comitato locale, partecipano - eventualmente anche in via telematica - ai raduni e agli incontri della rete dei Villaggi montani.
D3.9	L'azienda collabora attivamente alle azioni rivolte agli ospiti e finalizzate alla verifica della qualità (per esempio distribuzione e raccolta di questionari).
D3.10	L'azienda si impegna a promuovere la collaborazione con altre aziende partner, ed inoltre, per i soci con tessera in corso di validità del CAI o di altro club alpino: - per le aziende ricettive partner, prevedere uno sconto del 10% per i pernottamenti con colazione prenotati direttamente con l'azienda partner; - l'azienda partner non ricettiva prevede un servizio o dei prodotti ad un prezzo più conveniente per gli ospiti; - i negozi di articoli sportivi per la montagna offrono servizi di noleggio di materiali a condizioni più favorevoli per gli ospiti delle aziende partner.
D3.11	Apposizione ben in vista del logo ViMont secondo le specifiche di cui all'Allegato 6.
D3.12	Uso del logo ViMont su opuscoli, carta intestata, affissioni, e-mail, ecc.
D3.13	Apposizione del logo ViMont sul sito dell'azienda e collegamento diretto al sito del progetto.
D3.14	Materiale informativo dei Villaggi montani certificati CAI: l'opuscolo completo e l'opuscolo monografico della località sono disponibili presso l'azienda e vengono forniti agli ospiti; il materiale informativo viene messo a disposizione delle aziende gratuitamente tramite l'ente del turismo o il team di progetto (Sede Centrale del CAI).
D3.15	L'azienda partner - struttura ricettiva - si impegna a mettere a disposizione del CAI i dati relativi al numero dei pernottamenti con particolare focus sugli ospiti il cui soggiorno è una conseguenza dell'esistenza del marchio, al fine di consentire un monitoraggio dell'iniziativa.
D3.16	La struttura ricettiva partner accetta che un esaminatore anonimo (mistery guest) verifichi il rispetto dei criteri (di norma ogni 2 anni).

D3.17	L’azienda offre indicazioni sulle possibilità di arrivo con i mezzi pubblici e incentiva gli ospiti ad utilizzarli: a tale scopo, mette a disposizione gli orari aggiornati dei trasporti pubblici locali e regionali (mediante affissione o link) e le indicazioni sulle offerte locali come il servizio di trasferimento dalla stazione ferroviaria, autobus escursionistici, navette e taxi a chiamata.
Requisiti per le sole aziende ricettive	
D3.18	Le strutture ricettive partner soddisfano le esigenze degli escursionisti e degli alpinisti con: - la preparazione di abbondante colazione in orario congruo per lo svolgimento delle attività in montagna (eventualmente anche self-service); - orari flessibili per pranzi e cene e possibilità di fornire pranzi al sacco.
D3.19	Le strutture sono preferibilmente dotate di quanto segue o sono comunque in grado di accogliere adeguatamente i propri ospiti: - stanza dove depositare/asciugare/pulire l’attrezzatura per le escursioni; - spazio per gli ospiti per le piccole riparazioni dell‘attrezzatura.