

Bando di selezione per l'assegnazione del Marchio Ospitalità Italiana Campeggi - anno 2013

Allegato 4) alla deliberazione della Giunta camerale n. 48 del 7 maggio 2013

BANDO APERTO DAL 27 MAGGIO 2013 AL 20 LUGLIO 2013

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 2013, 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, qui di seguito precisati, di un marchio Campeggi, ossia di un elemento distintivo "a garanzia della qualità del servizio di campeggio". Tale marchio non sostituisce la classificazione, ma vi si affianca quale ulteriore elemento distintivo.

Articolo 2

Sono ammesse alla selezione per l'assegnazione del marchio le imprese di campeggio operanti nella provincia di Ferrara, iscritte nel Registro Imprese e in regola con il pagamento del diritto annuale (la Camera di Commercio provvederà per le relative verifiche).

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, www.provincia.fe.it e 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 soltanto secondo una delle seguenti modalità:

- **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 Campeggi*"; 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

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 27 MAGGIO 2013 AL 20 LUGLIO 2013**.

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

I campeggi ammessi alla selezione verranno visitati, senza preavviso, da esperti incaricati a tal fine, che compileranno una scheda di valutazione basata sui seguenti elementi:

1 – Accesso e posizione

- a) Il Campeggio dispone di un sito web, con prezzi chiari e trasparenti, foto veritiere, informazioni utili al raggiungimento della struttura, sul servizio offerto e sul territorio.
- b) Il Campeggio è segnalato da insegne sulle vie d'accesso, queste sono ben posizionate e visibili anche di notte.
- c) L'ambiente in cui è inserito il Campeggio è gradevole e curato.
- d) Tutte le informazioni pubblicitarie sono veritiere e trovano riscontro nella struttura.
- e) Le aree esterne sono pulite, curate e in perfetto ordine.
- f) Il Campeggio è ben illuminato.

2 – Parcheggio

- a) Il Campeggio mette a disposizione degli ospiti posti auto in parcheggio privato lontano dalle piazzole. Se si parcheggia accanto alla piazzola si raccomanda che lo spazio auto sia fisicamente diviso.
- b) L'accesso al parcheggio è ben segnalato e facile da raggiungere, e allo stesso tempo non deturpa l'ambiente.
- c) Il parcheggio è ben illuminato e protetto adeguatamente.

3 - Accoglienza / Personale

- a) All'arrivo gli ospiti vengono accolti dal personale.
- b) Chi è preposto all'accoglienza parla almeno le lingue della clientela principale.
- c) Gli ospiti sono accompagnati nelle rispettive unità abitative.
- d) È presente un'area per la sosta temporanea e per le operazioni di check in/out.
- e) Sono a disposizione dell'ospite informazioni turistiche relative al territorio e informazioni relative ai servizi di prima necessità (in due lingue).
- f) Il campeggio è assicurato contro gli eventuali infortuni dei suoi ospiti.

4 - Aree comuni

- a) I passaggi di accesso alle unità abitative sono ampi ed accessibili.
- b) Gli accessi ai telefoni pubblici, bar e spacci alimentari sono ben segnalati.
- c) Presenza di un servizio assicurato (cassaforte) e cassetta pronto soccorso.

5 - Unità abitative

- a) L'appartamento/bungalow non presenta odori ed è climatizzato.
- b) La pulizia è totale.
- c) Le dotazioni della cucina e delle camere sono ben funzionanti.
- d) Alla porta è affissa una scheda con le norme di sicurezza.
- e) Il letto ha dimensioni e struttura tali da permettere un adeguato riposo.
- f) Nella camera, inoltre, sono presenti un cestino per rifiuti, un mobile per appoggiare il bagaglio e scheda di customer satisfaction.
- g) L'appartamento/ bungalow dispone di strumenti repellenti per gli insetti.
- h) Le piazzole sono delimitate, funzionanti e in buono stato.

6 - Toilette / lavanderie

- a) Il bagno ha dimensioni proporzionate al numero degli ospiti.
- b) Sono presenti sapone e sistema di asciugatura automatici, un cestino pattumiera, ganci e appendini a muro e forniture igieniche
- c) I getti d'acqua sono sufficientemente potenti.
- d) È consigliabile un sistema di igienizzazione automatico.

7 - Servizio ristoro

- a) La sala ristorante è accogliente.
- b) Il personale è cordiale e sorridente.
- c) Posateria, vasellame e mise en place sono gradevoli e richiamano lo stile del Campeggio e del territorio.
- d) Esiste un'area fumatori con un adeguato sistema di aerazione.

8 - Attività sportive

- a) Gli ospiti vengono opportunamente informati sulle iniziative offerte dalla struttura, quali piscina, equitazione, tiro con l'arco, escursioni, luoghi dove fare jogging, etc.
- b) I servizi erogati sono funzionali e con personale competente.

9 - Attività ricreative

- a) Tutte le strutture per l'offerta ricreativa sono ben tenute, curate e pulite.
- b) Il Campeggio è assicurato per eventuali infortuni degli ospiti.
- c) Servizio di pagamento con carta credito.

10 - Approccio eco-compatibile

Il Campeggio che intenda seguire un approccio eco-compatibile dimostrerà particolare attenzione alle problematiche relative ai seguenti aspetti ambientali:

- 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.

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 turistici 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 marchio sarà assegnato a tutte le strutture che conseguiranno un punteggio minimo di 150/200 e ne sarà data notizia agli

assegnatari. Non saranno resi noti i nomi delle strutture 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), 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), della Provincia di Ferrara (www.provincia.fe.it) e sul Forum del Turismo della provincia di Ferrara (www.ferraraforum.com).

I camping interessati 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).