

## PREMESSA

### IL PROCESSO PARTECIPATIVO DA CUI E' NATA LA CARTA

La CARTA OPERATIVA DEL TURISMO SOSTENIBILE e COMPETITIVO è nata all'interno di un percorso partecipato concepito come attività di supporto al corso di formazione Tecnico delle attività ricettive ed assimilati (operanti in un sistema turistico locale) riservato a 18 donne disoccupate residenti in Provincia di Foggia. Il percorso partecipato si è sviluppato in focus group, workshop, lavori di gruppo che hanno visto la partecipazione di Enti Locali, Esperti del settore, Imprese turistiche.

Gli OBIETTIVI DEL LABORATORIO sono stati:

<ul style="list-style-type: none"><li>• Stimolare i processi di destagionalizzazione con l'obiettivo di distribuire le presenze in modo più uniforme nell'arco dei mesi ed anche all'interno della settimana dell'offerta turistica e per favorire altresì la permanenza nel settore dei lavoratori</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Investire sulla valorizzazione dell'identità locale e sulla cultura dell'ospitalità quali valori aggiunti fondamentali della propria offerta turistica, nelle sue diverse articolazioni in prodotti e servizi turistici</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Attuare politiche per la diversificazione dell'offerta turistica, in grado di intercettare le nuove motivazioni della domanda turistica, nella direzione del Turismo congressuale, Turismo fieristico e d'affari, Turismo sportivo, Turismo culturale e artistico Turismo enogastronomico, Turismo accessibile, Turismo del benessere</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Favorire per le destinazioni turistiche mature e di massa i processi di riqualificazione urbana attraverso strumenti normativi e finanziari volti ad accelerare i percorsi di trasformazione urbana e territoriale delle località turistiche rendendo operanti i valori e i principi della sostenibilità ambientale: costruendo meno e meglio, favorendo costruzioni e trasporto a basso impatto energetico, spendendo la risorsa territorio con attenzione e lungimiranza, recuperando il grande valore aggiunto rappresentato dalla qualità e dalla bellezza del paesaggio locale</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Investire sulla qualità del lavoro e professionale, anche attraverso la formazione di base e l'aggiornamento continuo</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tenuto conto della predominanza delle PMI quale tessuto produttivo dell'industria turistica, favorire i percorsi e i processi di aggregazione tra le imprese turistiche attraverso la creazione e lo sviluppo di reti imprenditoriali all'interno della filiera turistica</li></ul>

Il laboratorio ha visto la presenza di due facilitatori/moderatori esperti di sviluppo locale e progettazione FSE. Di seguito specifichiamo l'articolazione \*\*\*

<b>STRUMENTI DI PARTECIPAZIONE</b>	<b>Data/ora - Durata - Sede</b>	<b>PARTECIPANTI</b>	<b>OUTPUT</b>
<b>1 focus group - Osservazione e analisi del territorio</b>	Giovedì 21 gennaio 2010 Ore 9.30 - 12 ore - Sala Consigliere del Comune di Foggia	Comuni di: Foggia, San Giovanni Rotondo, Castelluccio Valmaggiore, Roseto Valfortore, Orsara di Puglia, San Marco in Lamis, San Severo	VISIONE INTEGRATA DEI PROCESSI DI LAVORO PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL TERRITORIO
<b>1 workshop tematico - Strategie di intervento per potenziare il turismo</b>	Mercoledì 10 febbraio 2010 Ore 9.30 - 12 ore - Sala Consigliere del Comune di Foggia	Comuni di: Foggia, Cerignola, Castelluccio Valmaggiore, Lesina; Esperti del settore, Allieve del corso	INDIVIDUAZIONE INTEGRATA DELLE STRATEGIE DI INTERVENTO PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL TERRITORIO
<b>1 planning for real - Realizzazione della CARTA PER un TURISMO SOSTENIBILE e COMPETITIVO</b>	Febbraio-Marzo 2010 - 16 ore - sede di Foggia Smile Puglia	Aziende partner coinvolte nella fase di stage	REALIZZAZIONE INTEGRATA DELLE LINEE GUIDA PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL TERRITORIO
<b>1 lavoro di gruppo di condivisione delle proposte ed elaborazione finale</b>	Venerdì 12 marzo 2010 Ore 9.00 - 5 ore - Sala Consigliere del Comune di Foggia	Comune di Foggia, Presidente del Comitato per l'imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Foggia, Coop Fortore Habitat, Cooperativa Nous	CONDIVISIONE INTEGRATA DELLA CARTA PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL TERRITORIO
<b>1 CONFERENZA STAMPA di output - presentazione dei risultati finali</b>	Venerdì 21 maggio 2010 Ore 9.00 - 5 ore - Hotel Cicolella Mercurè	Enti locali, Pro loco, imprese operanti nel turismo, associazioni di promozione territoriale, parti sociali, Dirigenti di settore, organi di stampa	PRESENTAZIONE DELLA CARTA OPERATIVA DEL TURISMO SOSTENIBILE e COMPETITIVO

\*\*\* Nota: i report dettagliati degli incontri sono disponibili on line sul sito [www.pugliatouring.it](http://www.pugliatouring.it)

## 1. RAGIONI E OBIETTIVI DELLA CARTA DI QUALITA'

### 1.1 RAGIONI

Il partenariato del progetto ha inteso promuovere un approccio responsabile al turismo attraverso l'esperienza diretta, creando occasioni per avvicinare il turista al valore della diversità ambientale e culturale del territorio della Provincia di Foggia. E' interessato quindi a migliorare la qualità del complesso delle attività turistiche.

In particolare modo gli aspetti metodologici, educativi e di sensibilizzazione nei confronti della conservazione dell'ambiente, della natura e di gestione, di rispetto della diversità biologica e culturale, di attenzione nei confronti degli impatti sulla natura per perseguire il principio della sostenibilità ambientale.

## 1.2 OBIETTIVI DI SISTEMA

Questa prima edizione della Carta di Qualità ha l'obiettivo di stimolare le aziende verso un processo di aggregazione attraverso la creazione e lo sviluppo di reti imprenditoriali all'interno della filiera turistica.

Per contribuire, di concerto alla governance locale a:

- Stimolare i processi di destagionalizzazione con l'obiettivo di distribuire le presenze in modo più uniforme nell'arco dei mesi ed anche all'interno della settimana dell'offerta turistica e per favorire altresì la permanenza nel settore dei lavoratori
- Investire sulla valorizzazione dell'identità locale e sulla cultura dell'ospitalità quali valori aggiunti fondamentali della propria offerta turistica, nelle sue diverse articolazioni in prodotti e servizi turistici
- Attuare politiche per la diversificazione dell'offerta turistica, in grado di intercettare le nuove motivazioni della domanda turistica, nella direzione del Turismo congressuale, Turismo fieristico e d'affari, Turismo sportivo, Turismo culturale e artistico, Turismo enogastronomico, Turismo accessibile, Turismo del benessere
- Favorire per le destinazioni turistiche mature e di massa i processi di riqualificazione urbana attraverso strumenti normativi e finanziari volti ad accelerare i percorsi di trasformazione urbana e territoriale delle località turistiche rendendo operanti i valori e i principi della sostenibilità ambientale: costruendo meno e meglio, favorendo costruzioni e trasporto a basso impatto energetico, spendendo la risorsa territorio con attenzione e lungimiranza, recuperando il grande valore aggiunto rappresentato dalla qualità e dalla bellezza del paesaggio locale
- Investire sulla qualità del lavoro e professionale, anche attraverso la formazione di base e l'aggiornamento continuo
- Promuovere l'inserimento, all'interno dell'azienda, delle più aggiornate tecnologie informatiche e telematiche per offrire on-line nuovi servizi informativi sulla struttura ricettiva, le promozioni last minute, la disponibilità ricettiva, le prenotazioni e pagamenti, e per la fidelizzazione dei clienti (newsletter, periodici, ecc...); integrare le procedure di gestione aziendale per rendere più efficiente l'organizzazione interna dell'azienda.

## 2 IPOTESI DI PRE FATTIBILITA' DELLA CARTA SERVIZI

La CdQ identifica in questo caso tanto le caratteristiche specifiche che definiscono la qualità della proposta, quanto il valore aggiunto che tali caratteristiche rappresentano nell'ambito del turismo sostenibile e competitivo, quanto i principali indicatori di verifica e valutazione delle caratteristiche stesse.

### 2.1 CARATTERISTICHE DI SERVIZIO

#### DEI VIAGGI DI TURISMO SOSTENIBILE E COMPETITIVO

Criteria generali relativi alla proposta complessiva:

Valore	Indicatore
Le proposte interessano una scelta selezionata di ecosistemi ed ambienti in cui si evidenzia il valore intrinseco ed estrinseco della biodiversità	Il catalogo dovrà proporre al pubblico una scelta diversificata di ambienti e località in diverse destinazioni che rappresentano significativi ecosistemi, ambientali, culturali, storici, naturalistici, ecc..
Le proposte consentono un'ampia scelta di tematiche e delle attività	Ogni programma dovrà proporre e realizzare diverse attività, che variano in funzione del tipo di proposta, fra le quali: - escursioni - attività sportive - attività naturalistiche - laboratori a tema

#### CRITERI SPECIFICI

<b>1. I Programmi e le attività avvengono nel rispetto delle normative ambientali</b>	Sensibilizzazione ed educazione dei partecipanti alla corretta fruizione delle risorse naturali, paesagistiche e storico-artistiche.	I programmi rispetteranno le restrizioni e le disposizioni di protezione della fauna, di riposo, di accesso invernale vietato, di luoghi di nidificazione e di riproduzione etc. - Le attività proposte non si svolgeranno nelle aree di maggior sensibilità ambientale
---	--	--

<p><b>2. Sensibilizzazione Ambientale</b></p>	<p>1) Attività conformi alle Linee guida dal WWF, coerentemente con i principi e le convenzioni internazionali e nazionali sull'Educazione Ambientale.</p> <p>2) Attività di promozione all'educazione ambientale, rivolta a tutte le fasce di età.</p> <p>3) Proposte educative contestualizzate nella realtà locale in cui si svolgono</p> <p>4) Approccio ai molti aspetti socio-ambientali e culturali del territorio</p>	<p>Attività svolte in conformità ai criteri definiti nelle Linee Guida.</p> <p>Le proposte dovranno essere diversificate e dovranno presentare attività tra loro interconnesse inserite in un preciso progetto (Schede valutazione )</p> <p>Gli obiettivi della singola proposta dovranno essere dichiarati e definiti nel Programma di ogni proposta e coerenti con gli indirizzi strategici e con le finalità territoriali in cui si svolgono. Tali obiettivi dovranno essere perseguiti dai TO e dal loro staff, sono esplicitati ai partecipanti, e nelle attività di comunicazione e/o promozione.</p> <p>L'attività sarà legata alle emergenze e alle problematiche del territorio, ai temi della conservazione della natura, del valore della biodiversità e della sostenibilità.</p> <p>In ogni proposta devono essere previsti contatti e momenti di incontro con esponenti delle comunità locali e delle attività tradizionali della cultura locale. (testimoni del territorio)</p>
<p><b>3. Qualificazione del personale</b></p>	<p>Il personale che gestirà specifiche attività è esperto qualificato.</p>	<p>Il personale esterno a cui siano affidate le attività sportive (siano essi individui singoli o TO) deve possedere le necessarie certificazioni per la propria qualifica tecnica, patentini, brevetti, iscrizioni ad albi professionali, ecc.</p>
<p><b>4. Individuazione del target</b></p>	<p>Proposte tarate per gruppi,</p>	<p>Gruppi di 10 - 12 pp con almeno 1 accompagnatore, che fungerà da coordinatore del gruppo per gli aspetti organizzativi e mediatore culturale e comunicativo per gli aspetti culturali e tematici.</p>
<p><b>5. Assicurazione per gli infortuni</b></p>	<p>Copertura assicurativa estesa al personale e ai partecipanti.</p>	<p>L'organizzazione o il singolo TO dovrà disporre di una copertura assicurativa RC e infortuni per tutto il personale impegnato nella gestione della proposta e per tutti i partecipanti</p>

<p><b>5. Mezzi di trasporto e consumi energetici</b></p>	<p>Risparmio energetico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuove l'impiego preferenziale dei mezzi pubblici di trasporto e si fa interprete dei temi della mobilità sostenibile (educazione agli spostamenti con mezzi eco-sostenibili, a piedi e in bicicletta).</li> <li>- Sensibilizza i viaggiatori a ridurre al massimo l'abitudine al fumo in particolar modo negli spazi interni indipendentemente dalle normative locali.</li> <li>- Promuove l'adozione e l'educazione al risparmio idrico ed elettrico negli alloggi, negli spazi comuni e nelle toilettes.</li> <li>- Promuove la sensibilizzazione e l'educazione al tema dell'energia e delle misure di risparmio energetico.</li> <li>- Promuove il contenimento nell'uso di impianti di condizionamento dell'aria.</li> </ul>
<p><b>7. Potenzialità del territorio</b></p>	<p>Valorizzazione delle risorse locali</p>	<p>Utilizza produttori e i distributori locali per gli acquisti delle dotazioni e le forniture alimentari collettive. Promuove l'educazione alla scelta di prodotti locali per gli acquisti personali, alimentari e non.</p>
<p><b>8. Strutture ricettive</b></p>	<p>Strutture pregevoli sul piano estetico/architettonico e logistico, funzionali a soggiorni per gruppi.</p>	<p>Le strutture di alloggio e ristorazione sono imprese locali</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La struttura e gli spazi dedicati al gruppo sono adeguati allo standard della struttura stessa, non inducono a considerare il viaggiatore di turismo consapevole e competitivo un viaggiatore di secondo ordine.</li> <li>- Le caratteristiche qualitative delle strutture di alloggio e ristorazione previste nei programmi, e i servizi annessi devono essere adeguatamente descritte ai partecipanti nella documentazione previaggio. Nel caso in cui le strutture siano particolarmente essenziali o spartane, o possano comportare disagio speciale, tale informazione dovrà essere adeguatamente presente nei materiali di promozione e conferma di partecipazione</li> </ul>

<p><b>9. Gestione dell'emergenze</b></p>	<p>Le strutture sono idonee alla gestione delle emergenze</p>	<p>Le strutture rispettano le normative in materia di sicurezza. - Le strutture dovranno garantire accessibilità ai servizi di soccorso e presidi medici locali e disponibilità di attrezzatura per il pronto soccorso. Ove questo non sia possibile l'informazione dovrà essere adeguatamente presente nei materiali informativi sulla proposta.</p>
<p><b>10. Valutazione</b></p>	<p>Il partecipante è intervistato a titolo personale sulla propria esperienza, contribuisce alle verifiche e al miglioramento della qualità complessiva delle attività. Questo consente di valutare anche l'evoluzione della qualità dell'iniziativa nel corso degli anni.</p>	<p>Un campione rappresentativo di partecipanti sarà coinvolto ogni anno nel programma di rilevazione.</p>

## 2.2 IL DISCIPLINARE PER UN TURISMO SOSTENIBILE E COMPETITIVO

La tabella mette in evidenza i punti salienti del DISCIPLINARE PER UN TURISMO SOSTENIBILE E COMPETITIVO per i soggetti che vorranno aderire alla carta.

Le strutture aderenti si impegnano a:

1. Svolgere Programmi e attività nel rispetto delle normative ambientali
2. Svolgere attività di promozione all'educazione ambientale, rivolta a tutte le fasce di età
3. Dotarsi di personale qualificato per la gestione delle attività
4. Valorizzare le località di pregio dal punto di vista naturalistico-ambientale e storico-etnografico, che favoriscono un approccio al territorio nella sua complessità
5. Utilizzare in modo razionale le risorse naturali
6. Contenere la produzione di rifiuti
7. Utilizzare produttori e i distributori locali per gli acquisti delle dotazioni e le forniture alimentari collettive
8. Essere pregevoli sul piano estetico/architettonico e logistico, funzionali a soggiorni per gruppi
9. Essere idonee alla gestione delle emergenze
10. Consentire al cliente di esprimere una valutazione sul servizio offerto

## 2.3 L'IMPORTANZA DEL MARCHIO

il disciplinare ci conduce a comprendere che potrà essere redatta una scheda di autovalutazione dalle singole strutture per verificare le caratteristiche indicate. In maniera più allargata si potrebbe pensare ad un marchio di turismo sostenibile e competitivo da attribuire alle imprese virtuose che rispettano questi parametri. Il marchio rappresenta una delle forme di comunicazione più forti ed immediate e gioca un ruolo rilevante nel condizionare le scelte dei consumatori, in forza della sua capacità di richiamare gli aspetti caratterizzanti di un determinato prodotto e/o servizio e di garantire una certa qualità degli stessi. I vantaggi che un'azienda può ottenere tutelando un proprio prodotto/servizio con tale strumento sono numerosi: l'importanza di questi aspetti porta le imprese a dedicare attenzione ed interesse alla tematica anche in un periodo di difficoltà come quello che stiamo attraversando.



## 2.4 CENNI DI BUONE PRASSI: IL MARCHIO OSPITALITA' ITALIANA

Una buona prassi può essere considerato il marchio Ospitalità Italiana che è una certificazione promossa da IS.NA.R.T. scpa - Istituto Nazionale Ricerche Turistiche e dalle Camere di Commercio, per stimolare l'offerta di qualità in Italia. Le imprese che conseguono questo riconoscimento hanno scelto la qualità come obiettivo da perseguire ed ogni anno decidono di mettersi in discussione sottoponendosi a delle valutazioni condotte da personale esterno alle strutture stesse. Le valutazioni vengono sottoposte alle Commissioni Provinciali, composte al minimo da rappresentanti della Camera di Commercio, delle associazioni di categoria, dei consumatori e da esperti Isnart che deliberano il rilascio della certificazione Ospitalità Italiana. Nonostante molte imprese visitate ed analizzate avessero votazioni buone o sufficienti, solo coloro che hanno ottenuto un punteggio elevato sono titolate ad esporre il logo "Ospitalità Italiana", perché questo marchio viene assegnato solo a quegli esercizi che hanno un'offerta di eccellenza. Il marchio Ospitalità Italiana fornisce quindi ai clienti attuali e potenziali una valutazione obiettiva del livello di servizio offerto e rappresenta una garanzia sia per gli esercenti che per i turisti: visibilità, chiarezza di immagine, garanzia di qualità, facilità di scelta, condivisione del sistema di valori tra chi offre e chi compra. L'insieme delle imprese riunite sotto il comune logo "Ospitalità Italiana" consente infine di comunicare al potenziale cliente gli sforzi di tutte queste imprese verso la qualità e questa scelta (e con essa il concetto di tutela dell'ospite) rappresenta un'opportunità e una sfida per l'intero sistema turistico italiano. Alberghi, ristoranti, agriturismi, stabilimenti balneari, camping che espongono il marchio Ospitalità Italiana garantiscono in sintesi elevati standard di accoglienza e di servizio ed un giusto rapporto qualità prezzo per una permanenza di piena soddisfazione.

## NOTE ALLA STESURA

### Riferimenti normativi

I documenti normativi di riferimento per la Carta di qualità sono:

- Legge quadro sul turismo n° 135/2001
- Carta di Lanzarote 1995
- Dichiarazione di Berlino 1997
- Codice etico del turismo – organizzazione Mondiale del Turismo 1999
- Documento informativo del WWF sul turismo 1999
- Carta d'identità dei viaggi sostenibili – Associazione Italiana Turismo Responsabile 1999
- Dichiarazione del WWF sul turismo 2001

### Sitografia

[www.pugliatouring.it](http://www.pugliatouring.it)

[www.10q.it](http://www.10q.it)

<http://www.necstour.eu>