



ISNART



OSPITALITÀ ITALIANA

*DISCIPLINARE PER LA QUALIFICAZIONE
DEGLI ALBERGHI*

Indice

1	Scopo.....	3
2	Campo di applicazione.....	3
3	Requisiti	3
3.1	Qualità del servizio	3
3.2	Identità.....	7
3.3	Notorietà.....	8
3.4	Promozione del territorio	8
4	Requisiti KO.....	9
5	Requisiti “minus”	10
6	La valutazione dei requisiti.....	10
6.1	Punteggio minimo.....	11
7	Rating	12
7.1	Opzione mystery audit.....	12
7.2	Distinzione green.....	13

1 Scopo

Il disciplinare definisce i requisiti per il rilascio del marchio Ospitalità Italiana al fine di qualificare e valorizzare le strutture che fanno della qualità, della distintività, del binomio destinazione - prodotto turistico, gli elementi centrali della propria offerta.

Il disciplinare prevede un sistema finalizzato a esaminare gli alberghi su livelli multipli di valutazione in relazione alle seguenti macro-aree:

- **qualità del servizio:** esprime il livello di qualità del servizio offerto attraverso l'esame di molteplici requisiti che vanno dall'accoglienza fino alla trasparenza, dall'attenzione al cliente, alla qualificazione del personale impiegato;
- **identità:** esprime la coerenza della struttura rispetto a come si propone alla clientela a partire dalle informazioni fornite ai clienti attraverso i diversi strumenti (sito, social, insegna, etc.);
- **notorietà:** esprime i riconoscimenti che la struttura ha ottenuto dai social, dalle guide, la sua reputazione, il gradimento da parte della clientela;
- **promozione del territorio:** rappresenta la capacità dell'albergo di raccontare il territorio/territori in coerenza con la sua identità e con la proposta gastronomica.

2 Campo di applicazione

Il disciplinare si applica agli alberghi che intendono puntare sulla qualità del servizio, sulla coerenza della proposta erogata (informazioni, ambienti, etc.) e sulla capacità di promuovere il territorio (locale/nazionale). Il disciplinare permette, inoltre, di evidenziare quelle strutture che hanno una particolare attenzione all'ambiente con l'introduzione di requisiti definiti "green".

3 Requisiti

I requisiti illustrati nei paragrafi successivi definiscono gli aspetti che le strutture devono presidiare ai fini dell'ottenimento del marchio Ospitalità Italiana. La verifica di tali requisiti è svolta da **personale esperto e qualificato** che opera seguendo una **lista di riscontro e specifiche procedure** che declinano in maniera puntuale gli elementi necessari da soddisfare per il rispetto del requisito.

3.1 Qualità del servizio

1. La struttura mette a disposizione, tramite sito web, indicazioni chiare, complete (es. indicazioni in base al mezzo di trasporto - aereo, treno, bus, auto) su come raggiungerla.
2. La struttura risulta raggiungibile con la propria vettura o, in caso di ubicazione in zone non raggiungibili (es. Zona ZTL, area pedonale, etc.), mette a disposizione permessi di ingresso temporanei con relativo servizio di car valet.
3. Le aree esterne (vialetto di accesso, pavimentazione antistante l'ingresso, aree verdi) sono pulite, ben tenute e con elementi di arredo/decoro.
4. La facciata esterna, le aree e l'ingresso – es. vetrate, porta, tappeto, sono pulite, ben tenute e curate.
5. La struttura dispone di servizi accessori (es. ristorante, sale congressi, centro benessere, etc.) accessibili anche da clienti esterni con ingresso indipendente e ben segnalato.
6. La struttura dispone di un sito web proprio ben configurato, sito responsive, ben strutturato, intuitivo e facilmente navigabile.
7. Il sito internet risulta correttamente tradotto in almeno tre lingue oltre l'italiano e in tutte le sezioni.

8. Il sito internet ha una sezione dedicata che consente di verificare la disponibilità ed effettuare la prenotazione on line.
9. La struttura gestisce in maniera sistematica i commenti derivanti dai social e dai portali web.
10. La struttura dispone di un parcheggio riservato interno con numero di posti auto commisurato al numero delle camere e commisurato alla tipologia della clientela (auto, bus, moto).
11. Il parcheggio è gratuito e custodito.
12. Il parcheggio è ben illuminato, asfaltato/pavimentato con posti auto delimitati (eventualmente anche per disabili in prossimità degli ingressi).
13. La reception risulta pulita e ben tenuta, facilmente visibile e individuabile e risulta essere di dimensioni tali da consentire le operazioni a più ospiti contemporaneamente.
14. Il desk risulta pulito, ordinato e inoltre ben illuminato, con elementi di arredo/decoro, con presenza di attenzioni per i clienti (es. cioccolatini, bigliettini da visita, penne, etc.).
15. La struttura gestisce i reclami in maniera sistematica attraverso modulistica dedicata (cartacea/sezione portale web dedicato), con evidenza del tipo di reclamo, evidenza del trattamento e relativa data e archiviazione dello storico ed è dotata di apposita procedura per il trattamento degli stessi.
16. La struttura accetta le più diffuse carte di credito/bancomat e relativi circuiti (Visa, MasterCard, Maestro, American Express, Pagobancomat, Diners Club International) e dispone di tecnologia contactless, pos senza fili. Eventuale metodo Near Field Communication (NFC) per pagamento tramite applicazioni mezzo smartphone (es. Apple Pay, Vodafone Pay, etc.).
17. La struttura mette in atto misure per facilitare e sollecitare la valutazione da parte dei clienti (es. sistemi CRM, applicazioni, questionari cartacei, etc.) e i feedback sono regolarmente gestiti e archiviati.
18. La struttura ha informatizzato/digitalizzato le modalità di erogazione dei servizi proposti e mette a disposizione della clientela mezzi per facilitarne la fruizione quali, ad esempio, sezione dedicata dal portale web o app scaricabile, sezione smart tv in camera, tablet presso la reception o le aree comuni (es. prenotazioni e pagamento servizi aggiuntivi, questionario di soddisfazione clienti, prenotazioni e scelta menu ristorazione, etc.).
19. Il personale indossa abbigliamento identificabile, differente in base ai ruoli e coerente con il locale.
20. Il personale che si interfaccia con i clienti (es. reception, sala, ecc.) ha una effettiva conoscenza di almeno tre lingue.
21. La struttura risponde prontamente al telefono fornendo indicazioni sul nome della struttura, sulla disponibilità e sul nome dell'operatore.
22. In fase di prenotazione (telefonica o via web) il personale fornisce informazioni approfondite in merito alle tariffe, ai servizi, all'accessibilità, mostrando approccio proattivo nei confronti del cliente.
23. Il servizio di trasporto bagagli è assicurato, negli orari in cui è garantito il ricevimento, a cura di un addetto (persona dedicata in via esclusiva o prevalente) e si rileva la presenza di deposito in locale apposito con identificazione dei bagagli.
24. Il personale addetto accoglie l'ospite, lo conduce nelle varie aree della struttura illustrando i servizi a disposizione infine lo accompagna in camera illustrandone dotazioni e servizi.
25. Gli ascensori si distinguono per cura, illuminazione e dimensioni adeguate alla struttura e in numero adeguato alla struttura.
26. La hall si distingue per la presenza di pareti (intonaci/rivestimenti) pulite, in ottimo stato di manutenzione e cura (es. presenza di stucchi, legno, vernici particolari etc.). Sono previsti piani di pulizia e manutenzione straordinaria anche attraverso l'ausilio di ditte esterne.

27. I servizi igienici comuni sono ben tenuti e dotati (rotolo di carta igienica aggiuntivo, gancio appendiabiti, distributore di sapone rifornito, sistema per l'asciugatura delle mani) e sullo stesso piano della hall o facilmente accessibili, segnalati e distinti per sesso.
28. I corridoi e le aree comuni si distinguono (nella totalità della struttura) per la presenza di pareti (intonaci/rivestimenti) pulite, in ottimo stato di manutenzione e cura. I pavimenti sono ben tenuti. Sono previsti piani di pulizia e manutenzione straordinaria anche attraverso l'ausilio di ditte esterne.
29. Il Wi-Fi è gratuito, con facilità di reperimento delle credenziali, copertura delle aree comuni ed una buona velocità minima media che permette la visualizzazione di pagine web, visualizzazione di video senza interruzioni o perdita di risoluzione, download di file, etc.
30. Le porte di ingresso risultano in ottimo stato di manutenzione e cura e sono sicure (es. chiave elettronica o magnetica con rilevatore esterno di occupazione della camera).
31. Per le strutture ad indirizzo leisure, le camere risultano ampie e funzionali (dimensioni superiori rispetto a quanto previsto dalla normativa nazionale e regionale), mentre, per le strutture ad indirizzo business, le camere sono di dimensioni adeguate e si distinguono per l'ottimizzazione degli spazi e la funzionalità dei servizi/arredi.
32. Le camere si distinguono per l'isolamento acustico (localizzazione, spessore muri/materiali utilizzati, porta di ingresso, infissi, sistemi di attenuazione rumore corridoi etc.).
33. Le pareti, i pavimenti e i soffitti presentano un ottimo stato di cura e manutenzione generale.
34. Il sistema di oscuramento risulta ottimale con possibilità di regolazione automatica da parte dei clienti.
35. È presente un sistema di climatizzazione/riscaldamento ottimale e con facilità di regolazione da parte del cliente ed autonomo o centralizzato con alto range (+- 5°) o sistemi avanzati (es. domotica).
36. Le camere si distinguono per la pulizia e ordine. Sono utilizzati prodotti particolari per dare maggiore enfasi alla pulizia e lucentezza delle superfici.
37. Il mobilio e gli elementi di arredo si distinguono per l'ottimo stato di manutenzione e cura (es. utilizzo di prodotti lucidanti, rinvigorenti, etc.). Sono previsti piani di manutenzione documentata e costantemente monitorata.
38. La biancheria e i copriletti sono in ottimo stato di manutenzione, puliti, coordinati e di buona qualità.
39. La struttura mette a disposizione degli ospiti in ogni camera un servizio Wi - Fi gratuito e plug per la connessione via cavo, nonché connessione stabile che permette la visualizzazione di video o il download di file senza perdite di risoluzione o blocchi.
40. Sono presenti in camera coperte e cuscini di riserva adeguati per numero e debitamente protetti o è presente apposito avviso sulla disponibilità di cuscini e coperte su richiesta.
41. Il letto presenta elementi distintivi per dimensione (superiori rispetto alle dimensioni minime) e per qualità (es. materasso in lattice, rete, etc.).
42. La biancheria in camera viene cambiata giornalmente (salvo diverse scelte del cliente per la tutela ambientale adeguatamente comunicate in camera). Riassetto pomeridiano per i quattro ed i cinque stelle.
43. È presente un televisore di tipologia, dimensioni e disponibilità di canali satellitari payperview/servizi tv evoluti (es. Netflix, TIMvision, Infinity, CHILI, etc.) adeguati alla tipologia della struttura e ben posizionato.
44. Sono presenti almeno quattro prese liberamente utilizzabili e ben distribuite (di cui una per ciascun comodino e una per la scrivania), un punto luce per leggere e scrivere e un punto luce per posto letto, un telefono in camera con istruzioni per l'uso plurilingue e abilitato alla chiamata esterna.

45. In camera è disponibile/fruibile l'ascolto di programmi radiofonici e presenti lettori MP3, Player/dockingstation, altoparlante in bagno, videogioco con possibilità di giochi per bambini.
46. Si rileva la presenza di room directory ben tenuta e curata e completa: informazioni sui servizi offerti, kit appunti, biglietti da visita, carta intestata, busta portalettere.
47. Le camere sono distinte tra fumatori (circa 10%) e non fumatori. Le camere per fumatori dispongono di sistemi di aspirazione idonei. Inoltre, vengono attuate misure per una idonea qualità dell'aria (es. materiali che evitino il persistere dell'odore del fumo, es. no moquettes, pulizia con prodotti specifici, etc.).
48. Le camere sono dotate di cassaforte di dimensioni ampie.
49. Le camere sono dotate di frigobar ben tenuti, riforniti e dotati di apposito listino.
50. Nelle camere sono presenti set di benvenuto soddisfacenti (es. cesto frutta, cioccolatini, caramelle, pantofole, set cucito, set scarpe, etc.) in relazione alla categoria della struttura.
51. I bagni risultano ampi e si distinguono per l'ottimizzazione degli spazi e la funzionalità dei servizi/arredi.
52. I bagni risultano dotati di tutti i sanitari/dotazioni (lavabo, WC, bidet, vasca o doccia) e si distinguono per elementi distintivi e qualità dei materiali.
53. I box doccia o vasca con idromassaggio sono particolarmente rifiniti e confortevoli con protezioni di box/vetro o equivalente e con asse doccia regolabile.
54. La specchiera del bagno è ampia, ben illuminata e ben tenuta, le mensole sono ampie e di particolare pregio (marmo, cristallo).
55. Il set di cortesia è ampio e con particolare attenzione al cliente.
56. Sono presenti per ciascun ospite un accappatoio, un asciugamano grande, uno medio e uno piccolo, personalizzati coordinati e di qualità (materiale/fattura).
57. Il bagno presenta un efficace sistema di areazione (per silenziosità e qualità dell'aria - assenza odori).
58. I bagni si distinguono per cura e manutenzione nonché per pulizia.
59. I bagni dispongono di adeguate dotazioni (tappetino, cestino, ganci di buona fattura, scaldasciugamani, asciugacapelli funzionante e sacchetti igienici, etc..).
60. Gli orari della prima colazione e room service sono ampi e comunicati, dando la possibilità di effettuare la colazione al bar o tramite servizio bar, anche nelle ore al di fuori degli orari previsti.
61. Le bevande calde vengono servite al tavolo con personale differenziato tra accoglienza e servizio al tavolo.
62. La sala adibita alla prima colazione si distingue per la presenza di pareti (intonaci/rivestimenti) puliti, in ottimo stato di manutenzione e cura (es. presenza di stucchi, legno, vernici particolari etc.). I pavimenti sono di pregio. Sono previsti piani di pulizia e manutenzione straordinaria anche attraverso l'ausilio di ditte esterne.
63. La cristalleria, la posateria, i piatti, il vasellame, le attrezzature sono di pregio e particolare manifattura e lo stato di manutenzione è ottimale.
64. L'offerta della prima colazione presenta un'ampia scelta di cereali con presenza di prodotti biologici e di prodotti specifici per regimi alimentari particolari (celiaci).
65. L'offerta della prima colazione presenta un'ampia scelta di frutta fresca e sciropata, succhi di frutta e yogurt.
66. L'offerta della prima colazione presenta un'ampia scelta di prodotti da forno.
67. L'offerta della prima colazione presenta un'ampia offerta salata (uova, pancetta, salsicce, crepes salate, cucinato, oltre che salumi e formaggi).
68. L'offerta della prima colazione presenta un'ampia scelta di marmellate/confetture e miele.
69. Il bancone, i tavoli e la saletta del bar si distinguono per cura e manutenzione con elementi di arredo distintivi.

70. Il personale del bar è in divisa (abbigliamento identificabile) ha un aspetto curato ed è professionale (evidenza attraverso corsi di formazione e esperienza in analoga posizione per almeno 1 anno).
71. I listini sono di ottima fattura e stato di manutenzione nonché tradotti in lingua inglese (o nella lingua della clientela principale).
72. L'offerta del bar risulta ampia sia per quanto riguarda le bevande (presenti sia bevande alcoliche che analcoliche, aperitivi, cocktail, superalcolici, etc.) che il servizio food (es. snack, offerta salata, etc.).
73. La struttura dispone di un ristorante interno gestito direttamente o a gestione separata con il quale ha stipulato contratti/accordi tali da poter procedere alla valutazione per il marchio MOI e tali da erogare servizio di pensione completa o mezza pensione. In alternativa, la struttura, non disponendo di un ristorante interno, ha stipulato contratti/accordi con ristoranti esterni tali da poter procedere alla valutazione per il marchio MOI e tali da poter erogare servizio di pensione completa o mezza pensione.
74. Gli ambienti adibiti alla ristorazione si distinguono per la presenza di pareti (intonaci/rivestimenti) pulite, in ottimo stato di manutenzione e cura (es. presenza di stucchi, legno, vernici particolari etc.). Sono presenti pavimenti di pregio e arredi in ottimo stato di manutenzione. Sono previsti piani di pulizia e manutenzione straordinaria anche attraverso l'ausilio di ditte esterne.
75. La cristalleria, la posateria, i piatti e il vasellame si presentano perfettamente puliti, ben tenuti, di pregio e di particolare manifattura.
76. La struttura offre un servizio di room service flessibile e in linea con gli orari del ristorante e chiaramente comunicati.
77. La struttura eroga ai propri ospiti un'offerta alternativa quali, ad esempio, apericene e buffet in maniera programmata, frequente e costante.
78. Il personale addetto ai servizi ristorativi è in divisa (abbigliamento identificabile) ed è professionale.
79. È presente una piscina coperta e scoperta con presenza di idromassaggio.
80. È presente una SPA/Centro benessere (bagno turco, sauna o idromassaggio) all'interno della struttura, ampia e ben strutturata, i cui servizi sono chiaramente comunicati.
81. La struttura dispone di più servizi sportivi (campi da tennis, squash, area attrezzata, golf, etc.) e ludo-turistici (es. biciclette, biliardo ping pong, animazione, etc.) ben tenuti e funzionanti.
82. Le attrezzature e le dotazioni (es. piscina, attrezzi sportivi, SPA, etc.) si distinguono per qualità (es. materiali, design, etc.), per manutenzione e pulizia.
83. La struttura dispone di sale congressi e sale meeting, modulari, insonorizzate e tecnologicamente avanzate (pc, Wi-Fi, amplificatori, videoproiettori, schermi, sistema oscuramento sala, etc.) che si distinguono per manutenzione cura e pulizia.
84. La struttura mette a disposizione un'offerta di coffee break e colazione di lavoro ampia, varia e servita attraverso attrezzature idonee e personale dedicato.

3.2 Identità

1. La struttura e in particolare lo stile dell'edificio, l'ingresso (vialetto, zona antistante ingresso, entrata), le aree esterne (giardino) rievocano il territorio circostante.
2. Le informazioni fornite attraverso sito web e social sono dettagliate e comunicano in maniera esaustiva il tipo di struttura e i servizi erogati (es. struttura ad indirizzo business, offerte meeting, benessere, etc.) ai fini di un'informativa chiara e coerente verso la clientela.
3. La reception e la hall si presentano ben allestite con arredi ed elementi di decoro caratteristici del territorio locale o del Made in Italy (qualità, materiali, stile) e coerenti con la tipologia di struttura.

4. I corridoi sono ben allestiti, si distinguono per elementi coerenti con la struttura e con il territorio locale o del Made in Italy (qualità, materiali, stile) in termini di illuminazione, indicazioni ed elementi di arredo (es. quadri, lampade, vasi, etc.).
5. Le camere appaiono ben allestite con mobilio ed elementi di arredo/decoro delle camere coerenti con la tipologia di struttura (es. business, leisure, etc.) e con il territorio locale o Made in Italy (qualità, materiali, stile).
6. La biancheria e i copriletti risaltano il territorio locale o del Made in Italy (qualità, materiali, stile).
7. I bagni sono allestiti con elementi di arredo e di decoro coerenti con la tipologia di struttura e risaltano il territorio locale o il Made in Italy (materiali, stile).
8. Il set di cortesia (e in particolare creme, shampoo, bagnoschiuma, saponi) è composto in buona parte da prodotti del territorio (es. fragranze tipiche, prodotti del territorio - es prodotti termali, saponi, spugne naturali, etc.).
9. Gli ambienti destinati alla prima colazione risultano ben allestiti con arredi, elementi di decoro, cristalleria, posateria, vasellame, caratteristici del territorio e coerenti con la tipologia di struttura.
10. L'offerta della prima colazione prevede un'ampia scelta di prodotti del territorio (es. miele, marmellate, formaggi, salumi, etc.).
11. Gli ambienti destinati alla ristorazione risultano ben allestiti con arredi, elementi di decoro, posateria e cristalleria coerenti con la tipologia di struttura e richiamano il territorio locale o il Made in Italy.
12. La struttura propone un'ampia offerta enogastronomica coerente con la tipologia di ristorazione comunicata all'ospite e richiama la tradizione del territorio (locale/italiana).

3.3 Notorietà

1. La struttura è presente sui principali social (Instagram, Facebook, Twitter) con presenza anche dal sito web di link dedicati ed è costantemente attiva (foto – es. eventi, menu, news, like, caricati in maniera costante).
2. La struttura è presente su portali web nazionali e/o internazionali (es. Booking, TripAdvisor, Hotels.com) e su portali specifici in relazione alla sua identità (es. VeggieHotel, VacanzeAnimali.it, BioHotels, etc.).
3. La struttura è certificata in conformità alle norme UNI EN ISO (es. 9001,14001, 10854, 22000, 22005).
4. La struttura è presente su almeno 3 guide scelte tra (ViaMichelin, Touring Club, Condé Nast Johansens: Luxury Hotels and Spas).
5. La struttura aderisce a circuiti attinenti a marchi che valorizzano il territorio, a servizi o a prodotti del territorio rilasciati da enti pubblici o associazioni di categoria attraverso controlli almeno con cadenza annuale. Il marchio deve essere visibile attraverso la presenza di targa, cartellonistica, e adeguatamente promosso e illustrato negli opuscoli/brochure.
6. La struttura è presente su siti specializzati. TripAdvisor con numero minimo di 500 commenti totali: media min di 4,5 stelle (e con un max del 5% di 1 stella). Booking con un numero minimo di 200 commenti: giudizio di eccellente equivalente ad una media di 9.

3.4 Promozione del territorio

1. Il sito internet riporta una sezione dedicata al territorio circostante (luoghi di interesse, iniziative quali sagre/eventi/rivenditori prodotti del territorio, etc.) chiara, facilmente navigabile e ben organizzata.
2. È presente un punto informativo con brochure e opuscoli sul territorio ben rifornito/i, ben tenuto o, comunque, la struttura promuove il territorio attraverso ulteriori modalità (es. video promozionali del territorio, etc.).

3. La struttura espone i prodotti tipici locali e le informazioni dettagliate su come reperirli agevolmente tramite brochure/opuscoli informativi.
4. La struttura organizza eventi (es. eventi enogastronomici, presentazione guide, artigianato) per promuovere il territorio. L'attività risulta costante (con cadenza bimestrale) ed adeguatamente comunicata attraverso sito web/social.
5. La struttura mette a disposizione della clientela buoni/voucher per musei ed eventi culturali (es. teatri, tour) in maniera costante e mette in atto azioni per informare la clientela sulle iniziative (materiale affisso/disponibile presso reception/camere).
6. La struttura mette a disposizione della clientela buoni/voucher per l'acquisto di prodotti del territorio (es. artigianato, prodotti tipici, enogastronomia, etc.) in maniera costante e mette in atto azioni per informare la clientela sulle iniziative in corso (materiale affisso/disponibile presso reception/camere).
7. La struttura fornisce informazioni sul territorio circostante: 1) siti di interesse (comuni, aree di interesse storico, aziende del territorio) 2) attività (es. sagre, feste patronali, teatri, musei, etc.), 3) percorsi enogastronomici.
8. I prodotti tipici del territorio (es. miele, marmellate, formaggi e salumi) presenti a colazione sono chiaramente evidenziati con informazioni e curiosità.
9. La struttura mette a disposizione voucher/buoni per ristoranti e centri enogastronomici del territorio in maniera costante, diversificando l'offerta, attraverso debita comunicazione agli ospiti.
10. I prodotti tipici del territorio presenti nell'offerta ristorativa (es. carni fresche e trasformate, formaggi, prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati, oli, DOP/IGP, presidi Slow Food, prodotti tradizionali, vini) sono chiaramente evidenziati con informazioni sulle aziende produttrici.
11. La struttura promuove il territorio circostante attraverso l'organizzazione di escursioni e visite guidate in maniera costante e programmata con possibilità di pagamento direttamente sul conto della camera.
12. La struttura mette a disposizione convenzioni o voucher/buoni per centri benessere/SPA esterni o centri sportivi in maniera costante e per attività differenti. Tali agevolazioni sono comunicate con possibilità di pagamento direttamente sul conto della camera.

4 Requisiti KO

Sono previsti dei requisiti definiti essenziali (KO) che, se non soddisfatti, determinano il mancato rilascio del marchio. I requisiti essenziali riguardano la correttezza delle informazioni fornite, gli aspetti di sicurezza alimentare, di pulizia e manutenzione e l'assenza di alcuni servizi.

- Sito internet riportante informazioni non veritiere sulla struttura (es. camere non in linea con la realtà), sulla posizione, sui servizi e sulle tariffe praticate.

Gravi carenze:

- nella pulizia e manutenzione facciata/ingresso pulizia;
- nella manutenzione delle aree esterne; nella pulizia e manutenzione della reception e del desk;
- nella cura e manutenzione della hall e/o delle aree comuni (es. macchie di umido, vernice scrostata, carente stato di pulizia, etc.);
- nella manutenzione e/o pulizia nei servizi igienici comuni;
- nella pulizia e nella manutenzione dei corridoi (es. buchi nella moquette, prese e faretti/lampade/lampadari rotti);

- nello stato di manutenzione di pareti e/o pavimenti e/o soffitti delle camere;
- nello stato di pulizia della camera (es. polvere, macchie, etc.);
- nella manutenzione del mobilio ed elementi di arredo carenze in termini di presentazione e cura (es. macchie di umido, vernice scrostata, carente stato di pulizia, etc.);
- nella biancheria e/o copriletti (rotta, usurata, macchiata, etc.);
- nelle frequenze del cambio della biancheria in camera in relazione allo stollaggio;
- nello stato di manutenzione e/o pulizia dei bagni in termini di manutenzione (stato pavimenti, pareti, tavoli, sedie);
- nella sala/ambienti adibiti alla ristorazione;
- nello stato di manutenzione della sala adibita alla prima colazione (pavimenti, pareti, tavoli, etc.);
- nella dimensione delle camere rispetto alla categoria e non rientranti in deroghe;
- nella manutenzione e pulizia delle aree adibite a sport e benessere/animazione con eventuali rischi per la salute dei clienti.

Assenza di:

- cassaforte in camera per alberghi 4 e 5 stelle;
- frigobar per 4 e 5 stelle. Servizio bar in camera con copertura inferiore a 12 ore su 24 per i 3 stelle e 16 su 24 per i 4 e 5 stelle;
- servizio bar per i 3, 4, 5 stelle.

5 Requisiti “minus”

Per alcuni requisiti ritenuti più rilevanti è attribuito un punteggio negativo (-3 o -1,5) in caso di mancato soddisfacimento degli stessi.

6 La valutazione dei requisiti

La valutazione dei requisiti è svolta attraverso interviste, esami documentali, verifica delle modalità impiegate per eseguire le attività, sopralluoghi nelle diverse aree della struttura alberghiera. In relazione al grado di soddisfacimento del requisito è attribuito un punteggio. La somma dei punteggi ottenuti per singolo requisito determina il livello dell'albergo (Tabella A)

Tabella A (punteggio massimo e peso in % per macro-area)

Macro-area	Numero dei requisiti	Punteggio max	Peso macro-area
Qualità del servizio	84	217,5	79%
Identità	12	24	9%
Promozione del territorio	12	18	7%
Notorietà	6	15	5%
Totale punteggio	114	274,5	100%

6.1 **Punteggio minimo**

Il superamento di un livello minimo di punti consente l'ottenimento del marchio. La struttura ottiene il marchio Ospitalità Italiana, integrato con il relativo Rating, se, a valle della verifica, soddisfa le seguenti condizioni:

- riporta un punteggio complessivo - derivante dalla somma dei singoli punteggi conseguiti per le 4 macro-aree (riportate nella **Tabella A**) - uguale o superiore al livello minimo previsto (cfr. **paragrafo Rating**, a seguire);
- per ciascuna delle due macro-aree "qualità del servizio" e "identità" – ritenute più rilevanti - consegue un punteggio percentuale uguale o superiore al "Punteggio percentuale" minimo previsto (cfr. **Tabella B**, a seguire);
- per i requisiti relativi a "Reception, accoglienza e servizi al cliente", "Aree comuni", "Camere", "Bagni" - ritenuti requisiti appartenenti ad ambiti di valutazione di rilevanza per gli hotel – consegue punteggi uguali o superiori al "Punteggio percentuale" minimo previsto (cfr. **Tabella C**, a seguire)

Tabella B (punteggio minimo per singola macro-area ai fini dell'ottenimento del marchio)

Macro-area	Punteggio max	Punteggio minimo	Punteggio percentuale minimo per macro-area
Qualità del servizio	217,5	141	65%
Identità	24	13	55%

Tabella C (punteggio minimo per requisiti riconducibili ai seguenti principali ambiti di valutazione ai fini dell'ottenimento del marchio)


Area	Punteggio max	Punteggio minimo	Punteggio percentuale minimo per area
Reception, accoglienza e servizi al cliente	42	31	50%
Aree comuni	19,5		
Camere	64	32	50%
Bagni	30	15	50%

7 Rating



I punteggi ottenuti determinano un rating, il cui livello varia secondo i valori indicati dal seguente schema:

- 3  plus + 100% - 90% mystery audit
- 3  100% - 90%
- 2  89% - 75%
- 1  74% - 60%

La percentuale è calcolata come rapporto tra il punteggio ottenuto dalla struttura e il punteggio massimo ottenibile, calcolato come somma del punteggio massimo ottenibile per ogni requisito applicabile alla struttura oggetto di verifica.

Il marchio è ottenuto a partire da un rating uguale o superiore al 60 % e dal superamento dei punteggi minimi previsti al paragrafo 6.1. Il numero di "Corone "  conseguito è in funzione del punteggio ottenuto secondo la scala qui sopra riportata.

7.1 *Opzione mystery audit*

L'opzione mystery audit prevede che la struttura possa richiedere il mystery audit, che consiste in una verifica svolta dall'auditor senza dichiararsi. Solo al termine della verifica l'ispettore si presenta alla struttura per la conclusione della verifica. L'opzione mystery audit permette di ottenere 15 punti, da sommare al punteggio finale ottenuto. Per le strutture che conseguono il punteggio corrispondente al rating 3 , l'aggiunta dei 15 punti consente di ottenere l'ulteriore riconoscimento 3  PLUS.

7.2 Distinzione green

Il soddisfacimento dei requisiti sotto riportati definiti “green” consente alla struttura di acquisire il riconoscimento aggiuntivo di struttura attenta alle tematiche di sostenibilità ambientale. Per ricevere tale distinzione è necessario ottenere un punteggio di almeno 55 % (con almeno punteggio 1 per i requisiti da 1 a 6) o del 25 % nel caso in cui la struttura sia in possesso di una certificazione ambientale (ISO 14001, Ecolabel).

1. La struttura monitora il consumo energetico e adotta un piano per la sua riduzione, utilizzando sistemi per il risparmio energetico quali: caldaie ad alta efficienza, lampade a basso consumo energetico, sistemi di spegnimento automatico, fonti di energia rinnovabile, pannelli fotovoltaici, isolamento termico, elettrodomestici con buona efficienza energetica, etc.
2. La struttura monitora in maniera costante il consumo di acqua e utilizza sistemi per il risparmio idrico quali: riduttori di flusso/azionamento a pedale cucina/toilette, doppio pulsante scarico WC, sensori automatici per l'erogazione dell'acqua/toilette, lavastoviglie a risparmio idrico, etc.
3. Il personale della struttura è formato sulle tematiche ambientali in maniera costante e documentata.
4. La struttura usa prodotti con certificazione Ecolabel o green (1) carta, 2) detersivi, 3) vernici per interni 4) bottiglie/stoviglie riutilizzabili – es. no bottiglie/piatti/bicchieri/posateria di materiale usa e getta, etc.).
5. Gli ospiti sono informati sulle tematiche ambientali in maniera documentata (presenza di avvisi in relazione al cambio biancheria, al risparmio energetico e idrico, raccolta differenziata sia in camera che in altre aree quali sala ristoro, area ricreativa – es. piscina etc.).
6. La struttura ha un cambio flessibile degli asciugamani e delle lenzuola (comunicato e acconsentito dai clienti) e un controllo costante e documentato delle perdite idriche.
7. Biancheria, copriletti e abbigliamento del personale sono mantenuti e trattati conformemente alla certificazione UNI EN 14065 e linee guida RABC.