



## **Crítérios GEOfood**

### **1. Crítérios Gerais**

**1.1** A marca GEOfood só pode ser utilizada por produtores, empresas e restaurantes localizados nos territórios dos Geoparques Globais da UNESCO aprovados.

**1.2** Para aderir à marca e tornar-se membro da GEOfood, o Geoparque deve enviar um pedido à GEOfood International.

**1.3** Cada Geoparque é responsável pela implementação e acompanhamento da marca GEOfood no seu território, assegurando o respeito pelos critérios e utilização do logotipo.

**1.4** A informação específica sobre a origem das matérias-primas, contexto geológico e relação com o Património Geológico do Geoparque (*storytelling*) deve ser disponibilizada aos consumidores, no rótulo dos alimentos ou nas ementas (ou através de códigos QR).

**1.5** O logotipo da GEOfood deve estar bem visível nos produtos e nos restaurantes. Deve constar em rótulos de produtos, menus, materiais promocionais e canais de comunicação dos aderentes (página da web, redes sociais, folhetos, etc.).

**1.6** Anualmente (ou conforme acordado), produtores, empresas e restaurantes têm de reportar ao respectivo Geoparque a sua actividade relativamente à utilização da marca.

**1.7** Os produtores, empresas e restaurantes devem fomentar a promoção mútua, utilizando os logotipos do Geoparque em materiais promocionais e nos seus canais de comunicação (página web, redes sociais, folhetos, etc.).

## **2. Critérios Específicos para Produtos**

**2.1** As matérias-primas que constituem os produtos GEOfood devem ter origem no território do Geoparque ou, eventualmente, numa zona tampão especificamente definida.

**2.2** Os produtores de GEOfood têm de estar obrigatoriamente localizados na área do Geoparque ou, eventualmente, numa zona tampão especificamente definida.

**2.3** No que diz respeito à localização das empresas e áreas de cultivo/produção, cada Geoparque pode decidir estabelecer uma zona tampão, uma área vizinha ao território, não superior a 10% da área total. A definição desta zona tampão deve ser motivada pela localização de instalações ou áreas de produção nas proximidades dos limites do Geoparque, ou pela coerência do contexto geológico.

**2.4** A existência da zona tampão deve estar descrita no rótulo (ou na página web) juntamente com as restantes informações e conteúdos sobre a geologia.

**2.5** No caso de não existirem determinadas especificidades de processamento dentro do território, as matérias-primas podem ser processadas fora do Geoparque e/ou fora da zona tampão, apenas quando estritamente necessário.

**2.6** Os produtos GEOfood devem ter forte ligação com o Património Geológico do Geoparque, evidenciando a sua importância através de *storytelling* e proporcionando aos consumidores a oportunidade de compreender e usufruir deste património.

## **3. Critérios Específicos para Restaurantes**

**3.1** Os restaurantes GEOfood devem servir pelo menos um Menu GEOfood, que pode ser sazonal ou anual.

**3.2** Os restaurantes devem ter Menus GEOfood com pelo menos 50% de matérias-primas produzidas localmente na área do Geoparque (ou na zona tampão). Essa percentagem é calculada com base na relevância do ingrediente para o prato no geral (e não por meio de cálculos matemáticos rigorosos).

**3.3** Os Menus GEOfood devem ser inspirados no Património Geológico do Geoparque, evidenciando a sua importância e proporcionando aos consumidores a oportunidade de compreender e usufruir deste património.

#### **4. Especificações**

**4.1** Os produtos de peixe podem ser congelados mas devem ter origem na área do Geoparque (ou da zona tampão).

**4.2** É permitida a adição de açúcar ou sal aos produtos, mesmo que estes não sejam produzidos na área do Geoparque. Além disso, estes ingredientes não contam no cálculo dos 50% de matéria-prima local para os Menus GEOfood dos restaurantes.

*(Actualizado a 10 de Fevereiro de 2023)*