

Ospitalità Italiana: un'opportunità di crescita per le imprese cuneesi

Ospitalità italiana

E' un'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.).

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 per le imprese.

Dott. Luciano Ippolito

Verifica qualità servizio sulla
base scheda con oltre 90
requisiti

Visite alle imprese per la
valutazione

Validazione da parte di una
commissione



Ospitalità italiana, storia ed evoluzioni

1997

Serve superare la disomogeneità delle classificazioni:

NASCE OSPITALITA' ITALIANA

2020

Cresce la richiesta di trasparenza nel mercato turistico - il fact checking

Nascono percorsi per accompagnare celermente le imprese a testimoniare la qualità della proposta commerciale

2014

SI AFFERMA IL WEB 4.0

Nasce il mercato fatto anche dai prosumer: il consumatore, il cliente diventano produttori di contenuti e diventano parte della «catena promozionale» delle imprese

Ospitalità italiana vara il proprio rating

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

È un sistema che permette di certificare l'affidabilità di un'azienda in modo indipendente, basato su una serie di criteri oggettivi.



Il rating è una valutazione di competenza e indipendenza in relazione ad alcuni criteri oggettivi.

Il Sistema delle Camere di Commercio e delle imprese della filiera uno strumento di certificazione di qualità Ospitalità Italiana per i clienti ma anche istituzioni, fornitori e partner dell'impresa di essere performante e affidabile verso il mercato.



Il rating è un servizio a disposizione delle imprese che integra la certificazione di qualità Ospitalità Italiana e la comunica agli altri soggetti – clienti, istituzioni, amministrazione - la capacità di essere performante e affidabile nella 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.

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 (Tripadvisor, 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).

La scala del rating di Ospitalità italiana



La classificazione delle imprese







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



®

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.

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

Alcune importanti novità

Kit per la comunicazione

Introduzione della valutazione KO

Identità

Le informazioni fornite attraverso sito web, e social presentano una **situazione distorta e non veritiera** in relazione alla tipologia, alla proposta erogata **KO**

Qualità del servizio

Le toilettes presentano **gravi carenze in termini di pulizia.** **KO**

Qualità del servizio

La sala presenta **gravi carenze in termini di manutenzione** **KO**

Qualità del servizio

Tavoli e sedie si presentano inadeguati per pulizia e manutenzione. Presenza di incrostazioni e sporcizia diffusa **KO**

Come si articola il percorso del rating

- 1 **Bando** per il reclutamento delle imprese interessate
- 2 Seminario di **presentazione** alle imprese
- 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
- 7 **Capacity building** per le imprese

Audit Ospitalità Italiana



L'audit Ospitalità Italiana non è una attività di verifica....



...ma un momento di riflessione

Audit Ospitalità Italiana – ...e se ci sono criticità

L'audit è un momento di acquisizione di consapevolezza attraverso una azione di misurazione terza, l'obiettivo non è **“aver ragione”** su un'altra persona che è venuta a valutarci



Occorre prendere atto delle considerazioni fatte dal valutatore e delle eventuali criticità riscontrate e porsi spunti per il miglioramento dei criteri non attesi per una crescita interna

Audit = Ascolto

Un'ispezione sistematica, documentata e indipendente che ha come scopo quello di verificare la conformità ai requisiti espressi



Disciplinari di certificazione

Differenti in base alle tipologie di struttura:

Hotel

Agriturismi

Ristoranti

.....country house.....rifugi alpini.....negozi tipici.....etc...

Disciplinari

Complesso di disposizioni che regolano l'esercizio di un'attività o le caratteristiche di un prodotto

Il disciplinare Ospitalità Italiana non regola (semplicemente) ma definisce le caratteristiche «ideali» che una struttura dovrebbe avere



Disciplinari - caratteristiche

Le caratteristiche espresse nei disciplinari si basano su quattro pilastri:

Qualità

Identità

Notorietà

Promozione del territorio

.....e diverse aree

Raggiungibilità ed aree esterne

Web

Parcheggio

Reception, accoglienza e servizi al
cliente

Aree comuni

Camere

Bagni

Produzioni proprie

.....in pesi e percentuali differenti.....

Disciplinari - scopo

Strumento di crescita ed accompagnamento delle imprese a soddisfare i requisiti espressi, ma soprattutto quelli non espressi, dei propri «portatori di interessi»

Clienti



Dipendenti

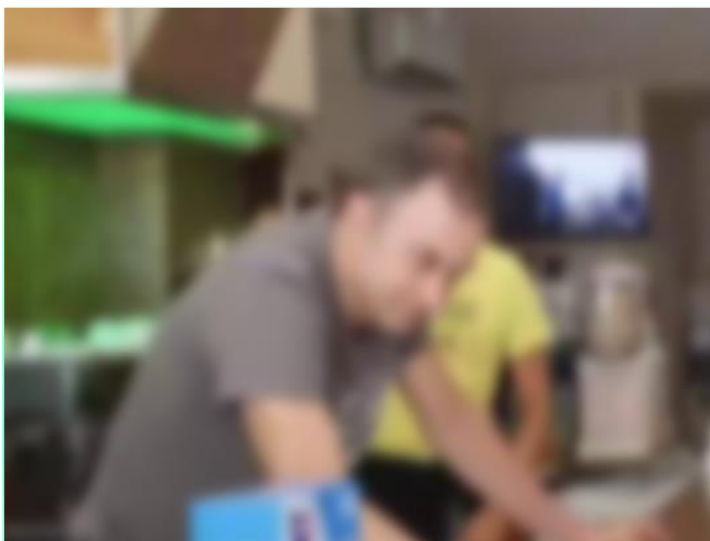


Società



Requisito abbigliamento del personale

Il personale indossa abbigliamento identificabile, differente in base ai ruoli e coerente con il locale.





Requisito abbigliamento del personale

Perché è importante la divisa

È un elemento distintivo dell'azienda in cui si lavora

Protegge gli indumenti personali dall'usura nell'espletare il proprio lavoro

Può essere di ausilio durante l'attività

Può rappresentare un efficace mezzo pubblicitario

Che sia una tuta, una maglietta, un completo elegante, essere vestiti tutti allo stesso modo crea un senso di squadra e aiuta i clienti a riconoscere subito un rappresentante dell'azienda

Requisito soddisfazione dei clienti

La struttura mette in atto misure per facilitare e sollecitare la valutazione da part e dei clienti (es. sistemi CRM, applicazioni, questionari cartacei, etc.) e i feedback sono regolarmente gestiti e archiviati.

Come valutereste il vostro grado di soddisfazione in merito a:

DOMANDE	RISPOSTE				
	Ottimo	Discreto	Sufficiente	Scarso	Molto scarso
Cortesìa e disponibilità del personale					
Servizio rapido e accurato					
Qualità del cibo					
Porzioni					
Pulizia del ristorante					
Pulizia della toilette					
Rapporto qualità/prezzo					
Con che frequenza visitate il nostro ristorante?	Una o più volte alla settimana	Una volta al mese	Raramente	È la prima volta	
Dimensione del gruppo	1 persona	2/3 persone	4/5 persone	Più di 5	

Come avete scoperto il nostro ristorante?

Che cambiamenti suggerireste?

Avete qualche suggerimento da proporre?



...vantaggi

- ✓ scoprire i bisogni latenti dei clienti;
- ✓ individuare gli errori commessi per correre immediatamente ai ripari;
- ✓ trarre idee, spunti e suggerimenti utili alla definizione di interventi sempre più efficaci;
- ✓ definire, in modo strategico, nuovi servizi o interventi di miglioramento
- ✓ strumento per 'acquisire' dati dei clienti

...svantaggi

- ✓ difficoltà nella compilazione;
- ✓ numero elevato di requisiti;
- ✓ scarso interesse o tempo da dedicare da parte dei clienti.

....e allora ?





La realizzazione di piccoli questionari puntuali può rappresentare un utile strumento di gestione e propensione al miglioramento che di indagine della soddisfazione dei clienti

Es.

- ✓ Domande mirate al comfort delle sedie
- ✓ Alla presentazione di un piatto
- ✓ Al livello di luminosità dei tavoli
- ✓ Alle dotazione dei bagni
- ✓

...con la consapevolezza di acquisire e gestire dati per eventuali azioni di promozione future



Requisiti relativi alla formazione

Il capo cuoco....il responsabile di sala.... ha frequentato la scuola alberghiera o percorso attinente al mondo della ristorazione di almeno 5 anni e si mantiene costantemente aggiornato. .

Tutto il personale addetto al servizio in sala viene costantemente aggiornato/formato, con cadenza almeno annuale, tramite corsi esterni o da personale interno debitamente formato/aggiornato. La formazione deve essere documentata

SCHEMA DEL PERSONALE

Scheda N°

COGNOME E NOME :

ASSUNTO IL :

MANSIONE:

TITOLO DI STUDIO:

ESPERIENZE LAVORATIVE: *(Vedi copia Libretto)*

CORSI E SPECIALIZZAZIONI CONSEGUITE *(Allegare eventuali copie di attestati):*

Data	Argomenti Trattati	Eseguito da	Durata
------	--------------------	-------------	--------

FORMAZIONE INTERNA RICEVUTA:

Requisiti relativi alle 'carte'

La carta dei vini è organizzata per tipo, origine, denominazione completa di acronimo DOC/IGP e similari, cantina, indicazione proposta al bicchiere/demi bouteille e ed eventuali rappresentazioni grafiche (es. cartine geografiche con evidenza o rigine vini



Vini Bianchi



**5 TERRE DOC
COOPERATIVA 5 TERRE**
Di colore giallo paglierino intenso con rapidi riflessi oro-verde, cristallino e di buona consistenza. Al naso presenta profumi decisi e persistenti, con netti sentori di fiori di campo, ginestra, miele e note più lievi di agrumi. In bocca è secco e caldo, con note fresche e sapide, finale lungo e persistente.

€ 1/2 €



**RIBOLLA GIALLA DOP
RODARO**
Vino fresco, di media struttura, di colore giallo paglierino scarico, tendente al dorato. Profumo delicato di mela cotogna. Al palato presenta sapore secco, acidulo.

€



**FIGATO R.L.P. DOC
CASCINA FEPU DEI MASSARETTI**
Di colore giallo paglierino, con riflessi verdolini, con profumi di ginestra e sentori di muschio e sottobosco. Sapore completo di stoffa larga e vellutata, persistente con carattere marcato.

€ 1/2 €



**"MA TEO" VERMENTINO
COLLI DI LUNI
EDOARDO PRIMO**
Di colore giallo paglierino, con riflessi dorati, gusto fresco, morbido, asciutto.

€ 1/2 €



**PINOT GRIGIO DOP
RODARO**
Vino elegante, persistente, piacevolmente asciutto. Di colore giallo leggermente dorato, con riflessi ramati. Al naso presenta sentori di melone maturo, pesca, albicocca, taglio e acacia.

€

Vini Bianchi



Figato RLP doc 2013 - Cascina Feipu dei Massaretti
Di colore giallo paglierino, con riflessi verdolini, con profumi di ginestra e sentori di muschio e sottobosco. Sapore completo di stoffa larga e vellutata, persistente con carattere marcato.

€



"Ma Teo" Vermentino Colli di Luni doc 2013 - Edoardo Primo
Di colore giallo paglierino, con riflessi dorati, gusto fresco, morbido, asciutto.

€



5 Terre doc 2013 - Coop. Agricoltura 5 Terre - Riomaggiore
Si presenta alla vista con un bel colore giallo paglierino intenso con rapidi riflessi oro-verde, cristallino e di buona consistenza. Al naso presenta profumi decisi e persistenti, di buona finezza ed eleganza con netti sentori di fiori di campo, ginestra, miele e note più lievi di agrumi. In bocca è secco e caldo, con note fresche e sapide in sostanziale equilibrio, finale lungo e persistente con buona rispondenza gusto-olfattiva.

€



Gewürztraminer doc 2013 - Erste & Neue
Al naso presenta un delicato sentore di rosa accompagnato da una nota speziata di cannella, il Gewürztraminer al palato esprime notevole struttura, buona vivacità e un'eccellente bevibilità.

€

Requisiti relativi alla 'carte'

La struttura mette a disposizione menu specifici nella lingua della clientela principale e in numero adeguato.

Il ristorante offre menu specifici (es. vegano e/o bio e/o gluten free e/o kosher e/o halal, etc.) e mette in atto misure idonee per la separazione spaziale e/o temporale dei prodotti, delle attrezzature e della preparazione dei piatti rispetto alla cucina standard



...non dimentichiamo gli allergeni.



Requisiti relativi alla 'carte'

I prodotti di eccellenza vengono ben evidenziati all'interno del menu attraverso una breve descrizione degli stessi (es. origine, caratteristiche, differenze rispetto ai prodotti convenzionali, certificazioni, etc.), nella descrizione dei piatti introduzione della denominazione di vendita seguita da eventuali acronimi quali DOP, IGP, presidio Slow Food, nome azienda produttrice, eventuali loghi/marchi delle aziende produttrici



Requisito sostenibilità ambientale

Nel disciplinare sono presenti anche alcuni requisiti definiti “green”, il cui soddisfacimento, consente alla struttura di acquisire il riconoscimento aggiuntivo di ristorante attento alle tematiche di sostenibilità ambientale

*La struttura monitora il consumo energetico,....idrico,.....forma i propri dipendenti.
Gli ospiti sono informati sulle tematiche ambientali in maniera documentata*



ECO PERFUME
your natural scent



ECO TOILET
your green wc



ECO SHOWER GEL
for natural skin



ECO TOOTH CARE
for healthy breath



ECO BATH
save water



ECO TOWEL
use organic material



ECO TOILET PAPER
from recycled material



ECO HAND WASH
use minimal



ECO SOAP
natural ingredients

Criticità....e come risolverle



CERTIFICATO N. EMS-6001/S
CERTIFICATE No.

SI CERTIFICA CHE IL SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE DI
IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM OF

POLIS 4 S.R.L.

CORSO NOVARA, 36 80143 Napoli (NA) ITALIA

NELLE SEGUENTI UNITÀ OPERATIVE / IN THE FOLLOWING OPERATIONAL UNITS

VIA DELLE REPUBBLICHE MARINARE, 7 80143 Napoli (NA) ITALIA

È CONFORME ALLA NORMA / IS IN COMPLIANCE WITH THE STANDARD
ISO 14001:2015

E AL REGOLAMENTO TECNICO ACCREDIA RT-09
PER I SEGUENTI CAMPI DI ATTIVITÀ / FOR THE FOLLOWING FIELD(S) OF ACTIVITIES

LOGISTICA E MOVIMENTAZIONE DI PRODOTTI PETROLIFERI

LOGISTICS AND HANDLING OF PETROLEUM PRODUCTS

L'uso e la validità del presente certificato sono soggetti al rispetto del documento RINA Regolamento per la Certificazione di Sistemi di Gestione Ambientale
The use and the validity of this certificate are subject to compliance with the RINA document: Rules for the Certification of Environmental Management Systems
La validità del presente certificato è subordinata a sorveglianza periodica annuale / semestrale ed al riesame completo del sistema di gestione con periodicità triennale
The validity of this certificate is dependent on an annual / six monthly audit and on a complete review, every three years, of the management system

Prima emissione First Issue	14.09.2015	Data decisione di rinnovo Renewal decision date	29.08.2018
Data scadenza Expiry Date	13.09.2021	Data revisione Revision date	29.08.2018

Antonio Paolella
Naples Management System
Certification Head

Antonio Paolella

RINA Services S.p.A.
Via Corsica 12 - 16128 Genova Italy



CISQ è la Federazione Italiana di Organismi di Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale
CISQ is the Italian Federation of management system Certification Bodies



Requisiti relativi alla promozione del territorio

I prodotti/piatti tipici del territorio (es. dolci, paste, formaggi, salumi) presenti nel menù sono chiaramente evidenziati con informazioni e curiosità.

È presente un punto informativo con brochure e opuscoli sul territorio ben rifornit o/i, ben tenuto o, comunque, la struttura promuove il territorio attraverso ulteriori modalità (es. video promozionali del territorio, etc.).

La struttura espone i prodotti tipici locali e informazioni dettagliate su come reperirli agevolmente tramite brochure/opuscoli informativi.

Il sito internet riporta una sezione dedicata al territorio circostante (luoghi di interesse, iniziative quali sagre/e venti/rivenditori prodotti del territorio, etc.) chiara, facilmente navigabile e ben organizzata



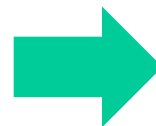
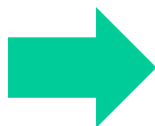
Requisiti relativi alla promozione del territorio

Marketing territoriale:

insieme di strategie finalizzate a valorizzare un territorio (sottolineando i punti di forza ed evidenziando al tempo stesso le peculiarità più importanti) al fine di renderlo più interessante sia per i turisti che per le imprese



Attori pubblici (provincia, regione, CCAA, etc.)



Marketing territoriale Inverso

Il territorio viene promosso
attraverso le imprese

all'ospedale. Indicazioni precise riguardo ristoranti in zona. Camera molto confortevole e bagno funzionalissimo

😊 - Nulla di negativo da riferire

Risposta dell'hotel:

Gentile Cinzia,
la ringraziamo per aver scelto l'hotel V... Leggi tutto

👍 Utile 🗳 Non

Recensione: 19 febbraio 2022

Ottimo

😊 - La colazione è stata ottima e abbondante. La pulizia eccellente. Ottima accoglienza e gentilezza

😐 - Forse le camere un po' più spaziose

Risposta dell'hotel:

Gentile Roberta,
La ringraziamo per averci scelti e per aver... Leggi tutto

👍 Utile 🗳 Non

Recensione: 3 gennaio 2022

Eccellente

😊 - Colazione molto buona e soddisfacente, camere complete di tutto il necessario, materasso abbastanza comodo. Pulito e silenzioso.

Risposta dell'hotel:

Gentile Andreea,
la ringraziamo per averci scelti e per aver... Leggi tutto

Requisito gestione commenti

La struttura gestisce in maniera sistematica i commenti derivanti dai social e dai portali web.

..... non solo rispondere ma sfruttare la recensione per migliorare l'immagine della struttura...



Principi per rispondere ad una recensione negativa

Obiettività: scrivere la risposta oggettivamente; senza rabbia. Nel migliore dei casi si conquisterà un cliente arrabbiato; nel peggior dei casi mostrerà ai lettori delle recensioni che si prendono sul serio le critiche.

Responsabilità: se si ha torto, ammetterlo e scusarsi.

Empatia: Mostrare che si capiscono le conseguenze dell'esperienza individuale del cliente.

Equilibrio: alcune recensioni critiche conterranno anche commenti positivi, i lettori saranno naturalmente più sensibili agli aspetti negativi della recensione. Nella risposta cercare di sottolineare i lati positivi.

....



.... Principi per rispondere ad una recensione negativa

Fornire una spiegazione: non cambia ciò che è successo, ma influenza se le persone accettano la scusa.

Fornire un indennizzo: offrire opzioni tra cui poter scegliere (ragionevoli) crea la sensazione di acquisire del potere, che poi renderà l'esperienza più soddisfacente.

Impegnarsi nel trovare una soluzione: mostra sia ai clienti arrabbiati, che ai lettori delle recensioni, che si reagisce in maniera costruttiva e che difficilmente troveranno nuovamente con questo problema

La gratitudine: considerare un feedback come un regalo

La velocità



Risposta positiva

Ciao xxxxx,

Sono Enrico, lo store manager della Pizzeria 'Da Giovanni'. Ci scusiamo tanto per il disagio che ti abbiamo creato. Nemmeno io vorrei mangiare una pizza fredda! (Responsabilità, Empatia)

Se me lo permetti, vorrei spiegarmi. Quella domenica alcuni camerieri si erano ammalati ed abbiamo ricevuto all'ultimo minuto un ordine grande da una festa. Questo ha causato una lunga fila e non ci era possibile consegnare le nostre buone pizze così calde e fresche come al solito. (Spiegazione)

Per favore vieni a trovare. Vorremmo scusarci con te offrendoti un buono sconto per il disagio creato (Risarcimento)

A presto,

Grazie per l'attenzione