

CRITERIILE GEOfood produse și producători:

1. Doar producătorii sau întreprinderile din interiorul teritoriului unui Geoparc Internațional UNESCO pot folosi logo-ul GEOfood.
2. Geoparcul trebuie să trimită o cerere către Geoparcul Magma pentru a se alătura brand-ului GEOfood.
3. Fiecare Geoparc este responsabil pentru folosirea logo-ului și respectarea criteriilor.
4. Cu privire la localizarea întreprinderilor sau fermelor/terenurilor cultivate, fiecare Geoparc poate decide stabilirea unei zone tampon în continuarea teritoriului Geoparcului.
5. Alegerea zonei tampon trebuie descrisă pe etichetă alături de celelalte informații geologice. Alegerea zonei tampon trebuie motivată prin faptul că producători sau fabrici sunt localizate în apropierea Geoparcului și/sau din cauza continuității anumitor fenomene geologice.
6. Producătorii trebuie să se situeze pe teritoriul Geoparcului sau în zona tampon desemnată. Producătorii GEOfood nu pot să se afle în afara Geoparcului sau a zonei tampon.
7. Materiile prime care constituie produsele GEOfood trebuie să vină de pe teritoriul Geoparcului sau din zona tampon.
8. Materiile prime pot fi procesate în afara Geoparcului și/sau în afara zonei tampon.

ETICHETE CU INFORMAȚII

Produsele GEOfood trebuie să aibă o legătură puternică cu patrimoniul geologic local, informații specifice despre această legătură trebuie furnizate pe scurt pe produse și în meniurile restaurantelor GEOfood în scris (ex. cartofi sau legume crescute în soluri fertile de gresie care s-au format în timpul mișcărilor ghețarilor din perioada ultimei Ere Glaciare; ulei de măsline produs din măslini crescuți pe marnă jurasică depozitată în Marea Tethys; sare din marea dispărută; pâine din grâu care crește în solurile Geoparcului datorită unui anumit fenomen geologic etc.).

Dacă Geoparcul a desemnat o zonă tampon, acest lucru trebuie menționat de asemenea pe etichetă.

Originea materiilor prime trebuie descrisă clar pe etichetă, de asemenea în legătură cu patrimoniul geologic.

Principalele categorii de producători GEOfood:

Au fost definite două categorii generale pentru stabilirea produselor GEOfood, în funcție de modul de procesare:

1- Produse primare, precum: legume, nuci, carne, fructe de pădure, pește, ciuperci, ulei de măsline, miere, lapte etc.

2- Produse artisanale, precum: mâncare sau băutură provenită din combinarea sau transformarea materiilor prime care cresc în Geoparc sau zona tampon (vezi criteriul geografic).

•Produsele din pește pot fi congelate, dar trebuie să provină din Geoparc sau zona tampon.

•ADĂUGAREA DE ZAHĂR SAU SARE este permisă chiar dacă nu provin din Geoparc (acestea nu sunt luate în considerare pentru 50% din meniul restaurantelor)

CRITERIILE GEOfood pentru restaurante:

1. Logo-ul GEOfood trebuie să fie vizibil în restaurant și în media asociată acestuia.

2. Meniurile GEOfood trebuie să fie inspirate din patrimoniul geologic dovedind importanța acestor valori pentru Geoparcuri și permițând clienților să se bucure de patrimoniul geologic prin simțul gustului și, dacă este posibil, creând o atmosferă locală în zona de luat masa.

3. Companiile trebuie să creeze meniuri GEOfood cu cel puțin 50% materii prime locale (provenite din Geoparc sau zona tampon).

4. Restaurantele GEOfood ar trebui să servească cel puțin un meniu GEOfood sezonier sau anual.
5. Promovarea reciprocă trebuie asigurată între Geoparc și restaurantul selectat prin folosirea logo-urilor pe materialele tipărite și on-line (pagina web, social media, presă scrisă etc.).
6. Restaurantul trebuie să transmită periodic Geoparcului date despre activitatea sa.

FOLOSIREA LOGO-ULUI

- Logo-ul GEOfood nu poate fi schimbat.
- Se recomandă alăturarea logo-ului Geoparcului.
- Alte logo-uri locale pot fi alăturate dacă sunt legate de filosofia Geoparcului.
- Alăturarea logo-ului UNESCO nu este permisă pe produse comerciale.