



Marchio di Qualità per le Agenzie di Viaggio e Turismo 2018

Disciplinare

Il presente disciplinare individua i requisiti che le agenzie di viaggio e turismo devono soddisfare per acquisire il marchio di qualità.

Il marchio di qualità è strumento di certificazione, valorizzazione e riconoscibilità dei comportamenti di qualità, ha l'obiettivo di garantire un elevato livello di *qualificazione e organizzazione dell'impresa, qualità dei servizi offerti, affidabilità verso il cliente e rispetto del turismo etico*.

Le agenzie di viaggio e turismo che acquisiscono il marchio sono inserite in un elenco, diffuso a cura della Camera di Commercio del Verbano Cusio Ossola, che permette al consumatore una scelta mirata e consapevole.

Le regole della qualità

1. L'agenzia di viaggio e turismo fornisce in modo trasparente e completo le informazioni relative ai servizi offerti:

- le comunicazioni promozionali e il materiale pubblicitario che contengono informazioni relative alle condizioni del servizio offerto riportano, utilizzando modalità idonee ad assicurarne una chiara percezione, l'indicazione delle caratteristiche dell'offerta, del prezzo del servizio e delle eventuali componenti del prezzo suscettibili di variazione e delle condizioni limitative dell'offerta;
- la vetrina, virtuale e/o fisica, dell'agenzia di viaggio e turismo assicura informazioni chiare, certe e aggiornate sulle proposte di viaggio, con particolare riferimento all'indicazione del prezzo complessivo del servizio e alle offerte *last minute* e ai viaggi *low cost* promossi in apposita bacheca;
- l'agenzia di viaggio e turismo promuove lo sviluppo e l'utilizzo intensivo del proprio sito web come strumento di diffusione delle informazioni, di assistenza e di vendita, garantendo in particolare accessibilità via web, in modalità almeno bilingue, e certezza e aggiornamento delle informazioni relative a: identificazione dell'impresa (denominazione, sede legale e operativa direttore tecnico e legale rappresentante dell'impresa); contatti (telefono, fax, e – mail e referenti); proposte di viaggio di-

sponibili (testi e foto); prezzi dei servizi (con eventuali imposte, tasse, costi o altri addebiti imponibili); condizioni di pagamento dei servizi offerti; link utili;

- l'agenzia di viaggio e turismo garantisce la risposta alle richieste di informazioni via mail dei clienti entro il giorno successivo a quello di ricevimento della richiesta.

2. L'agenzia di viaggio e turismo garantisce una struttura ed un ambiente adeguati alle esigenze dei clienti:

- È assicurata la buona manutenzione degli elementi esterni della struttura (facciata, tinteggiatura etc.);
- L'agenzia è ben segnalata e dotata di una vetrina ben illuminata;
- Gli ambienti interni sono accoglienti, ben illuminati e dotati di un arredamento confortevole;
- Il personale all'accoglienza è ben identificabile, curato nell'aspetto e cordiale;
- E' garantita l'offerta di materiale informativo nelle lingue di maggiore diffusione.

3. L'agenzia di viaggio e turismo è dotata di strutture informatiche adeguate e promuove l'innovazione tecnologica dei servizi offerti, in particolare attraverso:

- dotazione hw tecnologicamente avanzata (linea ISDN, monitor flat, etc.)
- l'adozione di software con funzionalità integrate front – back office;
- la gestione del sito web aziendale;
- l'utilizzo delle funzionalità di rete (internet ed extranet);
- l'utilizzo della posta elettronica anche certificata;
- gestione documentale digitale (gestione servizi offerti, archiviazione, rapporti con i fornitori fatturazione elettronica, gestione del personale);
- il servizio di e – commerce;
- pagamento dei servizi offerti mediante ordine di bonifico via home banking.
-

4. L'agenzia di viaggio e turismo garantisce la capacità di risposta alle esigenze del cliente:

- promuove un'offerta mirata e diversificata di servizi, con un forte orientamento ai clienti e ai diversi segmenti di mercato;
- fornisce una consulenza personalizzata per scegliere la soluzione più rispondente alle esigenze espresse dal cliente, offrendo i migliori servizi acquistabili ad un prezzo prestabilito (miglior itinerario, rapidità del viaggio, migliore tariffa etc.);
- garantisce un servizio di appuntamento su prenotazione telefonica o elettronica per la scelta della destinazione e l'organizzazione di colloqui con esperti o visitatori delle mete selezionate per personalizzare il viaggio, anche attraverso serate tematiche relative alla destinazione;

- promuove un'offerta di servizi integrata e garantisce un efficace servizio di problem solving e di gestione integrata delle problematiche legate al viaggio (risoluzione tempestiva di imprevisti, problemi o errori rilevanti);
- accetta diversi mezzi di pagamento: Contanti, Assegno, Bancomat, Carte di credito, pagamento rateale, servizi di home banking;
- procede alla rilevazione periodica del livello di soddisfazione dei clienti attraverso la diffusione di questionari di *customer*.

5. L'agenzia di viaggio e turismo garantisce la prestazione del servizio in modo affidabile e preciso, in particolare:

- il direttore tecnico svolge un ruolo qualificante nell'organizzazione del lavoro con caratteri di esclusività e assicura un'interazione costante e continua con il personale dell'agenzia;
- il personale è qualificato nel rispetto dei principi di competenza, professionalità e diligenza, ed in possesso di abilità tecniche e linguistiche (il personale ha una competenza linguistica di almeno due lingue straniere) necessarie a prestare il proprio servizio in modo affidabile e preciso;
- il personale partecipa a percorsi di formazione continua e di aggiornamento (*sui mercati, gli andamenti, le caratteristiche analitiche degli operatori, le innovazioni di prodotto etc. al fine di qualificare ulteriormente l'offerta verso i segmenti emergenti di mercato*);
- il personale fornisce prontamente informazioni sui servizi, sui prezzi, sulla disponibilità di posto;
- il personale effettua le operazioni con rapidità e precisione.

6. L'agenzia di viaggio e turismo garantisce la trasparenza delle relazioni contrattuali con i clienti :

- redige testi contrattuali di immediata comprensione per il cliente, non gravati da richiami normativi generici ed esclude la presenza nei contratti di clausole vessatorie o comunque inique;
- utilizza, nei rapporti con i clienti, condizioni contrattuali conformi a quanto previsto dalla normativa vigente;
- dà risposta tempestiva (entro 4 giorni) alla richiesta del cliente, con eventuale conferma dell'ordine via fax o mediante posta elettronica anche certificata.

7. L'agenzia di viaggio e turismo garantisce i seguenti servizi di assistenza:

- garantisce ai clienti completezza, correttezza e trasparenza delle informazioni relative agli elementi che costituiscono il servizio e di quelle necessarie per la migliore fruizione del viaggio acquistato e assicurano la tempestività delle comunicazioni inerenti il viaggio, in particolare si impegna a garantire:

- o indicazione e controllo dei documenti validi per raggiungere la destinazione prescelta;
- o informazioni sulla documentazione necessaria per la copertura di eventuali assicurazioni facoltative aggiuntive;
- o l'indicazione delle condizioni meteo ed eventuali raccomandazioni su abbigliamento e quant'altro;
- o informazioni sugli orari dei principali servizi pubblici dei luoghi oggetto del viaggio;
- o effettua un servizio di assistenza al cliente e informazioni al cliente durante il viaggio/soggiorno;
- mette a disposizione dei clienti i seguenti servizi sostitutivi:
 - o numero verde o di reperibilità 24 ore su 24;
 - o corrispondente locale dell'agenzia disponibile ad assistere il cliente anche attraverso il tour operator fornitore;
- ai fini della risoluzione delle eventuali controversie che possono sorgere nei rapporti con i clienti, l'agenzia promuove l'utilizzo della mediazione della Camera di Commercio del Verbano Cusio Ossola e dell'arbitrato della Camera Arbitrale del Piemonte.

8. L'agenzia di viaggio e turismo garantisce una gamma di servizi - accessori per le adv a prevalente attività outgoing, obbligatori per le adv a prevalente attività incoming - quali:

- informazione e assistenza ai propri clienti durante il viaggio, anche con accoglienza nelle stazioni di partenza e di arrivo di mezzi collettivi di trasporto;
- prenotazione e vendita di biglietti di mezzi di trasporto necessari alla realizzazione del viaggio;
- prenotazione di servizi ricettivi e di albergo nonché di ristorazione;
- promozione di offerte e prodotti specifici ben definiti e segmentati (famiglie, turismo congressuale, ospitalità di montagna, benessere);
- prenotazione del noleggio di autovetture e di altri mezzi di trasporto;
- informazione sulle iniziative turistiche della destinazione;
- prestazioni speciali di interesse turistico anche se indiretto (prenotazione e vendita di biglietti per spettacoli, fiere e manifestazioni; assistenza per il rilascio di passaporti e visti consolari).

9. L'agenzia di viaggio e turismo promuove l'eticità dell'offerta:

- promuove presso i clienti imprese che offrono servizi non nocivi alla salute ed alla sicurezza delle persone;
- promuove presso i clienti l'utilizzo di servizi ricettivi, di ristorazione e di trasporto compatibili con l'ambiente, in relazione alla capacità di carico turistico, resistenza ecologica ed economica del luogo visitato;

- sensibilizza il cliente verso le problematiche presenti nella destinazione prescelta e con riferimento alle destinazioni situate nelle aree di Africa, Asia e Pacifico, Caraibi e America Latina, Medio Oriente e Nord Africa, garantisce al cliente informazioni relative a: 1) la segnalazione del fenomeno dell'offerta sessuale minorile a pagamento e relativa disciplina normativa ; 2) i rischi sanitari relativi ai paesi oggetto del viaggio nonché quelli relativi ad ogni altro aspetto che possa influenzare il soggiorno (sicurezza, emergenza, etc.).

10. L'agenzia di viaggio e turismo svolge il ruolo di agente locale di sviluppo turistico del territorio:

- svolge un ruolo proattivo nella valorizzazione e promozione del territorio turistico locale e della destinazione *Lago Maggiore e le sue valli*, e delle sue risorse, attraverso una attività di comunicazione e pubblicità dei servizi di Incoming rivolta ai turisti finali e alle agenzie estere, anche attraverso il portale turistico www.illagomaggiore.it;
- contribuisce allo sviluppo di un sistema territoriale integrato di marketing turistico e al rafforzamento della coesione territoriale attraverso il consolidamento della rete di relazioni con gli stakeholders locali e l'attivazione di iniziative e interventi di promozione turistica realizzati anche in collaborazione e partnerariato;
- concorre alla formazione di una rete sul territorio, attraverso azioni qualificate, frutto dell'esperienza acquisita e di significative collaborazioni con gli altri operatori del settore;
- garantisce in apposita bacheca nelle lingue di maggiore diffusione, materiale informativo sulle principali attrattive turistiche della Provincia, eventi e manifestazioni nel territorio provinciale, modalità di collegamento con le principali località della provincia.

GLI INDICATORI

Le agenzie di viaggio e turismo che acquisiscono ed esibiscono il marchio garantiscono l'osservanza *nel processo di relazione con i clienti delle "regole della qualità", con particolare riferimento ai seguenti indicatori:*

INCOMING	Punteggio massimo	N.Criteri di valutazione
1. Promo – commercializzazione del servizio	60	31
2. Struttura e ambiente	10	9
3. Dotazione informatica e innovazione tecnologica	15	8
4. Capacità di risposta alle esigenze del cliente	30	11
5. Prestazione del servizio in modo affidabile e preciso	40	17
6. Trasparenza contrattuale	20	3
7. Servizi di assistenza garantiti	30	7
8. Servizi obbligatori	70	30
9. Eticità dell'offerta	10	2
10. Promozione dello sviluppo locale	15	5
TOTALE	300	
Punteggio minimo per ottenere il marchio di qualità	200	

OUTGOING	Punteggio massimo	N.Criteri di valutazione
1. Promozione del servizio	40	14
2. Struttura e ambiente	60	20
3. Dotazione informatica e innovazione tecnologica	20	12
4. Capacità di risposta alle esigenze del cliente	40	11
5. Prestazione del servizio in modo affidabile e preciso	40	11
6. Trasparenza contrattuale	20	3
7. Servizi di assistenza garantiti	30	7
8. Servizi accessori	30	10
9. Eticità dell'offerta	10	2
10. Promozione dello sviluppo locale	10	4
TOTALE	300	
Punteggio minimo per ottenere il marchio di qualità		200

OUTGOING / INCOMING	Punteggio massimo	N.Criteri di valutazione
1. Promozione del servizio	45	31
2. Struttura e ambiente	40	20
3. Dotazione informatica e innovazione tecnologica	20	12
4. Capacità di risposta alle esigenze del cliente	30	11
5. Prestazione del servizio in modo affidabile e preciso	40	11
6. Trasparenza contrattuale	20	3
7. Servizi di assistenza garantiti	30	7
8. Servizi accessori / obbligatori	50	29
9. Eticità dell'offerta	10	3
10. Promozione dello sviluppo locale	15	5
TOTALE	300	
Punteggio minimo per ottenere il marchio di qualità	200	