

MARCA ENOTURISME A CATALUNYA

ÍNDEX DE CONTINGUTS

0. INTRODUCCIÓ

1. REQUISITS GENERALS PER FORMAR PART DE LA MARCA

2. REQUISITS ESPECÍFICS

2.1 Cellers

2.2 Museus i centres d'interpretació de vi i/o cava

2.3 Allotjaments especialitzats en el món del vi i/o del cava

2.4 Establiments de restauració especialitzats en el món del vi i/o del cava

2.5 Bars de vins

2.6 Botigues especialitzades, enoteques i altres botigues enogastronòmiques

2.7 Agències receptives i empreses de serveis i activitats

2.8 Empreses de serveis de transport

2.9 Empreses de guiatge turístic i guies turístics

2.10 Oficines de turisme, DO i entitats de promoció vitivinícola

3. COM AFILIAR-TE A LA MARCA

Procés d'afiliació a la marca

0. INTRODUCCIÓ

Aquesta marca s'adreça a empreses i ens que ofereixen propostes específiques d'experiències i activitats enoturístiques d'elevat valor afegit, que contribueixen al coneixement i el gaudi del món de la cultura vitivinícola catalana.

Els membres han de contribuir amb la seva activitat a potenciar i/o promocionar el patrimoni vitivinícola com a mínim d'una de les dotze Denominacions d'Origen (DO) del territori català.

En realitzar l'afiliació a la marca, l'empresa o ens es compromet amb els valors compartits de sostenibilitat i exclusivitat que promou l'ACT.

1. REQUISITS GENERALS PER FORMAR PART DE LA MARCA

- Disposar de telèfon, adreça de correu electrònic i de pàgina web actualitzada com a mínim en un idioma estranger, preferiblement l'anglès, més enllà del que estableix el Codi de Consum de Catalunya.
- El personal ha d'atendre com a mínim en un idioma estranger, preferiblement l'anglès, més enllà del que estableix el Codi de Consum de Catalunya.
- El material promocional *online* i/o *offline* estarà disponible com a mínim en un idioma estranger, preferiblement l'anglès, més enllà del que estableix el Codi de Consum de Catalunya.
- Vetllar activament pel respecte i la protecció de l'entorn natural, tant des del punt de vista de l'establiment com del client.

Per a més informació podeu visitar [aquest enllaç](#) de l'Agència Catalana de Consum.

- Comptar amb informació turística del territori al que es pertany i de les activitats enoturístiques que s'hi poden fer. La informació ha d'aparèixer en el material promocional i a la pàgina web (preferiblement amb accés directe).
- Per tal de potenciar el coneixement i el gaudi de la cultura vitivinícola, el vi i els productes gastronòmics catalans han de constituir la base de la proposta de les experiències i activitats.
- El personal responsable de les experiències i activitats enoturístiques ha de tenir coneixement sobre la tradició i cultura vitivinícola vinculada al territori, així com de les principals propostes vinculades al vi que es proposen a la zona.
- En el web, disposar d'informació visible i de fàcil accés sobre la ubicació del centre (Google Maps) i les activitats i experiències enoturístiques que ofereix. Així mateix, és recomanable tenir material offline amb aquesta informació.
- Les empreses han d'estar legalment constituïdes i disposar de tots els permisos / llicències per realitzar les experiències incloses en la seva oferta.
- Fer el pagament preferentment amb targeta. Aquesta opció no serà exigible en aquells establiments amb una cobertura deficient.

2. REQUISITS ESPECÍFICS

A continuació, es detallen els requisits que han de complir les empreses i ens segons la seva tipologia:

2.1.- Cellers

- Estar ubicat dins de l'àmbit territorial d'una de les dotze DO catalanes.
- Disposar d'un centre d'atenció i punt d'informació per al visitant.
- Disposar d'un espai condicionat per a tastos i venda de vi i/o cava.
- Rebre visites un mínim de dos dies a la setmana, un d'ells en cap de setmana, i oferir visites guiades a les seves instal·lacions.
- Aportar activitats i experiències autèntiques i singulars, que interaccionin amb l'entorn i que permetin l'aprenentatge. El servei i/o experiència s'ha d'explicar de manera acurada, atractiva, creativa i diferenciada.
- En el cas d'oferir maridatges o experiències enogastronòmiques, els productes gastronòmics han de ser de proximitat, autòctons, tradicionals, artesanals i d'elaboració local.
- Es valoraran les propostes de cellers amb sensibilitat i interessos mediambientals o produccions ecològiques.
- Comptar amb personal format per fer visites guiades a les seves instal·lacions i dirigir les diferents activitats proposades.
- Tenir lavabos condicionats per a l'ús dels visitants.
- Tenir contractada una assegurança de responsabilitat civil que assumeixi els possibles danys soferts pels turistes durant les visites.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.2.- Museus i centres d'interpretació de vi i/o cava

- El vi i/o cava així com la seva cultura han de ser els principals eixos temàtics.
- Disposar d'un punt d'atenció i d'informació per al visitant.
- Disposar d'un espai condicionat per a tastos i venda de vi i/o cava.
- Organitzar visites guiades, activitats, tallers i/o esdeveniments relacionats amb el coneixement, degustació i/o aprenentatge de la viticultura catalana.
- En el cas d'oferir maridatges o experiències enogastronòmiques, els productes gastronòmics han de ser de proximitat, autòctons, tradicionals, artesanals i d'elaboració local.
- Comptar amb personal format per fer visites guiades a les seves instal·lacions i dirigir les diferents activitats proposades.
- Els museus han d'estar inscrits en el Registre de Museus de Catalunya del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.3.- Establiments d'allotjament especialitzats en el món del vi i/o del cava

- L'allotjament ha d'estar degudament enregistrat en el Registre de Turisme de Catalunya.
- Habilitar un espai específic amb material informatiu/promocional sobre el patrimoni vitivinícola i experiències enoturístiques vinculades, com a mínim d'una de les dotze DO catalanes.
- Facilitar la reserva de visites i activitats a cellers i d'altres establiments enoturístics del territori de la DO en la qual està ubicat i/o a la resta de Catalunya.
- Oferir informació sobre esdeveniments i altres serveis enoturístics complementaris.
- El personal de recepció ha d'estar capacitat per assessorar els clients sobre activitats, rutes i experiències enoturístiques a realitzar en el territori.
- Si s'ofereix servei de restauració, la proposta gastronòmica ha de fomentar els productes que disposin dels distintius d'origen i qualitat catalans DOP i IPG, productes i elaboracions locals, autòctons, tradicionals, artesanals, de temporada i/o receptes (poden ser interpretacions) del Corpus del patrimoni culinari català (<http://www.cuinacatalana.eu>).
- Si s'ofereix servei de restauració, la carta de vins ha d'incloure un mínim d'un 51% de vins i/o caves catalans, inclòs el "vi de la casa". Cal tenir una àmplia mostra de vins de la DO on s'ubica l'establiment.
- Disposar de servei de Wi-Fi, preferiblement gratuït. El servei, però, no serà exigible si la cobertura no és de bona qualitat.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.4.- Establiments de restauració especialitzats en el món del vi i/o del cava

- Habilitar un espai específic amb material informatiu/promocional sobre el patrimoni vitivinícola i experiències enoturístiques vinculades, com a mínim d'una de les dotze DO catalanes.
- La gastronomia autòctona de la regió i/o de Catalunya en general ha de ser la base dels plats que conformen la carta.
- La proposta gastronòmica ha de fomentar els productes que disposin dels distintius d'origen i qualitat catalans DOP i IPG, productes i elaboracions locals, autòctons, tradicionals, artesanals, de temporada i/o receptes (poden ser interpretacions) del Corpus del patrimoni culinari català (<http://www.cuinacatalana.eu>).
- La carta de vins ha d'incloure una àmplia gamma de vins i/o caves catalans: un mínim d'un 51%, inclòs el "vi de la casa". Cal tenir una àmplia mostra de vins de la DO on s'ubica el restaurant.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.5.- Bars de vins

- Les tapes, racions o plats que s'ofereixen han de fomentar especialment els plats del Corpus de la Cuina Catalana (<http://www.cuinacatalana.eu/>), incorporant les DOP i IGP, així com productes i elaboracions locals, autòctons, tradicionals, artesanals i de temporada.
- La carta de vins ha d'incloure una àmplia gamma de vins i/o caves catalans: un mínim d'un 51%, inclòs el "vi de la casa". Cal tenir una àmplia mostra de vins de la DO on s'ubica el bar de vins.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.6.- Enoteques i botigues especialitzades

- Les botigues especialitzades han d'oferir una gamma variada i representativa dels vins de com a mínim una de les dotze DO catalanes. Cal disposar d'una extensa mostra de vins de la DO on s'ubica.
- Les botigues enogastronòmiques han d'oferir al client productes típics de la regió (enogastronòmics, artesanals, tradicionals,...) i també d'altres zones catalanes.
- En el cas d'oferir tastos o maridatges, els productes gastronòmics han de ser de proximitat, autòctons, tradicionals, artesanals i d'elaboració local.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.7.- Agències receptives i empreses de serveis i activitats

- Disposar de la declaració responsable de garantia contra insolvència d'acord amb allò que estableix el Codi de Consum de la Generalitat de Catalunya.
- Crear i comercialitzar serveis, experiències i/o paquets turístics –en el cas de les agències de viatges– especialitzats com a mínim en una de les dotze DO catalanes (per exemple cursos de tast de vi i/o cava, excursions entre vinyes amb *segway*, *nordic walking*, bicicleta elèctrica, passeig a cavall, tractaments de vinoteràpia, etc.).
- L'oferta d'oci ha de fomentar, tant com sigui possible, amb els seus serveis, continguts, productes i disseny, els recursos endògens, la identitat cultural, els productes de la terra i els vins de com a mínim una de les dotze DO.
- En els cursos de tast de vi i/o cava s'haurà de degustar com a mínim una de les dotze DO catalanes.
- En el cas d'oferir maridatges o experiències enogastronòmiques, els productes gastronòmics han de ser de proximitat, autòctons, tradicionals, artesanals i d'elaboració local.
- En el web hi ha d'haver informació detallada sobre els serveis i/o paquets que es comercialitzen.
- Si s'ofereix el servei d'acompanyant, aquest ha de tenir la titulació corresponent així com coneixement d'idiomes segons el públic al que es dirigeix.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.8.- Empreses de serveis de transport

- L'empresa ha de proporcionar els seus serveis en el territori d'una de les dotze DO catalanes, com a mínim.
- En el web, disposar d'informació visible i de fàcil accés sobre l'empresa, serveis que ofereix i el territori enoturístic on presta serveis.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.9.- Empreses de guiatge turístic i guies turístics

- L'empresa de guiatge turístic o el guia turístic ha d'acreditar activitat vinculada al patrimoni vitivinícola i l'enoturisme en una de les dotze DO catalanes.
- Els guies han d'acreditar coneixements enoturístics de tot el territori català, aportant informació rigorosa i de valor de la cultura vitivinícola.
- Els guies han de tenir la titulació corresponent. Segons el tipus d'activitat, el personal encarregat ha d'estar format en la disciplina. A més, han de tenir coneixement d'idiomes segons el públic al que es dirigeix.
- En el web, disposar d'informació visible i de fàcil accés sobre l'empresa, serveis que ofereix i el territori enoturístic on presta serveis. Així mateix, és recomanable tenir material offline amb aquesta informació.

Es recomana visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

2.10.- Oficines de turisme, DO i entitats de promoció vitivinícola

- La ubicació haurà de ser, preferiblement, en una de les dotze DO catalanes i la seva activitat ha d'estar vinculada al sector vitivinícola i l'enoturisme.
- Habilitar un espai específic amb material informatiu/promocional sobre el patrimoni vitivinícola del seu territori així com a mínim d'una de les dotze DO.
- Facilitar la reserva de visites i activitats a cellers i d'altres establiments enoturístics del territori de la DO en la qual està ubicada i/o a la resta de Catalunya.
- Oferir informació sobre esdeveniments i altres serveis enoturístics complementaris.
- visibilitat del logotip de la marca al web i altres materials promocionals una vegada afiliat

3 .COM AFILIAR-TE A LA MARCA

Per formar part de la Marca d'Enoturisme a Catalunya i gaudir dels avantatges que suposa estar afiliat a l'ACT, és imprescindible realitzar **el procés d'afiliació** següent:

- Verificació dels requisits: per part de l' empresa o ens sol·licitant.
- Sol·licitud: l'empresa omple el formulari d'afiliació a la Marca d'Enoturisme a Catalunya disponible al web.
- Comprovació de requisits: l'equip tècnic de l'ACT us contactarà per resoldre qualsevol dubte respecte a l'afiliació, així com la comprovació de l'acompliment d'aquests requisits.
- Validació de la sol·licitud d'afiliació:
 - En cas que el resultat sigui favorable, es procedeix a la validació d'afiliació.
 - En cas que no sigui favorable, se li farà l'acompanyament i assessorament necessari, disposant de 3 mesos per fer les adaptacions corresponents.