

Regulamento da Marca Natural.PT

PONTO 1. O QUE É A MARCA NATURAL.PT

O projeto da marca inscreve-se no novo período de programação financeira (Quadro Estratégico Comum 2014-2020) como uma aposta estruturada na criação de “*uma rede de destinos de turismo da natureza que valorize espaços naturais classificados*”.

A criação de uma marca nacional ligada às Áreas Protegidas da RNAP e aos valores a estes associados é uma aposta nacional na biodiversidade, na economia, no património e na identidade de Portugal que visa valorizar e promover de forma integrada os produtos e serviços associados a estes espaços singulares.

Neste contexto, associada à singularidade e valor ambiental das Áreas Protegidas (AP), a marca Natural.PT é uma iniciativa de promoção integrada do território, dos produtos e dos serviços existentes nas AP e na sua envolvente próxima e que com elas partilhem valores e princípios de sustentabilidade e valorização da natureza e dos recursos endógenos.

Distinguir o que nos diferencia é o objetivo geral da marca Natural.PT “Património Vivo”.



Figura. Imagem da marca

A marca Natural.PT está assim associada a um conjunto de tipologias de serviços e produtos que a corporizam e a tornam comercializável, são eles os seguintes:

Serviços de apoio à atividade turística	Produtos identitários	Conhecimento e investigação	Território
Alojamento Restauração	Agroalimentares Artesanais não alimentares	Projetos e investigação Materiais com conteúdos didáticos e pedagógicos	
Atividades de animação turística Espaços de venda de produtos identitários	Identitários imateriais		

PONTO 2. ESTRATÉGIA DA MARCA

De forma sintética a estratégia da marca Natural.PT assenta na seguinte visão, missão e valores:

Visão da marca Natural.PT - “*Como queremos o futuro da marca?*”

Natural.PT, uma aposta integrada na biodiversidade e na cultura de Portugal.

Uma marca de confiança reconhecida nacional e internacionalmente como símbolo de qualidade e excelência e de apoio ao desenvolvimento de base local.

Missão da marca Natural.PT - “*Qual a razão da existência da marca?*”

A missão da marca é representar um produto integrado associado ao património natural nacional de exceção, assegurando a conservação dos valores naturais e socioculturais das Áreas Protegidas e a valorização das atividades e saberes tradicionais e autênticos de Portugal, projetando-os nacional e internacionalmente.

Valores/atributos da marca Natural.PT - “*Quais os valores pelos quais se pauta a atuação da marca?*”

- **Autenticidade:** a marca representa territórios e produtos preservados e genuínos/identitários.
- **Sustentabilidade:** a marca assenta na conservação de habitats e valores ambientais e culturais, com base num modelo sustentável do ponto de vista ambiental e económico.
- **Qualidade/confiança:** a marca representa os espaços naturais de exceção e os produtos e serviços a eles associados, com a garantia de cumprimento de padrões de qualidade elevados em que o consumidor obterá uma experiência única.
- **Responsabilidade:** a marca representa um património nacional que deve ser gerido e valorizado por todos.
- **Proximidade:** a marca promove e valoriza o envolvimento e a aposta em relações de proximidade e na capacitação das comunidades locais, sendo uma iniciativa de cariz *bottom up*.
- **Conhecimento:** a marca agrega um espólio de conhecimento sobre o meio físico e cultural nacional.

As entidades aderentes à marca deverão impreterivelmente partilhar estes valores e contribuir para a sua crescente afirmação e reconhecimento.

PONTO 3. QUEM PODE ADERIR E UTILIZAR A MARCA

- a) Podem aderir à marca todas as entidades, públicas e privadas, que estejam devidamente licenciadas e que desenvolvam a sua atividade relacionada com as tipologias identificadas e que se comprometam com os valores da Natural.PT, cumprindo as condições/requisitos de adesão estabelecidos.
- b) Podem aderir à marca as entidades que cumpram o exposto na alínea a) e que, cumulativamente se localizem no território da AP ou nos concelhos abrangidos por esta, dependendo do produto/serviço que candidatam. Poderá haver exceções ao cumprimento da presente alínea, em situações devidamente justificadas pela sua valia estratégica para a marca, que serão analisados caso a caso.
- c) A adesão e utilização da marca está sempre associada a uma entidade responsável, espaço, produto ou serviço específico que será avaliado, não podendo ser utilizada em outras atividades promovidas pela entidade aderente que não tenham sido submetidas ao processo de candidatura à adesão à Natural.PT.

PONTO 4. PLANO E SUPORTES DE COMUNICAÇÃO ASSOCIADOS À MARCA

A marca tem associado um manual de identidade e um subsequente plano de comunicação que visa a sua permanente divulgação e promoção junto dos públicos-alvo.

A marca tem uma escala nacional, representando a diversidade de áreas protegidas e de serviços e produtos associados, numa lógica de comunicação e promoção integrada e coerente.

- a) O logótipo da marca será o símbolo a utilizar por todos os aderentes e deve cumprir todas as regras estabelecidas no manual de identidade da marca. O logótipo deve estar presente, de forma visível, em todos os materiais de comunicação desenvolvidos pelo aderente e nos meios/espacos utilizados para o desenvolvimento da sua atividade (espacos físicos, site, etc.).



Figura. Logótipo Natural.PT

- b) O plano de comunicação da Natural.PT, da responsabilidade do ICNF, contempla as seguintes iniciativas de divulgação e promoção da marca, nas quais serão promovidos conjuntamente as entidades, serviços e produtos que a constituem:
 - Portal *web* Natural.PT;
 - Aplicação Natural.PT para dispositivos móveis;
 - Presença da marca Natural.PT nas redes sociais;
 - Materiais informativos sobre a marca Natural.PT, incluindo brochuras, guias e folhetos;
 - Presença em feiras nacionais e internacionais, sempre que possível em articulação com outras entidades como o Turismo de Portugal (através das ERT e Agências Regionais de Promoção Turística) e o AICEP;
 - Divulgação da marca em meios de comunicação escritos e audiovisuais a nível nacional e internacional – filme promocional, testemunhos, etc.
 - *Outdoors* e materiais promocionais de grandes formatos em locais públicos
 - Sinalética direcional e indicativa (em conformidade com a portaria 257/2011 de 12 de julho);
 - Eventos de sensibilização e mobilização;
 - Fun trips e fam trips.
- c) Às entidades detentoras da marca Natural.PT cabe a participação ou fornecimento de informação atualizada à entidade gestora da marca.

PONTO 5. BENEFÍCIOS E VANTAGENS DA ADESÃO

- a) A adesão à marca Natural.PT significa:
 - Pertencer a uma rede de territórios e atividades de excelência, com uma estratégia de promoção conjunta e coerente;
 - Fazer parte de uma rede de entidades que trabalham em conjunto e se comprometem com a promoção e divulgação de todos os parceiros da marca,
 - Fazer parte de um conjunto de entidades de exceção, associadas à valorização e usufruto dos recursos endógenos e espaços naturais classificados, nomeadamente as áreas protegidas;
 - Assumir uma conduta de atuação responsável do ponto de vista ambiental e socioeconómico,
-

- partilhando dos valores da marca;
 - Ser promovido e divulgado como entidade/produto/serviço Natural.PT em eventos nacionais e internacionais em que a marca esteja presente.
- b) Neste sentido a entidade que adira à marca com os seus produtos/serviços beneficiará de:
- Presença e divulgação nos materiais promocionais e eventos da marca Natural.PT;
 - Integração no portal da marca, nas aplicações para dispositivos móveis, nas redes sociais associadas à marca e nos mecanismos de busca à disposição dos consumidores;
 - Promoção cruzada, nomeadamente com a divulgação e encaminhamento dos consumidores para parceiros Natural.PT.

PONTO 6. OBRIGAÇÕES A CUMPRIR POR PARTE DAS ENTIDADES GESTORAS DAS AP

Face ao desafio de construção de uma marca ancorada na Rede Nacional de Áreas Protegidas, assume-se como estrutural que as AP possuam as adequadas condições de alavancagem para este projeto. Neste contexto, assumindo o seu papel âncora e de grande responsabilidade no sucesso da marca, nomeadamente no que se refere à mobilização de aderentes e reconhecimento da valia de aderir, sugere-se que as AP garantam o seguinte conjunto de condições:

- a) Existência de uma estrutura de apoio à visitaçã associada à AP com, pelo menos, 1 recurso humano afeto à sua gestão. No caso da AP não ter qualquer estrutura, deve considerar-se uma parceria com qualquer outra entidade, nomeadamente o município, no sentido de ser colmatada esta lacuna e ser assegurada a estrutura de apoio à visitaçã;
- b) No caso de estruturas de apoio à visitaçã que não estejam fisicamente próximas da AP ou nela localizadas, garantir que é disponibilizada informaçã *in loco* ao visitante sobre onde se deve dirigir (garantir sinalética cruzada na AP e na estrutura de apoio à visitaçã);
- c) Horários de funcionamento 7 dias por semana, adequados às necessidades dos visitantes, devendo para tal fazer a articulaçã com outras entidades locais com espaços de acolhimento a visitantes, no sentido de poderem ser estas a ter o papel de acolhimento caso a estrutura de apoio à AP esteja encerrada;
- d) Dinamizaçã de duas ações de visitaçã e mobilizaçã (como os *dias abertos*, por exemplo), no mínimo, em diferentes estações do ano, orientadas para a comunidade local e para as escolas.
- e) Dinamizaçã ou participaçã num evento anual de impacto nacional orientado para a divulgaçã e promoçã da marca Natural.PT.

PONTO 7. OBRIGAÇÕES A CUMPRIR POR PARTE DAS ENTIDADES ADERENTES

- a) A adesã à marca pressupõ, para além da utilizaçã do **logótipo** de acordo com o exposto na alínea a) do ponto 2.4. e do cumprimento obrigatório dos requisitos apresentados no ponto específico “Requisitos de Adesã”, a disponibilizaçã por parte do aderente, de materiais e informaçã da marca Natural.PT, no formato físico e/ou virtual, nomeadamente:
 - uma **placa identificativa Natural.PT**, a colocar no exterior em local visível;
 - uma **caixa de sugestões e depósito de inquéritos de satisfaçã**, a colocar no interior do estabelecimento em local acessível aos clientes/utilizadores;
 - um **ponto de informaçã**, no interior do estabelecimento, destinado à colocaçã de material de divulgaçã e promoçã da marca Natural.PT, visível e acessível a todos os clientes/utilizadores.
- b) O material e informaçã referentes à marca Natural.PT identificado na alínea a) cumprirão o seguinte:
 - a placa identificativa Natural.PT será disponibilizada pela entidade gestora da marca ao proponente aquando da comunicaçã da decisã positiva de adesã;
 - a caixa de sugestões e depósito de inquéritos de satisfaçã será disponibilizada pelo aderente e deverá cumprir o seguinte: dimensões aproximadas de 30 cm de altura, largura e profundidade devidamente identificadas com o logótipo Natural.PT e com a indicaçã da sua finalidade;
 - o material de divulgaçã e promoçã da marca Natural.PT será disponibilizado pela entidade gestora da marca e por todas as entidades aderentes, sendo responsabilidade de cada aderente a sua adequada divulgaçã.
- c) O aderente fica ainda obrigado a facultar toda a informaçã solicitada pela entidade gestora da marca para integrar os materiais e elementos de comunicaçã, bem como pela sua atualizaçã permanente.
- d) O aderente fica ainda obrigado a integrar uma hiperligaçã para o portal da marca Natural.PT em todos os canais virtuais de comunicaçã que disponha.

PONTO 8. COMO É GERIDA A MARCA

- a) **Estrutura de gestão da marca**
 - A marca Natural.PT é propriedade do Instituto de Conservaçã da Natureza e Florestas, IP (ICNF), sendo por
-

ele gerida e operacionalizada através do Comité Executivo de Coordenação da Marca (CECOM), com o apoio das Plataformas Locais de Operacionalização e Gestão (PLOG) e em articulação com o Conselho da Marca onde se integram os elementos dos Conselhos Estratégicos das AP.

- O processo de formalização de intenção de adesão é, exclusivamente, efetuado através do Sistema Integrado de Gestão da Adesão à Marca (SIGAM) em formulário próprio disponível no portal Natural.PT (www.natural.pt) garantindo-se o total sigilo sobre os elementos a facultar pelo proponente no âmbito da candidatura.
- O proponente, poderá contactar diretamente as entidades que constituem o CECOM ou as PLOG (consultar www.natural.pt) no caso de necessitar de algum esclarecimento ou apoio no processo de candidatura, não sendo contudo possível a formalização da candidatura noutra formato que não o disponível no portal Natural.PT.

b) Processo de adesão

- A entidade proponente formaliza a intenção de adesão à marca Natural.PT através do preenchimento do formulário de adesão à marca disponível no portal www.natural.pt¹.
- O formulário é recebido e processado pelo SIGAM, com envio automático para o CECOM e notificação de correta receção para o proponente.
- O CECOM efetua a avaliação da candidatura e, sempre que necessário, o CECOM solicita os esclarecimentos que considera pertinentes junto do proponente.
- O proponente, após receção de pedidos relativos ao seu processo de adesão terá um período máximo de 5 dias úteis para resposta ao CECOM, sob pena de ver anulada a sua candidatura caso haja ausência de resposta.
- O processo de avaliação decorrerá por um período máximo de 45 dias, desde a submissão do pedido de adesão até à comunicação da decisão.
- Em caso de **decisão favorável (aceitação)**, será agendada uma reunião de trabalho com o proponente para assinatura da Declaração de Compromisso, fornecimento de materiais e informação da marca Natural.PT e para eventuais esclarecimentos sobre a utilização da marca e obrigações que deverá cumprir como aderente Natural.PT. Nesta reunião de trabalho, o CECOM poderá solicitar outra informação específica ao aderente, que considere pertinente. Nos 90 dias seguintes à decisão favorável, o proponente terá como responsabilidade a apresentação e/ou demonstração do cumprimento dos requisitos. Caso necessário, serão programas visitas *in loco* para confirmação do cumprimento dos requisitos. A Declaração de Compromisso tem um período de vigência de 3 anos, findo o qual deve ser apresentada pelo aderente a intenção de revalidação.
- Em caso de **decisão desfavorável (não-aceitação)**, o proponente poderá submeter um novo processo de candidatura de acordo com os procedimentos expostos.

c) Alteração de dados do aderente

Durante o período de vigência, o aderente da marca Natural.PT poderá solicitar a alteração dos dados relativos à identificação da sua atividade, produtos e serviços aderentes à marca Natural.PT, submetendo o pedido no SIGAM, através do portal www.natural.pt, onde deverá selecionar a opção “Alteração de dados de adesão”.

d) Processo de revalidação da adesão

- O aderente deve comunicar a sua intenção de revalidação da adesão até 60 dias antes do término do período de vigência da declaração de adesão.
- No sentido de concretizar o processo de revalidação, o aderente deverá submeter o Formulário de Revalidação da Adesão, através do portal www.natural.pt. O processo de revalidação assemelha-se ao processo de adesão, centrando no CECOM a análise e avaliação do processo, com o apoio da respetiva PLOG, sempre que necessário. Através do Formulário de Revalidação da Adesão, o aderente deverá apresentar os documentos que comprovem a manutenção das condições de adesão e apresentar/demonstrar informação sobre o cumprimento dos requisitos de melhoria (ver ponto específico).

PONTO 9. REQUISITOS DE ADESÃO À MARCA

Os requisitos de adesão são divididos em requisitos transversais e setoriais, considerando nestes últimos as tipologias de atividade passíveis de aderir à Natural.PT

a) Requisitos transversais de adesão

Entendem-se por requisitos transversais aqueles que deverão ser cumpridos por todas as entidades, aquando do pedido de adesão (ou, quando exigido, demonstrados nos 90 dias seguintes à aceitação da adesão à marca), independentemente da tipologia de atividade. Correspondem a requisitos transversais de caráter cumulativo os seguintes:

T1. Todas as tipologias de atividade terão de ter sede, ou instalações, localizadas no território da Área

¹ Em anexo

Protegida ou no concelho em que esta se insere ou exercer atividade autorizada a operar na AP. Serão avaliadas pontualmente exceções, em territórios imediatamente contíguos e desde que devidamente justificadas, ou noutras localizações, sendo para tal necessário comprovar que o proponente contribui inequivocamente para a marca e para os valores a ela associados, criando valor para o território e para a comunidade da área de abrangência, nomeadamente através da contratação de recursos humanos locais e da dinamização/promoção da rede de aderentes Natural.PT.

- T2. Cumprir todas condições legais necessárias ao exercício da respetiva atividade.
- T3. Possuir a situação regularizada face à administração fiscal e à segurança social.
- T4. Comprometer-se, num prazo de 90 dias (salvo em situações devidamente justificadas), a frequentar uma ação de capacitação anual promovida pela entidade gestora da marca com vista ao adequado conhecimento da estratégia, território de abrangência, entidades aderentes, entre outras informações que se considerem úteis para a operacionalização da marca Natural.PT.
- T5. Promover a marca Natural.PT junto dos seus colaboradores e clientes, constituindo-se como um “ponto de informação Natural.PT”, informando-os adequadamente sobre a Área Protegida e os diversos produtos e serviços associados à marca e garantindo, sempre que possível, o encaminhamento dos clientes para as diferentes ofertas Natural.PT.
- T6. Comprometer-se, num prazo de 90 dias (salvo em situações devidamente justificadas), a dispor de ferramentas de avaliação da satisfação dos clientes que permitam uma monitorização regular – Inquérito de satisfação e caixa de sugestões Natural.PT – assim como dispor de ferramentas de monitorização que permitam o registo de dados sobre a atividade desenvolvida, o número de entradas, entre outros parâmetros relevantes.
- T7. Identificar um interlocutor responsável pela adequada interação com a entidade gestora da marca.
- T8. Comprometer-se, num prazo de 90 dias (salvo em situações devidamente justificadas), a integrar em todos os seus elementos virtuais de comunicação o logótipo e uma hiperligação para o portal da marca Natural.PT.
- T9. Comprometer-se, num prazo de 90 dias (salvo em situações devidamente justificadas), a garantir que a comunicação com os clientes (atendimento, materiais de promoção em papel e virtual, rotulagem/etiquetagem de produtos, etc.) é assegurada preferencialmente, em duas línguas (português e uma língua estrangeira).
- T10. Compromete-se, num prazo de 90 dias (salvo em situações devidamente justificadas), a dispor, documentalmente, das especificações de qualidade do serviço/produto aderente à marca, e de um sistema de avaliação que permita aferir semestralmente o cumprimento das especificações e verificar necessidades de melhoria.
- T11. Comprometer-se, num prazo de 90 dias (salvo em situações devidamente justificadas), a demonstrar uma preocupação estética, conforme o caso, na apresentação dos produtos (embalagem e etiquetagem) e/ou na decoração dos espaços de venda/de serviço, integrando, sempre que possível, elementos decorativos tradicionais que representem as especificidades da região em que se insere.

b) Requisitos setoriais de adesão

Cumulativamente aos requisitos transversais terão de ser cumpridos os seguintes requisitos setoriais por cada uma das tipologias de atividades candidatas:

b1) Serviços de Apoio à Atividade Turística

b1.1.) Atividades de animação turística:

- S1. Desenvolver atividades nas AP respeitando e dando a conhecer o património natural e biodiversidade existente.
- S2. Ser reconhecido como Turismo de Natureza pelo Registo Nacional de Turismo.

b1.2) Alojamento

- S3. Disponibilizar, nos serviços de refeição (quando aplicável), nomeadamente no pequeno-almoço, produtos alimentares Natural.PT ou provenientes de produtores locais (sedeados no território da AP).
- S4. Encaminhar os clientes para outros estabelecimentos de alojamento aderentes à Natural.PT sempre que tenha ultrapassado a sua capacidade de resposta.

b1.3) Restauração

Restaurantes:

- S5. Incluir e garantir a disponibilização de, pelo menos um prato confeccionado segundo receitas tradicionais, preferencialmente com produtos da marca Natural.PT ou provenientes de produtores locais. Os pratos devem ser acompanhados de uma breve legenda explicativa sobre os seus ingredientes e características principais.
 - S6. Disponibilizar bebidas com origem em produtos da marca Natural.PT ou provenientes de produtores locais.
-

Confeitarias, pastelarias, cafés e casas de chá:

- S7. Ter, pelo menos, dois produtos tradicionais de confeitaria regional devidamente identificados e expostos separadamente dos restantes produtos comercializados.
- S8. Disponibilizar chás, infusões e tisanas com ervas aromáticas e outros elementos naturais da região e da área de abrangência da marca Natural.PT e AP associada.

b1.4) Espaços de venda (estabelecimentos comerciais)

- S9. Disponibilizar para venda produtos da Marca Natural.PT ou produtos locais com certificação e denominação de origem [Denominação de Origem Protegida (DOP), Denominação de Origem Controlada (DOC), Indicação Geográfica Protegida (IGP)], denominação ETG (Especialidades Tradicionais Garantidas), PI (Produção e/ou Proteção Integrada) e/ou produtos BIO (Produção em Modo Biológico), produzidos no território de abrangência da Marca.

b2) Produtos identitários

b2.1) Produtos agroalimentares

Produtos não transformados:

- S10. Ser produzido numa AP.
- S11. Ser um produto com certificação e denominação de origem [Denominação de origem protegida (DOP), Denominação de Origem Controlada (DOC), Indicação Geográfica Protegida (IGP)], PI (Produção e/ou Proteção Integrada) e/ou produtos BIO (Produção em Modo Biológico).

Produtos transformados:

- S12. Ser um produto em que, pelo menos um dos componentes (para a sua confeção ou preparação), seja obtido ou produzido na respetiva AP.
- S13. Ser um produto com certificação e denominação de origem [Denominação de origem protegida (DOP), Denominação de Origem Controlada (DOC), Indicação Geográfica Protegida (IGP)], denominação ETG (Especialidades Tradicionais Garantidas), PI (Produção e/ou Proteção Integrada) e/ou produtos BIO (Produção em Modo Biológico).

b2.2) Produtos artesanais não alimentares

- S14. Ser um produto em que, pelo menos um dos componentes (para a sua elaboração) seja obtido com matérias-primas da AP.
- S15. Possuir carta de unidade produtiva artesanal, caso se trate de um artesão.

b2.3) Produtos identitários imateriais (entidades que os disponibilizam)

- S16. Ser um produto identitário imaterial que que respeite as características tradicionais e que seja representativo das especificidades culturais do território da AP.
- S17. Dispor de um calendário regular de apresentação ao público que possibilite a sua divulgação.

b3) Conhecimento/Investigação

b3.1) Projetos de Investigação/Conhecimento

- S18. Corresponder a um projeto de investigação na área das ciências naturais ou sociais, a desenvolver com base na AP e nos seus recursos, com o objetivo de aprofundar o conhecimento e valorizar os recursos, património, produtos e serviços desse território.
- S19. Comprometer-se a utilizar o território da área de abrangência da marca para a realização das componentes práticas da investigação (sessões de trabalho / aulas / workshops).
- S20. Disponibilizar informação sobre o projeto para constar de uma base de dados que possa ser disponibilizada no portal Natural.PT, pelo ICNF, ou noutros portais que se julguem relevantes para o efeito.

b3.2) Materiais com conteúdos didáticos e pedagógicos (material audiovisual, publicações e jogos)

- S21. Disponibilizar conteúdos referentes à AP e aos recursos naturais e culturais que a identificam, numa perspetiva de valorização e aprofundamento do seu conhecimento por parte do público em geral.
- S22. Integrar explicitamente na sua embalagem ou rotulagem a indicação da existência de conteúdos relativos à área de abrangência da Natural.PT, com indicação, caso se justifique, da AP e elementos específicos (exemplo: fauna e flora, alojamentos, atividades de animação, etc.).

b4) Território (projetos e atividades específicas de entidades locais – municípios, CIM, etc)

- S23. Identificar um conjunto de ações/intervenções, materiais ou imateriais, que estejam alinhadas com os valores da marca e que demonstrem que a conservação e valorização dos recursos naturais e o desenvolvimento sustentável (desenvolvimento económico, ambiental e social) constituem prioridades
-

estratégicas da entidade.

b5) outros

Qualquer produto ou serviço alinhado com os valores da marca poderá solicitar a adesão, desde que devidamente justificada. Os requisitos a cumprir serão estipulados pelo CECOM, considerando as especificidades do produto ou serviço em questão, sendo o processo de validação da adesão similar ao de qualquer outro potencial aderente.

PONTO 10. REQUISITOS MELHORIA

Entende-se por requisitos de melhoria, os que não são exigidos no momento da adesão mas sim no momento de revalidação da adesão à Natural.PT. À semelhança dos requisitos de adesão, os requisitos de melhoria estão igualmente divididos em requisitos transversais e requisitos setoriais que deverão ser cumpridos cumulativamente conforme a natureza da atividade aderente.

a) Requisitos transversais de melhoria

- TM1. Comprometer-se a ter uma atuação alinhada com os valores da marca Natural.PT, nomeadamente através de uma conduta ambiental e socialmente responsável:
- Implementar uma gestão sustentável de recursos – uso eficiente de eletricidade, água, combustíveis e gestão de resíduos de acordo com a política dos 4R (Reduzir, Reutilizar, Reciclar e Recuperar);
 - Facultar informação aos clientes sobre as condicionantes ambientais do território e as boas práticas passíveis de serem postas em prática pelos mesmos;
 - Empregar, preferencialmente, recursos humanos (RH) residentes na área de abrangência da marca;
 - Promover ligações comerciais e/ou parcerias com produtores e fornecedores locais, preferencialmente com os aderentes Natural.PT.
- TM2. Adaptar os espaços, serviços e produtos para serem acessíveis a cidadãos com necessidades especiais:
- Espaços físicos sem barreiras arquitetónicas, acessíveis para todos os cidadãos.
 - Produtos com etiquetagem complementar em Braille;
 - Elementos de comunicação em suporte virtual com versões áudio (poderão não ser versões integrais dos conteúdos disponibilizados).
- TM3. Disponibilizar, pelo menos, dois serviços ou produtos diferentes dos apresentados no processo de adesão prévio, que demonstrem a aposta na permanente distinção da sua atividade e na inovação dos produtos e serviços que disponibiliza.
- TM4. Melhorar o desempenho em todas as áreas em que, ao longo do período de adesão foram indicadas, pela entidade gestora da marca e pelos consumidores, necessidades de melhoria.

b) Requisitos setoriais de melhoria

b1) Serviços de apoio à atividade turística

b1.1) Atividades de animação turística

- SM1. Realizar o registo documental e fotográfico de algumas das atividades realizadas na área de abrangência da marca, reportando-o periodicamente à entidade gestora, com vista à sua divulgação no portal e demais elementos de comunicação da marca.

b1.2) Alojamento

- SM2. Estar associado a outros serviços e produtos Natural.PT, nomeadamente atividades de animação e restauração, promovendo-os de forma integrada.
- SM3. Disponibilizar, sempre que possível, espaço para demonstrações ao vivo de artesãos residentes e/ou convidados, mini-workshops, sessões de divulgação, etc.

b1.3) Restauração

- SM4. Disponibilizar na sua ementa, um mínimo de dois pratos e/ou duas sobremesas, no espaço específico para a gastronomia local, confeccionados com produtos da Marca Natural.PT ou com produtos locais com certificação e denominação de origem [Denominação de Origem Protegida (DOP), Denominação de Origem Controlada (DOC) e Indicação Geográfica Protegida (IGP)], denominação ETG (Especialidades Tradicionais Garantidas), PI (Produção e/ou Proteção Integrada) e/ou produtos BIO (Produção em Modo Biológico), produzidos no território de abrangência da Marca.
- SM5. Destacar (ementa, vitrine, elementos figurativos, etc.) os produtos da marca Natural.PT utilizados na confeção dos pratos e/ou sobremesas.
- SM6. Disponibilizar, se aplicável, na carta de vinhos e de bebidas espirituosas, exclusivamente bebidas com qualidade certificada, ou seja, que disponham de selo de garantia de Denominação de Origem (DOC) ou de Indicação Geográfica (Vinho Regional).

b1.4) Espaços de venda

- SM7. Disponibilizar para venda os produtos da marca Natural.PT (produtos agroalimentares e/ou produtos artesanais não-alimentares que respeitem as especificações da marca), que devem ser apresentados ao cliente separadamente, ou seja, devem ser apresentados em expositores totalmente separados.

b2) Produtos Identitários

b2.1) Produtos agroalimentares

- SM8. Dispor de embalagem e rotulagem com indicação explícita da associação à respetiva AP

b2.2) Produtos artesanais não alimentares

- SM9. Dispor de embalagem (se aplicável) e rotulagem com indicação explícita da associação à AP respetiva e, após adesão, da imagem da marca.

b2.3) Produtos identitários imateriais (entidades que os disponibilizam)

- SM10. Divulgar em diversos canais de comunicação o calendário de atividades regulares onde seja possível apresentar ao público as referidas manifestações culturais.

b3) Projetos de Investigação/Conhecimento

- SM11. Realizar uma sessão de apresentação do projeto no território da AP, com o convite à participação dos aderentes à marca e da comunidade local (poderá esta sessão estar integrada nas ações de capacitação anuais promovidas pela entidade gestora da marca).

b4) Materiais com conteúdos didáticos e pedagógicos (material audiovisual, publicações e jogos)

- SM12. Realizar uma sessão apresentação dos materiais no território de suporte, com o convite à participação dos aderentes à marca e da comunidade local (poderá esta sessão estar integrada nas ações de capacitação anuais promovidas pela entidade gestora da marca).
- SM13. Disponibilizar os materiais para venda nas estruturas de acolhimento das AP e nos estabelecimentos das entidades aderentes.

