



Provincia di Ferrara

## **Bando di selezione per l'assegnazione del marchio Ospitalità Italiana Alberghi - anno 2014**

Allegato 1) alla deliberazione della Giunta camerale n. 45 del 27 maggio 2014

### **BANDO APERTO DAL 16 GIUGNO 2014 AL 31 LUGLIO 2014**

#### **Articolo 1**

La Camera di Commercio di Ferrara e la Provincia di Ferrara, in collaborazione con le Associazioni territoriali del settore e con Isnart – Istituto Nazionale Ricerche Turistiche -, propongono anche per l'anno 2014, nell'ambito del Protocollo d'intesa sul turismo sottoscritto dai due Enti, l'assegnazione, agli operatori che ne faranno richiesta e che avranno i requisiti previsti, di seguito precisati, di un marchio per le Imprese Alberghiere, ossia di un elemento distintivo "a garanzia della qualità del servizio alberghiero". Tale marchio non sostituisce la classificazione alberghiera, ma vi si affianca, quale ulteriore elemento distintivo.

#### **Articolo 2**

Sono ammesse alla selezione, per l'assegnazione del marchio, le strutture alberghiere operanti nella provincia di Ferrara:

- classificate con 2, 3, 4 e 5 stelle;
- iscritte nel Registro Imprese e in regola con il pagamento del diritto annuale (la Camera di Commercio provvederà per le relative verifiche);
- che dispongano di camere tutte fornite di bagno;
- che forniscano il servizio di prima colazione.

Restano esclusi dall'iniziativa i "centri benessere", la cui attività alberghiera è inscindibile dall'offerta benessere. La domanda di ammissione alla selezione va redatta su apposito modulo (in distribuzione agli sportelli della Camera di Commercio e scaricabile dai siti [www.fe.camcom.it](http://www.fe.camcom.it), [www.provincia.fe.it](http://www.provincia.fe.it) e [www.ferraraforum.com](http://www.ferraraforum.com)), sottoscritta dal legale rappresentante del soggetto richiedente e deve essere compilata in ogni sua parte. Non verranno considerate le domande che non contengano tutte le notizie richieste. Saranno ammesse esclusivamente le **prime 2 domande** secondo l'ordine cronologico di presentazione ed in possesso dei requisiti richiesti. Le domande potranno essere inviate secondo una delle seguenti modalità:

- **a mano** consegnando la candidatura all'Ufficio Relazioni con il Pubblico, Largo Castello 6, in orario di pubblico (al mattino: dal lunedì al venerdì 9.00-13.00; di pomeriggio: martedì e giovedì 15.00-17.00);
- **per posta raccomandata** con avviso di ricevimento al seguente indirizzo:

**Camera di Commercio di Ferrara  
Ufficio Marketing del Territorio, Innovazione e Qualità  
Via Borgoleoni, 11 – 44121 Ferrara**

indicando sulla busta la dicitura "Bando di selezione per l'assegnazione del marchio Ospitalità Italiana Alberghi"; farà fede la data del timbro postale di spedizione.

Si terranno in considerazione le domande inviate entro la scadenza del bando e pervenute non oltre i dieci giorni successivi alla scadenza stessa.

- **per via telematica**, con sottoscrizione digitale, al seguente indirizzo di posta elettronica certificata della Camera di Commercio:

**[protocollo@fe.legalmail.camcom.it](mailto:protocollo@fe.legalmail.camcom.it)**

Saranno ritenute ammissibili esclusivamente le domande inviate da una casella di posta elettronica certificata.

E' esclusa qualsiasi altra modalità d'invio, pena l'inammissibilità della domanda. Le domande inviate anzitempo non saranno prese in considerazione.

Le domande potranno essere **presentate dal 16 GIUGNO 2014 AL 31 LUGLIO 2014**.

La Camera di Commercio di Ferrara si riserva la possibilità di decretare con provvedimento dirigenziale la chiusura anticipata del bando nel caso di esaurimento dei posti messi a disposizione. La notizia relativa al provvedimento di chiusura anticipata per la presentazione delle domande sarà pubblicata sul sito istituzionale della Camera di Commercio di Ferrara e avrà valore di comunicazione ed informativa a tutti gli effetti.

#### **Articolo 3**

Le strutture alberghiere ammesse alla selezione verranno visitate, senza preavviso, da esperti incaricati a tal fine, che compileranno una scheda di valutazione basata sugli elementi che seguono:

##### **1. Accesso e posizione – Look e facciata esterna**

- a) L'albergo dispone di un sito web, con prezzi chiari e trasparenti, foto veritiere delle camere e delle strutture comuni, informazioni utili al raggiungimento della struttura, sul servizio offerto e sul territorio.
- b) L'albergo fornisce le indicazioni necessarie alla localizzazione.
- c) L'albergo mette a disposizione materiale pubblicitario veritiero ed aggiornato.
- d) L'albergo è inserito in un ambiente ben mantenuto, garantendo un'illuminazione esterna rassicurante, un'adeguata cura della facciata esterna e dell'ingresso e mantiene, ove esistenti le aree verdi in buone condizioni.
- e) L'albergo che non si trova nelle immediate vicinanze delle zone di interesse ne facilita comunque l'accesso (navette, indicazioni per l'acquisto di biglietti, convenzioni, etc).

##### **2. Parcheggio**

- a) L'albergo assicura la possibilità di parcheggio delle auto per i propri clienti (es. convenzioni).
- b) Il parcheggio è facilmente accessibile ed eventualmente custodito.
- c) Il parcheggio è adeguato al numero delle camere e commisurato alla tipologia della clientela.
- d) Il parcheggio è illuminato, asfaltato e con posti delimitati.

##### **3. Reception**

- a) La reception dell'albergo è ben visibile, pulita, ordinata, ben mantenuta e presenta informazioni relative alla struttura (segnaletica interna direzionale, orari, menù ristorante, altri servizi complementari).
- b) Il personale della reception è professionale e facilmente identificabile, competente, cortese e con conoscenze linguistiche adeguate alla tipologia di ospiti dell'albergo.

Per gli hotel 4 e 5\* viene valutata la presenza del badge con nome e lingue parlate.

- c) L'albergo rende disponibili informazioni turistiche e/o logistiche relativamente ai siti d'interesse presenti nella località in cui è situato.
- d) L'albergo prevede per l'ospite la possibilità di usufruire di servizi di segreteria (fax, fotocopiatrice, postazione informatica con stampante, collegamento internet).
- e) Il personale gestisce le comunicazioni con la clientela (telefoniche o scritte) in maniera professionale cortese, chiara, tempestiva ed efficace.
- f) Il personale dell'albergo gestisce i reclami provenienti dagli ospiti anche mettendo a disposizione un modulo per facilitarne la formulazione. L'albergo trasmette ad ISNART, su richiesta, eventuali reclami e conserva le relative registrazioni per almeno 2 anni.
- g) L'albergo offre un servizio di facchinaggio fin dall'esterno.
- h) L'albergo definisce un meccanismo di controllo documentato e programmato sull'approccio del personale nei confronti dei clienti.

#### 4. Hall e aree comuni

- a) La hall e le aree comuni sono di dimensioni adeguate, pulite, ordinate e ben mantenute.
- b) Gli ascensori dell'albergo sono in numero e dimensioni adeguate alla struttura e alla sua capacità ricettiva.
- c) L'albergo ha cura di fornire agli ospiti attenzioni particolari (quotidiani, periodici, wi-fi, etc).
- d) L'albergo prevede servizi igienici per gli ambienti comuni, puliti, ben mantenuti e adeguati alla struttura.
- e) I corridoi sono curati, puliti, illuminati e ben tenuti.
- f) Gli elementi di arredo della hall e delle aree comuni sono curati, adeguati alla categoria, proporzionati alla struttura ed hanno una particolare caratterizzazione.
- g) L'albergo prevede uno spazio espositivo con prodotti tipici locali e informazioni dettagliate su come reperirli agevolmente.

#### 5. Camera

- a) Le caratteristiche delle camere sono tali da garantire:
  - 1. porte di accesso sicure e insonorizzate;
  - 2. dimensioni adeguate;
  - 3. i punti luce e di accensione opportunamente individuabili e distribuiti;
  - 4. buon livello di insonorizzazione e oscuramento;
  - 5. buon livello di pulizia e assenza di odori;
  - 6. buon livello di manutenzione e tenuta camera;
  - 7. biancheria da letto pulita, coordinata e in buono stato di qualità;
  - 8. corretto funzionamento di tutti gli impianti (elettrici, termici, di condizionamento o climatizzazione, telefonici, televisivi).
- b) L'albergo definisce le modalità per la cura e la manutenzione degli arredi, degli impianti e delle attrezzature delle camere che sono in ottimo stato.
- c) Le camere offrono servizi che possono rendere maggiormente confortevole il soggiorno, quali: cuscini e coperte di riserva incellophanati, appendiabiti, servizio di cortesia (cesto frutta, cioccolatini, caramelle, pantofole, ecc.), cestino pattumiera, ripiano portabagagli, minibar rifornito, cartellina con room directory, kit appunti, connessione wi-fi, Tv satellitare, set cucito, set scarpe, specchio a figura intera. Per i 5\* si prevede la valutazione di menu cuscini, vanity set, piano ergonomico per utilizzo laptop, attrezzi wellness, multi prese, asse da stiro.
- d) Le camere presentano indicazioni sui prezzi e sulle norme di sicurezza.
- e) L'albergo offre servizi di sicurezza (cassaforte), di lavanderia, un cambio lenzuola soddisfacente in relazione

alla categoria dell'albergo (salvo specifica indicazione del cliente) e definisce delle modalità per misurare la soddisfazione degli ospiti. Per gli hotel 5\* viene valutato il servizio di pulizia scarpe.

- f) Le camere offrono un televisore di dimensioni adeguate e con servizi televisivi aggiuntivi.
- g) L'albergo offre camere dotate di sistemi anallergici e distingue le camere per fumatori e non fumatori.

#### 6. Bagno

- a) Le caratteristiche dei bagni delle camere sono tali da garantire:
  - 1. dimensioni adeguate del bagno, dei sanitari e degli accessori (specchiera, mensola sufficientemente spaziosa);
  - 2. punti luce e di accensione opportunamente individuabili e distribuiti;
  - 3. buon livello di pulizia e assenza di odori;
  - 4. doccia o vasca protette in modo da evitare la fuoriuscita di acqua e in buono stato di manutenzione;
  - 5. biancheria pulita e in buono stato di qualità;
  - 6. aerazione e aspirazione efficaci e silenziose;
  - 7. corretto funzionamento degli impianti elettrici, idraulici, termici.
- b) I bagni sono dotati, in funzione della categoria, di accessori quali ad esempio tappetino, cestino, ganci appendini, servizio di cortesia (spazzolino, dentifricio, ecc.), striscia igienica WC, sacchetti per l'igiene femminile, asciugacapelli. Per i 5\* si prevede la valutazione di specchio d'ingrandimento, kit pronto soccorso, kleenex, vasca o doccia idromassaggio, sauna e /o bagno turco, fasciatoio, kit vanity con profumo, dopobarba e accappatoio.
- c) L'albergo garantisce il cambio della biancheria giornalmente, salvo specifica indicazione dell'ospite. Per gli hotel 4 e 5\* viene valutato anche il servizio couverture.
- d) L'albergo definisce modalità per la cura e la manutenzione dei sanitari e degli accessori presenti nel bagno.
- e) L'arredo del bagno è in buono stato e presenta preferenzialmente elementi particolari/caratteristici.

#### 7. Bar e Ristorante

- a) L'albergo dispone di una struttura bar o comunque assicura il servizio bar.
- b) Il bar è collocato in una posizione facilmente accessibile e ben indicata, è dotato di arredamenti in buono stato e di qualità, è ben illuminato e climatizzato.
- c) Il bar risulta curato, ben pulito ed offre un servizio snack.
- d) Il personale del bar è professionale, competente e cortese, ha un abbigliamento identificabile e conoscenze linguistiche.
- e) I prezzi delle consumazioni sono disponibili agli ospiti.
- f) L'albergo che dispone di uno o più ristoranti interni, garantisce che siano dotati di arredi ben tenuti, ben illuminati, climatizzati e puliti.
- g) L'albergo garantisce l'apertura del ristorante sia a pranzo che a cena con orario flessibile ed ha un numero di coperti adeguato al numero delle camere. Per gli hotel 4 e 5\* viene valutata anche la scelta di menù nazionali e internazionali, oltre a quelli per celiaci o adatti alle moderne tendenze (ipocalorici, detox, etc), e la scelta dei vini. Menù e carta dei vini in lingua.
- h) Il personale del ristorante ha un abbigliamento identificabile, aspetto curato e professionale.

- i) La posateria e il vasellame si presentano puliti e di buona qualità.
- j) Il ristorante offre una buona scelta di cibi e vini ed il menù è scritto in un numero di lingue adeguato alla tipologia di clientela.
- k) La struttura fornisce indicazioni su ristoranti tipici o eccellenze gastronomiche locali.
- l) L'albergo offre un servizio di room service in orari flessibili e coerenti con gli orari del/dei ristorante/i.

#### 8. Prima colazione

- a) Il locale destinato alla prima colazione è collocato in una posizione facilmente accessibile, dotato di arredi ben tenuti, ben illuminato e ben climatizzato in maniera da creare un'atmosfera piacevole.
- b) L'albergo garantisce un orario della prima colazione flessibile, che viene adeguatamente comunicato alla clientela.
- c) L'albergo offre colazione continentale e/o intercontinentale, servita o a buffet, con prodotti freschi e di stagione, calda e fredda. Per gli hotel 4 e 5\* viene valutata anche la presenza di prodotti per celiaci, colazioni ipocaloriche, detox, macrobiotiche.
- d) Il personale è professionale, competente, cortese, ha un abbigliamento identificabile e conoscenze linguistiche.
- e) Posateria vasellame e mise en place sono puliti e di buona qualità.
- f) L'albergo offre servizio di room service per la colazione.

#### 9. Offerta ricreativa/Offerta congressuale

- a) L'albergo, attraverso strutture proprie e/o in convenzione, offre servizi ricreativi (sale giochi, biliardo, piscina, centro benessere, palestra, etc.) in relazione alla sua localizzazione, alla tipologia e alle esigenze della clientela.
- b) Il personale impiegato per le attività ricreative è cortese, professionale, competente, con conoscenze linguistiche ed in numero sufficiente alle attività offerte.
- c) L'albergo offre attrezzature ben tenute e di qualità adeguata alla categoria.
- d) L'albergo fornisce informazioni chiare e puntuali sugli orari e sulla sicurezza delle attività ricreative.
- e) I locali destinati ad ospitare riunioni e/o congressi assicurano aree di ospitalità e welcome desk in ambienti ben tenuti, puliti e curati. Le sale riunioni sono modulari e dotate delle necessarie attrezzature (pc, wi-fi, microfoni, amplificatori, video proiettori, schermi per la proiezione). Hanno arredi, impianti di climatizzazione e di illuminazione ben tenuti, funzionanti e rispondenti alla corretta funzionalità dei dispositivi di sicurezza.
- f) L'albergo offre servizi complementari (segreteria, guardaroba, post-congress, coffe break, check in/out riservati, etc) ai propri ospiti. Per gli hotel a 4 e 5\* vengono offerti: materiale di cancelleria, traduttore simultaneo, dispositivi per web/video/ call conference, transfer o servizio NCC per gli ospiti, segreteria per business point.

#### 10. Approccio ecocompatibile

L'approccio eco-compatibile viene valutato seguendo dei criteri base del marchio Ecolabel Europeo, pertanto sarà posta l'attenzione sulla:

- a) limitazione al consumo delle risorse naturali (consumi energetici ed idrici);
- b) riduzione della produzione di rifiuti (raccolta differenziata);
- c) promozione di comportamenti e scelte per acquisti eco-compatibili;
- d) formazione e sensibilizzazione sui temi dell'ambiente al personale;

- e) informazioni agli ospiti su comportamenti sostenibili.

#### Articolo 4

Un'apposita Commissione, nominata con determinazione del Segretario Generale sulla base delle designazioni pervenute da parte degli Enti e Associazioni di appartenenza e composta da un rappresentante della Camera di Commercio, un rappresentante della Provincia di Ferrara, un rappresentante delle Associazioni dei consumatori, cinque rappresentanti delle Associazioni degli imprenditori turistico-alberghieri e un rappresentante di Isnart, provvederà a:

- coordinare i lavori degli esperti di cui all'art. 3;
- predisporre la graduatoria al termine dell'esame delle schede di valutazione compilate a seguito delle visite di cui al medesimo art. 3.

Il punteggio minimo per l'assegnazione del marchio è in relazione alla categoria dell'albergo, come di seguito evidenziato, e ne sarà data notizia agli assegnatari. I punteggi richiesti sono i seguenti:

- 2 stelle dovranno raggiungere il punteggio minimo di 130/200;
- 3 stelle dovranno raggiungere il punteggio minimo di 150/200;
- 4 stelle dovranno raggiungere il punteggio minimo di 155/200;
- 5 stelle dovranno raggiungere il punteggio minimo di 160/200;
- 5 stelle L dovranno raggiungere il punteggio minimo di 165/200.

Non saranno resi noti i nomi delle strutture alberghiere che verranno escluse dalla certificazione.

#### Articolo 5

La Camera di Commercio e la Provincia provvederanno a consegnare l'attestazione relativa al conseguimento del marchio nel corso di un'apposita cerimonia.

#### Articolo 6

Il riconoscimento del marchio potrà essere revocato, con conseguente impossibilità da parte dell'impresa di fregiarsene in qualsiasi iniziativa di carattere promozionale o pubblicitario, qualora, in sede di verifiche periodiche operate dagli esperti di cui sopra, venissero meno i requisiti necessari per il mantenimento del marchio.

#### Articolo 7

Sarà cura della Camera di Commercio e della Provincia provvedere alla consegna delle vetrofanie e di tutto quanto potrà adeguatamente segnalare il marchio. Inoltre, già dal 2010 la diffusione e la promozione del marchio a favore degli operatori che ne sono titolari avverrà, oltre che tramite la presenza sul sito internet dedicato ([www.10q.it](http://www.10q.it)), anche attraverso iPhone e iPod touch.

Scaricando gratuitamente l'applicativo dal sito Apple Store all'indirizzo <http://itunes.apple.com/it/app/id354676275?mt=8> si potranno infatti ottenere direttamente sul cellulare tutte le informazioni utili, quali fotografie, prezzo, servizi offerti e mappa per raggiungere la struttura turistica. Questo strumento permetterà di raggiungere non solo la clientela italiana, ma anche quella straniera, che grazie al GPS integrato riceverà le informazioni direttamente in inglese. Isnart prevede di offrire questo servizio anche in altre lingue.

#### Articolo 8

Il presente bando sarà pubblicato sui siti Internet della Camera di Commercio ([www.fe.camcom.it](http://www.fe.camcom.it)), della Provincia di Ferrara ([www.provincia.fe.it](http://www.provincia.fe.it)) e sul Forum del Turismo della provincia di Ferrara ([www.ferraraforum.com](http://www.ferraraforum.com)).

Le imprese alberghiere interessate potranno richiedere ulteriori informazioni all'Ufficio Marketing del Territorio, Innovazione e

Qualità della Camera di Commercio di Ferrara (tel. 0532/783.821-820-813; e-mail: [promozione@fe.camcom.it](mailto:promozione@fe.camcom.it)).