



Vlasnici i menadžeri učlanjenih restorana koji budu koristili logotip Sporog turizma, moraju biti upoznati s općim uvjetima opisanima u Priručniku o turističkom ugostiteljstvu, i iste uvjete trebaju prihvatiti, kako bi mogli dobiti brend kvalitete za **RESTORAN**.

Osim spomenutih pravila, koja su pojašnjena u vrijeme učlanjivanja, vlasnici i menadžeri trebati će usvojiti određeni broj dodatnih zahtjeva u odgovarajućem periodu vremena. Na taj način učlanjena turistička poduzeća će konstanto poboljšavati razinu kvalitete ugostiteljstva, istodobno povećavajući održivost.

### **OPĆI UVJETI za dobivanje brenda kvalitete Spori turizam**

- Dočekivanje gostiju s ljubaznošću i pristupačnošću (\*)
- Pružanje informacija gostu
- Poznavanje lokalnog teritorija
- Poznavanje barem jednog stranog jezika
- Obrazac o zadovoljstvu gosta
- Izlaganje tipičnih lokalnih proizvoda
- Dobre tehničke i stilske karakteristike zgrada koje čine turističko poduzeće
- Tipični jelovnik sastavljen od lokalnih proizvoda i recepata
- Vegetarijanski jelovnik
- Dječji jelovnik
- Višejezični jelovnik (preveden u najčešće zastupljene strane jezike )
- Popis lokalnih vina (ako se vino proizvodi u tom području)
- Korištenje lokalnih proizvoda
- Korištenje papira i drugih vrsta recikliranih i obnovljivih proizvoda
- Recikliranje otpada
- Smanjenje neefikasnosti kod potrošnje energije
- Promoviranje Sporog turizma

(\*) Vlasnik/upravitelj restorana se obvezuje da će osigurati poklon dobrodošlice za suradnike iz Sporog turizma koji po dolasku pokažu svoju Putovnicu Sporog turizma (na primjer: cvijet, mali lokalni proizvod, besplatno piće).



## **Restorani: pojašnjenje uvjeta u Priručniku o turističkom ugostiteljstvu**

### **1. Dočekivanje gostiju s ljubaznošću i pristupačnosti**

Stvaranje lakše pristupačnosti hotelu je dio ljubaznosti i pristupačnosti u dočekivanju svih gostiju. Neki restorani su locirani u unutrašnjosti ili u malim centrima i ponekad gostima može biti teško doći do njih. Stoga je veoma korisno da se postave znakovi i gostu daju detaljne informacije prilikom rezervacija.

### **2. Pružanje informacija gostu**

- a. Informiranje gosta o lokalnim događajima, obilascima, i atrakcijama putem brošura ili drugih oblika informativnih materijala.
- b. Recepcionar mora biti pripremljen da pruži informacije o području i njegovoj povijesti.
- c. Osim znaka za brend kvalitete Spori turizam, drugi znakovi koji sadrže korisne informacije za goste trebaju biti izloženi.

### **3. Poznavanje lokalnog područja**

- a) Osoblje, i/ili vlasnik restorana mora savršeno poznavati sve karakteristike svog poduzeća kao i lokalni teritorij kako bi na najbolji mogući način udovoljio zahtjevima gosta. Na ovaj način, pozitivno će se poboljšati slika cijelog područja.
- b) Karta lokalnog područja sa lokalitetima proizvoda/usluga i atrakcija treba biti izložena.

### **4. Poznavanje barem jednog stranog jezika**

Osoblje koje radi na recepciji mora znati barem jedan strani jezik. Ovo je osnovni uvjet za kvalitetne turističke ponude.

### **5. Obrazac zadovoljstva gosta**

- a) Obrazac zadovoljstva se treba dati svakom gostu kako bi dao svoje komentare i sugestije o tome kako poboljšati kvalitetu ponuđenih usluga.
- b) Popunjeni obrazac se treba odložiti u za to namijenjenu kutiju na kojoj piše riječ „prijedlozi“.

### **6. Izlaganje tipičnih lokalnih proizvoda**

Ovo je jedan od najvažnijih zahtjeva jer stvara **povezanost između turističkih poduzetnika i proizvođača tipičnih lokalnih proizvoda i rukotvorina**. Cilj ovog zahtjeva je predstaviti gostima lokalne proizvode i promovirati njihovu kupovinu .

### **7. Dobre tehničke i stilske karakteristike zgrada koje čine turističko poduzeće**

- a) Razina dobre kvalitete pretpostavlja da su zgrade koje čine turističko poduzeće pravilno građene i/ili restaurirane i stoga u dobrom stanju.
- b) Ne smiju postojati vizualni, akustični ili mirisni izvori onečišćenja.



#### **8. Tipični jelovnik sastavljen od lokalnih proizvoda i recepata**

Vlasnici i/ili upravitelji restorana u jelovniku trebaju navesti tipične recepte napravljene od lokalnih namirnica, jer se vrednovanje lokalnih područja provodi i kroz širenje lokalne kuhinje. Kada god je to moguće, u jelovniku se trebaju navoditi i nazivi lokalnih proizvoda i proizvođača.

#### **9. Vegetarijanski jelovnik**

Omogućuje zadovoljavanje specifičnih zahtjeva koji su sve rašireniji.

#### **10. Dječji jelovnik**

je korisno sredstvo za smanjenje otpada i zadovoljavanje specifičnih zahtjeva.

#### **11. Višejezični jelovnik (preveden u najčešće zastupljene strane jezike )**

Ovo je neophodan zahtjev koji olakšava jezično razumijevanje dok istodobno omogućava bolje razumijevanje lokalne kulture i veću razinu sudjelovanja u životu lokalne zajednice.

#### **12. Popis lokalnih vina (ako se vino proizvodi u tom području)**

kao i kod tipičnih recepata, vinske karte moraju biti bogate lokalnim proizvodima kako bi pomogle proizvodnju lokalnih proizvoda.

#### **13. Korištenje lokalnih proizvoda**

Ovo je fundamentalni zahtjev koji turistička poduzeća moraju ispuniti kako bi promovirali povezanost između lokalne kulture i proizvoda. Vlasnici i/ili upravitelji farmi za odmor su pozvani da koriste i vlastite poljoprivredne proizvode.

#### **14. Korištenje papira i drugih vrsta recikliranih i obnovljivih proizvoda**

Ovo je neophodna i sve raširenija praksa u smanjenju utjecaja na okoliš. Proizvodi koji se koriste u svakodnevnom poslovanju turističkog poduzeća moraju biti reciklirani, obnovljivi i ponovno iskoristivi (ubrusi, punjenja za sapune, papirni ručnici i slično).

#### **15. Recikliranje otpada**

Veoma je važno da restorani usvoje ovaj modalitet za odlaganje otpada kako bi aktivno sudjelovali u širenju navika recikliranja.

#### **16. Smanjenje neefikasnosti kod potrošnje energije**

Usvajanje ponašanja (na primjer korištenje štednih žarulja i uređaja za štednju vode iz slavine) koje promovira štednju energije kao i očuvanje prirodnih resursa. Ovo je fundamentalni korak u postizanju održivog upravljanja restoranom, koji može zaštititi okoliš.

#### **17. Promoviranje Sporog turizma**

osoblje koje radi na recepciji i/ili vlasnici restorana će promovirati principe Sporog turizma pozivajući goste da sudjeluju u pokretu Sporog turizma. Zainteresirani gosti dobiti će Putovnicu Sporog turizma, a popis „Prava i dužnosti odgovornog putnika“ bit će im poslan emailom od strane Udruženja Sporog turizma.