



## REQUISITS PER A ARTESANS I INDÚSTRIES AGROALIMENTÀRIES

Ha de complir aquests requisits qualsevol artesà o indústria alimentària que vulgui accedir al Club de Producte Gastronòmic de Menorca i a qualsevol de les seves rutes.

GENERALS		O / R
1	Està representat en la Comissió de Turisme Gastronòmic.	<input type="radio"/>
2	Compleix els seus compromisos com a establiment adherit al Club de Producte Gastronòmic (pagament de quotes, assistència a reunions, altres).	<input type="radio"/>
3	Està adherit al SICTED i es compromet a obtenir el distintiu de qualitat en un termini màxim de 2 anys; pot demostrar durant el primer any un avanç en la implantació i la seva activa participació en el projecte.	<input type="radio"/>
4	Disposa d'algun distintiu de qualitat de prestigi reconegut (SICTED, Q...).	R
5	Està acollit a la normativa de la DO, IGP o marques locals de qualitat, en cas d'estar en alguna.	<input type="radio"/>
6	Disposa d'algun sistema d'inspecció certificada.	<input type="radio"/>
PERSONAL		O / R
7	El personal de contacte ha de ser capaç de proporcionar informació turística bàsica sobre el destí en què es troba: recursos turístics gastronòmics de la destinació (museus especialitzats, llotges, mercats, cellers, trulls, etc.), restaurants, allotjaments, jornades i esdeveniments gastronòmics i d'altres que es puguin considerar d'interès.	<input type="radio"/>
8	El personal de contacte ha de ser capaç d'informar dels horaris d'obertura de l'oficina d'informació turística de la destinació.	<input type="radio"/>
9	El personal de contacte ha de ser capaç d'atendre el visitant en idiomes estrangers, almenys en anglès.	R
10	El personal ha de ser capaç d'oferir informació bàsica sobre altres empreses o activitats de la destinació incorporades al Club de Producte.	<input type="radio"/>



PROMOCIÓ I COMUNICACIÓ		O / R
11	L'establiment disposa d'elements de promoció i/o comunicació propis, tant en els idiomes oficials de la CA com en idiomes estrangers, preferiblement anglès.	O
12	En el material promocional s'inclou la seva pertinença al Club de Producte Gastronòmic.	O
13	Organitza o participa en algun dels esdeveniments gastronòmics organitzats pel destí.	O
14	Col·labora amb la FDM, el Club de Producte Gastronòmic i les empreses adherides per fomentar el treball en xarxa, la promoció conjunta i la competitivitat de les rutes.	O
15	Disposa d'un web amb un disseny adequat, que inclou com a mínim un mapa de localització, adreça i número de telèfon per fer reserves, així com informació de les visites.	R
16	L'empresa ofereix sessions formatives o informatives sobre el seu producte i procés d'elaboració dirigides a empreses del destí (restaurants, bars, comerços, etc.).	O
17	Figura en alguna guia turística o gastronòmica.	O
18	Disposa d'algun sistema de fidelització.	R

PRODUCTE		O / R
19	Ofereix o elabora productes amb DO, IGP o altres distintius locals de qualitat del territori.	O
20	L'empresa té una relació directa i comercialitza directament amb, almenys, 3 productors de la zona.	O
21	L'empresa ofereix la possibilitat d'adquirir productes propis.	O
INSTAL·LACIONS		O / R
22	L'espai està condicionat per a la realització de visites.	O
23	S'han analitzat els riscos associats a la visita (riscos de caiguda, rrelliscades, cops, etc.) i	O



	s'han establert mesures preventives per minimitzar-los.	
24	Es disposa d'una sala o zona de degustació.	<input type="radio"/>
25	La sala o zona de degustació és acollidora, d'ambient agradable i disposa d'una il·luminació adequada.	<input type="radio"/>
26	Hi ha senyalització direccional cap a l'establiment	<input type="radio"/>
27	Hi ha senyalització direccional interna que indica als visitants on s'ubica la recepció, la botiga i/o la zona d'aparcament.	<input type="radio"/>
28	Hi ha un plafó informatiu a l'exterior de les instal·lacions en el qual s'indiquen els horaris d'obertura, els de les visites i un telèfon de contacte.	<input type="radio"/>
29	Hi ha lavabos.	<input type="radio"/>
<b>VISITA</b>		<b><input type="radio"/> / <input type="radio"/></b>
30	Obertura en horaris adequats per a l'atenció a visitants, prioritzant caps de setmana i ponts.	<input type="radio"/>
31	S'exposen de manera visible els horaris, preu i durada de les visites a la zona de recepció de visitants, que pot ser la botiga.	<input type="radio"/>
32	La visita a les instal·lacions inclou contingut formatiu específic sobre les particularitats del producte.	<input type="radio"/>
33	La visita abasta el conjunt d'instal·lacions corresponents a cadascuna de les etapes principals del procés d'elaboració. En els casos en què no es mostrin les etapes principals del procés, aquest procés pot ser presentat mitjançant audiovisual o el sistema que es consideri oportú.	<input type="radio"/>
34	Hi ha un guió per escrit del circuit de la visita.	<input type="radio"/> R
35	S'ofereix als visitants la degustació d'almenys un dels productes que s'elaboren.	<input type="radio"/>
36	Durant la degustació es realitza una explicació sobre les característiques del producte.	<input type="radio"/> R



BOTIGA		O / R
37	Els preus dels productes són visibles.	<input type="radio"/>
38	Hi ha informació sobre els tipus de producte que es poden comprar	<input type="radio"/>
39	La zona de compra està en bon estat de neteja.	<input type="radio"/>