

OSPITALITÀ ITALIANA

**UN'OPPORTUNITA' PER LE IMPRESE,
UN VALORE AGGIUNTO PER LE DESTINAZIONI TURISTICHE**

Cuneo, 14 settembre 2022



ISNART

L'osservazione della domanda: un nuovo mercato = nuovi clienti = nuovi approcci



Sempre più giovane

Entro il 2040 **Millennials** e **Generazione Z** rappresenteranno la quota maggiore della popolazione mondiale con 2,3 e 2,6 miliardi di individui rispettivamente. (Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, Ismart-Unioncamere 2021)

Phigital

Con una tendenza generale che si sta spostando verso servizi digitali e innovativi - in particolare mobile - ci sarà un **allontanamento dalle esperienze tradizionali** e verso **esperienze più personalizzate**, ibridando la dimensione fisica con quella digitale.

Residente, più che temporaneo

Il fenomeno del **city quitting** e del **nomadismo digitale** con lo smart working che prenderà sempre più piede, porterà i turisti a poter scegliere località per trasferirsi temporaneamente in località che dovranno attrezzarsi a ricevere residenti multi-provenienza e multi-culturali.

Sempre più attento allo stare bene e alla sicurezza

23% considerano la sicurezza come terzo fattore di scelta di una destinazione

(Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, Ismart-Unioncamere 2021)

Sarà necessario un **livello significativo di mutazione nell'approccio da parte delle aziende** per poter incrociare il cambiamento dei comportamenti e delle esigenze dei consumatori post Covid che chiederanno **maggiore qualità e sicurezza, servizi di supporto attorno alle esperienze** e alla sostenibilità, accessibilità alla dimensione identitaria del territorio in cui si è scelto di fare vacanza.

L'osservazione dell'offerta: cosa serve alle imprese

- individuare i **vincoli** che le persone – i titolari d'impresa e/o i loro collaboratori nei diversi ruoli - riscontrano **nella realizzazione della propria mission**
- trovare **leve adeguate** attraverso cui **rafforzare le proprie capacità** per superare le cause delle loro fragilità, nel far fronte ai cambiamenti continui del proprio contesto di riferimento, come il mercato, ad esempio

Il rafforzamento delle capacità è sempre più percepito come un elemento essenziale dello sviluppo sostenibile delle aziende improntate sulle persone



La richiesta di qualità accreditata

Le imprese con un sistema certificato registrano un significativo aumento del fatturato rispetto alle aziende non certificate.

Oggi le aziende sono soggette ad un **più alto e consapevole livello di controllo** da parte di tutti i loro stakeholder di mercato.

La **richiesta di trasparenza** riguardo l'impronta che si lascia **sull'ambiente**, la gestione della struttura in **sicurezza** e il **miglioramento continuo della qualità** sono alcune delle richieste che le aziende devono affrontare in tutto il mondo.

Nei sistemi turistici **le certificazioni volontarie** conseguite consentono alle imprese di contribuire in modo importante nel dare omogeneità alla promessa di **qualità della destinazione turistica** in cui sono insediate.



La **certificazione accreditata** di sistemi aziendali (per la qualità, la sostenibilità, la sicurezza sul lavoro, ecc.), può contribuire in modo determinante **a far crescere il fatturato delle imprese dal 2% al 18%**, in funzione del settore di appartenenza e dello standard tecnico adottato.

Accreditamento e certificazioni.
Valore economico e benefici sociali,
Osservatorio Accredia 2021

Ospitalità italiana, finora

Iniziativa di sistema delle Camere di Commercio che dal 1997 garantisce al consumatore **standard qualitativi** sulle imprese ricettive e ristorative certificate (alberghi, ristoranti, agriturismi, campeggi, stabilimenti balneari ecc.). Gli standard vengono declinati in requisiti, individuati attraverso il **lavoro di Commissioni Nazionali**, istituite ad hoc, a cui sono invitate anche le maggiori associazioni di categoria per ciascuna tipologia di impresa turistica.

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

Al consumatore

Avere garanzia riguardo gli standard qualitativi delle **6.500 aziende ricettive e ristorative certificate** (alberghi, ristoranti, agriturismi, campeggi, stabilimenti balneari ecc.)



Alle imprese del comparto

- **Crescita** cultural-imprenditoriale
- **Strategia competitiva**
- Servizio percepito come *“unico”*, **“qualitativamente adeguato”**
- Posizione difendibile sul mercato e in grado di poter contare su una domanda fidelizzata



Ospitalità italiana, dal marchio al RATING

Un'evoluzione necessaria

1997

Serve superare la disomogeneità delle classificazioni:

NASCE OSPITALITA' ITALIANA

Iniziativa di sistema delle Camere di Commercio per garantire **standard qualitativi** delle imprese ricettive e ristorative certificate (alberghi, ristoranti, agriturismi, campeggi, stabilimenti balneari ecc.).

2020-21

CRESCE LA RICHIESTA DI TRASPARENZA NEL MERCATO TURISTICO - IL FACT CHECKING

Nascono percorsi per accompagnare celermente le imprese a testimoniare in modo trasparente e innovativo la **QUALITÀ DELLA PROPOSTA COMMERCIALE** ma anche la **SICUREZZA GARANTITA** e la propria **SOSTENIBILITÀ GREEN**

2014

SI AFFERMA IL WEB 4.0

Nasce il mercato fatto anche dai *prosumer*: il consumatore, il cliente diventa produttore di contenuti e quindi parte della «catena promozionale» delle imprese. Il cliente diventa più giovane, più esigente



Ospitalità italiana vara il proprio rating



Nel 2020 **ISNART**, assieme ad **Unioncamere** nazionale, ha lavorato allo sviluppo di percorsi di valorizzazione delle filiere e delle identità territoriali in Italia, processo che ha portato all'upgrade di Ospitalità Italiana verso un nuovo sistema di certificazione basato su un rating dedicato, un **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**.

Il sistema di rating supporta alle aziende a:

- «leggere» la propria offerta con oculatezza e con gli *occhi del mercato*
- comprendere su quali elementi intervenire per potenziarla e quale percorso adottare per migliorare (**classi di merito**)
- comunicare agli altri soggetti – clienti ma anche istituzioni e fornitori - la capacità dell'impresa di essere performante nella propria organizzazione e nell'offerta verso il mercato.

Aree di valutazione del rating

QUALITA' DEL SERVIZIO



Il **rating** 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.

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

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

PROMOZIONE DEL TERRITORIO



Il **rating** 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 guide e pubblicazioni riguardanti il territorio.

- **Impatto economico della spesa turistica, al 1° posto la spesa agrolimentare dei turisti «Made in Italy» pari a 12.789.151.000 euro (dati 2019)**
- **Giudizio medio sul soggiorno – al 2° posto «La qualità del mangiare e del bere»**

Aree di valutazione del rating

IDENTITÀ



Il rating verifica la coerenza tra l'offerta dichiarata dalla struttura (sul proprio sito web, negli strumenti promozionali, sui social...) con l'offerta realmente fruita dalla clientela.

Fa un focus sullo stile e sull'identità dell'arredo, sugli elementi di decoro, sulla proposta enogastronomica caratteristica.

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

NOTORIETÀ



Raccoglie i riconoscimenti che la struttura ha ottenuto dai social e dalle guide per 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.

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**

Il senso del rating

- Classi di merito = **miglioramento continuo** per l'azienda e quindi proporsi nel tempo livelli di crescita proporzionati alle proprie caratteristiche intrinseche
- **Coerenza con altri marchi già esistenti**, di modo che un'impresa abbia la possibilità di "impiegare" efficacemente il percorso in più direzioni, candidandosi in prospettiva anche per altri marchi,
- **Qualificazione delle risorse umane** > ripercussioni positive su quei processi che portano il servizio fino al cliente e su gestione e organizzazione = procedure per attivare una **sensibilità interna all'azienda**
- Focus sulle **diverse fasi dell'accoglienza**, in modo da garantire al cliente (a maggior ragione se target caratterizzato da peculiari interessi culturali, naturalistici, gastronomici ecc.) una sensazione di efficienza, comfort, atmosfera. **Il fine ultimo è differenziare il consorzio/l'impresa sui mercati e a fidelizzare il cliente**
- **Incentivare la capacità di autovalutazione** tramite i quali gli imprenditori possano tenere monitorato il proprio operato con verifiche dei successivi miglioramenti anche in ottica di "manutenzione" conoscitiva
- **Sistema multisettoriale**, 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.



Alcuni punti di forza del rating

E' garanzia di:

- **qualità del servizio** della struttura (miglioramento continuo per l'impresa)
- **professionalità del personale**, dello chef, ecc.
- uso di **ricette locali** e di **prodotti locali** o originali
- **coerenza** tra la promessa e la proposta commerciale per rafforzare la fidelizzazione dell'utenza
- punteggio medio delle **recensioni sui social** media/OTA di settore (Tripadvisor, booking etc.) a garanzia di qualità consolidata da comunicata in modo sintetico agli utenti
- **ecosostenibilità** (risparmio energetico, idrico, ecc.)
- **promozione del territorio** (potenziali partecipanti a circuiti promozionali).






La scala del rating

le classi di merito e il modello di valutazione delle imprese cuneesi

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**



Il plus viene assegnato all'azienda che merita «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.



ISNART

I punteggi vanno intesi in termini %

Come si articola il percorso

1

Bando per il reclutamento delle imprese interessate – luglio 2022

2

Seminario di **presentazione** alle imprese – oggi 14 settembre

3

Audit con le imprese per le verifiche e per accompagnarle nel migliorare le proprie performance rispetto alle 4 aree del rating

4

Attribuzione dei punteggi conseguiti sulle 4 aree del rating

5

Validazione da parte della commissione camerale

6

Consegna del certificato con il Rating conseguito dalle imprese che hanno ottenuto il punteggio adeguato

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.



Ospitalità Italiana: il disciplinare per le produzioni aperte e le aziende commercialmente turisticamente attive

Il disciplinare si applica:



- alle **aziende di produzione enologica e agroalimentare** quali le cantine nella produzione vitivinicola, ma anche birrifici, caseifici, frantoi, salumifici, etc. che vendono direttamente in azienda i loro prodotti o tramite punti vendita dedicati
- **alle aziende di produzione del Made in Italy** che, a livello locale, vendono direttamente in azienda i loro prodotti o tramite punti vendita dedicati;
- ai **negozi** che vendono **prodotti tipici alimentari, enoteche** e alle **botteghe dell'artigianato locale**;
- alle strutture che puntano sulla **qualità del servizio di accoglienza, sulla territorialità dei prodotti forniti e sulla capacità di rappresentare, promuovere e raccontare il territorio**, e che **organizzano attività di turismo esperienziale per la clientela.**



Le opportunità del rating: più livelli

1 Livello locale

- Opportunità offerta dalla Camera di commercio di partecipare ad un percorso qualificante *l'attività turistica d'impresa*
- Al superamento dell'audit previsto, l'impresa aderente riceve un certificato, la targa e il social media kit
- Potenziamento della cultura d'impresa attraverso sistemi di capacity building



per le imprese amiche dell'ambiente
la promozione si colora di **verde**



Le opportunità del rating: 3 livelli

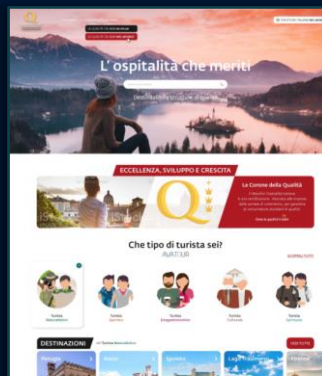
2

Livello nazionale

Attraverso il marchio **Ospitalità Italiana** l'impresa entra in un **network nazionale** che apre la porta a interessanti possibilità:



Eventi e seminari



Sito web e campagne promozionali

3

Livello internazionale



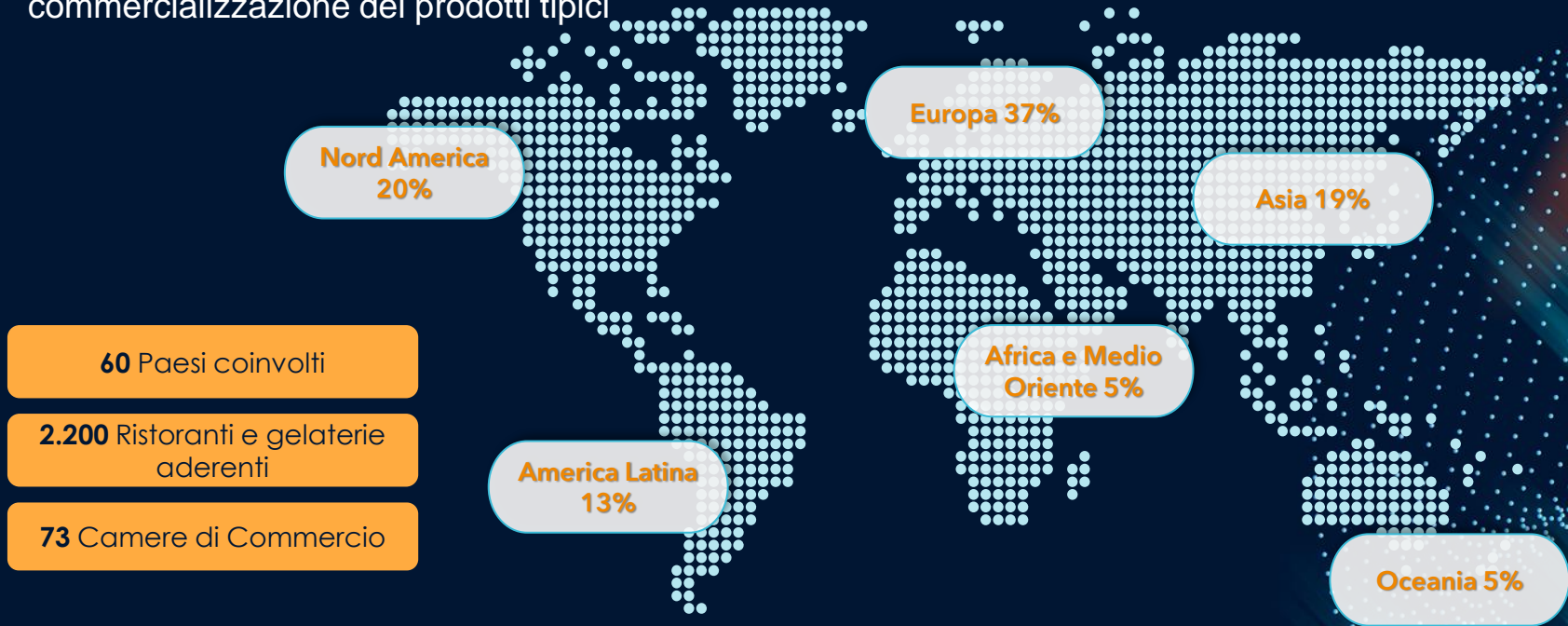
Con **Ospitalità Italiana nel Mondo** si apre, per l'impresa, la possibilità di confrontarsi con le aziende estere a marchio *Ospitalità Italiana*: una interessante opportunità, specie per **le attività produttive e commerciali tipiche**, per far crescere il proprio business e creare proficui scambi commerciali.



ISNART

Ospitalità italiana nel mondo

Un grande possibile market place internazionale per le imprese delle produzioni e della commercializzazione dei prodotti tipici



60 Paesi coinvolti

2.200 Ristoranti e gelaterie aderenti

73 Camere di Commercio



Ospitalità italiana, un hub di possibilità per le imprese del turismo



OSPITALITÀ ITALIANA -
CAPACITY BUILDING
PROGRAMME



5 ragioni per le imprese

01

Fiducia

Essere una impresa «accreditata» è un modo di ispirare fiducia nei clienti, gli studi di marketing rilevano un incremento indiscutibile di fatturato delle aziende con accreditamenti per la qualità o scelte di sostenibilità, accessibilità, ecc.

02

Tipicità

In un mercato sempre più vasto, interconnesso, la tipicità acclarata da un riconoscimento che valuta prodotto, procedimenti, professionalità, è un modo per uscire dal "brusio indistinto" di offerte sempre più simili tra loro.

03

Comunicazione

Per una impresa che si candida a ricevere il marchio Ospitalità Italiana, la comunicazione, nei suoi molteplici aspetti, è coerente con il prodotto, le sue origini e anche, a rinforzo del messaggio, con riferimenti all'Italia in generale.

04

Mercato

Avere una identità riconoscibile e definita, comunicarla in maniera organica e coerente, contribuisce a valorizzare la bontà dell'offerta per intercettare una clientela consapevole, che sceglie valutando la qualità.

05

Business

Le imprese del network di Ospitalità Italiana nel Mondo, possono partecipare a iniziative organizzate per promuovere la rete degli aderenti e il Made in Italy.



Verso una destinazione turistica di qualità

Nella provincia di Cuneo, nel 2021-22, sono state **certificate 65** imprese con il rating Ospitalità Italiana di cui

- 18 Hotel
- 30 Ristoranti
- 8 Agriturismi
- 7 B&B
- 2 Rifugi

A luglio 2022 è stato pubblicato il bando per ulteriori 70 nuove imprese

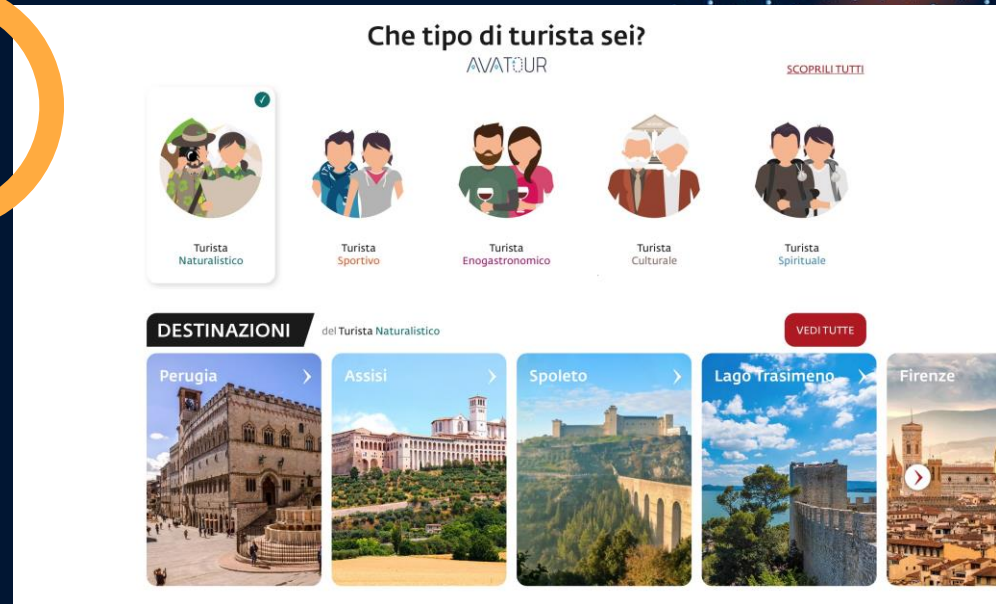


Verso una **destinazione turistica** che possa contare su imprese con codici comportamentali, valori, qualità e concetti identitari assimilabili



Promozione: il nuovo sito dell'Ospitalità Italiana

Le destinazioni: apripista per far incontrare richiesta dei turisti e offerta delle imprese



Promozione: il sito dell'Ospitalità Italiana on line nel 2023

DOVE DORMIRE Strutture suggerite per te Vedi tutto



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA

DOVE MANGIARE Strutture suggerite per te Vedi tutto



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA

TEMPO LIBERO Strutture suggerite per te Vedi tutto



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA



NOME HOTEL
★★★★ CE
Galleria della Romagna
★★★★

VISUALIZZA

**Le imprese certificate nel
portale Ospitalità Italiana**



ISNART

*: entro il 2022

GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE

ALESSANDRA ARCESE

*Area Qualificazione Imprese e Comunicazione
Coordinatrice*

www.isnart.it



Ospitalità Italiana



Isnart



@isnart_official



ISNART