**GASTRONOMIA**  
**Prosimy o odpowiedź na wszystkie pytania wskazane w tabeli.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Pytanie[[1]](#footnote-1)** | **Uwagi i wskazówki** | **Odpowiedź[[2]](#footnote-2)** | **Komentarz[[3]](#footnote-3)** |
| 1. Czy mają Państwo strategię optymalnego wykorzystania wszystkich produktów spożywczych i ograniczenia marnotrawstwa? | Przykłady: opracowanie dań w taki sposób, by maksymalnie wykorzystać wszystkie zasoby żywnościowe; oferowanie opakowań do zabierania jedzenia na wynos dla klientów; sprzedaż posiłków po obniżonej cenie na koniec dnia; skorzystanie z aplikacji, która pozwala nie marnować żywności (np. Too Good To Go, Foodsi); oddanie nadwyżki produktów spożywczych; zaoferowanie personelowi niewykorzystanych produktów lub posiłków, które można zabrać do domu lub zjeść na miejscu.  Strategia obejmuje bieżące zasoby, cele i działania. Nie musi posiadać formy pisemnej. | TAK NIE |  |
| 2. Czy minimalizują Państwo użycie jednorazowych przedmiotów wykonanych z plastiku? | Przykłady: unikanie jednorazowych zestawów kosmetycznych, plastikowych sztućców, kubków, saszetek z kawą, cukrem czy z ciasteczkami, foliowych opakowań do żywności oraz sztućców.  Nie dotyczy to sytuacji, kiedy jest to podyktowane wymogami sanitarnymi. | TAK  NIE |  |
| **3. Czy korzystają Państwo z organicznej/ ekologicznej żywności, przekąsek lub napojów?** | Przykład: stosowanie produktów ekologicznych. | TAK  NIE |  |
| **4. Czy oferują Państwo dania roślinne (wegetariańskie lub wegańskie)?** | Wyjaśnienie: co najmniej kilka opcji różnych dań oferowanych jest w wersji roślinnej i są one oznaczone w menu; dania wegańskie i wegetariańskie są dobrze skomponowane i składają się ze składników, które sprawiają, że posiłki są pełnowartościowe. | TAK  NIE |  |
| 5. Jeśli w menu oferują Państwo mięso, ryby lub inne produkty pochodzenia zwierzęcego, czy są one pozyskiwane lokalnie i w sposób zrównoważony? | Przykład: ryby pozyskane z naturalnych łowisk mają certyfikat MSC, co oznacza, że pochodzą ze zrównoważonych połowów zgodnie z wytycznymi WWF. Mięso jest pozyskiwane w sposób zrównoważony, jeśli jest ekologiczne lub posiada certyfikat „organiczne”; ma naturalne, lokalne pochodzenie. Dziczyzna pochodzi z lokalnych / regionalnych łowisk, a jej pozyskanie podlega krajowym przepisom łowieckim. | TAK  NIE  NIE DOTYCZY\*  \* nie oferujemy produktów pochodzenia zwierzęcego |  |
| 6. Czy zapewniają Państwo jasne informacje na temat zdrowia i bezpieczeństwa w Państwa obiekcie? | Wyjaśnienie: zapewnienie klientom poczucia bezpieczeństwa i opieki; dostarczenie informacji o pierwszej pomocy i najbliższej placówce medycznej; podanie numeru telefonu do przychodni i pogotowia ratunkowego; udostępnienie informacji nt. BHP na recepcji oraz we wszystkich miejscach publicznych i prywatnych; symbole wyjścia oraz mapy są widoczne dla gości; lokalizacja koców gaśniczych i gaśnic jest wyraźnie wskazana. | TAK  NIE |  |
| 7. Czy Państwa pracownicy otrzymują godziwe płace oparte na przepisach prawa oraz kwalifikacjach personelu, niezależnie od płci i pochodzenia etnicznego? | Wyjaśnienie: godziwe wynagrodzenie; zapewnianie szkoleń podnoszących kwalifikacje; przejrzystość wynagrodzeń; ścieżki rozwoju dla pracowników; działania, które sprawiają, że pracownicy odczuwają szczerą troskę i uwagę pracodawcy. | TAK  NIE  NIE DOTYCZY\*  \* nie zatrudniam pracowników |  |
| 8. Czy obiekt jest otwarty w sezonie przejściowym lub zimą? | Wyjaśnienie: każde zobowiązanie do wydłużenia czasu otwarcia poza głównym sezonem letnim jest korzystne dla zwiększenia zrównoważonego rozwoju.  Jako sezon przejściowy przyjmujemy okres od kwietnia do maja i od września do października; sezon zimowy - od listopada do marca. | TAK  NIE |  |
| 9. Czy mają Państwo strategię zapewnienia pozytywnych interakcji między pracownikami? | Przykłady: ocenianie satysfakcji pracowników; używanie pozytywnego języka; zachowanie pozytywnego nastawienia; prowadzenie z pracownikami dyskusji związanych z pracą na specjalnych spotkaniach; włączenie pracowników w procesy organizacyjne; szkolenia personelu.  Strategia obejmuje bieżące zasoby, cele i działania. Nie musi posiadać formy pisemnej. | TAK  NIE  NIE DOTYCZY\*  \* nie zatrudniam pracowników |  |
| 10. Czy opracowali Państwo wytyczne dotyczące gościnności, zapewniające pozytywne interakcje z gośćmi? | Wyjaśnienie: firma posiada wdrożone zasady obsługi klienta, promujące zapraszającą i skoncentrowaną na pozytywnej interakcji z klientem postawę; autentyczne zainteresowanie każdym gościem; okazywanie uznania; wprowadzenie procesu oceny obsługi klienta; używanie pozytywnego języka; zachowanie pozytywnego nastawienia; zarządzanie skargami; usługi concierge. | TAK  NIE |  |
| 11. Czy oferują Państwo gościom wartość dodaną bez dodatkowych opłat? | Przykłady: drobiazg na powitanie; świeże kwiaty / rośliny na stołach; muzyka na żywo; oprowadzanie gości po obiekcie / opowiadanie historii; bezpłatna degustacja. | TAK  NIE |  |
| 12. Czy są Państwo serdeczni i uprzejmi wobec wszystkich gości[[4]](#footnote-4)? | Przykłady: przyjęcie postawy wyrażającej akceptację w stosunku do osób o różnej płci, wieku, orientacji seksualnej, pochodzeniu etnicznym i przekonaniach religijnych; przejrzysta komunikacja na temat posiłków (np. udzielenie informacji, że posiłki są koszerne itp.).  Zapewnienie fizycznej dostępności miejsca nie jest uwzględnione w tym pytaniu. | TAK  NIE |  |
| 13. Czy starają się Państwo umożliwić gościom kontakt z naturą w Państwa lokalu? | Przykłady: łatwy dostęp do ogrodu, parku, widoki na przyrodę, świeże kwiaty na stole, rośliny w lokalu. | TAK  NIE |  |
| 14. Czy zwracają Państwo uwagę na projektowanie i dekorowanie wnętrz tak, by były przyjemne dla oka oraz aby goście czuli się w nich swobodnie? | Przykłady: obrazy, dzieła sztuki, ceramika, rzeźby, fontanny, stawy, kwiaty, rośliny, nastrojowe oświetlenie, tekstylia, dekoracje wewnętrzne lub zewnętrzne. | TAK  NIE |  |
| **15. Czy mają Państwo bardziej zaciszne lub odosobnione miejsce, w którym klienci mogą spokojnie zjeść posiłek?** | Przykłady: odrębna sala, wydzielony stolik zapewniający większy spokój, lub zaciszny teren na zewnątrz, bez głośnej muzyki ani przechodniów; zachęcanie gości, by nie korzystali z telefonów komórkowych, tabletów i laptopów. | TAK  NIE |  |
| 16. Czy serwują Państwo potrawy i napoje bez sztucznych dodatków i wzmacniaczy smaku? | Przykłady: sztuczne aromaty, zapachy, barwniki lub konserwanty; serwowanie naturalnych soków owocowo-warzywnych i koktajli, a także herbaty, wody i lemoniady. | TAK  NIE |  |
| **17. Czy korzystają Państwo z regionalnych lub lokalnych produktów rolnych i informują o tym klientów?** | Przykład: oferowanie lokalnych potraw sezonowych; zaprezentowanie filozofii jedzenia / kuchni na karcie menu.  Lokalny tj. w promieniu 250 km od danego miejsca. | TAK  NIE |  |
| **18. Czy współpracują Państwo z lokalnymi podmiotami, jak MŚP, organizacje pozarządowe, lokalne organizacje turystyczne lub inne?** | Przykłady: doradzanie gościom w sprawie innych lokalnych atrakcji, usług i produktów; informowanie gości o koncepcji wellbeing we współpracy ze społecznością i lokalną organizacją turystyczną; korzystanie z usług lokalnych dostawców i firm transportowych, gdy tylko jest to możliwe. | TAK  NIE |  |
| 19. Czy angażują się Państwo w inicjatywy na rzecz tworzenia wspólnego dobra Państwa regionu? | Przykłady: dzielenie się wiedzą np. ze szkołami, osobami starszymi, startupami, grupami młodzieżowymi (bezpłatnie); zatrudnienie lokalnych talentów oraz młodzieży w firmie; przekazanie darowizny lub zainwestowanie części swoich obrotów w lokalne projekty społeczne; przekazanie produktów organizacjom pozarządowym pracującym z ludźmi, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji; współpraca lub partnerstwo z parkiem narodowym, innymi obszarami chronionymi lub miejscami dziedzictwa kultury. | TAK  NIE |  |
| 20. Czy są Państwo świadomi społecznego znaczenia systemu „Fair Trade” („Sprawiedliwy handel”) przy zakupie produktów lub materiałów pochodzących z obszarów wrażliwych etycznie? | Przykłady: zakup kawy, kakao, czekolady, bananów, cukru, herbaty, soku pomarańczowego, przypraw itp. opatrzonych znakiem „Fair Trade” lub od małych spółdzielni posiadających certyfikat „Fair Trade”. | TAK  NIE  NIE DOTYCZY\*  \* Nie stosujemy artykułów spożywczych pochodzących z obszarów wrażliwych etycznie |  |
| 21. Czy mają Państwo strategię minimalizowania zużycia wody i energii oraz zwiększania udziału czystej energii? | Przykłady: zainstalowanie liczników energii; korzystanie z zielonej energii; zainstalowanie paneli słonecznych; korzystanie z pojazdów i środków transportu zasilanych biogazem, wodorem lub energią elektryczną; zapewnienie, że oświetlenie, ogrzewanie itp. są włączone tylko w razie potrzeby za pomocą timera lub czujnika ruchu; zainstalowanie wodooszczędnych toalet, niskociśnieniowych pryszniców i kranów; gromadzenie informacji na temat oszczędzania wody; zaoferowanie możliwości sprzątania pokoju jako opcji przy pobytach kilkudniowych.  Strategia obejmuje bieżące zasoby, cele i działania. Nie musi posiadać formy pisemnej. | TAK  NIE |  |

………….…………………………………………………

(data i czytelny podpis osoby wypełniającej)

1. Pytania tzw. obowiązkowe dla spełnienia kryteriów produktu/usługi/działalności wellbeing zostały zapisane **wytłuszczoną czcionką.** [↑](#footnote-ref-1)
2. Proszę wskazać właściwą odpowiedź. [↑](#footnote-ref-2)
3. W tej kolumnie mogą Państwo dodać wyjaśnienia/informacje uzupełniające do wskazanej odpowiedzi. Jej wypełnianie **nie jest obowiązkowe.** [↑](#footnote-ref-3)
4. Np. w stosunku do klientów różnej płci, wieku, pochodzenia etnicznego i wyznania. [↑](#footnote-ref-4)