



## DISCIPLINARE “SERVIZI TURISTICI”

- **Nota Bene:** il presente Disciplinare è da ritenersi *sperimentale per i Servizi Turistici* per il periodo 2020-2021 ed è dedicato esclusivamente all'attività dei Tour Operator

### **SEZIONE I: PREREQUISITI**

**Nota.** Vengono definiti in questa sezione i **prerequisiti** che consentono alle aziende di richiedere l'adesione all'iniziativa. Si specifica che il Marchio è concesso esclusivamente ai programmi e ai pacchetti turistici, e non è quindi attribuito all'azienda.

**PRA 1.** La sede legale dell'operatore turistico deve essere ubicata in Regione Piemonte e Regione Valle d'Aosta e lo svolgimento delle attività dell'operatore turistico - per le quali si richiede l'attribuzione del Marchio di Qualità - deve essere ubicata per la maggior parte nel territorio di riferimento, in quanto il requisito della territorialità costituisce prerogativa principale del presente Marchio.

**PRA 2.** L'azienda proponente deve essere iscritta al Registro delle imprese e deve possedere le concessioni, le autorizzazioni amministrative e i requisiti prescritti dalla legge ai fini del legittimo esercizio dell'attività svolta e dell'utilizzo della struttura in cui l'attività medesima è esercitata. Si richiede all'operatore turistico (esclusivo Tour Operator), in fase di manifestazione di interesse, di indicare il numero di licenza.

**PRA 3.** L'attività deve essere esercitata nei limiti e nelle forme prescritti dalla legislazione di settore vigente in ambito regionale, nazionale e comunitario a qualsiasi livello e nel rispetto di ogni altra disposizione normativa vigente relativa ad aspetti che possano risultare direttamente o indirettamente connessi con l'esercizio dell'attività stessa.

**PRA 4** L'attività ha, nella propria mission aziendale, una forte ed evidente propensione alla promozione del turismo ecosostenibile e outdoor.

### **4.1. SEZIONE II: REQUISITI GENERALI COMUNI DELLE AZIENDE/IMPRESE**

**Nota.** Vengono definiti in questa sezione i **requisiti generali comuni** la cui programmazione dovrà essere allegata alla richiesta di attribuzione preliminare del Marchio.

#### ***Rapporto con l'ambiente***

**RG 1.** L'azienda deve adottare, per la propria Sede/i, un piano di miglioramento delle proprie prestazioni ambientali nell'ottica di applicare nuove forme gestionali e tecnologie volte, a titolo non esaustivo, ad:

- incrementare il risparmio energetico
- impiegare le fonti energetiche rinnovabili
- ridurre il consumo idrico
- ridurre la produzione di rifiuti e incrementarne il recupero
- ridurre le proprie emissioni atmosferiche

In caso di controllo, l'operatore dovrà consegnare un documento di autocertificazione inerente le pratiche adottate.

**RG 2.** In particolare, in caso di ristrutturazione e/o rinnovo degli impianti e dell'attrezzatura della Sede/i, devono essere adottati sistemi che garantiscano il miglioramento delle prestazioni ambientali della struttura (quali: sistemi di isolamento termico delle superfici trasparenti e sistemi di inerzia termica efficace per pareti, solai e coperture, illuminazione a basso consumo energetico, generatori di calore con elevato rendimento energetico, dispositivi idraulici a basso consumo di acqua, elettrodomestici ad alta performance ambientale, ecc.) sempre nel rispetto delle norme e delle caratteristiche tipologiche e strutturali previste dai regolamenti vigenti.

In caso di controllo, l'operatore dovrà consegnare un documento di autocertificazione inerente le azioni realizzate.

**RG 3.** Devono essere predisposti - presso la Sede/i dell'operatore turistico - sistemi di raccolta differenziata dei rifiuti secondo quanto previsto dai sistemi di raccolta comunali. L'azienda si impegna a non utilizzare prodotti "usa e getta" per le sue attività di ufficio e per le attività organizzate/clientela.

**RG 4.** Devono essere utilizzati, per la pulizia della Sede/i, prodotti per la pulizia altamente biodegradabili e certificati con marchio ecologico comunitario Ecolabel o con altri marchi ecologici di tipo ISO I.

**RG 5.** Devono essere trattate le aree verdi senza l'uso di prodotti fitosanitari tranne quelli permessi in agricoltura biologica.

### ***Rapporti con il pubblico***

**RG 6.** Devono essere compiute, nei confronti della clientela, azioni di sensibilizzazione e comunicazione sui temi ambientali e turistici riguardanti il Parco, il territorio e le buone pratiche di rispetto dell'ambiente.

**RG 7.** L'azienda garantisce al cliente un sistema di pagamento tracciabile: sono da privilegiare i sistemi di pagamento digitali (e-booking, e-commerce, monete elettroniche).

**RG 8.** Deve essere attuata una verifica del grado di soddisfazione del cliente relativa al livello



qualitativo dei servizi offerti, attraverso la somministrazione alla clientela di un questionario di *customer satisfaction* fornito dal Parco, al fine di trasmettere all'Ente Parco i dati per l'elaborazione di future strategie di accoglienza turistica.

**RG 9.** L'azienda legge e sottoscrive l'allegato Codice Deontologico determinato dall'Ente Parco.

### **Promozione**

**RG 10.** Data l'importanza di una strategia di promozione e di comunicazione per la commercializzazione dell'offerta della struttura in contesti che non siano esclusivamente locali, l'operatore turistico deve adeguatamente promuovere i propri programmi e pacchetti a Marchio di Qualità, inserendo una corretta visibilità al Marchio (differenziando quindi in via univoca e chiara i pacchetti aderenti all'iniziativa dagli altri pacchetti e servizi proposti dallo stesso) concordando con l'Ente Parco il posizionamento dei loghi, dei back-link o thumb comuni dedicati all'area protetta ed al progetto Marchio di Qualità. L'Ente Parco dedica spazio alle attività proposte e validate sul proprio Sito internet, sui Social Media e su eventuali altri canali di comunicazione.

**RG 11.** L'operatore turistico deve mettere a disposizione dei clienti, in un apposito spazio dedicato presso la propria Sede/i, materiale informativo logistico e culturale sul territorio del Parco. In particolare, deve essere garantita una corretta informazione sulla rete di operatori aderenti al Marchio di Qualità e sulle finalità del marchio stesso. L'impegno a promuovere il Parco e il circuito Marchio deve essere garantito anche a livello di promozione sul proprio sito internet e sui canali Social.

**RG 12.** Le aziende devono utilizzare, per la realizzazione del propria materiale promozionale, materiali e prodotti di consumo ecocompatibili, avvalendosi di materiale certificato Ecolabel o altre certificazioni di tipo ISO I (es: marchio Nordic Swan, Blauer Engel). L'Ente Parco fornisce alle strutture la documentazione relativa agli acquisti verdi che disciplinano l'agire dell'Ente. L'operatore turistico è esente se i programmi/pacchetti a Marchio di Qualità sono inseriti in cataloghi stagionali o annuali stampati da terzi.

## **REQUISITI SPECIFICI PER TOUR OPERATOR**

### **Premessa**

Il presente disciplinare per la concessione del Marchio di Qualità del Parco si applica ai programmi, servizi e pacchetti turistici proposti all'interno del territorio del Parco dai Tour Operator. Per ogni servizio offerto valgono le regole generali dettate dal presente Disciplinare di prestazione di servizi, debitamente e coerentemente interpretate, a seconda dell'attività effettivamente svolta.

**RS 1.** I Tour Operator devono avere esperienza almeno triennale nella proposta e nella vendita di pacchetti e servizi turistici e nell'accompagnamento e nella gestione dei gruppi. E' richiesta inoltre una comprovata esperienza, almeno triennale, nella produzione di pacchetti turistici e programmi in



ambito outdoor. Si richiede che il Tour Operator invii una presentazione / curriculum / portfolio.

**RS 2** . Il Tour Operator si impegna realizzare pacchetti turistici esclusivamente con Operatori a Marchio di Qualità e ad impiegare le Guide riconosciute dall'Ente Parco per le attività e per i pacchetti turistici a Marchio di Qualità. Solo in caso di comprovata indisponibilità, il Tour Operator potrà contattare Guide ambientali escursionistiche riconosciute dalle leggi vigenti.

Solo ed esclusivamente per pacchetti riguardanti zone del Parco, ove è obbligatorio appoggiarsi per ristorazione o pernottamento a strutture a Marchio, qualora non ci fossero disponibilità, è concesso avvalersi di altri operatori del territorio, garantendo però sempre l'inserimento nel pacchetto di almeno un altro Operatore della rete Marchio (es: visita atelier, visita negozio tipico o laboratorio, merenda presso una struttura ricettiva).

**RS 3** Il Tour Operator, oltre a disincentivarne l'utilizzo, evita accuratamente l'impiego di materiali usa e getta all'interno dei propri pacchetti ed attività proposte. Ove questo non sia possibile è fatto obbligo l'utilizzo di materiali biodegradabili e compostabili ai sensi della norma UNI EN 13432:2002

**RS 4.** Devono essere rispettate tutte le norme obbligatorie relative alla copertura assicurativa dei soggetti partecipanti alle attività del Tour Operator e dei partner dello stesso

**RS 5.** Devono essere sempre garantite le migliori condizioni di sicurezza per lo svolgimento di ciascuna attività svolta all'interno dell'area protetta.

**RS 6.** Devono essere trasmesse ai propri clienti le informazioni relative le principali tecniche di primo soccorso e dei servizi di soccorso attivi sul territorio (localizzazione, recapiti telefonici, modalità di contatto e di richiesta intervento, ecc).

**RS 7.** Il programma annuale di tutte le attività che si intendono svolgere deve essere predisposto e comunicato all'Ente Parco entro:

- il 15 marzo di ogni anno per comunicare le attività per la stagione primavera/estate. Si specifica che, per l'anno 2020, le iniziative possono essere comunicate entro il 20 luglio 2020.
- il 15 luglio di ogni anno per comunicare le attività per la stagione autunno/inverno. Si specifica che, per l'anno 2020, le iniziative possono essere comunicate entro il 20 settembre 2020.

Le proposte vengono quindi valutate dall'Ente in base agli obiettivi del presente Marchio e alle necessità di salvaguardia dell'ambiente entro 20 giorni lavorativi, salvo impedimenti oggettivi per la valutazione.

Il Tour Operator si impegna ad attivare un confronto costruttivo con l'Ente sulla base delle considerazioni ricevute e a modificare le proposte.



**RS 8.** Devono essere programmate attività e proposte specifiche per soggetti svantaggiati, in modo tale da garantire l'accessibilità dei servizi alle persone diversamente abili.

**RS 9.** Devono essere predisposti programmi che mirino a lavorare sulla destagionalizzazione delle attività. Si richiede, pertanto, la proposta di minimo due pacchetti relativi ai periodi di *bassa stagione* ogni quattro pacchetti proposti per l'*alta stagione* (corrispondente ai mesi di giugno, luglio e agosto, vacanze natalizie e festività). Vedere Tabella di miglioramento biennale allegata.

**RS 10.** I Tour Operator devono possedere adeguata conoscenza del territorio di riferimento e delle principali risorse turistiche presenti nell'ambito dello stesso. Prima dell'avvio di qualsiasi programma, deve essere adeguatamente verificata la percorribilità dei sentieri, l'accessibilità ai siti e la loro praticabilità anche in considerazione delle condizioni meteorologiche attese e delle indicazioni ambientali fornite dall'Ente

**RS 11.** Ai partecipanti all'attività deve essere fornita chiara indicazione dell'abbigliamento, dell'equipaggiamento e delle capacità minime richieste dalla tipologia di attività proposta. Prima dello svolgimento dell'attività, deve essere consegnato al cliente un programma dettagliato contenente informazioni sui dislivelli da affrontare, sulle difficoltà, sulla durata, sui tempi di percorrenza, sulle aree attrezzate, sui punti informativi e sugli appoggi logistici eventualmente esistenti;

**RS 12** Nei programmi debbono essere indicati i Centri visitatori del Parco, la loro locazione e gli orari di fruizione. La visita ai suddetti Centri deve essere promossa dai Tour Operator attraverso la pubblicazione di tutti i riferimenti nelle pagine web e nelle eventuali brochure dedicate ai pacchetti a Marchio

**RS 13.** Nei casi in cui lo svolgimento dell'attività richieda il ricorso ad attrezzatura particolare e specifica, i Tour Operator devono saper indirizzare i partecipanti circa i termini, i luoghi e le modalità per il noleggio dell'attrezzatura necessaria in loco.

**RS 14.** I Tour Operator devono conoscere e rispettare le normative ed i regolamenti dell'Ente Parco in materia di accesso e di fruizione, illustrarle ai propri utenti e vigilare sul loro rispetto da parte del singolo e del gruppo. Il Tour Operator si impegna a promuovere una forte sensibilizzazione ambientale nei confronti dei propri clienti.

L'Ente Parco fornisce al Tour Operator informazioni e aggiornamenti da trasmettere alla propria clientela.

**RS 15.** I Tour Operator devono segnalare all'Ente Parco tutte le eventuali criticità riscontrate durante la visita (a titolo esemplificativo: frane, mancanza di segnaletica ecc). Il Tour Operator, sulla base di un modulo condiviso per restituzione delle informazioni, si occupa di recuperare il feedback dai propri clienti, comunicandoli all'Ente Parco.

**RS 16.** Nel caso le condizioni lo rendano possibile, nei programmi e nei pacchetti di visita proposti all'utenza devono essere promossi eventi e manifestazioni organizzate dall'Ente Parco o eventi di rilevanza territoriale patrocinati e supportati dall'Ente. A tal proposito l'Ente condivide con il Tour

Operator i programmi stagionali relativi alle iniziative di cui è a conoscenza.

**RS 17.** Nel caso in cui vengano organizzate attività che presuppongono l'utilizzo di mezzi per lo spostamento devono essere privilegiati mezzi di trasferimento a basso impatto ambientale (bicicletta, cavallo, asini, ecc) o mezzi di trasporto collettivi, preferibilmente pubblici.

**RS 18.** Deve essere in ogni caso ridotto al minimo l'impatto diretto ed indiretto delle attività svolte. Queste devono essere gestite nel rispetto della diversità biologica propria di un'area protetta e dell'integrità degli ecosistemi e degli habitat.

**RS 19.** Ai partecipanti alle singole attività deve essere distribuito materiale informativo, didattico e promozionale relativo al territorio di riferimento. In particolare, deve essere garantita una corretta informazione sulla rete di Operatori aderenti al Marchio e sulle finalità del Marchio stesso. L'informazione può essere veicolata anche attraverso materiali in formato digitale inviati tramite posta elettronica/altra modalità di comunicazione web (Social Media ecc).

**RS 20** Ove vengano realizzati gadget da fornire alla clientela, questi debbono rispettare principi di riuso e riutilizzo, privilegiando la logica del Plastic Free.

**RS 21** Il Tour Operator è a disposizione per concordare con l'Ente un sistema di visibilità che porti al riconoscimento dei clienti a Marchio di Qualità da parte degli altri operatori del circuito e incentivi la connessione tra i clienti ed essi.

L'Ente fornisce grafica per la realizzazione di braccialetti che il Tour Operator distribuirà ai propri clienti per i pacchetti a Marchio.

Il braccialetto deve essere realizzato entro la scadenza del primo anno di partecipazione al circuito Marchio di Qualità.

### **Tabella di miglioramento biennale**

Il Tour Operator deve realizzare almeno uno dei due requisiti entro 1 anno dall'acquisizione del Marchio e l'altro requisito entro 2 anni.

*Indicare il requisito che si intende realizzare entro il 1° anno e il requisito che si intende realizzare entro il 2°anno*

Pacchetti categorie svantaggiate	Almeno 2 pacchetti per ogni 4 di pacchetti standard	
Pacchetti destagionalizzazione	Almeno 2 pacchetti per ogni 4 pacchetti standard	