

## **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 inclusivitat 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.