

*OSPITALITA' ITALIANA*

*DISCIPLINARE PER LA QUALIFICAZIONE  
DELLE COUNTRY HOUSE*

## Indice

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

## 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 ad esaminare le country house 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 della country house di raccontare il territorio / territori in coerenza con la sua identità e con la proposta gastronomica.

## 2 Campo di applicazione

Il disciplinare si applica alle country house 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 dispone di un sito web proprio ben configurato, responsive, ben strutturato ed intuitivo/facilmente navigabile.
2. La struttura mette a disposizione tramite il proprio sito web indicazioni chiare, complete (es. indicazioni in base al mezzo di trasporto - aereo, treno, bus, auto, coordinate GPS) su come raggiungerla.
3. Il sito internet risulta correttamente tradotto in almeno tre lingue oltre l'italiano, ed in tutte le sue sezioni.
4. La struttura gestisce in maniera sistematica i commenti derivanti dai social e dai portali web.
5. Il personale è presente e facilmente reperibile sia telefonicamente sia via mail con risposta entro le 24 ore.
6. Le aree esterne (recinzione, vialetto di accesso, pavimentazione antistante l'ingresso, aree verdi) si distinguono per la pulizia, la cura e la presenza di elementi di arredo/decoro.
7. La facciata esterna e l'ingresso – es. vetrate, porta, tappeto sono puliti, ben tenuti e curati.
8. La struttura consente l'accesso agli animali degli ospiti e dispone di servizi dedicati, chiaramente indicati (es. punti acqua, aree recintate, mini piscine/laghietti balneabili, etc.).

|                                                                               |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Ospitalità Italiana<br>Disciplinare per la qualificazione delle country house | Rev 01<br>Edizione 2021 |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|

9. La struttura dispone di un parcheggio interno commisurato alla ricettività, alle attività ed alla tipologia di clientela.
10. Il parcheggio risulta ben illuminato, pavimentato e con posti auto delimitati.
11. Il parcheggio è ben custodito (recintato, presenza di sbarra o cancello chiuso nelle ore notturne, videosorvegliato, etc.).
12. Il personale è sempre presente per accogliere gli ospiti. Il personale addetto accoglie l'ospite, lo conduce nelle varie aree della struttura illustrando le attività, gli orari, il personale di riferimento, gli eventuali pericoli, ed infine lo accompagna in camera/appartamento illustrandone dotazioni e servizi.
13. Il personale è presente e facilmente reperibile sia telefonicamente sia via mail con risposta entro le 24 ore.
14. 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.
15. Il titolare e/o il personale parlano correttamente più lingue straniere.
16. Le aree dedicate all'accoglienza e gli ambienti comuni (es. area relax/lettura) si distinguono per pulizia, manutenzione e cura. Sono previsti piani di pulizia e manutenzione straordinaria anche attraverso l'ausilio di ditte esterne.
17. Le toilette comuni si distinguono per la presenza di porta, pareti, pavimenti sanitari e arredi (es. mensole, specchiere, etc.) puliti, in ottimo stato di manutenzione e cura. Sono previsti piani di pulizia e manutenzione straordinaria anche attraverso l'ausilio di ditte esterne.
18. I servizi igienici comuni sono ben dotati (rotolo di carta igienica aggiuntivo, gancio appendiabiti, distributore di sapone rifornito, sistema per l'asciugatura delle mani) e sullo stesso piano rispetto alle aree dedicate all'accoglienza e agli ambienti comuni (es. area relax/lettura) o facilmente accessibili, segnalati e distinti per sesso.
19. I corridoi, le scale e le aree di passaggio si distinguono (nella totalità della struttura) per la presenza di pareti (intonaci/rivestimenti) pulite, in ottimo stato di manutenzione e cura.
20. La country house 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 e pos senza fili. Eventuale metodo Near Field Communication (NFC) per pagamento tramite applicazioni a mezzo smartphone (es. Apple Pay, Vodafone Pay, etc.).
21. Il Wi-Fi è gratuito con facilità di reperimento delle credenziali (ID e PW in accoglienza o in camera/appartamento), con una copertura delle camere/appartamenti e delle aree comuni principali. La velocità minima media permette la visualizzazione di pagine web, la visualizzazione di video senza interruzioni o perdita di risoluzione, il download di file, etc.
22. È presente una modalità per valutare la soddisfazione del cliente (cartacea, portale web) ed i feedback sono regolarmente gestiti ed archiviati.
23. Le porte di ingresso risultano in ottimo stato di manutenzione e cura e sono sicure.
24. Le camere e/o appartamenti risultano ampi, ben organizzati e luminosi.
25. Le camere e/o appartamenti si distinguono per l'isolamento acustico (localizzazione, spessore muri/materiali utilizzati, porta di ingresso, infissi, etc.).
26. Le pareti, i pavimenti ed i soffitti presentano un ottimo stato di cura e manutenzione generale.
27. Il sistema di oscuramento risulta ottimale con possibilità di regolazione da parte dei clienti.
28. È presente un sistema di climatizzazione/riscaldamento ottimale e con facilità di regolazione da parte del cliente.
29. Le camere e/o appartamenti si distinguono per pulizia (utilizzo di prodotti particolare per dare maggiore enfasi alla pulizia e lucentezza delle superfici) ed ordine.
30. Il mobilio e gli elementi di arredo si distinguono per l'ottimo stato di manutenzione e cura.

|                                                                               |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Ospitalità Italiana<br>Disciplinare per la qualificazione delle country house | Rev 01<br>Edizione 2021 |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|

31. La biancheria e copri letto sono in ottimo stato di manutenzione, puliti, coordinati e di buona qualità.
32. Sono presenti coperte e cuscini di riserva adeguati per numero e debitamente protetti.
33. Il letto presenta elementi distintivi per dimensione e per qualità (es. materasso in lattice, rete, etc.).
34. Il cambio della biancheria viene effettuato almeno tre volte alla settimana e tassativamente al cambio dell'ospite o su richiesta del cliente per la tutela ambientale (adeguatamente comunicato in camera).
35. Sono presenti almeno quattro prese liberamente utilizzabili e ben distribuite (di cui una per comodino da letto e una per scrivania), un punto luce per leggere e scrivere e un punto luce per posto letto.
36. Sono presenti in camera uno specchio a figura intera e ben illuminato, un cestino ed un ripiano portavaligie.
37. L'armadio è ben tenuto e gradevole all'interno (foderato, con deodorante, ecc.) e con grucce adeguate per numero e tipologia.
38. È presente una cartellina con lettera di benvenuto, descrizione dello stile dell'ospitalità della country house, informazioni sui servizi e cartellino con i numeri di emergenza.
39. Tutte le camere/appartamenti sono dotate di sistemi contro gli insetti (zampironi, fornelli elettrici, candele da esterno, zanzariere elettriche, elettro insetticida, etc.) sia interni che esterni.
40. Sono disponibili, anche su richiesta e con relativa comunicazione, sedia, seggiolino, sponde, culla, fasciatoio in numero adeguato per tutte le camere/appartamenti.
41. È presente un set di accoglienza/benvenuto (es. caramelle, cioccolatini, etc.).
42. I bagni risultano ampi e si distinguono per l'ottimizzazione degli spazi e la funzionalità dei servizi/arredi.
43. 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.
44. I box doccia o vasca sono particolarmente rifiniti e confortevoli con protezioni di box/vetro o equivalente e con asse phon doccia regolabile.
45. La specchiera del bagno è ampia, ben illuminata e ben tenuta, le mensole sono ampie e di particolare pregio (marmo, cristallo).
46. Sono presenti per ciascun ospite un asciugamano grande, medio e piccolo, personalizzati coordinati, di qualità (materiale/fattura) e in ottimo stato di manutenzione.
47. Il bagno presenta un efficace sistema di areazione (per silenziosità e qualità dell'aria - assenza odori).
48. I bagni si distinguono per cura e manutenzione nonché per pulizia.
49. I bagni dispongono di adeguate dotazioni (tappetino, cestino, ganci di buona fattura scalda asciugamani, asciugacapelli funzionante, dosatori, etc.).
50. La colazione è servita in orari ampi, con fascia superiore alle 3 ore, e con possibilità di effettuare la colazione nelle ore al di fuori degli orari previsti della prima colazione. L'orario è debitamente comunicato.
51. La sala/ambiente adibita/o alla prima colazione 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).
52. La cristalleria, la posateria, i piatti ed il vasellame e le attrezzature scalda vivande si presentano in ottimo stato, ben tenuti e puliti.
53. La country house offre un'ampia scelta di bevande calde (es. caffè, cappuccino, cioccolato, thè, etc.) e fredde (es. latte, acque e/o succhi di frutta, spremute etc.), con servizio al tavolo.

54. La country house offre un'ampia scelta di prodotti sia dolci (es. pasticceria fresca, torte fatte in casa, brioches, etc.) che salati (es. formaggi, prosciutto, uova, etc.), con presenza di comunicazioni sulla disponibilità di prodotti fuori buffet/extra offerta.
55. La struttura dispone di un ristorante interno e/o eroga ai propri ospiti un'offerta alternativa quale, ad esempio, apericene e buffet in maniera programmata, frequente e costante.
56. 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.).
57. La cristalleria, la posateria, i piatti e il vasellame si presentano perfettamente puliti, ben tenuti, di pregio e di particolare manifattura.
58. La struttura dispone di un servizio bar con una ampia offerta. I prezzi delle consumazioni sono ben visibili, chiari e resi disponibili alla clientela.
59. La country house dispone di spazi verdi/parco curati ed attrezzati per il relax.
60. È presente una piscina coperta e/o scoperta con presenza di idromassaggio.
61. 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.
62. Le attrezzature e le dotazioni (es. piscina, attrezzi sportivi, SPA, etc.) si distinguono per qualità (es. materiali, design, etc.), per manutenzione e pulizia.

#### **Requisiti aggiuntivi per attività ricettiva con appartamenti**

63. Sono presenti elettrodomestici (elementi minimi: lavatrice, lavastoviglie, forno, frigorifero provvisto di freezer) perfettamente funzionanti ed in ottimo stato di manutenzione.
64. Le attrezzature per la pulizia dell'appartamento sono complete ed in ottimo stato (scope, cestino per i rifiuti, stracci, secchi, prodotti per la pulizia, etc.).
65. Le attrezzature (pentole, stoviglie, vasellame e cristalleria) sono complete ed in perfetto stato.
66. È presente un set di prima necessità (es. pasta, sale, olio, scatolame, biscotti, acqua, latte, etc.). I prodotti sono nuovi, preconfezionati/sigillati.

### **3.2 Identità**

1. Le informazioni fornite attraverso sito web e social sono dettagliate e comunicano in maniera esaustiva il tipo di struttura ed i servizi erogati (es. struttura ad indirizzo business, offerte meeting, benessere, etc.) ai fini di un'informativa chiara e coerente verso la clientela.
2. La country house ed in particolare gli edifici destinati all'alloggio, sono collocati lontano da fonti di inquinamento acustico o insediamenti industriali e residenziali.
3. La struttura ed in particolare lo stile dell'edificio, l'ingresso (vialetto, zona antistante ingresso, entrata), le aree esterne (giardino, aree relax, etc.), rievocano il territorio circostante e risultano coerenti con lo stile (stile, materiali utilizzati, etc.).
4. Gli ambienti (accoglienza, aree comuni corridoi, etc.) si presentano ben allestiti con arredi ed elementi di decoro caratteristici del territorio locale o Made in Italy (qualità, materiali, stile) e coerenti con la tipologia di struttura.
5. La country house indica ogni camera/appartamento/servizio proposto in modo chiaro e visibile ed in stile con la tipologia di struttura/ambiente.
6. Le camere e/o appartamenti si presentano ben allestiti con mobilio ed elementi di arredo/decoro coerenti con lo stile della struttura e risaltano il territorio locale o il Made in Italy (qualità, materiali, stile).
7. Biancheria e copri letti risaltano il territorio locale o del Made in Italy (qualità, materiali, stile).
8. Il set di benvenuto (es. caramelle, cioccolatini, frutta, etc.) è composto principalmente da prodotti locali e/o del territorio.
9. I pavimenti, i sanitari gli elementi di arredo e di decoro sono coerenti con la tipologia di struttura e risaltano il territorio locale o il Made in Italy (materiali, stile).

10. Il set di cortesia (ed in particolare creme, shampoo, bagnoschiuma, saponi) è ampio e composto in buona parte da prodotti del territorio (es. fragranze tipiche, prodotti del territorio – es. prodotti termali, saponi, spugne naturali, etc.).
11. Gli ambienti dedicati alla colazione e/o 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 colazione prevede un'ampia offerta di prodotti da forno e pasticceria, fatti internamente o provenienti prevalentemente da aziende del territorio/locali.
13. La colazione prevede un'ampia offerta di marmellate/confetture e miele che provengono prevalentemente da aziende del territorio/locali.
14. La colazione prevede un'ampia offerta di salumi, formaggi, uova, che provengono prevalentemente da aziende del territorio/locali.
15. La struttura dispone di percorsi guidati ben segnalati, cartelli che spiegano l'organizzazione aziendale e le attività e relativo materiale informativo (reperibile anche dal sito web).

### **3.3 Notorietà**

1. La struttura è presente sui principali social (Instagram, Facebook, Twitter – almeno 2) con presenza anche dal sito web di link dedicati ed è costantemente attiva (foto – es. eventi, news, like, caricati in maniera costante).
2. La struttura è presente su portali web nazionali e/o internazionali (es. Booking, TripAdvisor, etc.).
3. 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, ed adeguatamente promosso ed illustrato negli opuscoli/brochure.
4. La struttura è presente su siti specializzati con numero minimo di 200 commenti totali: TripAdvisor: media min di 4,5 stelle (e con un max del 5% di 1 stella).

### **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 punto informativo con brochure ed opuscoli sul territorio es. 1) siti di interesse (comuni, aree di interesse storico, aziende del territorio), 2) attività (es. sagre, feste patronali, teatri, musei, etc.), 3) percorsi enogastronomici.
3. La struttura espone i prodotti tipici locali e le informazioni dettagliate su come reperirli agevolmente tramite brochure/opuscoli informativi.
4. La struttura mette a disposizione nella cartellina di benvenuto informazioni relative al territorio circostante: siti di interesse (comuni, aree di interesse storico, aziende del territorio); attività (es. sagre, feste patronali, teatri, musei, etc.); percorsi enogastronomici.
5. I prodotti tipici del territorio (es. miele, marmellate, formaggi e salumi) presenti a colazione sono chiaramente evidenziati con informazioni e curiosità nonché riportano l'indicazione dell'azienda produttrice.
6. La proposta gastronomica prevede la presenza di prodotti di eccellenza legati al territorio locale (es. DOP/IGP, presidi Slow Food, prodotti tradizionali) - presenza sul totale dei prodotti serviti tal quali – es. salumi, formaggi, etc. almeno il 60%.
7. La struttura mette a disposizione della clientela buoni/voucher/biglietti per musei ed eventi culturali (es. teatri, tour) presenti sul territorio in maniera costante e mette in atto azioni per informare la clientela sulle iniziative (materiale affisso/disponibile presso area accoglienza/camere/appartamenti).

8. La struttura mette a disposizione della clientela buoni/voucher/biglietti per 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 (materiale affisso/disponibile presso area accoglienza/camere).
9. La struttura promuove il territorio circostante attraverso l'organizzazione di escursioni e visite guidate in maniera costante e programmata.
10. La struttura mette a disposizione convenzioni o voucher/buoni/pass per la fruizione di strutture del territorio (es. centri di equitazione, fattorie didattiche, centri benessere/SPA, centri sportivi, etc.) in maniera costante e per attività differenti nonché debitamente comunicata con possibilità di pagamento direttamente sul conto del soggiorno.

#### **Requisito aggiuntivo per attività ricettiva con appartamenti**

11. I prodotti presenti nella cucina dell'appartamento (es. dotazioni base) quali olio, sale, zucchero, tisane, aromi, condimenti, etc. provengono da aziende del territorio (per zucchero e sale si richiede almeno l'origine nazionale).

## **4 Requisiti KO**

Sono previsti requisiti definiti essenziali (KO) che, se non soddisfatti, determinano il mancato rilascio del marchio. I requisiti essenziali riguardano le informazioni non veritiere fornite, gli aspetti di sicurezza alimentare, di pulizia e manutenzione.

- Sito internet riportante informazioni non veritiere sulla struttura (es. camere non in linea con la realtà), sulla posizione, sui servizi e sulle tariffe praticate.
- assenza del servizio di prima colazione (per country house con camere).

Gravi carenze:

- nella manutenzione delle aree esterne;
- nella pulizia e manutenzione facciata/ingresso;
- nella cura e manutenzione delle aree comuni (es. macchie di umido, vernice scrostata, carente stato di pulizia, etc.);
- nella cura e manutenzione delle toilette comuni (es. sanitari macchiati, accessori rotti, vernice scrostata, carente stato di pulizia, etc.);
- nello stato di manutenzione di pareti e/o pavimenti e/o soffitti delle camere e/o degli appartamenti;
- nello stato di pulizia delle camere e/o degli appartamenti (es. polvere, macchie, etc.);
- nella manutenzione del mobilio ed elementi di arredo (es. vernice scrostata, scheggiature, carente stato di pulizia, etc.);
- nella biancheria e/o copri letti (rotta, usurata, macchiata, etc.);
- nello stato di manutenzione/pulizia/funzionamento degli elettrodomestici (es. polvere, elementi rotti, riparazioni improvvisate, etc.);
- nello stato di manutenzione e/o pulizia delle attrezzature (pentole, stoviglie, vasellame, cristalleria) presenti in appartamento (es. stoviglie macchiate, pentole prive di impugnature, vasellame e cristalleria scheggiati, etc.);
- nello stato di manutenzione degli asciugamani presenti in bagno (rotta, usurata, macchiata, etc.);



|                                                                               |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Ospitalità Italiana<br>Disciplinare per la qualificazione delle country house | Rev 01<br>Edizione 2021 |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|

- nello stato di manutenzione e/o pulizia dei bagni (stato pavimenti, pareti, sanitari);
- nello stato di manutenzione della sala adibita alla prima colazione (pavimenti, pareti, tavoli, etc.);
- nello stato di manutenzione della sala adibita ai servizi ristorativi (pavimenti, pareti, tavoli, etc.);
- nello stato di manutenzione e nella pulizia di cristalleria, posateria, piatti e/o vasellame;
- nello stato di manutenzione/cura delle attrezzature sportive/ricreative.

## 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. In relazione al grado di soddisfacimento del requisito è attribuito un punteggio. La somma dei punteggi ottenuti per singolo requisito determina il livello della country house (Tabella A)

Tabella A1 (punteggio massimo e peso in % per macro-area)

### Country house con camere e appartamenti

| Macro-area                | Numero dei requisiti | Punteggio max | Peso macro-area |
|---------------------------|----------------------|---------------|-----------------|
| Qualità del servizio      | 66                   | 177           | 72%             |
| Identità                  | 15                   | 31,5          | 13%             |
| Promozione del territorio | 11                   | 24            | 10%             |
| Notorietà                 | 4                    | 12            | 5%              |
| <b>Totale punteggio</b>   | <b>96</b>            | <b>244,5</b>  | <b>100 %</b>    |

Tabella A2 (punteggio massimo e peso in % per macro-area)

### Country house solo camere

| Macro-area                | Numero dei requisiti | Punteggio max | Peso macro-area |
|---------------------------|----------------------|---------------|-----------------|
| Qualità del servizio      | 62                   | 166,5         | 72%             |
| Identità                  | 15                   | 31,5          | 14%             |
| Promozione del territorio | 10                   | 21            | 9%              |
| Notorietà                 | 4                    | 12            | 5%              |
| <b>Totale punteggio</b>   | <b>91</b>            | <b>231</b>    | <b>100 %</b>    |

Tabella A3 (punteggio massimo e peso in % per macro-area)

### Country house solo appartamenti

|                                                                               |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Ospitalità Italiana<br>Disciplinare per la qualificazione delle country house | Rev 01<br>Edizione 2021 |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|

| Macro-area                | Numero dei requisiti | Punteggio max | Peso macro-area |
|---------------------------|----------------------|---------------|-----------------|
| Qualità del servizio      | 61                   | 162           | 74%             |
| Identità                  | 11                   | 22,5          | 10%             |
| Promozione del territorio | 10                   | 21            | 10%             |
| Notorietà                 | 4                    | 12            | 6%              |
| <b>Totale punteggio</b>   | <b>86</b>            | <b>217,5</b>  | <b>100 %</b>    |

## 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)

Tabella B1 (punteggio minimo per singola macro-area ai fini dell'ottenimento del marchio)

### Country house con camere e appartamenti

| Macro-area           | Punteggio max | Punteggio minimo | Punteggio percentuale minimo per macro-area |
|----------------------|---------------|------------------|---------------------------------------------|
| Qualità del servizio | 177           | 115              | 65%                                         |
| Identità             | 31,5          | 17               | 55%                                         |

Tabella B2 (punteggio minimo per singola macro-area ai fini dell'ottenimento del marchio)

### Country house solo camere

| Macro-area           | Punteggio max | Punteggio minimo | Punteggio percentuale minimo per macro-area |
|----------------------|---------------|------------------|---------------------------------------------|
| Qualità del servizio | 166,5         | 108              | 65%                                         |
| Identità             | 31,5          | 17               | 55%                                         |

Tabella B3 (punteggio minimo per singola macro-area ai fini dell'ottenimento del marchio)

**Country house solo appartamenti**

| Macro-area           | Punteggio max | Punteggio minimo | Punteggio percentuale minimo per macro-area |
|----------------------|---------------|------------------|---------------------------------------------|
| Qualità del servizio | 162           | 105              | 65%                                         |
| Identità             | 22,5          | 12               | 55%                                         |

## 7 Rating

I punteggi ottenuti determinano un rating, il cui livello varia secondo i valori secondo il 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 ed 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 precedentemente 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 dai requisiti da 1 a 3) o del 25 % nel caso in cui la struttura sia in possesso di una certificazione ambientale (Ecolabel).

1. La struttura monitora in maniera costante il consumo energetico attraverso l'utilizzo sistemi per il risparmio energetico (1) caldaia ad alta efficienza 3 stelle o non inferiore all'88% in conformità alla direttiva EU o metano/GPL 2) lampadine a basso consumo energetico 3) sistemi di spegnimento automatico 4) fonti di energia rinnovabile - pannelli fotovoltaici 5) isolamento termico – es. finestre doppi vetri, etc. 6) elettrodomestici ad uso frequente con buona efficienza energetica - classe A).
2. La struttura monitora in maniera completa il consumo di acqua attraverso l'utilizzo sistemi per il risparmio idrico (1) riduttori di flusso/azionamento a pedale cucina/toilettes, 2) doppio pulsante scarico WC, 3) sensori automatici per l'erogazione dell'acqua/toilettes, 4) lavastoviglie a risparmio idrico, 5) azioni perdite idriche.
3. La struttura sensibilizza gli ospiti sulle tematiche ambientali in maniera documentata (presenza di avvisi in relazione al risparmio energetico ed idrico, raccolta differenziata, etc.).
4. Il personale della struttura è debitamente formato sulle tematiche ambientali in maniera documentata e costante (es. 1) corretto dosaggio detergenti e sostanze pulenti, 2) gestione dei rifiuti, dell'acqua e dell'energia 3) manutenzione delle attrezzature.
5. La struttura usa prodotti con certificazione Ecolabel o green (1) carta, 2) detergenti, 3) vernici per interni 4) bottiglie/stoviglie riutilizzabili – es. no bottiglie/piatti/bicchieri/posateria di materiale usa e getta, etc.).
6. La struttura recupera interamente la parte organica derivante dall'attività (es. sfalci di potatura, rifiuti differenziati per la parte organica, etc.).