



OSPITALITA' ITALIANA: UN HUB DI OPPORTUNITA' PER ACCOMPAGNARE LO SVILUPPO DELLE IMPRESE TURISTICHE



UNIONCAMERE



ISNART





CRESCITA ECONOMICA E BENESSERE SOCIALE: IL VALORE DELLA QUALITÀ ACCREDITATA

Secondo l'Osservatorio Accredia, le certificazioni, ispezioni, prove e tarature accreditate hanno contribuito all'aumento del fatturato delle imprese, alla crescita del PIL per 10,8 miliardi di euro e a benefici ambientali e sociali per 1,3 miliardi.

- **Le imprese con un sistema certificato** registrano un significativo aumento del fatturato rispetto alle aziende non certificate. In Italia questo si traduce, in termini economici, in **88mila aziende** con un fatturato complessivo di **circa 1.400 miliardi di euro**, pari al 38% del totale italiano.
- Lo dimostra la nuova ricerca dell'Osservatorio Accredia "Accreditamento e certificazioni. Valore economico e benefici sociali", presentato lo scorso 15 luglio in occasione del convegno "Quanto vale la Qualità? Crescita economica, sicurezza e sostenibilità". Lo studio misura la **crescita economica che deriva dall'interazione tra le attività di accreditamento e quelle di certificazione** (e quindi ispezione, prova e taratura, etc.), svolte da organismi e laboratori verificati, riconosciuti e accreditati.
- Nello specifico, si evidenzia come la certificazione accreditata di sistemi aziendali (per la qualità, la sostenibilità, la sicurezza sul lavoro, ecc.) contribuisca a **far crescere il fatturato delle imprese dal 2% al 18%**, in funzione del settore di appartenenza e dello standard tecnico adottato.



OSPITALITA' ITALIANA, FINORA

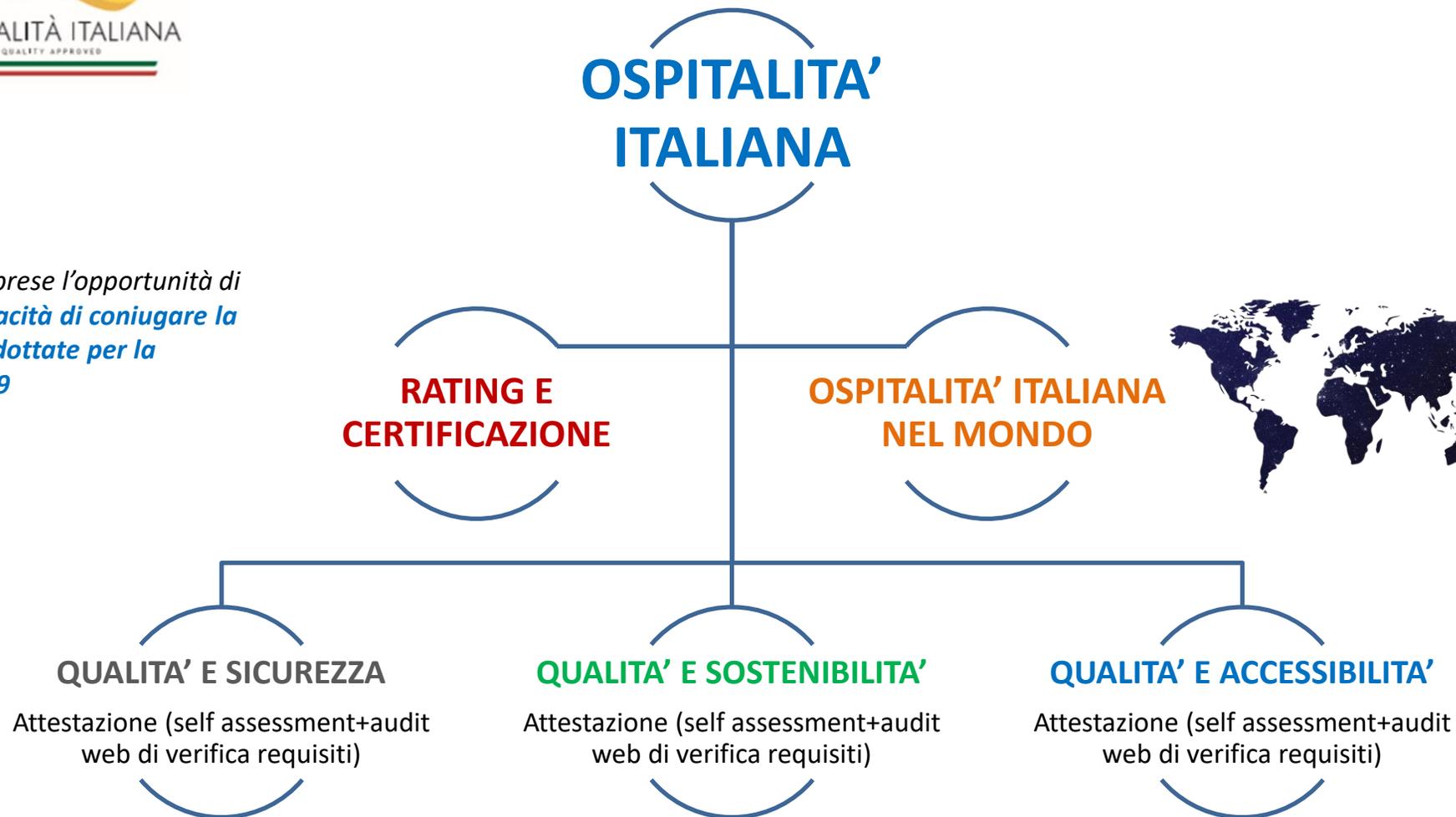
A partire dalla sua nascita, in **91 province italiane**, il marchio Ospitalità Italiana ha consentito:

- **alle imprese del comparto** di poter operare una crescita cultural-impresoriale, orientandosi verso una strategia competitiva orientata a potenziare la propria capacità di fornire un servizio percepito come “*unico*”, “*qualitativamente adeguato*” alle attese della clientela. Una strategia che ha permesso alle imprese di dotarsi di una posizione difendibile sul mercato e in grado di poter contare su una domanda fidelizzata
- **al consumatore** di avere garanzia riguardo gli standard qualitativi delle 6.500 aziende ricettive e ristorative certificate (alberghi, ristoranti, agriturismi, campeggi, stabilimenti balneari ecc.)



OSPITALITA' ITALIANA D'ORA IN POI: UN HUB DI OPPORTUNITA' PER LE IMPRESE DEL COMPARTO

*Nato per fornire alle imprese l'opportunità di poter dimostrare la **capacità di coniugare la qualità con le misure adottate per la prevenzione da covid-19***



OSPITALITÀ ITALIANA VARA IL PROPRIO RATING



Il rating aziendale è **l'indicatore sintetico dell'affidabilità di un'azienda**.

E' un sistema che permette di ottenere una **valutazione competente e indipendente**, basato su una misurazione numerica in relazione ad alcuni criteri oggettivi.

Il Sistema delle Camere di commercio ha deciso di mettere a disposizione delle imprese della filiera uno strumento che, sotto forma di **rating che integra la certificazione di qualità Ospitalità Italiana**, sappia comunicare agli altri soggetti – clienti ma anche istituzioni, fornitori e Pubblica amministrazione - la capacità dell'impresa di essere performante nella propria organizzazione e nell'offerta verso il mercato.

Il Sistema di Rating è volto a certificare e valorizzare l'affidabilità e l'efficienza delle imprese operanti nel settore turistico, in aderenza alla **filosofia propria di Ospitalità Italiana**.



COME ABBIAMO SCELTO LE AREE DI VALUTAZIONE DEL RATING

L'OFFERTA: LE AREE PER ACCOMPAGNARE LE IMPRESE NEL VALUTARE IL PROPRIO RATING DI «OSPITALITA' ITALIANA»



QUALITÀ DEL SERVIZIO

Esprime il livello di Qualità offerta dalle strutture turistiche.

Ospitalità Italiana esamina requisiti come l'accoglienza, l'attenzione al cliente, la competenza del personale, la cura e lo stato delle dotazioni e degli altri servizi offerti e molti altri.



PROMOZIONE DEL TERRITORIO

Rappresenta la capacità della struttura di «connettere» il cliente con il territorio in cui è localizzata.

Ospitalità Italiana verifica requisiti come la capacità di valorizzare la proposta enogastronomica locale e i prodotti tipici utilizzati; le informazioni sul territorio pubblicate sul sito web dell'azienda; la disponibilità di materiali promozionali, guide e pubblicazioni riguardanti il territorio.



IDENTITÀ

Esprime la coerenza tra l'offerta dichiarata dalla struttura (sul proprio sito web, negli strumenti promozionali, sui social...) con l'offerta realmente fruita dalla clientela. Il grado di coerenza esaminato da **Ospitalità Italiana**, verte, ad esempio, sullo stile e identità dell'arredo, sugli elementi di decoro, sulla proposta enogastronomica caratteristica.



NOTORIETÀ

Raccoglie i riconoscimenti che la struttura ha ottenuto dai social e dalle guide, al fine di valutare la sua reputazione e il gradimento da parte della clientela.

Ospitalità Italiana valuta le attività e le recensioni sui social conseguite dalla struttura; la sua presenza sul web e in circuiti riconosciuti – regionali e locali; le citazioni su guide locali, nazionali e internazionali

LA DOMANDA:
LE MOTIVAZIONI CHE ORIENTANO LA SCELTA DEI TURISTI

Al 1° posto la cortesia e l'ospitalità della gente»

- In 10^a posizione «la qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio»

«Interessi enogastronomici/prodotti agroalimentari tipici locali»

- Impatto economico della spesa turistica, **al 1° posto** la spesa agroalimentare «Made in Italy» pari a 12.789.151.000 euro
- Giudizio medio sul soggiorno – **al 2° posto** «La qualità del mangiare e del bere»

Offerta dichiarata → offerta reale

Le strutture su cui ricade la preferenza dei turisti sono quelle che **mantengono ciò che promettono**, preferite anche a quelle «più blasonate» ma meno coerenti.

Chi influenza la scelta del soggiorno - le prime 3 posizioni sono ad «elevata incidenza reputazionale»:

- Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari (50% dei turisti intervistati)
- Internet, Social Network
- C'ero già stato/esperienza personale

ALCUNI PUNTI DI FORZA DEL RATING

- ☒ Rating multisetoriale, estensibile sia alla ricettività turistica (hotel, b&b, agriturismo, ecc.) che alla ristorazione e alle botteghe e negozi tipici (produzioni aperte comprese)
- ☒ Accessibile sia per medio-grandi che piccole e micro imprese
- ☒ Si presenta come percorso di crescita organizzativa e professionale per l'impresa e, per i clienti, come marchio di certificazione che assicura:
 - ☞ la qualità del servizio della struttura (miglioramento continuo per l'impresa)
 - ☞ la professionalità del personale, dello chef, ecc.
 - ☞ l'uso di ricette locali e di prodotti locali o originali
 - ☞ la coerenza tra la promessa e la proposta commerciale per rafforzare la fidelizzazione dell'utenza
 - ☞ il punteggio medio delle recensioni sui social media/OTA di settore (Tripadv, booking etc.) a garanzia di qualità consolidata da comunicata in modo sintetico agli utenti
 - ☞ i principi fondamentali di ecosostenibilità (risparmio energetico, idrico, ecc.)
 - ☞ strutture a servizio della promozione del territorio (potenziali partecipanti a circuiti promozionali).



INDICATORI USATI PER IL RATING: AREE DI VALUTAZIONE E REQUISITI PER LA CERTIFICAZIONE

Sono **4 le macro aree alla base dei nuovi disciplinari:**

QUALITA' DEL SERVIZIO, IDENTITA', PROMOZIONE DEL TERRITORIO e NOTORIETA'.

Ogni macroarea è composta da diversi, articolati requisiti.

La valutazione dei requisiti è svolta attraverso interviste, esami documentali, verifica delle modalità impiegate per eseguire le attività e sopralluoghi nelle diverse aree dell'impresa. In relazione al grado di soddisfacimento del requisito è attribuito un punteggio.

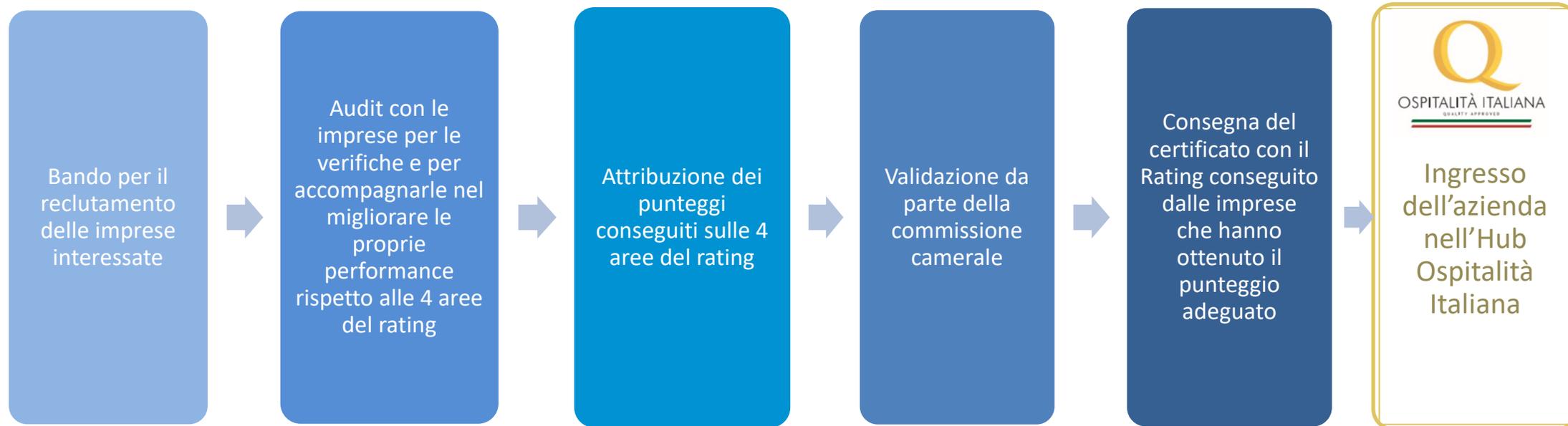
Ai fini dell'ottenimento della certificazione, è necessario che l'impresa ottenga un punteggio minimo nelle diverse macroaree.

PESI E DISCIPLINARI MIRATI ALLE IMPRESE COINVOLTE

- 10 disciplinari, ciascuno mirato all'ambito da esaminare, consentiranno di valutare le diverse categorie di imprese turistiche (hotel, ristoranti, agriturismi, bed and breakfast, campeggi etc.) ma anche **nuovi ingressi** come la **certificazione di negozi e botteghe tipiche e punti vendita della altre produzioni locali del «made in...»** (botteghe artigiane, spacci aziendali)
- I disciplinari sono frutto di un'attenta analisi realizzata dalle relative Commissioni nazionali alle quali partecipano, come componenti di diritto, Unioncamere, Isnart e le rispettive associazioni di categoria, supportate da esperti del settore.



COME SI ARTICOLA IL PERCORSO DEL RATING



LA SCALA DEL RATING DI OSPITALITA' ITALIANA

SCALA DI GIUDIZIO

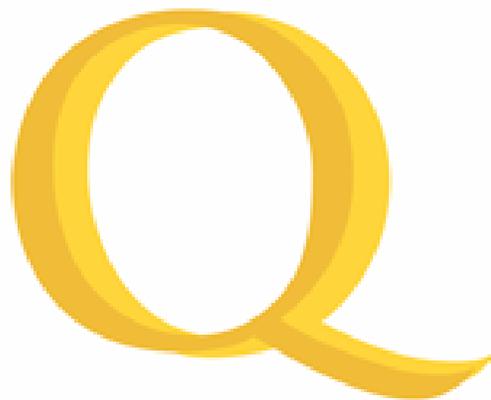


LA CLASSIFICAZIONE DELLE IMPRESE

IL RATING DI OSPITALITA' ITALIANA: *Una, Due, Tre.*

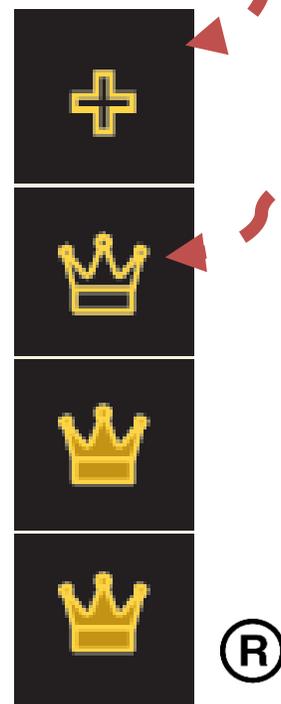
Quante corone?

Il rating Ospitalità Italiana prevede che ogni impresa venga classificata secondo **precisi criteri di valutazione**



-  punteggio compreso tra **60** e **74**
-  punteggio compreso tra **75** e **89**
-  punteggio compreso tra **90** e **100**

I punteggi vanno intesi in termini %



Il plus viene assegnato alle aziende che meritano «la lode» dopo una visita Mystery.

Sulla base del punteggio ottenuto durante la visita di valutazione, la performance della struttura sarà contrassegnata graficamente da **una, due o tre corone**, resa evidente anche attraverso gli strumenti della comunicazione e promozione che saranno resi disponibili per l'impresa che si sarà certificata.

LA VISIBILITA' DEL RISULTATO RAGGIUNTO DALL'IMPRESA: LA PROMOZIONE



Con la **VETROFANIA** tutti i clienti, compresi i potenziali, ancor prima di entrare nella struttura, sapranno che la struttura ha ricevuto una certificazione da parte di un network istituzionale.



L'**ATTESTATO DI CERTIFICAZIONE** diventa uno **strumento per la trasparenza** che l'azienda compie nei confronti della clientela: attraverso l'attestato tutti i clienti potranno sapere quali sono i punti di forza dell'azienda e potranno diffonderli contribuendo a migliorarne l'immagine.

LA VISIBILITA' DEL RISULTATO RAGGIUNTO DALL'IMPRESA: LA PROMOZIONE



VETROFANIA



ATTESTATO DI
CERTIFICAZIONE

Se l'impresa è particolarmente attenta alla **sostenibilità ambientale**, riceverà gli stessi materiali promozionali ma contraddistinti dal colore verde.

Così tutti i suoi clienti sapranno che ha superato anche le valutazioni che la certificano come struttura «a impatto sostenibile» sul territorio sul quale è insediata.

ALCUNE IMPORTANTI NOVITA'

1. Riguardo la promozione: oltre al certificato e alla vetrofania, le aziende riceveranno un kit per la comunicazione web: il kit prevederà strumenti *content* per aiutare l'impresa nel racconto on line – sul proprio sito, sui social ma anche nelle pagine promozionali dell'impresa su social terzi e sugli OLTA - della certificazione conseguita; nel veicolare l'importanza e l'affidabilità del marchio e del relativo rating etc.
3. Introduzione della valutazione KO: un **requisito KO** è tale per cui il mancato soddisfacimento non consente di acquisire il marchio «Ospitalità Italiana» o di perderlo qualora la struttura ne sia già in possesso.

NOVITA'	Requisito	Punteggio	Macro-area
	Le informazioni fornite attraverso sito web, e social presentano una situazione distorta e non veritiera in relazione alla tipologia, alla proposta erogata	KO	Identità
	Le toilettes presentano gravi carenze in termini di pulizia (presenza pavimenti scivolosi, presenza sulle pareti di macchie di muffa, ragnatele, e scritte/segni. Porte con serrature non funzionanti, presenza di segni, scritte, fori ed altro. Sanitari, con evidenti incrostazioni o non intatti..	KO	Qualità del servizio
	La sala presenta gravi carenze in termini di manutenzione (es. presenza muffa/umidità diffusa, ragnatele e macchie/segni diffusi sulle pareti, pavimenti non intatti e scivolosi a causa di una pulizia non idonea. Eventuali elementi di arredo (es tende) non intatti/mal tenuti.	KO	Qualità del servizio
	Tavoli e sedie si presentano inadeguati per pulizia e manutenzione. Presenza di incrostazioni e sporcizia diffusa (es. gomme da masticare sotto i tavoli, macchie sui tavoli, scarti di alimenti sulle sedie (es tra imbottitura tra seduta e schienale). Sedie e tavoli danneggiati, presenza di fori e strappi imbottiture sedie /coprisedie nonché macchie diffuse. Il tovagliato e/o runner presentano gravi carenze nella pulizia e nella manutenzione con presenza di macchie diffuse, rammendi e strappi.	KO	Qualità del servizio

OSPITALITA' ITALIANA: LE IMPRESE CONTRIBUISCONO ALL'IDENTITA' TURISTICA TERRITORIALE

- 🏠 Hotel
- 🏠 Ristorante
- 🏠 Agriturismo
- 🏠 Bed and breakfast
- 🏠 Campeggio
- 🏠 Rifugio escursionistico e alpino
- 🏠 Country house
- 🏠 Residenza turistico alberghiera
- 🏠 Stabilimento balneare
- 🏠 Attività produttiva e commerciale tipica

La **destinazione turistica** può contare su imprese con codici comportamentali, tipologia di offerta, qualità e concetti identitari assimilabili

A livello internazionale e con appositi disciplinari e procedure, Ospitalità' italiana certifica anche:

- 🏠 I Ristoranti italiani nel mondo
- 🏠 Le Gelaterie italiane nel mondo
- 🏠 Le pizzerie italiane nel mondo (a breve)

Qualunque sia l'obiettivo di crescita
di un'azienda turistica
Ospitalità Italiana sarà al suo fianco.



Grazie per l'attenzione.

