



REPUBBLICA ITALIANA

BOLLETTINO UFFICIALE

REGIONE DEL VENETO

Venezia, domenica 17 maggio 2020

Anno LI - N. 70

PARTE SECONDA

CIRCOLARI, DECRETI, ORDINANZE E DELIBERAZIONI

Sezione prima

ORDINANZE DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

ORDINANZA DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 48 del 17 maggio 2020

Misure urgenti in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da virus COVID-19. Ulteriori disposizioni.1
[Protezione civile]

Sezione seconda

DELIBERAZIONI DELLA GIUNTA REGIONALE

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 556 del 05 maggio 2020

Approvazione della "Carta dell'accoglienza e dell'ospitalità" e avvio delle attività di informazione e diffusione della stessa. Azione di lancio 4.7 del P.T.A. 2019, nonché "Azioni di lancio da implementare e ampliare" del P.T.A. 2020. DGR n. 1014 del 12 luglio 2019, DGR n. 1505 del 15 ottobre 2019, DGR n. 471 del 14 aprile 2020. Legge regionale 14 giugno 2013, n. 11.30
[Turismo]

Direzione - Redazione

Dorsoduro 3901, 30123 Venezia - Tel. 041 279 2862 - 2900 - Fax. 041 279 2905

Sito internet: <http://bur.regione.veneto.it> e-mail: uff.bur@regione.veneto.it

Direttore Responsabile avv. Mario Caramel

PARTE SECONDA**CIRCOLARI, DECRETI, ORDINANZE, DELIBERAZIONI***Sezione prima***ORDINANZE DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE**

(Codice interno: 420370)

ORDINANZA DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 48 del 17 maggio 2020

Misure urgenti in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da virus COVID-19. Ulteriori disposizioni.*[Protezione civile e calamità naturali]*

Note per la trasparenza:

Alla luce dell'esperienza maturata e dei dati epidemiologici e sanitari raccolti, vengono adottate misure di adeguamento delle restrizioni disposte con precedenti provvedimenti.

Il Presidente

Visti l'art. 32 e 117, commi 3 e 4, Cost.;

Visti l'art. 32 l. 833/78, l'art. 117, d.lgs. 112/98, l'art. 50, comma 5, d.lgs. 267/00 e il d.lgs. 1/18;

Visti il D.L. 25.3.2020, n. 19 e il D.L. 16.5.2020, n. 33;

Rilevato, sulla base dei dati forniti in data 16 maggio 2020 da Azienda Zero, che la situazione del contagio da Covid-19, registra n. 290 ricoverati positivi e 280 negativizzati (totale 570), oltre a solo 20 ricoveri in terapia intensiva su una disponibilità di posti di terapia intensiva di 464 posti base e un totale di 825 posti di terapia intensiva disponibili per contagio Covid-19, con conseguente evidente, ampia adeguatezza dell'offerta di strutture sanitarie pubbliche per far fronte ad ogni esigenza anche difronte ad una non prospettabile, allo stato, ripresa del contagio, il quale, per contro, si presenta in netta riduzione pur a fronte delle rilevanti riaperture di attività economiche e di ripresa di movimentazione sociale avvenute a partire dal 4.5.2020, come risulta anche dal numero di soggetti attualmente positivi pari a 4162 unità (8601 unità il 30.4.2020) e 4196 in isolamento;

Rilevato che la Regione del Veneto è definita, alla data odierna e in attesa dei dati aggiornati, a basso rischio dal documento del Ministero della Salute sul monitoraggio sul contagio;

Rilevato che il decreto legge 16.5.2020, n. 33, autorizza lo spostamento delle persone senza limitazioni e motivazioni all'interno del territorio regionale e consente, al comma 14 dell'art. 1, lo svolgimento di tutte le attività economiche, produttive e sociali "nel rispetto dei contenuti di protocolli o linee guida idonei a prevenire o ridurre il rischio di contagio nel settore di riferimento o in ambiti analoghi, adottati dalle regioni o dalla Conferenza delle regioni e delle province autonome nel rispetto dei principi contenuti nei protocolli o nelle linee guida nazionali";

Ritenuto che le disposizioni di cui all'art. 1, comma 14, d.l. 33/20, valgano per le attività non già consentite alla data del 17 maggio 2020 sulla base del d.l. 19 del 2020 e del DPCM 26.4.2020, oltretutto delle ordinanze regionali attuative, salva la possibilità che tali attività già autorizzate vengano nel tempo sottoposte a protocolli e linee guida nazionali e/o regionali;

Viste le Linee guida per la riapertura delle Attività Economiche e Produttive approvate dalla Conferenza delle Regioni in data 16.5.2020 e riguardanti le seguenti attività non consentite fino al 17 maggio 2020:

- a. ristorazione
- b. attività turistiche (balneazione)
- c. strutture ricettive
- d. servizi alla persona (parrucchieri ed estetisti)
- e. commercio al dettaglio
- f. commercio al dettaglio su aree pubbliche (mercati, fiere e mercatini degli hobbisti)

- g. uffici aperti al pubblico
- h. piscine
- i. palestre
- j. manutenzione del verde
- k. musei, archivi e biblioteche;

Viste le linee guida elaborate dalle competenti strutture regionali in materia di:

- a) campeggi;
- b) impianti sportivi;
- c) rifugi alpini;
- d) impianti a fune;

Ritenuto che, pur a fronte di un forte abbattimento della diffusione del contagio, rimane in corso lo stato di emergenza e sussiste la necessità di adottare rigorose misure di prevenzione del contagio nei rapporti sociali ed economici, contestualmente all'ampliamento delle attività ammesse;

Ritenuto in particolare che le riportate evidenze sull'andamento del contagio in Veneto dimostrano, a fronte dell'ulteriore ripresa di attività a partire dal 4.5.2020, come siano prevalenti, agli effetti del contenimento del contagio, la misura del distanziamento sociale e dell'utilizzo di dispositivi personali quali mascherine e guanti o analoghe protezioni rispetto all'isolamento domiciliare, sia nell'ambiente di lavoro e quindi con riferimento a tutti i lavoratori, sia in relazione a tutti gli ambienti di compresenza di persone, quali mezzi di trasporto, esercizi commerciali, attività economiche e comunque collettive con accesso di terzi, strutture sanitarie e socio-sanitarie, con conseguente possibilità di estensione della movimentazione delle persone nel rispetto di tali condizioni;

Rilevato che, per quanto riguarda gli ambienti di lavoro e quindi a tutela dei lavoratori, sono già operanti idonei protocolli nazionali sulla sicurezza del lavoro nonché le prescrizioni più cautelative adottate dalle singole aziende o categorie di aziende, con conseguente operatività delle idonee misure a presidio della salute individuale e collettive;

Ritenuto di consentire dal 18.5.2020 tutte le attività già autorizzate al 17 maggio 2020 e in aggiunta, le attività oggetto delle linee guida sopra richiamate nel rispetto di tali linee guida;

Ritenuto di disciplinare in modo specifico l'attività di tirocinio professionale e altre attività scolastiche e formative professionali;

Viste le linee guida elaborate dalla direzione Prevenzione Sicurezza alimentare e veterinaria dell'Area Sanità e Sociale, trasmesse con nota del 16.5.2020, a seguito di validazione da parte della task force regionale istituita con ddr n. 3 del 30.1.2020;

Visto il D.P.C.M. 10.4.2020;

Visto il D.P.C.M. 26.4.2020;

Visto lo schema di D.P.C.M. trasmesso il 17 maggio 2020 dalla Presidenza del Consiglio alle ore 17, che richiama, tra gli altri, come contenuto del proprio allegato 17, le linee di indirizzo per la riapertura delle Attività Economiche, Produttive e Ricreative approvato dalla Conferenza delle Regioni il 16 maggio 2020;

Viste le analisi svolte, come da comunicazione in data 17 maggio 2020, dal direttore della direzione Prevenzione Sicurezza alimentare e veterinaria dell'Area Sanità e Sociale, per le quali, anche sulla base dei dati forniti dal Ministero della Salute, come già sopra sottolineato, la situazione epidemiologica della Regione del Veneto va qualificata come a basso rischio e le attività oggetto della disciplina di cui alle già richiamate linee di indirizzo per la riapertura delle attività economiche, alla luce di tali dati, si presentano come compatibili con la situazione epidemiologica e tali da non incidere, alla luce delle evidenze scientifiche, sulla diffusione del contagio a condizione che le attività stesse siano svolte nel rispetto delle prescrizioni di cui alle linee di indirizzo suddette;

Ritenuto che siano state pertanto accertate le condizioni di compatibilità delle attività di cui alle predette linee di indirizzo con la situazione epidemiologica regionale;

Acquisito il parere favorevole del Comitato scientifico "COVID-2019 in Regione Veneto" costituito con DGR. 2 marzo 2020, n. 269;

Dato atto che la struttura competente ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione statale e regionale,

ordina

A) DISPOSITIVI DI PROTEZIONE

1. È obbligatorio per chiunque si rechi fuori dell'abitazione, salvi i casi di cui al punto 2, l'uso di mascherina o di altra idonea protezione delle vie respiratorie e l'igienizzazione delle mani nonché il mantenimento della distanza interpersonale di almeno un metro e di metri due nell'esercizio dell'attività sportiva, fatte salve le maggiori distanze eventualmente stabilite da disposizioni speciali;

2. Non è necessario l'uso di protezioni delle vie respiratorie nei seguenti casi:

a) alla guida di autoveicoli o motoveicoli, salvo gli autoveicoli aziendali in cui valgono le regole del proprio datore di lavoro, e per quelli utilizzati per il trasporto pubblico non di linea, oggetto di specifica disciplina;

b) in caso di soggetti di età inferiore ai sei anni;

c) in caso di disabilità non compatibili con l'uso continuativo della mascherina;

d) in caso di soggetti che soggiornano da soli in locali non aperti al pubblico, così come previsto negli specifici protocolli e/o linee guida;

e) in caso di attività motoria e sportiva svolta in luogo isolato o nella fase di attività intensa;

B) SPOSTAMENTI PERSONALI E ATTIVITA' INDIVIDUALI

1. è ammesso lo spostamento per qualsiasi motivo all'interno della Regione, anche a fini ludici, ricreativi e turistici, a piedi o con qualsiasi mezzo, anche di navigazione per diporto;

2. è vietato ogni assembramento tra non conviventi in proprietà pubblica e privata;

3. è ammesso l'accesso del pubblico ai parchi, alle ville e ai giardini pubblici nel rispetto del divieto di assembramento nonché della distanza di sicurezza interpersonale di almeno un metro;

4. l'attività motoria e sportiva può essere svolta anche in centri sportivi, nel rispetto delle apposite linee guida regionali, anche con utilizzo di mezzi, e in gruppo, con rispetto del distanziamento di m. 2 o, in caso di impossibilità di distanziamento in relazione al tipo di attività sportiva o, in mancanza di distanziamento, con obbligo di uso della mascherina, salvo nella fase di attività con sforzo fisico;

5. Previa comunicazione congiunta da parte dei Presidenti delle Regioni o Province Autonome tra loro confinanti ai Prefetti competenti, da pubblicare sul sito dell'Amministrazione regionale e provinciale, è ammesso lo spostamento per visite a congiunti anche al di fuori della Regione del Veneto, nei limiti della provincia o ex provincia confinante, da parte di residenti in province collocate a confine tra Veneto e altre Regioni o Province Autonome. Lo spostamento può essere limitato a singoli comuni individuati nella comunicazione congiunta di cui al precedente periodo.

C) ATTIVITA' ECONOMICHE

a) E' consentita la prosecuzione di tutte le attività ammesse dalla normativa statale e da proprie ordinanze fino al 17.4.2020 nel rispetto dei protocolli di cui agli allegati nn. 5, 6, 7 e 8 del DPCM 26.4.2020;

b) Dal 18 maggio 2020 è ammesso lo svolgimento delle seguenti attività nel rispetto delle linee guida approvate dalla Conferenza delle Regioni il 16 maggio 2020 e riprodotte nell'allegato 1) della presente ordinanza e nel rispetto delle linee guida approvate dalla Regione e riportate nell'allegato 2), secondo quanto specificamente indicato in corrispondenza di ciascuna attività:

1. ristorazione

ogni tipo di esercizio di somministrazione di alimenti e bevande, quali ristoranti, trattorie, pizzerie, bar, pub, pasticcerie, gelaterie, rosticcerie (anche se collocati nell'ambito delle attività ricettive, all'interno di stabilimenti balneari e nei centri commerciali), nonché per l'attività di catering - v. linee guida di cui all'allegato 1);

2. stabilimenti balneari

stabilimenti balneari, spiagge attrezzate, spiagge libere - v. linee guida di cui all'allegato 1);

3. strutture ricettive

alberghi, bed&breakfast, agriturismi e tutte le altre strutture alberghiere ed extralberghiere - v. linee guida di cui all'allegato 1);

4. rifugi alpini

qualsiasi struttura montana -v. linee guida di cui all'allegato 2);

5. campeggi

strutture turistiche all'aperto di qualsiasi natura (roulottes, case mobili, tende, bungalow, ecc, - v. linee guida di cui all'allegato 2);

6. servizi alla persona

parrucchieri, barbieri, estetisti, tatuatori, trattamenti per animali di affezione, con esclusione di trattamenti con bagno turco, saune e attività termali - v. linee guida di cui all'allegato 1);

7. commercio al dettaglio

ogni forma di vendita al pubblico al dettaglio, senza esclusione di categoria merceologica -v. linee guida di cui all'allegato 1);

8. commercio al dettaglio su aree pubbliche

mercati, mercati settimanali, mercati agricoli, mercatini degli hobbisti e dell'usato, ambulanti;

9. uffici aperti al pubblico

tutti gli esercizi di servizio anche professionale, compresi le agenzie di commercio ed immobiliari, quelli di istruzione non scolastica e professionale, con accesso di persone a locali chiusi, comprese le lezioni di pratica sportiva (fermo il rispetto del distanziamento di due metri o in mancanza dell'uso di mascherina e igienizzazione mani), musica, lingua, formazione culturale anche teatrale, e altre di cui al codice ateco 85.5 - v. linee guida di cui all'allegato 1);

10. autoscuole

corsi abilitanti e prove pratiche effettuate dalle autoscuole (v. linee guida di cui all'allegato 1) nella parte relativa agli uffici pubblici e per le prove pratiche, con uso di mascherina, igienizzazione delle mani e disinfezione dopo ogni uso;

11. Attività di produzione teatrale

Attività di produzione teatrale e artistica senza presenza di pubblico -v. allegato 1), relativamente alla parte riguardante gli uffici pubblici;

12. piscine

piscine pubbliche e private, anche inserite in strutture già adibite in via principale ad altre attività ricettive (es. pubblici esercizi, agrituristiche, camping, etc.- v. linee guida di cui all'allegato 1);

13. palestre

palazzetti dello sport e palestre di soggetti pubblici e privati per pratica di attività fisiche anche con modalità a corsi (senza contatto fisico interpersonale) - v. linee guida di cui all'allegato 1);

14. impianti sportivi;

tutti gli impianti sportivi all'aperto con strutture al chiuso per servizi comuni quali spogliatoi, ricezione, locali attrezzi, esercitazione - v. linee guida di cui all'allegato 2);

15. manutenzione del verde

Manutenzione di aree verdi da parte di soggetti pubblici e privati, professionali e non professionali -v. linee guida di cui all'allegato 1);

16. musei, archivi e biblioteche

Strutture di enti locali e soggetti pubblici e privati aventi natura di musei, archivi e biblioteche -v. linee guida di cui all'allegato 1);

17. parchi zoologici e riserve naturali

gestione di parchi e giardini zoologici, giardini botanici, riserve naturali e simili - v. linee guida relative alle strutture ricettive di cui all'allegato 1);

18. trasporto di persone mediante impianti a fune

funivie, seggiovie e altri impianti per spostamenti in montagna - v. linee guida di cui all'allegato 2);

19. attività non specificamente indicate

le attività non specificamente sospese dalla normativa statale e regionale a partire dal 18 maggio 2020 e non indicate si svolgono nel rispetto delle linee guida relative alle attività più affini e comunque nel rispetto dell'obbligo di distanziamento di un metro tra le persone e delle prescrizioni dell'allegato n. 4 del DPCM 26.4.2020;

D) ATTIVITA' SOSPESE

Sono sospese le attività di centri termali, fatta eccezione che per l'erogazione delle prestazioni rientranti nei livelli essenziali di assistenza), centri culturali e centri sociali, sale giochi, sale scommesse e sale bingo, sale ballo anche per corsi, discoteche, parchi divertimento e assimilati;

E) ORARI E GIORNATE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI E DI SERVIZIO

Al fine di consentire, nell'immediato della ripresa delle attività, un accesso ordinato agli esercizi commerciali e di servizio, possono essere modificati dal singolo operatore, previa comunicazione al comune, gli orari di apertura, senza limite di durata giornaliera e senza limitazione per le giornate festive;

F) TIROCINIO PROFESSIONALE

È ammessa la ripresa delle esperienze di tirocinio curricolare - nell'ambito dei percorsi del sistema educativo regionale - ed extracurricolare nel territorio regionale, in modalità in presenza, presso tutti i soggetti ospitanti che svolgono attività produttive nei settori non sospesi ai sensi del DPCM 22 marzo 2020 e successive modifiche, e del DPCM 26 aprile 2020.

Lo svolgimento di tirocini potrà avvenire a condizione che l'organizzazione degli spazi nei locali del soggetto ospitante sia tale da ridurre al massimo il rischio di prossimità e di aggregazione e che vengano adottate tutte le misure organizzative di

prevenzione e protezione, contestualizzate rispetto alle specifiche attività da svolgere, avendo particolare riguardo alle specifiche esigenze delle persone con disabilità.

Nei luoghi di lavoro dovrà essere integralmente rispettato il Protocollo condiviso di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del Virus Covid-19, negli ambienti di lavoro, sottoscritto il 24 aprile 2020 tra Governo e parti sociali, nonché altri protocolli sottoscritti per singoli ambiti di competenza e i protocolli in aggiornamento dei suddetti.

G) ATTIVITA' SCOLASTICHE E FORMATIVO-PROFESSIONALI

1. E' consentito agli enti pubblici, anche territoriali e locali e ai soggetti privati che erogano attività formative, la prestazione di attività formative non altrimenti esercitabili a distanza in quanto prevedono l'utilizzo di laboratori con macchinari e/o attrezzature e/o strumenti, a condizione che vi sia un'organizzazione degli spazi e del lavoro tale da ridurre al massimo il rischio di prossimità e di aggregazione e che vengano adottate misure organizzative di prevenzione e protezione contestualizzate alle esigenze laboratoriali, anche avuto riguardo alle specifiche esigenze delle persone con disabilità, di cui al "Documento tecnico sulla possibile rimodulazione delle misure di contenimento del contagio da SARS-CoV-2 nei luoghi di lavoro e strategie di prevenzione" pubblicato dall'INAIL.

2. È consentito agli enti pubblici, anche territoriali e locali e ai soggetti privati che erogano attività formative e alle Fondazioni ITS regionali, lo svolgimento sia della parte teorica che delle attività pratiche o laboratoriali degli esami finali dei corsi di formazione professionale e dei corsi di istruzione tecnica superiore, a condizione che vi sia un'organizzazione degli spazi e del lavoro tale da ridurre al massimo il rischio di prossimità e di aggregazione e che vengano adottate misure organizzative di prevenzione e protezione contestualizzate alle esigenze laboratoriali, anche avuto riguardo alle specifiche esigenze delle persone con disabilità, nel rispetto di protocolli di sicurezza e delle indicazioni operative definite appositamente.

3. Sono consentiti, ad integrazione del punto precedente, tra le attività formative di tipo laboratoriale, anche quelle effettuate da soggetti o enti privati quali i corsi hobbistici purché nel rispetto delle prescrizioni di cui all'allegato 5 del DPCM 26.4.2020.

H) FUNZIONI RELIGIOSE

Le funzioni religiose sono svolte nel rispetto dei protocolli stipulati con le singole confessioni;

I) CIMITERI

I riti funebri, ove non regolati dalla lettera predetta, devono avvenire con obbligo di distanziamento di un metro e utilizzo di mascherina e di guanti o altro mezzo di igienizzazione;

J) Efficacia temporale

La presente ordinanza ha effetto dal 18 maggio al 2 giugno 2020;

Disposizioni finali

K) La violazione delle presenti disposizioni comporta l'applicazione delle sanzioni di cui all'art. 4 del decreto legge 25 marzo 2020, n. 19. L'accertamento compete agli organi di polizia di cui all'art. 13 della legge n. 689/81 e le sanzioni pecuniarie sono destinate al conto Iban IT 41 V 02008 02017 000100537110 causale: "Violazione ordinanze regionali Covid 19";

L) La presente ordinanza viene comunicata alla Presidenza del Consiglio dei Ministri;

M) È incaricata dell'esecuzione del presente provvedimento la Direzione Protezione Civile;

N) Il presente provvedimento non comporta spesa a carico del bilancio regionale;

O) Il presente atto è pubblicato nel Bollettino Ufficiale della Regione.



Allegato 1 all’Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020



20/81/CR01/COV19

Nuovo coronavirus SARS-CoV-2

Linee di indirizzo per la riapertura delle Attività Economiche, Produttive e Ricreative

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

SCOPO E PRINCIPI GENERALI

Le presenti schede tecniche contengono indirizzi operativi specifici validi per i singoli settori di attività, finalizzati a fornire uno strumento sintetico e immediato di applicazione delle misure di prevenzione e contenimento di carattere generale, per sostenere un modello di ripresa delle attività economiche e produttive compatibile con la tutela della salute di utenti e lavoratori.

In particolare, in ogni scheda sono integrate le diverse misure di prevenzione e contenimento riconosciute a livello scientifico per contrastare la diffusione del contagio, tra le quali: norme comportamentali, distanziamento sociale e *contact tracing*.

Le indicazioni in esse contenute si pongono inoltre in continuità con le indicazioni di livello nazionale, in particolare con il protocollo condiviso tra le parti sociali approvato dal decreto del Presidente del Consiglio dei ministri del 26 aprile 2020, nonché con i criteri guida generali di cui ai documenti tecnici prodotti da INAIL e Istituto Superiore di Sanità con il principale obiettivo di ridurre il rischio di contagio per i singoli e per la collettività in tutti i settori produttivi ed economici.

In tale contesto, il sistema aziendale della prevenzione consolidatosi nel tempo secondo l'architettura prevista dal decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81 costituisce la cornice naturale per supportare la gestione integrata del rischio connesso all'attuale pandemia. In ogni caso, solo la partecipazione consapevole e attiva di ogni singolo utente e lavoratore, con pieno senso di responsabilità, potrà risultare determinante, non solo per lo specifico contesto aziendale, ma anche per la collettività.

Infine, è opportuno che le indicazioni operative di cui al presente documento, eventualmente integrate con soluzioni di efficacia superiore, siano adattate ad ogni singola organizzazione, individuando le misure più efficaci in relazione ad ogni singolo contesto locale e le procedure/istruzioni operative per mettere in atto dette misure. Tali procedure/istruzioni operative possono coincidere con procedure/istruzioni operative già adottate, purché opportunamente integrate, così come possono costituire un addendum connesso al contesto emergenziale del documento di valutazione dei rischi redatto ai sensi del decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81.

Resta inteso che in base all'evoluzione dello scenario epidemiologico le misure indicate potranno essere rimodulate, anche in senso più restrittivo.

Le schede attualmente redatte saranno eventualmente integrate con le schede relative a ulteriori settori di attività.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

SCHEDE TECNICHE

Si riportano nelle sezioni successive le schede tematiche relative ai principali settori di attività, redatte tenendo in considerazione le priorità condivise.

- **RISTORAZIONE**
- **ATTIVITÀ TURISTICHE (balneazione)**
- **STRUTTURE RICETTIVE**
- **SERVIZI ALLA PERSONA (parrucchieri ed estetisti)**
- **COMMERCIO AL DETTAGLIO**
- **COMMERCIO AL DETTAGLIO SU AREE PUBBLICHE (mercati, fiere e mercatini degli hobbisti)**
- **UFFICI APERTI AL PUBBLICO**
- **PISCINE**
- **PALESTRE**
- **MANUTENZIONE DEL VERDE**
- **MUSEI, ARCHIVI E BIBLIOTECHE**

Tutte le indicazioni riportate nelle singole schede tematiche devono intendersi come integrazioni alle raccomandazioni di distanziamento sociale e igienico-comportamentali finalizzate a contrastare la diffusione di SARS-CoV-2 in tutti i contesti di vita sociale. Per tutte le procedure di pulizia, disinfezione e sanificazione, di aerazione degli ambienti e di gestione dei rifiuti si rimanda alle indicazioni contenute rispettivamente: nel Rapporto ISS COVID-19 n. 19/2020 "Raccomandazioni ad interim sui disinfettanti nell'attuale emergenza COVID-19: presidi medico chirurgici e biocidi", nel Rapporto ISS COVID-19 n. 5/2020 "Indicazioni ad interim per la prevenzione e gestione degli ambienti indoor in relazione alla trasmissione dell'infezione da virus SARS-CoV-2", e nel Rapporto ISS COVID-19 n. 3/2020 "Indicazione ad interim per la gestione dei rifiuti urbani in relazione alla trasmissione dell'infezione da virus SARS-CoV-2", e nel Rapporto ISS COVID-19 n. 21/2020 "Guida per la prevenzione della contaminazione da Legionella negli impianti idrici di strutture turistico-ricettive e altri edifici ad uso civile e industriale non utilizzato durante la pandemia COVID-19".

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

RISTORAZIONE*

Le presenti indicazioni si applicano per ogni tipo di esercizio di somministrazione di pasti e bevande, quali ristoranti, trattorie, pizzerie, self-service, bar, pub, pasticcerie, gelaterie, rosticcerie (anche se collocati nell'ambito delle attività ricettive, all'interno di stabilimenti balneari e nei centri commerciali), nonché per l'attività di catering (in tal caso, se la somministrazione di alimenti avviene all'interno di una organizzazione aziendale terza, sarà necessario inoltre rispettare le misure di prevenzione disposte da tale organizzazione).

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione, comprensibile anche per i clienti di altra nazionalità.
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- È necessario rendere disponibili **prodotti igienizzanti** per i clienti e per il personale anche in più punti del locale, in particolare all'entrata e in prossimità dei servizi igienici, che dovranno essere puliti più volte al giorno.
- Negli esercizi che dispongono di posti a sedere privilegiare l'accesso tramite **prenotazione**, mantenere l'elenco dei soggetti che hanno prenotato, per un periodo di 14 giorni. In tali attività non possono essere presenti all'interno del locale più clienti di quanti siano i posti a sedere.
- Negli esercizi che non dispongono di posti a sedere, consentire l'ingresso ad un numero limitato di clienti per volta, in base alle caratteristiche dei singoli locali, in modo da assicurare il mantenimento di almeno **1 metro di separazione** tra le sedute.
- Laddove possibile, privilegiare l'utilizzo degli spazi **esterni** (giardini, terrazze, plateatici), sempre nel rispetto del distanziamento di almeno 1 metro.
- I **tavoli** devono essere disposti in modo che le sedute garantiscano il distanziamento interpersonale di almeno 1 metro di separazione tra i clienti, ad eccezione delle persone che in base alle disposizioni vigenti non siano soggette al distanziamento interpersonale; detto ultimo aspetto afferisce alla responsabilità individuale. Tale distanza può essere ridotta solo ricorrendo a barriere fisiche tra i diversi tavoli adeguate a prevenire il contagio tramite droplet.
- La consumazione al **banco** è consentita solo se può essere assicurata la distanza interpersonale di almeno 1 metro tra i clienti, ad eccezione delle persone che in base alle disposizioni vigenti non siano soggette al distanziamento interpersonale; detto ultimo aspetto afferisce alla responsabilità individuale.
- La consumazione a **buffet** non è consentita.
- Il **personale** di servizio a contatto con i clienti deve utilizzare la mascherina e deve procedere ad una frequente igiene delle mani con soluzioni idro-alcoliche (prima di ogni servizio al tavolo).
- Favorire il **ricambio d'aria** negli ambienti interni ed escludere totalmente, per gli impianti di condizionamento, la funzione di ricircolo dell'aria.
- La postazione dedicata alla **cassa** può essere dotata di barriere fisiche (es. schermi); in alternativa il personale deve indossare la mascherina e avere a disposizione gel igienizzante per le mani. In ogni caso, favorire modalità di pagamento elettroniche, possibilmente al tavolo.
- I clienti dovranno indossare la mascherina tutte le volte che non si è seduti al tavolo.
- Al termine di ogni servizio al tavolo andranno previste tutte le consuete misure di disinfezione delle superfici, evitando il più possibile utensili e contenitori riutilizzabili se non igienizzati (saliere, oliere, ecc). Per i menù favorire la consultazione online sul proprio cellulare, o predisporre menù in stampa plastificata, e quindi disinfettabile dopo l'uso, oppure cartacei a perdere.

*La Regione Campania ritiene che la distanza di un metro vada calcolata dal tavolo.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

ATTIVITÀ TURISTICHE (STABILIMENTI BALNEARI E SPIAGGE)

Le presenti indicazioni si applicano agli stabilimenti balneari, alle spiagge attrezzate e alle spiagge libere.

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione, comprensibile anche per i clienti di altra nazionalità. Si promuove, a tal proposito, l'accompagnamento all'ombrellone da parte di personale dello stabilimento adeguatamente preparato (steward di spiaggia) che illustri ai clienti le misure di prevenzione da rispettare.
- È necessario rendere disponibili prodotti igienizzanti per i clienti e per il personale in più punti dell'impianto
- Privilegiare l'accesso agli stabilimenti tramite **prenotazione** e mantenere l'elenco delle presenze per un periodo di 14 gg.
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- La postazione dedicata alla **cassa** può essere dotata di barriere fisiche (es. schermi); in alternativa il personale deve indossare la mascherina e avere a disposizione gel igienizzante per le mani. In ogni caso, favorire modalità di pagamento elettroniche, eventualmente in fase di prenotazione.
- Riorganizzare gli spazi, per garantire l'accesso allo stabilimento in modo ordinato, al fine di evitare assembramenti di persone e di assicurare il mantenimento di almeno **1 metro di separazione** tra gli utenti, ad eccezione delle persone che in base alle disposizioni vigenti non siano soggette al distanziamento interpersonale; detto ultimo aspetto afferisce alla responsabilità individuale. Se possibile organizzare percorsi separati per l'entrata e per l'uscita.
- Assicurare un distanziamento tra gli **ombrelloni** (o altri sistemi di ombreggio) in modo da garantire una superficie di almeno 10 m² per ogni ombrellone, indipendentemente dalla modalità di allestimento della spiaggia (per file orizzontali o a rombo).
- Tra le **attrezzature** di spiaggia (lettini, sedie a sdraio), quando non posizionate nel posto ombrellone, deve essere garantita una distanza di almeno 1,5 m.
- Regolare e frequente pulizia e disinfezione delle aree comuni, spogliatoi, cabine, docce, servizi igienici, etc., comunque assicurata dopo la chiusura dell'impianto.
- Le **attrezzature** come ad es. lettini, sedie a sdraio, ombrelloni etc. **vanno disinfettati ad ogni cambio di persona** o nucleo familiare. In ogni caso la sanificazione deve essere garantita ad ogni fine giornata.
- Per quanto riguarda le **spiagge libere**, si ribadisce l'importanza dell'informazione e della responsabilizzazione individuale da parte degli avventori nell'adozione di comportamenti rispettosi delle misure di prevenzione. Al fine di assicurare il rispetto della distanza di sicurezza di almeno 1 metro tra le persone e gli interventi di pulizia e disinfezione dei servizi eventualmente presenti si suggerisce la presenza di un addetto alla sorveglianza. Anche il posizionamento degli ombrelloni dovrà rispettare le indicazioni sopra riportate.
- È da vietare la pratica di attività ludico-sportive di gruppo che possono dar luogo ad assembramenti.
- Gli **sport** individuali che si svolgono abitualmente in spiaggia (es. racchettoni) o in acqua (es. nuoto, surf, windsurf, kitesurf) possono essere regolarmente praticati, nel rispetto delle misure di distanziamento interpersonale. Diversamente, per gli sport di squadra (es. beach-volley, beach-soccer) sarà necessario rispettare le disposizioni delle istituzioni competenti.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

STRUTTURE RICETTIVE

Le presenti indicazioni si applicano alle strutture ricettive alberghiere, complementari e alloggi in agriturismo.

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione, comprensibile anche per i clienti di altra nazionalità.
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- Garantire il rispetto del **distanziamento interpersonale** di almeno un metro in tutte le **aree comuni** e favorire la **differenziazione dei percorsi** all'interno delle strutture, con particolare attenzione alle zone di ingresso e uscita. Si suggerisce, a tal proposito, di affiggere dei cartelli informativi e/o di delimitare gli spazi (ad esempio, con adesivi da attaccare sul pavimento, palline, nastri segnapercorso, ecc.).
- La postazione dedicata alla **reception** e alla **cassa** può essere dotata di barriere fisiche (es. schermi); in ogni caso, favorire modalità di pagamento elettroniche e gestione delle prenotazioni online, con sistemi automatizzati di check-in e check-out ove possibile.
- L'addetto al servizio di ricevimento deve provvedere, alla fine di ogni turno di lavoro, alla pulizia del piano di lavoro e delle attrezzature utilizzate.
- Gli ospiti devono sempre indossare la **mascherina**, mentre il personale dipendente è tenuto all'utilizzo della mascherina sempre quando in presenza dei clienti e comunque in ogni circostanza in cui non sia possibile garantire la distanza interpersonale di almeno un metro.
- Garantire un'ampia disponibilità e accessibilità a sistemi per l'**igiene delle mani** con soluzioni idro-alcoliche in varie postazioni all'interno della struttura, promuovendone l'utilizzo frequente da parte dei clienti e del personale dipendente.
- Ogni oggetto fornito in uso dalla struttura all'ospite, dovrà essere disinfettato prima e dopo di ogni utilizzo.
- L'utilizzo degli ascensori dev'essere tale da consentire il rispetto della distanza interpersonale, pur con la mascherina, prevedendo eventuali deroghe in caso di componenti dello stesso nucleo familiare/gruppo di viaggiatori.
- Garantire la **frequente pulizia e disinfezione** di tutti gli ambienti e locali, con particolare attenzione alle aree comuni e alle superfici toccate con maggiore frequenza (corrimano, interruttori della luce, pulsanti degli ascensori, maniglie di porte e finestre, ecc.).
- Per quanto riguarda il microclima, è fondamentale verificare le caratteristiche di aerazione dei locali e degli impianti di ventilazione e la successiva messa in atto in condizioni di mantenimento di adeguati ricambi e qualità dell'aria indoor. Per un idoneo microclima è necessario:
 - garantire periodicamente l'aerazione naturale nell'arco della giornata in tutti gli ambienti dotati di aperture verso l'esterno, dove sono presenti postazioni di lavoro, personale interno o utenti esterni (comprese le aule di udienza ed i locali openspace), evitando correnti d'aria o freddo/caldo eccessivo durante il ricambio naturale dell'aria;
 - aumentare la frequenza della manutenzione / sostituzione dei pacchi filtranti dell'aria in ingresso (eventualmente anche adottando pacchi filtranti più efficienti);
 - in relazione al punto esterno di espulsione dell'aria, assicurarsi che permangano condizioni impiantistiche tali da non determinare l'insorgere di inconvenienti igienico sanitari nella distanza fra i punti di espulsione ed i punti di aspirazione;
 - attivare l'ingresso e l'estrazione dell'aria almeno un'ora prima e fino ad una dopo l'accesso da parte del pubblico;

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

- nel caso di locali di servizio privi di finestre quali archivi, spogliatoi, servizi igienici, ecc., ma dotati di ventilatori/estrattori meccanici, questi devono essere mantenuti in funzione almeno per l'intero orario di lavoro;
 - per quanto riguarda gli ambienti di collegamento fra i vari locali dell'edificio (ad esempio corridoi, zone di transito o attesa), normalmente dotati di minore ventilazione o privi di ventilazione dedicata, andrà posta particolare attenzione al fine di evitare lo stazionamento e l'assembramento di persone, adottando misure organizzative affinché gli stessi ambienti siano impegnati solo per il transito o pause di breve durata;
 - negli edifici dotati di specifici impianti di ventilazione con apporto di aria esterna, tramite ventilazione meccanica controllata, eliminare totalmente la funzione di ricircolo dell'aria;
 - Relativamente agli impianti di riscaldamento/raffrescamento che fanno uso di pompe di calore, fancoil, o termoconvettori, qualora non sia possibile garantire la corretta climatizzazione degli ambienti tenendo fermi gli impianti, pulire in base alle indicazioni fornite dal produttore, ad impianto fermo, i filtri dell'aria di ricircolo per mantenere i livelli di filtrazione/rimozione adeguati.
 - le prese e le griglie di ventilazione devono essere pulite con panni puliti in microfibra inumiditi con acqua e sapone, oppure con alcool etilico al 75%;
 - evitare di utilizzare e spruzzare prodotti per la pulizia detergenti/disinfettanti spray direttamente sui filtri per non inalare sostanze inquinanti, durante il funzionamento.
-
- Per le attività di ristorazione, si applica quanto previsto nella specifica scheda.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

SERVIZI ALLA PERSONA (ACCONCIATORI ED ESTETISTI)

Le presenti indicazioni si applicano al settore della cura della persona: servizi degli acconciatori, barbieri ed estetisti.

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione.
- Consentire l'accesso dei clienti solo tramite **prenotazione**, mantenere l'elenco delle presenze per un periodo di 14 gg.
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- La permanenza dei clienti all'interno dei locali è consentita limitatamente al tempo indispensabile all'erogazione del servizio o trattamento. Consentire la presenza contemporanea di un numero limitato di clienti in base alla capienza del locale (vd. *punto successivo*).
- Riorganizzare gli spazi, per quanto possibile in ragione delle condizioni logistiche e strutturali, per assicurare il mantenimento di almeno **1 metro di separazione** sia tra le singole postazioni di lavoro, sia tra i clienti.
- L'area di lavoro, laddove possibile, può essere delimitata da **barriere** fisiche adeguate a prevenire il contagio tramite droplet.
- Nelle aree del locale, mettere a disposizione soluzioni idro-alcoliche per **l'igiene delle mani** dei clienti e degli operatori, con la raccomandazione di procedere ad una frequente igiene delle mani. Eliminare la disponibilità di riviste e materiale informativo di uso promiscuo.
- L'operatore e il cliente, per tutto il tempo in cui, per l'espletamento della prestazione, devono mantenere una distanza inferiore a 1 metro devono indossare, compatibilmente con lo specifico servizio, una **mascherina** a protezione delle vie aeree (fatti salvi, per l'operatore, eventuali dispositivi di protezione individuale ad hoc come la mascherina FFP2 o la visiera protettiva, i guanti, il grembiule monouso, etc., associati a rischi specifici propri della mansione).
- In particolare per i servizi di estetica, nell'erogazione della prestazione che richiede una distanza ravvicinata, l'operatore deve indossare la **visiera protettiva e mascherina FFP2** senza valvola.
- L'operatore deve procedere ad una frequente **igiene delle mani** con soluzioni idro-alcoliche (prima e dopo ogni servizio reso al cliente) e utilizzare camici/grembiuli possibilmente monouso per gli estetisti. I guanti devono essere diversificati fra quelli utilizzati nel trattamento da quelli usualmente utilizzati nel contesto ambientale.
- Assicurare una adeguata **pulizia e disinfezione** delle superfici di lavoro prima di servire un nuovo cliente e una adeguata disinfezione delle attrezzature e accessori. Igienizzazione delle postazioni di lavoro dopo ogni cliente. Assicurare regolare pulizia e disinfezione dei servizi igienici.
- Favorire il regolare e frequente **ricambio d'aria** negli ambienti interni ed escludere totalmente, per gli impianti di condizionamento, la funzione di ricircolo dell'aria.
- Sono inibiti, dove presenti, l'uso della sauna, il bagno turco e le vasche idromassaggio.
- La postazione dedicata alla **cassa** può essere dotata di barriere fisiche (es. schermi); in alternativa il personale deve indossare la mascherina e avere a disposizione gel igienizzante per le mani. In ogni caso, favorire modalità di pagamento elettroniche, eventualmente in fase di prenotazione.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

COMMERCIO AL DETTAGLIO

Le presenti indicazioni si applicano al settore del commercio al dettaglio.

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione.
- In particolar modo per supermercati e centri commerciali, potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- Prevedere regole di accesso, in base alle caratteristiche dei singoli esercizi, in modo da evitare assembramenti e assicurare il mantenimento di almeno **1 metro di separazione** tra i clienti.
- Garantire un'ampia disponibilità e accessibilità a sistemi per l'**igiene delle mani** con soluzioni idro-alcoliche, promuovendone l'utilizzo frequente da parte dei clienti e degli operatori.
- In caso di vendita di abbigliamento: dovranno essere messi a disposizione della clientela guanti monouso da utilizzare obbligatoriamente per scegliere in autonomia, toccandola, la merce.
- I clienti devono sempre indossare la mascherina, così come i lavoratori in tutte le occasioni di interazione con i clienti.
- L'addetto alla vendita deve procedere ad una frequente **igiene delle mani** con soluzioni idro-alcoliche (prima e dopo ogni servizio reso al cliente).
- Assicurare la **pulizia** e la disinfezione quotidiana delle aree comuni.
- Favorire il **ricambio d'aria** negli ambienti interni ed escludere totalmente, per gli impianti di condizionamento, la funzione di ricircolo dell'aria.
- La postazione dedicata alla **cassa** può essere dotata di barriere fisiche (es. schermi); in alternativa il personale deve indossare la mascherina e avere a disposizione gel igienizzante per le mani. In ogni caso, favorire modalità di pagamento elettroniche.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

COMMERCIO AL DETTAGLIO SU AREE PUBBLICHE (mercati, fiere e mercatini degli hobbisti)

Misure generali

- Anche attraverso misure che garantiscano il contingentamento degli ingressi e la vigilanza degli accessi, dovrà essere assicurato il rispetto dei punti 1, 4, 5, 6, 7 lett. c) e 8 dell'allegato 5 del DPCM 26 aprile 2020:
- Mantenimento in tutte le attività e le loro fasi del distanziamento interpersonale;
- Accessi regolamentati e scaglionati in funzione degli spazi disponibili, differenziando, ove possibile, i percorsi di entrata e di uscita.
- Ampia disponibilità e accessibilità a sistemi per la disinfezione delle mani. In particolare, detti sistemi devono essere disponibili accanto ai sistemi di pagamento.
- Uso dei guanti "usa e getta" nelle attività di acquisto, particolarmente per l'acquisto di alimenti e bevande.
- Utilizzo di mascherine sia da parte degli operatori che da parte dei clienti, ove non sia possibile assicurata il distanziamento interpersonale di almeno un metro.
- Informazione per garantire il distanziamento dei clienti in attesa di entrata: posizionamento all'accesso dei mercati di cartelli almeno in lingua italiana e inglese per informare la clientela sui corretti comportamenti.

Competenze dei Comuni

- I Comuni, a cui fanno riferimento le funzioni di istituzione, regolazione e gestione dei mercati, delle fiere e dei mercatini degli hobbisti dovranno regolamentare la gestione degli stessi, anche previo apposito accordo con i titolari dei posteggi, individuando le misure più idonee ed efficaci per mitigare il rischio di diffusione dell'epidemia di Covid-19, assicurando il rispetto dei punti 1, 4, 5, 6, 7 lett. c) e 8 dell'allegato 5 del DPCM 26 aprile 2020, sopra elencati nelle misure generali, tenendo in considerazione la loro localizzazione, le caratteristiche degli specifici contesti urbani, logistici e ambientali, la maggiore o minore frequentazione, al fine di evitare assembramenti ed assicurare il distanziamento interpersonale di almeno un metro nell'area mercatale.
- In particolare i Comuni nella propria regolamentazione dovranno prevedere idonee misure logistiche, organizzative e di presidio per garantire accessi scaglionati in relazione agli spazi disponibili per evitare il sovrappollamento dell'area mercatale ed assicurare il distanziamento sociale.
- Al fine di assicurare il distanziamento interpersonale potranno altresì essere valutate ulteriori misure quali:
- Corsie mercatali a senso unico;
- Posizionamento di segnaletica (orizzontale e/o verticale) nelle zone prossimali ai singoli banchi e strutture di vendita per favorire il rispetto del distanziamento;
- Maggiore distanziamento dei posteggi ed a tal fine, ove necessario e possibile, ampliamento dell'area mercatale;
- Individuazione di un'area di rispetto per ogni posteggio in cui limitare la concentrazione massima di clienti compresenti, nel rispetto della distanza interpersonale di un metro.
- Ove ne ricorra l'opportunità i Comuni potranno altresì valutare di sospendere la vendita di beni usati.

Misure a carico del titolare di posteggio:

- pulizia e igienizzazione quotidiana delle attrezzature prima dell'avvio delle operazioni di mercato di vendita;

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

- è obbligatorio l'uso delle mascherine, mentre l'uso dei guanti può essere sostituito da una igienizzazione frequente delle mani
- messa a disposizione della clientela di prodotti igienizzanti per le mani in ogni banco;
- rispetto del distanziamento interpersonale di almeno un metro.
- Rispetto del distanziamento interpersonale di almeno un metro dagli altri operatori anche nelle operazioni di carico e scarico;
- In caso di vendita di abbigliamento: dovranno essere messi a disposizione della clientela guanti monouso da utilizzare obbligatoriamente per scegliere in autonomia, toccandola, la merce;
- in caso di vendita di beni usati: igienizzazione dei capi di abbigliamento e delle calzature prima che siano poste in vendita.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

UFFICI APERTI AL PUBBLICO

Le presenti indicazioni si applicano al settore degli uffici, pubblici e privati, degli studi professionali e dei servizi amministrativi che prevedono accesso del pubblico.

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione.
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- Promuovere il contatto con i clienti, laddove possibile, tramite modalità di collegamento **a distanza** e soluzioni innovative tecnologiche.
- Favorire l'accesso dei clienti solo tramite **prenotazione**, consentendo la presenza contemporanea di un numero limitato di clienti in base alla capienza del locale (*vd. punto successivo*).
- Riorganizzare gli spazi, per quanto possibile in ragione delle condizioni logistiche e strutturali, per assicurare il mantenimento di almeno **1 metro di separazione** sia tra le singole postazioni di lavoro, sia tra i clienti (ed eventuali accompagnatori) in attesa. Dove questo non può essere garantito dovrà essere utilizzata la **mascherina** a protezione delle vie aeree.
- L'area di lavoro, laddove possibile, può essere delimitata da **barriere** fisiche adeguate a prevenire il contagio tramite droplet.
- Nelle aree di **attesa**, mettere a disposizione soluzioni idro-alcoliche per l'**igiene delle mani** dei clienti, con la raccomandazione di procedere ad una frequente igiene delle mani soprattutto dopo il contatto con riviste e materiale informativo.
- L'attività di **front office** per gli uffici ad alto afflusso di clienti esterni può essere svolta esclusivamente nelle postazioni dedicate e dotate di vetri o pareti di protezione.
- L'operatore deve procedere ad una frequente **igiene delle mani** con soluzioni idro-alcoliche (prima e dopo ogni servizio reso al cliente).
- Per le **riunioni** (con utenti interni o esterni) vengono prioritariamente favorite le modalità a distanza; in alternativa, dovrà essere garantito il rispetto del mantenimento della distanza interpersonale di almeno 1 metro e, in caso sia prevista una durata prolungata, anche l'uso della mascherina.
- Assicurare una adeguata **pulizia** delle superfici di lavoro prima di servire un nuovo cliente e una adeguata disinfezione delle attrezzature.
- Favorire il **ricambio d'aria** negli ambienti interni ed escludere totalmente, per gli impianti di condizionamento, la funzione di ricircolo dell'aria.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

PISCINE

Le presenti indicazioni si applicano alle piscine pubbliche, alle piscine finalizzate a gioco acquatico e ad uso collettivo inserite in strutture già adibite in via principale ad altre attività ricettive (es. pubblici esercizi, agrituristiche, camping, etc.). Sono escluse le piscine ad usi speciali di cura, di riabilitazione e termale, e quelle alimentate ad acqua di mare.

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione. I frequentatori devono rispettare rigorosamente le indicazioni impartite dagli istruttori e assistenti ai bagnanti. Il gestore dovrà prevedere opportuna segnaletica, incentivando la divulgazione dei messaggi attraverso monitor e/o maxi-schermi, per facilitare la gestione dei flussi e la sensibilizzazione riguardo i comportamenti, mediante adeguata segnaletica.
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- Divieto di accesso del pubblico alle tribune. Divieto di manifestazioni, eventi, feste e intrattenimenti.
- Redigere un programma delle attività il più possibile pianificato in modo da **dissuadere eventuali condizioni di aggregazioni** e da regolamentare i flussi degli spazi di attesa e nelle varie aree per favorire il rispetto del distanziamento sociale di almeno 1 metro, ad eccezione delle persone che in base alle disposizioni vigenti non siano soggette al distanziamento interpersonale; detto ultimo aspetto afferisce alla responsabilità individuale. Se possibile prevedere percorsi divisi per l'ingresso e l'uscita.
- Privilegiare l'accesso agli impianti tramite prenotazione e mantenere l'elenco delle presenze per un periodo di 14 giorni.
- Organizzare gli spazi e le attività nelle aree spogliatoi e docce in modo da assicurare le distanze di almeno 1 metro (ad esempio prevedere postazioni d'uso alternate o separate da apposite barriere).
- Tutti gli **indumenti e oggetti personali** devono essere riposti dentro la borsa personale, anche qualora depositati negli appositi armadietti; si raccomanda di non consentire l'uso promiscuo degli armadietti e di mettere a disposizione sacchetti per riporre i propri effetti personali.
- Dotare l'impianto/struttura di **dispenser con soluzioni idroalcoliche** per l'igiene delle mani dei frequentatori/clienti/ospiti in punti ben visibili all'entrata, prevedendo l'obbligo di frizionarsi le mani già in entrata. Altresì prevedere i dispenser nelle aree di frequente transito, nell'area solarium o in aree strategiche in modo da favorire da parte dei frequentatori l'igiene delle mani
- La densità di affollamento nelle aree solarium e verdi è calcolata con un indice di **non meno di 7 mq di superficie di calpestio a persona**. La densità di affollamento in vasca è calcolata con un indice di **7 mq di superficie di acqua a persona**. Il gestore pertanto è tenuto, in ragione delle aree a disposizione, a calcolare e a gestire le entrate dei frequentatori nell'impianto.
- Regolamentare la disposizione delle attrezzature (sedie a sdraio, lettino) attraverso percorsi dedicati in modo da garantire il distanziamento sociale di almeno 1,5 m tra persone non appartenenti allo stesso nucleo familiare o conviventi.
- Al fine di assicurare un livello di protezione dall'infezione assicurare l'efficacia della filiera dei trattamenti dell'acqua e il limite del **parametro cloro attivo libero in vasca compreso tra 1,0 - 1,5 mg/l; cloro combinato ≤ 0,40 mg/l; pH 6.5 – 7.5**. Si fa presente che detti limiti devono rigorosamente essere assicurati in presenza di bagnanti. La frequenza dei controlli sul posto dei parametri di cui sopra è non meno di due ore. Dovranno tempestivamente essere adottate tutte le misure di correzione in caso di non conformità, come pure nell'approssimarsi del valore al limite tabellare.
- Prima dell'apertura della vasca dovrà essere confermata l'idoneità dell'acqua alla balneazione a seguito dell'effettuazione delle **analisi di tipo chimico e microbiologico** dei parametri di cui alla tabella A dell'allegato 1 all'Accordo Stato Regioni e PP.AA. 16.01.2003, effettuate da apposito laboratorio. Le analisi di laboratorio

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

dovranno essere ripetute durante tutta l'apertura della piscina al pubblico a cadenza mensile, salvo necessità sopraggiunte, anche a seguito di eventi occorsi in piscina, che possono prevedere una frequenza più ravvicinata.

- Si rammentano le consuete norme di sicurezza igienica in acqua di piscina: prima di entrare nell'acqua di vasca provvedere ad una accurata doccia saponata su tutto il corpo; è obbligatorio l'uso della cuffia; è vietato sputare, soffiarsi il naso, urinare in acqua; ai bambini molto piccoli far indossare i pannolini contenitivi.
- Regolare e frequente **pulizia e disinfezione** delle aree comuni, spogliatoi, cabine, docce, servizi igienici, cabine, attrezzature (sdraio, sedie, lettini, incluse attrezzature galleggianti, natanti etc.).
- Le **attrezzature** come ad es. lettini, sedie a sdraio, ombrelloni etc. **vanno disinfettati ad ogni cambio di persona** o nucleo familiare. Diversamente la sanificazione deve essere garantita ad ogni fine giornata. Evitare l'uso promiscuo di oggetti e biancheria: l'utente dovrà accedere alla piscina munito di tutto l'occorrente.
- Le piscine finalizzate a gioco acquatico in virtù della necessità di contrastare la diffusione del virus, vengano convertite in vasche per la balneazione. Qualora il gestore sia in grado di assicurare i requisiti nei termini e nei modi del presente documento, attenendosi al distanziamento sociale, l'indicatore di affollamento in vasca, i limiti dei parametri nell'acqua, sono consentite le vasche torrente, toboga, scivoli morbidi.
- Per piscine ad uso collettivo inserite in strutture già adibite in via principale ad altre attività ricettive (es. pubblici esercizi, agrituristiche, camping, etc.) valgono le disposizioni del presente documento, opportunamente vagliate e modulate in relazione al contesto, alla tipologia di piscine, all'afflusso clienti, alle altre attività presenti etc.
- Si raccomanda ai genitori/accompagnatori di avere cura di sorvegliare i bambini per il rispetto del distanziamento e delle norme igienico-comportamentali compatibilmente con il loro grado di autonomia e l'età degli stessi.
- Le vasche che non consentono il rispetto delle indicazioni suesposte per inefficacia dei trattamenti (es. piscine gonfiabili), mantenimento del disinfettante cloro attivo libero, o le distanze devono essere interdette all'uso. Pertanto si suggerisce particolare rigoroso monitoraggio nei confronti delle vasche per bambini.
- Tutte le misure dovranno essere integrate nel documento di autocontrollo in un apposito allegato aggiuntivo dedicato al contrasto dell'infezione da SARS-CoV-2.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

PALESTRE

Le presenti indicazioni si applicano a enti locali e soggetti pubblici e privati titolari di palestre, comprese le attività fisiche con modalità a corsi (senza contatto fisico interpersonale).

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle tutte le misure di prevenzione da adottare.
- Redigere un **programma delle attività il più possibile pianificato** (es. con prenotazione) e regolamentare gli accessi in modo da evitare condizioni di assembramento e aggregazioni; mantenere l'elenco delle presenze per un periodo di 14 giorni.
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- Organizzare gli spazi negli spogliatoi e docce in modo da assicurare le distanze di almeno 1 metro (ad esempio prevedere postazioni d'uso alternate o separate da apposite barriere), anche regolamentando l'accesso agli stessi.
- Regolamentare i flussi, gli spazi di attesa, l'accesso alle diverse aree, il posizionamento di attrezzi e macchine, anche delimitando le zone, al fine di garantire la distanza di sicurezza:
 - **almeno 1 metro per le persone mentre non svolgono attività fisica,**
 - **almeno 2 metri durante l'attività fisica** (con particolare attenzione a quella intensa).
- Dotare l'impianto/struttura di **dispenser con soluzioni idroalcoliche** per l'igiene delle mani dei frequentatori/clienti/ospiti in punti ben visibili, prevedendo l'obbligo dell'igiene delle mani all'ingresso e in uscita.
- Dopo l'utilizzo da parte di ogni singolo soggetto, il responsabile della struttura assicura la **disinfezione della macchina** o degli attrezzi usati.
- **Gli attrezzi e le macchine che non possono essere disinfettati non devono essere usati.**
- Garantire la **frequente pulizia e disinfezione** dell'ambiente, di attrezzi e macchine (anche più volte al giorno ad esempio tra un turno di accesso e l'altro), e comunque la disinfezione di spogliatoi (compresi armadietti) a fine giornata.
- Non condividere borracce, bicchieri e bottiglie e non scambiare con altri utenti oggetti quali asciugamani, accappatoi o altro.
- Utilizzare in palestra **apposite calzature** previste esclusivamente a questo scopo.
- Tutti gli **indumenti e oggetti personali** devono essere riposti dentro la borsa personale, anche qualora depositati negli appositi armadietti; si raccomanda di non consentire l'uso promiscuo degli armadietti e di mettere a disposizione sacchetti per riporre i propri effetti personali.
- Per quanto riguarda il **microclima**, è fondamentale verificare le caratteristiche di aerazione dei locali e degli impianti di ventilazione e la successiva messa in atto in condizioni di mantenimento di adeguati ricambi e qualità dell'aria indoor. Per un idoneo microclima è necessario:
 - garantire periodicamente l'aerazione naturale nell'arco della giornata in tutti gli ambienti dotati di aperture verso l'esterno, dove sono presenti postazioni di lavoro, personale interno o utenti esterni (comprese le aule di udienza ed i locali openspace), evitando correnti d'aria o freddo/caldo eccessivo durante il ricambio naturale dell'aria;
 - aumentare la frequenza della manutenzione / sostituzione dei pacchi filtranti dell'aria in ingresso (eventualmente anche adottando pacchi filtranti più efficienti);

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

- in relazione al punto esterno di espulsione dell'aria, assicurarsi che permangano condizioni impiantistiche tali da non determinare l'insorgere di inconvenienti igienico sanitari nella distanza fra i punti di espulsione ed i punti di aspirazione;
 - attivare l'ingresso e l'estrazione dell'aria almeno un'ora prima e fino ad una dopo l'accesso da parte del pubblico;
 - nel caso di locali di servizio privi di finestre quali archivi, spogliatoi, servizi igienici, ecc., ma dotati di ventilatori/estrattori meccanici, questi devono essere mantenuti in funzione almeno per l'intero orario di lavoro;
 - per quanto riguarda gli ambienti di collegamento fra i vari locali dell'edificio (ad esempio corridoi, zone di transito o attesa), normalmente dotati di minore ventilazione o privi di ventilazione dedicata, andrà posta particolare attenzione al fine di evitare lo stazionamento e l'assembramento di persone, adottando misure organizzative affinché gli stessi ambienti siano impegnati solo per il transito o pause di breve durata;
 - negli edifici dotati di specifici impianti di ventilazione con apporto di aria esterna, tramite ventilazione meccanica controllata, eliminare totalmente la funzione di ricircolo dell'aria;
 - Relativamente agli impianti di riscaldamento/raffrescamento che fanno uso di pompe di calore, fancoil, o termoconvettori, qualora non sia possibile garantire la corretta climatizzazione degli ambienti tenendo fermi gli impianti, pulire in base alle indicazioni fornite dal produttore, ad impianto fermo, i filtri dell'aria di ricircolo per mantenere i livelli di filtrazione/rimozione adeguati.
 - le prese e le griglie di ventilazione devono essere pulite con panni puliti in microfibra inumiditi con acqua e sapone, oppure con alcool etilico al 75%;
 - evitare di utilizzare e spruzzare prodotti per la pulizia detergenti/disinfettanti spray direttamente sui filtri per non inalare sostanze inquinanti, durante il funzionamento.
-
- Tutti gli **indumenti e oggetti personali** devono essere riposti dentro la borsa personale, anche qualora depositati negli appositi armadietti; si raccomanda di non consentire l'uso promiscuo degli armadietti e di mettere a disposizione sacchetti per riporre i propri effetti personali.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

MANUTENZIONE DEL VERDE

- La consegna a domicilio del cliente di piante e fiori per piantumazioni deve avvenire nel rispetto delle indicazioni fornite in relazione al trasporto dei prodotti. Se il personale effettua la consegna del prodotto, vige l'obbligo di mascherina (se non è possibile rispettare la distanza di almeno 1 metro) e di guanti.
- Tutte le operazioni di pulizia devono essere effettuate indossando **dispositivi di protezione** (mascherina, guanti, occhiali) e aerando i locali chiusi, individuando il personale dedicato (lavoratori della stessa azienda o personale esterno).
- Le operazioni di **pulizia di tutte le superfici** (in particolare all'interno dei locali spogliatoi, dei servizi igienici e negli altri luoghi o spazi comuni) dovranno avere cadenza giornaliera utilizzando comuni detergenti; mezzi di trasporto, macchine (trattori con uomo a bordo o senza uomo a bordo, PLE) e attrezzature dovranno avere cadenza giornaliera utilizzando comuni detergenti.
- Le operazioni di disinfezione periodica devono interessare spogliatoi, servizi igienici e spazi comuni, comprese le macchine e le attrezzature (PLE, motoseghe, decespugliatori, rasaerba, scale, forbici) con particolare attenzione se a noleggio.
- L'azienda dovrà mettere a disposizione idonei mezzi detergenti, dovrà inoltre rendere disponibile all'interno dei locali e degli automezzi utilizzati per raggiungere i cantieri i **dispenser di gel idroalcolici** per le mani.
- Deve essere **regolamentato l'accesso agli spazi comuni** (quali, ad esempio, spogliatoi, zona pausa caffè) limitando il numero delle presenze contemporanee ed il tempo di permanenza, con il rispetto in ogni caso del criterio della distanza di almeno 1 metro fra le persone.
- Relativamente alla protezione delle mani, in considerazione del rischio aggiuntivo derivante da un errato impiego di tali dispositivi, si ritiene più protettivo consentire di lavorare senza guanti monouso e disporre il lavaggio frequente delle mani con soluzioni idroalcoliche secondo opportune procedure aziendali (fatti salvi i casi di rischio specifico associati alla mansione specifica o di probabile contaminazione delle superfici).
- **Allestimento del cantiere:** i lavoratori in tutte le fasi di delimitazione del cantiere, apposizione segnaletica, scarico materiali e attrezzature devono mantenere le distanze di sicurezza. Il distanziamento attraverso l'apposizione di idonea segnaletica e/o recinzione di cantiere deve essere garantito anche nei confronti di committenti e/o cittadini.
- **Operazioni di potatura o abbattimento alberi:** l'operatore alla guida del trattore o macchine semoventi cabinate deve trovarsi da solo, sia durante le fasi di spostamento sia durante le fasi di lavorazione. Evitare se possibile l'uso promiscuo di macchine semoventi cabinate o, preliminarmente, effettuare la pulizia e disinfezione della cabina e delle superfici della macchina. Anche nel caso di uso promiscuo delle attrezzature, ad esempio motoseghe, si consiglia, preliminarmente, la disinfezione delle parti che possono veicolare il contagio.
- **Attività di sfalcio, piantumazione, creazione e cura di aree verdi:** evitare se possibile l'uso promiscuo di trattorini o macchine semoventi quali escavatori, preliminarmente effettuare la pulizia e la disinfezione delle superfici delle attrezzature.

Allegato 1 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

MUSEI, ARCHIVI E BIBLIOTECHE

Le presenti indicazioni si applicano per enti locali e soggetti pubblici e privati titolari di musei, archivi e biblioteche e altri luoghi della cultura.

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle tutte le misure di prevenzione da adottare.
- Definire uno specifico piano di accesso per i visitatori (giorni di apertura, orari, numero massimo visitatori, sistema di prenotazione, etc.) che dovrà essere esposto e comunque comunicato ampiamente (es. canali sociali, sito web, comunicati stampa).
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- **I visitatori devono sempre indossare la mascherina.**
- Il **personale lavoratore** deve indossare la **mascherina** a protezione delle vie aeree sempre quando in presenza di visitatori e comunque quando non è possibile garantire un distanziamento interpersonale di almeno 1 metro.
- L'area di contatto tra personale e utenza all'ingresso, laddove possibile, può essere delimitata da **barriere** fisiche adeguate a prevenire il contagio tramite droplet.
- In tutti i locali mettere a disposizione soluzioni idro-alcoliche per **l'igiene delle mani**.
- Redigere un **programma degli accessi pianificato** (es. con prenotazione online o telefonica) che preveda il numero massimo di visitatori presenti e regolamentare gli accessi in modo da evitare condizioni di assembramento e aggregazione.
- Quando opportuno, **predisporre percorsi ed evidenziare le aree**, anche con segnaletica sul pavimento, per favorire il distanziamento interpersonale e che prevedano una separazione tra ingresso e uscita.
- Assicurare una adeguata **pulizia e disinfezione** delle superfici e degli ambienti, con particolare attenzione a quelle toccate con maggiore frequenza (es. maniglie, interruttori, corrimano, etc.). Assicurare regolare pulizia e disinfezione dei servizi igienici. La pulizia di ambienti ove siano esposti, conservati o stoccati beni culturali, devono essere garantiti con idonee procedure e prodotti
- Favorire il regolare e frequente **ricambio d'aria** negli ambienti interni ed escludere totalmente, per gli impianti di condizionamento, la funzione di ricircolo dell'aria.
- L'utilizzo di ascensori, dove possibile, va limitato e riservato a persone con disabilità motoria.
- Regolamentare l'utilizzo di eventuali depositi e guardaroba.
- Eventuali **audioguide o supporti informativi** potranno essere utilizzati solo se adeguatamente disinfettati al termine di ogni utilizzo. Favorire l'utilizzo di dispositivi personali per la fruizione delle informazioni.
- Eventuali attività divulgative dovranno tenere conto delle regole di distanziamento sociale e si suggerisce di organizzare le stesse attraverso turni, preventivamente programmati e privilegiando gli spazi aperti.
- Per quanto concerne il trattamento di fondi documentari e collezioni librerie, non potendo essere sottoposti a procedure di disinfezione poiché dannosi per gli stessi, si rimanda alle procedure di stoccaggio in isolamento degli stessi dopo il loro utilizzo.



Allegato 2 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

STRUTTURE RICETTIVE ALL'APERTO (CAMPEGGI)

Per questa tipologia di strutture si inseriscono indicazioni specifiche, rimandando ad una lettura di quanto indicato per le strutture recettive per aspetti di carattere generale.

- Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione, comprensibile anche per i clienti di altra nazionalità.
- Potrà essere rilevata la **temperatura** corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > 37,5 °C.
- Garantire il rispetto del **distanziamento interpersonale** (salvo gli appartenenti allo stesso nucleo familiare) di almeno un metro in tutte le **aree comuni** e favorire la **differenziazione dei percorsi** all'interno delle strutture, con particolare attenzione alle zone di ingresso e uscita. Si suggerisce, a tal proposito, di affiggere dei cartelli informativi e/o di delimitare gli spazi (ad esempio, con adesivi da attaccare sul pavimento, palline, nastri segnapercorso, ecc.).
- È prevista la sorveglianza del rispetto dei distanziamenti sociali minimi da parte di personale incaricato.
- La postazione dedicata alla **reception** e alla **cassa** può essere dotata di barriere fisiche (es. schermi); in ogni caso, favorire modalità di pagamento elettroniche e gestione delle prenotazioni online, con sistemi automatizzati di check-in e check-out ove possibile.
- L'addetto al servizio di ricevimento deve provvedere, alla fine di ogni turno di lavoro, alla pulizia del piano di lavoro e delle attrezzature utilizzate.
- Gli **ospiti** devono sempre utilizzare la **mascherina** quando non all'interno dell'area delimitata dalla piazzola personale e comunque sempre quando non è possibile garantire la distanza interpersonale di almeno un metro (salvo gli appartenenti allo stesso nucleo familiare) e quando non impegnati in attività fisica.
- Il **personale dipendente** è tenuto all'utilizzo della **mascherina** sempre quando in presenza dei clienti e comunque in ogni circostanza in cui non sia possibile garantire la distanza interpersonale di almeno un metro.
- Garantire un'ampia disponibilità e accessibilità a sistemi per l'**igiene delle mani** con soluzioni idro-alcoliche in varie postazioni all'interno della struttura, promuovendone l'utilizzo frequente da parte dei clienti e del personale.
- Ogni oggetto fornito in uso dalla struttura all'ospite, dovrà essere disinfettato prima e dopo di ogni utilizzo.
- Garantire la **frequente pulizia e disinfezione** di tutti gli ambienti e locali, con particolare attenzione alle aree comuni e alle superfici toccate con maggiore frequenza (corrimano, interruttori della luce, pulsanti degli ascensori, maniglie di porte e finestre, ecc.); deve essere garantita adeguata aerazione degli spazi chiusi.

Allegato 2 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

- Per i **servizi igienici ad uso comune**, considerata la peculiarità degli stessi nel contesto di queste strutture, sono introdotti interventi di **pulizia da effettuare almeno 3 volte al giorno**.
- É necessario il controllo e la manutenzione dei sistemi di aerazione/ventilazione, nonché la pulizia dei filtri d'aria.
- Delimitazione del limite della piazzola; **i lati aperti (porta d'accesso) delle unità abitative** posizionate nella piazzola (camper, tenda, roulotte) devono rispettare **una distanza di almeno 3 metri tra le stesse unità**.
- Raccomandazione agli occupanti della piazzola di pulire e sanificare gli arredi esterni oltre a quelli interni.
- L'intervento di manutentori/dipendenti negli appartamenti in presenza degli ospiti dovrà essere effettuato in modo da garantire il distanziamento sociale di almeno un metro.
- Per le attività di ristorazione, balneazione, piscine e palestre, si applica quanto previsto nella specifica scheda.

Allegato 2 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

RIFUGI ALPINI

Norme generali riguardanti l'accesso ai rifugi (aree esterne):

L'area esterna al rifugio, deve essere delimitata, consentendo un accesso regolamentato. In presenza di plateatico (tavoli, panche...) è necessario inserire un cartello che richiami le norme igieniche e le distanze di sicurezza e prevedere percorsi che non permettano l'incrocio delle persone.

All'ingresso dell'area deve essere appostato un dispenser con disinfettante per le mani.

Il gestore all'interno dell'area dovrà invitare gli ospiti al rispetto della distanza sociale di 1 metro, (questa norma non viene applicata per i nuclei familiari), all'utilizzo dei presidi personali, quali mascherine o guanti.

É d'obbligo usare la tovaglietta monouso e procedere alla sanificazione del tavolo e delle sedute prima del riutilizzo dei posti.

Viene effettuato solo servizio al tavolo.

Una parte dei posti a sedere esterni è riservata alla ristorazione prenotata.

Nelle aree esterne deve essere prevista una zona dedicata al pranzo al sacco ad accesso limitato.

É opportuno, ove possibile, provvedere alla copertura esterna con gazebo, tende, pensiline, limitando così l'eccessiva pressione all'entrata del rifugio.

Accoglienza in rifugio.

L'entrata in rifugio è contingentata in base al numero di persone previsto e si potrà accedere solo utilizzando i dispositivi di sicurezza previsti (mascherina e guanti).

Non può essere effettuato servizio al banco, ma solo al tavolo.

Ove possibile, è necessario individuare dei percorsi all'interno del rifugio che non consentano l'incrocio tra persone.

Il pernottamento ed erogazione pasti possono essere forniti solo su prenotazione obbligatoria.

Accesso alle aree interne del rifugio:

La movimentazione tra le stanze del rifugio avviene solo utilizzando i dispositivi di sicurezza.

È fatto divieto di muoversi nella zona notte dei rifugi con gli scarponi: gli ospiti dovranno indossare ciabatte proprie.

Nel caso in cui si raggiunga l'occupazione massima prevista dei posti a sedere per la ristorazione all'interno del rifugio, nel rispetto delle distanze di sicurezza, il gestore deve predisporre un cartello in entrata che blocchi l'accesso.

Camere da letto:

All'ingresso di ogni camera deve essere previsto un dispenser di gel disinfettante.

Il posto letto deve essere comprensivo di materasso con coprimaterasso in tessuto lavabile, set monouso composto da copri materasso + copri federa monouso: Rimane comunque obbligatorio l'utilizzo del sacco a pelo personale.

Nel caso si vogliano utilizzare le lenzuola monouso, queste dovranno essere aggiuntive rispetto al coprimaterasso e al copriferda monouso.

Allegato 2 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

IMPIANTI SPORTIVI ALL'APERTO PER L'ESERCIZIO DI ATTIVITÀ INDIVIDUALI O COMUNQUE QUELLE DA SVOLGERSI A DISTANZA COSTANTE NON INFERIORE A UN METRO

Le presenti indicazioni si applicano a tutti gli impianti sportivi dove si partecipa attività all'aperto che hanno strutture al chiuso di servizio (reception, deposito attrezzi, sala ricezione, spogliatoi, direzione gara, etc)

Predisporre una adeguata **informazione** sulle misure di prevenzione.

- Redigere un programma delle attività il più possibile pianificato in modo da dissuadere eventuali condizioni di aggregazioni regolamentare i flussi degli spazi di attesa e nelle varie aree in modo da evitare assembramenti e garantire il distanziamento interpersonale.
- Potrà essere rilevata la temperatura corporea, impedendo l'accesso in caso di temperatura > **37,5°C**.
- Distanziare attrezzi e macchine per garantire gli spazi necessari per il rispetto della distanza di sicurezza delimitando le zone di rispetto e i percorsi con **distanza minima fra le persone non inferiore a 1 metro mentre non si svolge attività fisica, se non può essere rispettata bisogna indossare la mascherina**.
- Presenza di personale formato per verificare e indirizzare gli utenti al rispetto di tutte le norme igieniche e distanziamento sociale.
- **Pulizia e sanificazione** dell'ambiente e di attrezzi e macchine al termine di ogni seduta di allenamento individuale
- **Gli attrezzi e le macchine che non possono essere sanificati non devono essere usati**.
- Per gli **utenti è obbligatoria l'igiene delle mani** prima e dopo l'accesso.
- Non condividere borracce, bicchieri e bottiglie e non scambiare con altri utenti oggetti quali asciugamani, accappatoi o altro.
- Fare in modo che ogni praticante possa disporre di igienizzante in quantità adeguata (gel igienizzante in prossimità di ciascuna macchina o set di attrezzi affinché, prima e dopo ogni esercizio, possa effettuare in autonomia la disinfezione della macchina o degli attrezzi usati.

Non devono essere utilizzati né gli spogliatoi e neanche le docce.

Allegato 2 all'Ordinanza n. 48 del 17 maggio 2020

IMPIANTI A FUNE

Al fine di evitare un incremento dei tempi di attesa in coda e, di conseguenza, del rischio di contagio, gli operatori degli impianti garantiranno la riduzione dei tempi di percorrenza applicando la massima velocità di trasporto consentita ed utilizzando contemporaneamente in linea il maggior numero possibile di veicoli (entrambi parametri definiti in fase di collaudo per ogni tipologia d'impianto).

Sarà necessario bilanciare l'affluenza con la portata, favorendo il più possibile la fluidità e la costante mobilità. In assenza di code il riempimento dei veicoli infatti si riduce automaticamente. Le cabinovie possono essere ben arieggiate e può essere garantito il costante ricambio di aria necessario a ridurre significativamente il rischio di contagio.

Il problema non si pone sulle seggiovie, che si differenziano dalle cabinovie perché hanno veicoli aperti. L'eventuale cupola protettiva, che potrebbe anche essere bloccata aperta, lascia comunque una notevole circolazione d'aria. Su queste tipologie di impianto l'ipotesi di distanziare le sedute porrebbe problemi per il trasporto dei bambini che devono obbligatoriamente essere accompagnati.

Lo stesso principio vale ovviamente anche per le sciovie.

È inoltre necessario garantire:

- Obbligo del distanziamento fisico di almeno 1 metro tra le persone in tutte le fasi preparatorie al trasporto (transito dal parcheggio, coda alla cassa, coda ai tornelli, accesso alla stazione di partenza, sala d'aspetto, ecc.)
- Obbligo di utilizzare mascherina chirurgica per gli utenti (distribuita con lo skipass o fornita in albergo)
- Obbligo di utilizzare guanti monouso per l'estate e guanti da neve in inverno (da non togliere mai).
- Obbligo di utilizzare casco protettivo e occhiali (per sciatori), cappello e occhiali (per non sciatori).
- Obbligo di utilizzare scaldacollo o passamontagna, che possono coprire il naso e che potrebbero anche fungere da sostitutivi delle mascherine.
- Obbligo di areazione della cabinovia e funivia bloccando uno o più finestrini anche durante il trasporto
- Obbligo dell'apertura delle porte delle cabinovie o funivie (solo se vuote) per una areazione completa, laddove possibile.
- Igienizzazione (non sanificazione) giornaliera delle cabine, funivie e pulizia del pavimento con candeggina.

*Sezione seconda***DELIBERAZIONI DELLA GIUNTA REGIONALE**

(Codice interno: 419906)

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 556 del 05 maggio 2020

Approvazione della "Carta dell'accoglienza e dell'ospitalità" e avvio delle attività di informazione e diffusione della stessa. Azione di lancio 4.7 del P.T.A. 2019, nonché "Azioni di lancio da implementare e ampliare" del P.T.A. 2020. DGR n. 1014 del 12 luglio 2019, DGR n. 1505 del 15 ottobre 2019, DGR n. 471 del 14 aprile 2020. Legge regionale 14 giugno 2013, n. 11.

*[Turismo]***Note per la trasparenza:**

Con il presente provvedimento si approva la "Carta dell'accoglienza e dell'ospitalità" composta da un decalogo e dalle relative declinazioni per le diverse categorie di operatori del sistema turistico regionale, nonché l'avvio delle conseguenti attività di informazione e diffusione della stessa come previsto dall'Azione di lancio 4.7 del P.T.A. 2019 - DGR n. 1014 del 12 luglio 2019, dalla DGR n. 1505 del 15 ottobre 2019 e dalle "Azioni di lancio da implementare e ampliare", con particolare riferimento al punto 6. "Presentazione e disseminazione dei contenuti "Carta accoglienza e dell'Ospitalità" (Asse 4 Accoglienza e Capitale umano)" del P.T.A. 2020 - DGR n. 471 del 14 aprile 2020, in attuazione del Programma regionale per il Turismo 2018-2020.

L'Assessore Federico Caner riferisce quanto segue.

La legge regionale 14 giugno 2013 n. 11 "Sviluppo e sostenibilità del turismo Veneto" costituisce il quadro di riferimento normativo per il turismo e l'industria turistica regionale, e definisce le politiche regionali finalizzate a promuovere lo sviluppo sostenibile dell'industria turistica in uno scenario di profonda evoluzione dei mercati internazionali, dei profili della domanda e di cambiamento del quadro economico e sociale.

La legge in parola individua gli strumenti programmatori regionali per l'industria turistica contestualizzandoli con la più ampia programmazione regionale e con le rinnovate strumentazioni di intervento pubblico.

L'articolo 6 della Legge regionale 14 giugno 2013 n. 11 stabilisce, infatti, che la Regione adotti il programma regionale per il turismo, avente durata triennale, quale strumento di pianificazione in coordinamento con gli altri strumenti di programmazione comunitaria, statale e regionale, delle strategie regionali per lo sviluppo economico sostenibile del turismo.

Il Programma regionale per il Turismo 2018 - 2020, denominato "Piano Strategico del Turismo Veneto", approvato dal Consiglio Regionale con deliberazione n. 19 del 29 gennaio 2019, individua sei Assi tematici:

Asse 1 Prodotti Turistici;

Asse 2 Infrastrutture;

Asse 3 Turismo digitale;

Asse 4 Accoglienza e Capitale umano;

Asse 5 Promozione e Comunicazione;

Asse 6 Governance partecipata.

La Giunta regionale con deliberazione n. 1014 del 12 luglio 2019 - che ha integrato il Piano Turistico Annuale (P.T.A.) per l'anno 2019, approvato con DGR n. 400 del 2 aprile 2019 - ha individuato le azioni da attivare in attuazione del Programma Regionale del Turismo (Piano Strategico del Turismo della Regione Veneto), la cui selezione è avvenuta attraverso il coinvolgimento dei chairperson e della Cabina di Regia che già avevano coordinato le fasi che hanno portato all'elaborazione del Piano stesso e alla sua adozione da parte del Consiglio regionale su proposta della Giunta.

La DGR n. 1014/2019 ha individuato, tra le azioni prioritarie, 12 Azioni di lancio del Programma regionale per il Turismo tra le quali l'Azione 4.7 "La Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità" per l'attuazione della quale è stata prevista la realizzazione delle seguenti attività articolate in quattro fasi distinte:

1. analisi di benchmark ed approfondimento buone pratiche;
2. consultazione dei soggetti coinvolti (OGD, Comuni, uffici IAT, categorie, etc.) per raccogliere suggerimenti, proposte e condividere i principi fondamentali;
3. formalizzazione della "Carta Fondamentale dell'Accoglienza Turistica" con atto di indirizzo della Giunta regionale;
4. attività di informazione e diffusione attraverso iniziative editoriali, web, presentazioni, convegni, etc.

Al fine di dare seguito efficacemente alle predette attività, la Giunta regionale, con DGR n. 1505 del 15 ottobre 2019, ne ha affidato la realizzazione alla Società Veneto Innovazione S.p.A, la quale, sulla base di quanto previsto dalla Convenzione sottoscritta in data 4 novembre 2019, ha operato affiancata da un apposito gruppo di lavoro, istituito dalla Direzione Turismo, nonché avvalendosi di alcune professionalità esterne.

Nel 2019 è stata dunque intrapresa un'importante attività di analisi di benchmark ed approfondimento di buone pratiche di analoghi strumenti realizzati da altre destinazioni regionali o territoriali e sono stati individuati i temi oggetto della Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità, nonché le sue possibili declinazioni per i diversi ambiti (strutture ricettive, ristorazione, commercio, etc.). A seguito dell'approfondimento del lavoro di analisi svolto da Veneto Innovazione SpA, si è proceduto quindi alla stesura del decalogo e delle diverse declinazioni della Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità, i cui contenuti sono stati condivisi tramite incontri dedicati e focus group con ampia consultazione con gli attori del sistema turistico veneto.

A seguito di tale condivisione, si è giunti dunque alla predisposizione della "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità", composta da un decalogo e dalle relative declinazioni per le diverse categorie di operatori del sistema turistico regionale, nel testo di cui all'**Allegato A**, che si allega quale parte integrante e sostanziale della presente deliberazione per la sua approvazione.

Con il presente provvedimento si propone inoltre, in attuazione del PTA 2020, "Azioni di lancio da implementare e ampliare", approvato con DGR n. 471 del 14 aprile 2020, di dare seguito alla realizzazione delle attività atte a garantire la presentazione e la massima diffusione della Carta stessa, nonché la disseminazione capillare dei suoi contenuti, attraverso iniziative di presentazione sul territorio, iniziative editoriali, web, presentazioni, convegni, etc., tramite le Organizzazioni di Gestione delle Destinazioni, le parti sociali, il mondo della formazione ed altri soggetti e strumenti (associazioni turistiche e del tempo libero, associazioni di consumatori, circuitazione tramite web e social media, etc.).

Il relatore conclude la propria relazione e propone all'approvazione della Giunta regionale il seguente provvedimento.

LA GIUNTA REGIONALE

UDITO il relatore, il quale dà atto che la struttura competente ha attestato, con i visti rilasciati a corredo del presente atto, l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione statale e regionale, e che successivamente alla definizione di detta istruttoria non sono pervenute osservazioni in grado di pregiudicare l'approvazione del presente atto;

VISTA la legge regionale 14 giugno 2013, n. 11;

VISTA la deliberazione del Consiglio Regionale 29 gennaio 2019 n. 19;

VISTA la DGR n. 1014 del 12 luglio 2019 integrativa del Piano Turistico annuale (P.T.A.) per l'anno 2019;

VISTA la DGR n. 1505 del 15 ottobre 2019 di attuazione del P.T.A. 2019;

VISTA la DGR n. 471 del 14 aprile 2020 integrativa del Piano Turistico annuale (P.T.A.) per l'anno 2020;

VISTO l'articolo 2, comma 2 della legge regionale n. 54 del 31 dicembre 2012;

DATO ATTO che il Direttore di Area ha attestato che il Vicedirettore di Area, nominato con DGR n. 1406 del 29 agosto 2017, ha espresso in relazione al presente provvedimento il proprio nulla osta senza rilievi, agli atti dell'Area medesima.

delibera

1. di considerare le premesse e l'**Allegato A**, quali parti integranti e sostanziali del presente provvedimento;
2. di approvare la "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità", di cui all'**Allegato A**, composta da un decalogo e dalle relative declinazioni per le diverse categorie di operatori del sistema turistico regionale;
3. di dare seguito alla realizzazione delle attività di informazione e diffusione della "Carta dell'Accoglienza e dell'Ospitalità", di cui al punto precedente, attraverso iniziative editoriali, web, presentazioni, convegni, etc. di cui all'Azione di lancio 4.7. del P.T.A. 2019, alla DGR n. 1505/2019, nonché alle "Azioni di lancio da implementare e ampliare" del PTA 2020;
4. di incaricare il Direttore della Direzione Turismo della gestione tecnica ed amministrativa dei procedimenti derivanti dall'adozione del presente provvedimento, autorizzando il medesimo Direttore ad apportare marginali modifiche tecniche ai contenuti dell'**Allegato A** che si rendessero necessarie in sede di attuazione, nel rispetto comunque dell'impostazione generale stabilita con il presente atto;
5. di dare atto che il presente provvedimento non comporta spesa a carico del bilancio regionale;
6. di pubblicare il presente provvedimento nel Bollettino ufficiale della Regione.



REGIONE DEL VENETO

ALLEGATO A DGR n. 556 del 05 maggio 2020

pag. 1 di 40



BENVENUTI!

La cultura dell'accoglienza in Veneto

Carta dell'accoglienza e dell'ospitalità





INDICE

1. **PERCHE' UNA CARTA DELL'ACCOGLIENZA**
2. **VENETO UNA DESTINAZIONE....** per tutti, affidabile. autentica, competente, connessa, bella, informata, sicura, rispettosa, sostenibile
3. **APPLICHIAMO I NOSTRI VALORI**
 - **COME NOI NON C'È NESSUNO**
Musei, siti archeologici, ville , borghi, castelli, centri storici, parchi e riserve naturali, parchi a tema e divertimento
 - **TURISMO BENE COMUNE**
Enti locali e Organizzazioni di gestione della destinazione (OGD)
 - **FACCIAMO INCOMING**
Agenzie di viaggio
 - **BENVENUTI A CASA NOSTRA**
Strutture ricettive e locazioni turistiche
 - **ENJOY YOUR VISIT**
Guide turistiche, accompagnatori turistici, guide naturalistico - ambientali, guide alpine, accompagnatori di media montagna, maestri di sci
 - **WE LOVE SHOPPING**
Attività commerciali, artigianali ed agricole
 - **GUSTO E TIPICITA'**
Pubblici esercizi, agriturismi, malghe e cantine
 - **HAVE FUN AND RELAX**
Impianti a fune, impianti sciistici, bike park e stabilimenti balneari
 - **SIGNORI SI PARTE**
Trasporti pubblici e privati
 - **TERRA DI EVENTI**
Organizzatori di eventi pubblici e privati

APPENDICE) GLOSSARIO





1. PERCHE' UNA CARTA DELL'ACCOGLIENZA

Noi siamo la destinazione, risorse inseparabili della catena del valore turistico del Veneto: lo siamo quando al desk o alla biglietteria salutiamo sorridenti nella lingua del cliente, quando porgiamo il menù per bambini alla famiglia seduta al tavolo, quando ci offriamo di dare indicazioni ad un turista con la cartina in mano, quando curiamo con orgoglio piazze e vie accoglienti.

Noi possiamo fare la differenza nel rendere le destinazioni della nostra regione un'esperienza olistica per i nostri visitatori e una fonte di **benessere, crescita, arricchimento economico e culturale** per la comunità locale.

Che cos'è la "destinazione"? E' un concetto complesso, che implica un'area geografica, un ambito culturale, storico, naturalistico e, allo stesso tempo, un insieme di servizi, risorse, attrazioni ed esperienze. **Un unico "brand" che è percepito e vissuto, come inscindibile dal visitatore**, la cui forza sta proprio nella condivisione della **stessa percezione da parte dei singoli operatori e della comunità accogliente**, che insieme ai turisti danno vita alla destinazione. Un concetto che tiene pure conto del **ruolo pro-attivo che l'ospite desidera giocare** nelle esperienze che vive in vacanza, aumentandone il valore della qualità percepita. In questo senso, **il turista costruisce e modifica l'immagine della destinazione basandosi su una serie di piccole esperienze**, come ad esempio la facilità nel reperire informazioni chiare e utili, la qualità degli incontri con le persone più diverse, siano conducenti di taxi, albergatori, camerieri, personale di musei, teatri, spiagge, parchi a tema, negozianti, baristi, o bigliettaia del trasporto pubblico, solo per citarne alcuni.

Ognuno di noi contribuisce a costruire o smantellare **la reputazione** della destinazione: se mancano volontà o competenze nel porsi, accogliere, dialogare e collaborare, è l'intera destinazione che ne risente, generando sofferenza in tutti gli elementi che la compongono. L'obiettivo è di condividere **un senso di appartenenza e responsabilità** corale e coerente alle strategie che la destinazione si è data.

Siamo la prima regione turistica d'Italia, ma siamo consapevoli che gli scenari del turismo stanno rapidamente evolvendosi e che le **rendite di posizione stanno venendo meno**. Questo ha fatto maturare la consapevolezza della necessità, anche per il sistema turistico regionale, di **dotarsi di una programmazione** di lungo respiro, ma con obiettivi concreti e misurabili. E soprattutto, **condivisa**.

E' per questo che la **Regione Veneto** si è dotata di un Piano Strategico, frutto di un ampio processo partecipativo, che ha portato ad una visione del "turismo come bene comune" e alla individuazione di linee strategiche e di azione per uno sviluppo sostenibile sulla base dei seguenti obiettivi: la diversificazione dei prodotti turistici, lo sviluppo del turismo digitale, l'adeguamento delle infrastrutture, la valorizzazione dell'**accoglienza e del capitale umano**, la comunicazione e la promozione dell'offerta turistica regionale e una governance partecipata.

Valore, qualità, senso di appartenenza, condivisione ... ma come? Nel "**Piano strategico del turismo veneto**" abbiamo le risposte. Il Piano è il **prodotto di un'ampia consultazione che ha coinvolto più di 300 persone appartenenti al sistema turistico regionale** con il contributo di un unico organo di governo, cinque gruppi tematici, ciascuno coordinato da un presidente, il supporto essenziale dei facilitatori e una piattaforma digitale per raccogliere input e consigli dei portatori di interesse e delle persone.

Da qui è nata la "**Carta Fondamentale dell'Accoglienza**": 10 punti, dalla creazione di una destinazione per tutti ad essere dei custodi del nostro territorio, per descrivere i **valori fondanti per un turismo di qualità**. E gli "**accoglienti**" siamo ancora e sempre noi: noi che portiamo ulteriore valore ad ogni luogo, che generiamo esperienze di qualità, che possiamo trasformare il viaggio in Veneto, da bello, interessante e divertente a speciale.





2. VENETO UNA DESTINAZIONE...

1. PER TUTTI

Ci impegniamo ad assicurare l'accessibilità fisica e virtuale ai luoghi ed ai servizi a tutti i visitatori.

2. AFFIDABILE

Vogliamo garantire sincerità e trasparenza nella gestione dei servizi con l'obiettivo di costruire un rapporto di fiducia con l'ospite.

3. AUTENTICA

Desideriamo valorizzare l'unicità della regione, attraverso il genius loci e quindi l'espressione dell'identità, della tradizione dei nostri territori e dei caratteri originali della cultura del Veneto e delle sue località.

4. COMPETENTE

Ci prepariamo per individuare e mettere in atto le tecniche più efficaci per l'accoglienza, trovare soluzioni, sviluppare proposte e monitorare i risultati per assicurare sempre la massima qualità dell'offerta.

5. CONNESSA

Siamo attenti a mettere in atto gli strumenti per adeguarci al mercato globale e alle tecnologie, sia dal punto di vista delle singole strutture che delle destinazioni. Ci impegniamo a riconoscere i mutamenti della tecnologia della società e del mercato, e di interagire coerentemente con i valori del territorio.

6. BELLA

Assicuriamo negli spazi pubblici e in quelli privati, all'interno degli edifici così come all'aria aperta, attenzione e cura. Investiamo nella conservazione e tutela quali presupposti per la valorizzazione. Agiamo nella consapevolezza che un ambiente gradevole, pulito, ordinato, sereno è funzionale alla valorizzazione delle singole risorse così come del paesaggio, condizione ottimale per l'incontro tra la comunità ospitante e quella ospitata.

7. INFORMATATA

Ci poniamo in modo empatico nei confronti dell'ospite, in atteggiamento di ascolto per capire non solo le sue richieste ma anche i suoi desideri. Informiamo e comunichiamo l'offerta della singola struttura all'interno del contesto della destinazione. Garantiamo una relazione affidabile, efficiente ed empatica in tutte le fasi del viaggio utilizzando di volta in volta lo strumento più appropriato.

8. SICURA

Ci preoccupiamo e operiamo affinché il soggiorno dell'ospite sia sereno e sicuro nei vari momenti del viaggio, all'interno delle strutture così come negli ambiti all'aperto. Assicuriamo la privacy, l'igiene e la presenza di adeguati servizi sanitari. Garantiamo l'ospite nella sua libertà di movimento, nel possesso ed utilizzo dei suoi beni, nella correttezza delle transazioni commerciali, nel rispetto (reciproco) dei suoi valori, della sua cultura, della sua religione, dei suoi modi di vita.

9. RISPETTOSA

Facciamo percepire al turista che c'è una destinazione fatta di strutture, organizzazione e comunità che lo accoglie, che ha scelto di accoglierlo, che si è organizzata per accoglierlo, che ha sviluppato mirate proposte di fruizione (prodotti), che è pronta a relazionarsi con lui.

10. SOSTENIBILE

Sosteniamo la destinazione, così come i singoli prodotti, quali espressione di una gestione rispettosa e sostenibile delle risorse del territorio per garantire la qualità dell'offerta nel presente e le risorse per le generazioni future. Il nostro obiettivo è di creare valore senza distruggere quello del territorio e delle sue genti.





3. APPLICHIAMO I NOSTRI VALORI

Le dieci sezioni che seguono presentano i valori e le linee guida cui devono ispirarsi tutti gli attori della filiera turistica, dai gestori delle attrazioni ai servizi di trasporto e più in generale tutti quei soggetti che - a vario titolo e in base alle diverse caratteristiche e funzioni - sono coinvolti nel sistema turistico della Regione Veneto e che vengono a contatto diretto, indiretto o virtuale con i nostri turisti.

Ogni sezione fa riferimento ad una categoria specifica di portatori d'interesse; oltre ad una parte narrativa è presentata anche una "check list" che specifica le azioni da implementare per le attività di accoglienza.

COME NOI NON C'E' NESSUNO

Si rivolge ai musei, siti archeologici, ville, borghi, castelli, chiese e basiliche, centri storici, parchi e riserve naturali, parchi a tema e divertimento

SIAMO SPECIALI PER TUTTI

Musei, collezioni, dimore, luoghi di culto e pellegrinaggio, punti paesaggistici, bellezze naturali ... impossibile raggruppare in un elenco esauriente tutti i posti speciali che fanno della nostra regione un luogo meraviglioso. Ma esiste un filo rosso che ci unisce: ognuno vuole garantire, compatibilmente con le sue caratteristiche, **servizi senza ostacoli, accessibilità e comprensione a persone di provenienza, cultura e religione diversa. Le strutture e il personale preparato sono pronti ad accogliere le esigenze di ogni tipo di ospite:** dalle famiglie con bambini alle persone più esigenti in tema di sicurezza, confort, fruibilità. Promuoviamo questa nostra capacità di inclusione insieme alle Organizzazioni per la Gestione della Destinazione, all'insegna di un **turismo sostenibile e per tutti.**

1. Operare al fine di garantire a persone con esigenze speciali (disabilità, anziani, famiglie con bambini) la fruizione del servizio senza ostacoli e difficoltà ed in condizioni di autonomia, sicurezza e comfort - compatibilmente con i limiti naturalistici.
2. Incentivare attività di formazione per promuovere un approccio professionale sul tema del turismo inclusivo.
3. Ampliare ed evidenziare se necessario le aree fisicamente accessibili per determinate categorie
4. Creare sinergie con la destinazione e l'OGD al fine di costruire una destinazione turistica per tutti
5. Garantire accessibilità e possibilità di comprensione a persone di provenienza, cultura, religione, ecc. diversa.
6. Fornire strumenti per una accessibilità anche dal punto di vista del prezzo e dei tempi di accesso (code, ecc.) e della sicurezza dei percorsi - compatibilmente con i limiti naturalistici.

CI SENTIAMO D.O.C.

Siamo un'eccellenza del nostro territorio, qualcosa di unico, un'attrattiva per tantissime persone che vengono appositamente a visitarci. Non vogliamo perdere la nostra autenticità, la nostra connessione al luogo di appartenenza. E' importante per noi **restare un punto di riferimento per la nostra comunità. Organizziamo occasioni di incontro ed eventi che vogliamo siano un momento di socializzazione per chi abita sul nostro territorio** e che contribuiscano a garantire il nostro essere "Denominazione di Origine Controllata".

1. Prestare massima attenzione alla risorsa primaria, operare affinché la fruizione turistica non le faccia perdere la sua autenticità, la sua connessione con il territorio, la sua coerenza con la specificità della destinazione.





2. *Valorizzare la fruizione del POI anche parte della comunità residente con il fine che diventino dei momenti di socializzazione e aggregazione anche per i cittadini e per garantire e comunicare autenticità dei luoghi.*

ORGANIZZATI E CONNESSI

Ogni giorno dell'anno, nel rispetto dei nostri orari di apertura al pubblico, delle stagioni, di ciascuna specificità, sappiamo gestire la **qualità del servizio** in modo organizzato e professionale. **Comunichiamo correttamente orari, prezzi, tipologia dei servizi**, lo facciamo in modo univoco nei confronti di tutti, **in più lingue** grazie alla **preparazione del nostro personale**, sempre **attento alle diverse richieste dei nostri clienti** e alla loro necessità di essere consigliati.

Aggiorniamo le **competenze sia tecniche che gestionali** per migliorare costantemente la **presenza sul web e la tecnologia** che supporta le nostre attività quotidiane, dalle prenotazioni online alla gestione dei dati personali.

Ci preoccupiamo di dare un senso alla parola "**sostenibilità ambientale**" perché facciamo noi stessi parte del nostro patrimonio naturale, artistico e sociale. **Lavoriamo in rete** per valorizzare la destinazione ma anche per ottimizzare forniture e servizi.

1. *Applicare e comunicare chiaramente e con correttezza servizi, orari e prezzi senza discriminazione tra i clienti.*
2. *Garantire la fruibilità anche in termini di tempi di attesa, di qualità del servizio e del luogo, al di là della stagione turistica.*
3. *Incentivare reattività e volontà da parte del personale ad aiutare il cliente con prontezza.*
4. *Impegnarsi e/o incentivare un costante aggiornamento delle competenze e delle professionalità, sia tecniche che gestionali e legate alle tecnologie, alle sostenibilità e al web.*
5. *Promuovere l'assunzione e il coinvolgimento di personale qualificato che sappia fornire informazioni sulla destinazione in cui è inserito.*
6. *Saper gestire orari e momenti grande afflusso.*
7. *Stimolare l'innovazione, non solo tecnologica ma anche di prodotto/servizio/fruizione*
8. *Stimolare l'utilizzo di strumenti informatici e tecnologici per la gestione delle prenotazioni di visita da parte del pubblico e per la gestione dei dati dei clienti (per utilizzo interno ed esterno) anche a scopi di marketing e di "customer satisfaction".*
9. *Favorire la creazione di network e reti tematiche e di destinazione, per una migliore capacità di attrazione e di fornitura di servizi.*

FRAGILI MA FORTISSIMI

Facciamo sentire i **visitatori parte della bellezza** che ci contraddistingue, accogliendoli in **spazi curati e ben inseriti nel contesto urbanistico - ambientale** che ci circonda. La segnaletica e le **insegne non sono invasive**, sono utili e gradevoli.

Chiediamo **rispetto per questa bellezza**, a volte fragile, sempre preziosa, attenti a prevenire atti di vandalismo e sottrazioni indebite. Per noi la bellezza è sostanza, non ci curiamo solo dell'apparenza: la nostra preoccupazione è anche quella di **mantenere gli standard di sicurezza**. Ci occupiamo con professionalità della **manutenzione ordinaria e straordinaria**, durante i periodi di attività e fuori stagione. Ad ogni ospite comunichiamo con chiarezza quali sono i **comportamenti adeguati** da tenere, attenti ad assicurare il controllo anche in condizioni avverse o momenti di sovraffollamento. Il nostro **personale è preparato**. Ci sentiamo responsabili.

1. *Creare le condizioni materiali e immateriali affinché il visitatore-turista si senta accolto, protagonista e parte del "bello" mantenendo gli spazi all'aperto e gli spazi interni in buono stato, avendo cura dei dettagli e rispettando il contesto urbanistico - ambientale in cui sono inseriti.*





2. *Prevenire e attivare strumenti di controllo per evitare vandalismi, sottrazioni/furti e quindi mantenere il patrimonio culturale/naturalistico.*
3. *Provvedere alla manutenzione, alla pulizia e alla cura delle strutture, degli elementi fisici e delle attrezzature così da garantire pulizia, piacevolezza, godibilità delle stesse e dei luoghi, anche laddove i servizi sono appaltati.*
4. *Incentivare l'utilizzo di insegne, segnaletica gradevole, il cui posizionamento non sia invasivo*
5. *Incentivare, empatia, cortesia e rispetto della clientela.*
6. *Trasmettere ai visitatori in modo appropriato e consapevole le modalità di fruizione e visita sia negli ambienti interni che negli ambienti naturali.*
7. *Fornire adeguate informazioni in ordine all'utilizzo degli spazi, alla fruizione del servizio, sia in situazioni di normalità sia in quelle eccezionali o emergenziali.*
8. *Curare la sicurezza degli spazi garantendo qualità nei materiali e negli interventi di manutenzione.*
9. *Garantire le opportune competenze in ordine alla sicurezza da parte degli addetti*

UN DNA ACCOGLIENTE

Abbiamo nel nostro DNA il senso dell'accoglienza.

Ci preoccupiamo che i nostri visitatori si sentano soddisfatti della visita e chiediamo loro di lasciarci le loro impressioni per aiutarci a migliorare sempre. Dal libro delle firme, al sito internet per curare la comunicazione con gli altri attori del territorio: **teniamo informati gli enti turistici delle dei nostri eventi**, degli appuntamenti da non mancare e nel contempo **diamo visibilità alle iniziative che si svolgono intorno a noi**. Non ci dimentichiamo di tenere **aggiornati i nostri canali di comunicazione** su tutte le attività in corso e sugli orari di apertura e chiusura, anche in caso di cambiamenti repentini. Contribuiamo a fare sistema con le risorse pubbliche del territorio e partecipiamo attivamente a costruire un forte ed efficace **Destination Management System**, condividendo strategie di marketing e valorizzazione. Immaginiamo che grazie alle nostre strutture, ai nostri servizi e punti di forza, il "fuori stagione" sia un periodo perfetto per portare nuovo valore alla destinazione. Siamo fieri del fatto che, spesso, **rappresentiamo il punto di accesso alla regione**, il genius loci, e desideriamo essere il luogo giusto per dare una chiave di lettura a quanto si sviluppa intorno.

Siamo orgogliosi di essere parte di "**The Land of Venice**", per questo abbiamo il marchio della nostra terra sui materiali a stampa e sugli spazi espositivi a disposizione, siano essi reali o virtuali.

1. *Diventare "sensori" delle aspettative dei turisti e incentivare forme di feedback ai fini di adeguare l'offerta turistica della destinazione rispetto alle esigenze del visitatore e al fine di migliorare gli standard di qualità.*
2. *Curare la comunicazione e la propria presenza online, sia in logiche di attrazione del cliente che di fidelizzazione.*
3. *Instaurare rapporti di contatti e fiducia con gli uffici di informazioni turistica, comunicare gli eventi e/o rassegne organizzati ed essere informati rispetto a iniziative di destinazione.*
4. *Inserire nel proprio sito internet la link-key eventi della propria destinazione del DMS regionale*
5. *Comunicare con chiarezza e tempestività orari e condizioni di apertura/chiusura così come situazioni anomale/particolari/di pericolo che possano sopraggiungere.*
6. *Far sì che l'accesso a questo tipo di attrattori, che spesso sono quelli più caratterizzanti della destinazione, serva come primo luogo di diffusione di informazioni e come prima comprensione delle caratteristiche della destinazione, del genius loci.*
7. *Presentarsi come luogo di accoglienza dell'intero sistema di offerta locale.*





8. *Partecipare attivamente al sistema della destinazione e alle progettualità promosse dalla propria OGD al fine di costruire sinergie e reti volte a promuovere la competitività e l'attrattività dell'offerta turistica della propria destinazione.*
9. *Attuare attività di marketing in coerenza con quella della destinazione.*
10. *Partecipare alla definizione di adeguate politiche, e contribuire ad attuarle, per evitare la congestione insieme alla destinazione nel suo complesso.*

TENIAMO UN'IMPRONTA GREEN

Stiamo imparando ogni giorno di più a rispettare i luoghi che ci ospitano e che ci appartengono, lo facciamo per noi stessi e per i nostri ospiti, di oggi e di domani. Per questo **sappiamo quanto è utile pensare "green"**. Desideriamo **realizzare modelli di organizzazione a basso impatto ambientale**. Collaboriamo ad attuare forme di viabilità e mobilità sostenibile, con attenzione alle aree di parcheggio e alle giornate di congestione del traffico Siamo **rispettosi nei confronti degli spazi vitali della nostra comunità ospitante**. Ci impegniamo per rendere più leggera la nostra impronta ambientale **evitando gli sprechi, riducendo i consumi e promuovendo la raccolta differenziata**.

1. *Prevedere/organizzare/sviluppare modalità di accesso ai luoghi innovative, sia per facilitare la visita/fruizione a tutti i soggetti, sia per ridurre la congestione in alcuni momenti della giornata, della settimana.*
2. *Programmare modalità di gestione delle risorse compatibili con i principi di sostenibilità ambientale, dall'utilizzo dei materiali all'organizzazione delle aree interne, di sosta, ecc.*
3. *Programmare modalità di gestione che tengano conto delle altre attività locali per evitare congestione ecc.*
4. *Minimizzare la produzione di rifiuti, comunque utilizzare sistemi di smaltimento adeguati, ridurre consumo energia, gas e di acqua.*





TURISMO BENE COMUNE

Si rivolge agli enti locali e alle Organizzazioni di Gestione della Destinazione (OGD)

DIAMO VALORE ALL' ACCOGLIENZA

Ci fa piacere quando i nostri visitatori si sentono **come a casa**, quando tornano a trovarci anno dopo anno perché trovano **strutture e persone accoglienti**, in linea con le loro esigenze e i loro bisogni. Trovano luoghi pubblici senza barriere architettoniche, menù per bambini al ristorante, eventi per famiglie, alloggi, musei, aree di svago e sport attrezzati per ogni necessità. E' nostra cura, infatti, promuovere sul territorio, attraverso le nostre categorie economiche e professionali, la **cultura dell'inclusione**. La sentiamo come elemento di crescita, come parte integrante del nostro pensare e agire, un ulteriore **valore da aggiungere all'offerta turistica** della nostra destinazione.

Crediamo, insieme alle **Organizzazioni per la Gestione della Destinazione**, in un **turismo sostenibile e per tutti**.

1. *Creare le condizioni per garantire accessibilità virtuale e fisica alle destinazioni e ai servizi per tutte le categorie di visitatori.*
2. *Stimolare gli operatori, il volontariato, tutti i cittadini ad operare considerando l'inclusività un'opportunità oltreché un obiettivo sociale.*
3. *Operare affinché il personale degli enti consideri l'accessibilità/inclusione elemento pregnante del proprio agire.*

CUSTODIAMO L'ARMONIA

Tuteliamo le nostre risorse naturali, paesaggistiche, storiche e architettoniche, perché le riteniamo una ricchezza insostituibile per il presente e per il futuro. Siamo **attenti alla pianificazione urbanistica e commerciale** per contribuire a rendere più vivibile, bello e accogliente il territorio. Pensiamo che quanto rende appetibile la nostra zona dal punto di vista turistico, sono tanto le sue caratteristiche ambientali quanto le persone che la abitano e i loro diversi modi di viverla e renderla viva. E' importante **dar risalto alla comunità e rispettarla** senza imporre carichi sociali e ambientali. Noi **rappresentiamo la destinazione** e ne promuoviamo le sue caratteristiche naturali e storiche anche nel **valorizzare le produzioni locali**.

1. *Sviluppare le funzioni di pianificazione urbanistica così come commerciale, ecc. nonché le funzioni di regolamentazione, di polizia urbana, ecc. valutando le conseguenze che queste scelte hanno nel sistema di offerta turistica, nella capacità di attrazione e soddisfazione dei visitatori-turisti.*
2. *Operare per mantenere e rafforzare le caratteristiche socio-culturali della popolazione così come di autenticità del territorio, anche con specifici incontri mirati alla comunità locale*
3. *Stimolare l'inclusione tra le culture frutto degli insediamenti passati e recenti, della presenza di turisti nella località.*
4. *Verificare anche con analisi le tipologie di turismo più adeguate della località avendo comunque attenzione a evitare di far superare la capacità di carico ambientale e sociale.*
5. *Supportare il Made in Italy, valorizzare le produzioni artigianali, agricole, dell'allevamento, anche industriali e locali che identificano l'originalità e l'autenticità dei prodotti.*

DIRIGIAMO UNA GRANDE ORCHESTRA

Immaginiamo tutte le realtà che compongono il nostro territorio, come una grande orchestra, che sappiamo dirigere e far suonare all'unisono. **Infrastrutture, servizi pubblici, sicurezza, salute,**





regolamenti, enti di formazione, personale preparato ogni elemento è come uno strumento, complementare e indispensabile per assicurare la corretta esecuzione delle politiche turistiche.

Anche quando il nostro territorio diventa la meta preferita di migliaia di persone sappiamo garantire la **qualità del servizio e del prodotto** in modo organizzato e funzionale, grazie alla **rete di infrastrutture e servizi efficienti**, alla nostra **capacità di controllare e dirimere questioni tra residenti e non**, al **personale di front end e back office sempre aggiornato in termini tecnologici, comunicativi e relazionali**. E grazie anche alla nostra **abilità a guardare oltre** la contingenza e **prevedere** nuovi scenari, in termini di competenze turistiche, da condividere con ogni portatore di interesse.

1. *Operare in modo trasparente relativamente alla realizzazione e gestione delle infrastrutture e strutture e alla produzione dei servizi pubblici.*
2. *Svolgere un ruolo "super partes" e al tempo stesso teso alla conciliazione in caso di conflittualità tra residenti e non residenti.*
3. *Attuare le regolamentazioni e i controlli utili alle migliori relazioni tra comunità locale e visitatori.*
4. *Monitorare costantemente la qualità del prodotto, nei suoi aspetti tangibili e non.*
5. *Stimolare/incentivare la formazione e l'aggiornamento di personale con competenze digitali, linguistiche e comunicative.*
6. *Attuare iniziative atte a formare/aggiornare il proprio personale per le competenze di raccolta, elaborazione e analisi dei dati attinenti il turismo così come di competenze di tipo digitale e comunicative.*
7. *Incentivare un rapporto biunivoco con Istituti scolastici, alberghieri ed altri, per l'aggiornamento delle competenze.*
8. *Analizzare e mettere a disposizione dei diversi stakeholder i futuri scenari in termini di nuove competenze che "in mondo del turismo" richiederà nei prossimi anni.*

SIAMO DIGITAL

Consideriamo indispensabili le nuove tecnologie per essere competitivi sul mercato turistico nazionale e internazionale. Per questo ne stimoliamo l'utilizzo da parte di tutti gli operatori e agiamo per garantire un'ottima connessione per i residenti, le attività economiche e i visitatori. Crediamo che l'utilizzo di strumenti informatici per la raccolta e gestione dei dati sia necessaria per una buona organizzazione del lavoro.

1. *Investire nella conoscenza delle nuove tecnologie e nella loro incidenza a livello sociale, economico e dei mercati del turismo in particolare.*
2. *Stimolare ed incentivare l'utilizzo delle nuove tecnologie da parte degli operatori.*
3. *Operare per garantire connessioni rapide web per i residenti, le attività economiche e i visitatori-turisti.*
4. *Stimolare l'utilizzo e utilizzare strumenti informatici per la raccolta e gestione dei dati, dotarsi di una organizzazione del lavoro ad operare in un contesto di crescente digitalizzazione.*

DA NORMALI A ECCEZIONALI

Sono i piccoli particolari che fanno la differenza, quelli che rendono una visita, un'esperienza, un incontro, **da piacevole a indimenticabile**. Per questo poniamo attenzione alla qualità e all'estetica dell'**arredo urbano**, della **segnaletica**, ma anche agli **orari** di apertura e chiusura dei musei, alla vicinanza di **parcheggi**, alla mobilità degli autobus turistici, **tutto per migliorare la godibilità dei luoghi**. Eseguiamo con perizia la **manutenzione** di strutture e infrastrutture, ne controlliamo la





sicurezza, operiamo in rete con gli altri enti per essere **sempre pronti ad ogni evenienza**. Chiediamo alla nostra comunità attenzione per la **pulizia e piacevolezza** degli **spazi comuni e privati**. Pensiamo che essere tutti parte attiva in termini di accoglienza sia indispensabile per creare un'atmosfera unica che va al di là della dovuta e scontata, efficiente "normalità".

1. *Prestare particolare attenzione alle scelte quali l'arredo urbano, la segnaletica, gli orari di apertura dei musei, la presenza di parcheggi scambiatori così come per la mobilità degli autobus turistici, in quanto destinate ad assicurare tutela e fruizione dei fattori di attrazione e quindi a condizionare la godibilità dei luoghi.*
2. *Eeguire la manutenzione delle infrastrutture, delle strutture e in generale del bene comune, sia negli ambienti esterni sia in quelli interni, così da garantire sicurezza e valorizzazione delle bellezze ivi presenti.*
3. *Incentivare la comunità locale a curare e mantenere in buono stato le strutture, gli arredi e le dotazioni di proprietà, i siti che costituiscono bene comune.*
4. *Assicurare cura del personale di contatto, attenzione anche per quei particolari che possono trasformare il normale in eccezionale, il piacevole in indimenticabile.*
5. *Prestare attenzione agli aspetti della sicurezza, sia nell'operare per garantirla sia per contribuire a dare la percezione di serenità e sicurezza che si può godere nella destinazione.*
6. *Operare gli opportuni controlli alle strutture, infrastrutture e alla qualità dei servizi prestati dai diversi stakeholder.*
7. *Collaborare con gli altri soggetti che operano in funzione di attuare un sistema di soggetti e relazioni in grado di rispondere al bisogno sia nella quotidianità sia nelle emergenze di origine naturalistico ambientale così come di origine sociale o sanitaria.*

CONDIVIDIAMO E AGIAMO

Io nostro luogo di lavoro, di programmazione strategica, di amministrazione del territorio, non è una "torre d'avorio". E' un luogo aperto dove si comunica e si condivide con gli altri attori della catena del valore, con l'obiettivo comune di costruire una forte destinazione turistica.

Ci occupiamo delle cose ovvie ma essenziali, come la cura della segnaletica e la manutenzione dei punti di arrivo e degli hub, assicurandoci che siano rese disponibili tutte le informazioni utili ai visitatori. Poniamo attenzione a stimolare la coerenza tra la comunicazione istituzionale e quella commerciale. Agiamo per fare sistema e per costruire un efficace **Destination Management System**.

Siamo orgogliosi di essere parte di "**The Land of Venice**", e promuoviamo i principi contenuti nell'"**Aggiornamento disciplina regionale e nuovi standard di informazione ed accoglienza turistica**"

1. *Curare la segnaletica e cartellonistica off line, renderli certo funzionali alla fruizione ma anche al paesaggio.*
2. *Mantenere efficienti i punti di arrivo e gli hub rendendo disponibili tutte le informazioni utili al visitatore.*
3. *Curare le informazioni e la reputazione on line, stimolando la coerenza tra la comunicazione istituzionale e la comunicazione commerciale, nelle diverse fasi: rima della visita, durante e dopo.*
4. *Svolgere l'attività di informazione in stretto coordinamento con tutti i soggetti pubblici e privati del territorio attraverso l'utilizzo del Destination Management System adottato dalla Regione del Veneto.*
5. *Delineare, all'interno del Piano Strategico della Destinazione, il piano di comunicazione, auspicabilmente a seguito concertazione con gli enti e gli operatori e conseguentemente partecipare alle iniziative di comunicazione e contribuire all'attività della rete informativa locale sia con sportelli IAT che con le altre modalità del caso.*





6. *Adeguarsi, o stimolare e vigilare affinché ciò avvenga, ai principi contenuti nell'“Aggiornamento disciplina regionale e nuovi standard di informazione ed accoglienza turistica”.*

TENIAMO UN'IMPRONTA VERDE

Stiamo imparando ogni giorno di più a rispettare i luoghi a cui apparteniamo, lo facciamo per la nostra comunità e quella più ampia che comprende anche i nostri ospiti, con lo sguardo rivolto al futuro. Siamo convinti dell'utilità e della necessità di **realizzare piani urbanistici, produttivi e di welfare seguendo modelli di organizzazione a basso impatto ambientale. Abbiamo un sogno, quello di realizzare uno sviluppo sostenibile e diffuso, che rimuova gli elementi di fragilità e diseguaglianza.** Stimoliamo la realizzazione di forme di **viabilità e mobilità sostenibile**, con attenzione alle aree di parcheggio e di congestione del traffico. Valorizziamo i modi di costruire e ristrutturare che consentono risparmio energetico e il riuso dei materiali. Ci impegniamo, come comunità e con il coinvolgimento degli ospiti, per rendere più leggera la nostra impronta ambientale **evitando gli sprechi, riducendo i consumi e promuovendo la raccolta differenziata.**

1. *Operare attraverso i piani urbanistici, quelli attinenti le attività produttive, quelli rivolti al welfare, ecc. con l'obiettivo di uno sviluppo sostenibile e diffuso, che rimuova gli elementi che causano fragilità e disuguaglianze.*
2. *Stimolare/incentivare le forme di trasporto così come i processi produttivi che minimizzano l'impatto nell'ambiente, limitare l'utilizzo del suolo, creare parcheggi, valorizzare le costruzioni e le ristrutturazioni che consentono il risparmio energetico e il riuso dei materiali, il corretto smaltimento dei rifiuti.*
3. *Prevedere forme di coinvolgimento degli ospiti.*





FACCIAMO INCOMING

Si rivolge alle agenzie di viaggio

ATTENZIONE E PROPOSTE PER OGNI VISITATORE

Siamo attenti a proporre **servizi che incontrano le diverse esigenze dei viaggiatori**.

Siamo felici di creare situazioni accoglienti per le famiglie che decidono di venire a visitare le nostre bellezze naturali e storiche; per le persone con animali che apprezzano i piccoli gesti di accoglienza verso i loro amici; per gli altri ospiti speciali, che ci chiedono la sensibilità necessaria per rendere facile e piacevole il loro soggiorno e la loro visita.

Siamo attenti che le realtà con cui collaboriamo siano accessibili agli operatori **online**.

1. . Operare per garantire l'accessibilità virtuale e fisica alla struttura e al territorio e la sua fruizione a tutte le categorie di visitatori.
2. Prestare particolare attenzione alle modalità di accessibilità online della singola impresa e della destinazione, ciò anche in relazione alle altre agenzie, alle OTA.

ESIGENTI, COME I NOSTRI CLIENTI

Noi siamo come i nostri clienti: desideriamo visitare qualcosa di particolare in ogni luogo dove andiamo. Per questo offriamo esperienze che esprimono l'**autenticità** e il carattere di una città, di un contesto naturale, di una festa o di un evento della nostra terra. Lo facciamo in modo chiaro e originale al tempo stesso, con tante informazioni che contribuiscono ad attirare persone da tutto il mondo. Lo sappiamo fare perché abbiamo **personale competente**, in grado di raccontare ogni singola pietra o ciuffo d'erba, ogni storia e leggenda, le cose speciali e gli **stili di vita delle comunità** che ci rendono unici e ospitali.

Riusciamo a farlo in modo **trasparente**, sia dal punto di vista della comunicazione che dei prezzi.

I nostri luoghi di lavoro sono vetrine che danno visibilità al territorio.

Siamo attenti a monitorare costantemente la **qualità e l'affidabilità** di ciò che offriamo.

1. Programmare prodotti (viaggi, soggiorni, escursioni, visite città) che esprimano l'autenticità e la tipicità e il carattere di unicità del territorio.
2. . Fornire ai turistici adeguati servizi informativi sulla destinazione affinché possa apprezzarne l'autenticità e l'originalità.
3. Valorizzare le attrattività dei territori della regione e delle comunità che vi abitano, la loro storia, la cultura, gli stili di vita delle comunità che li rendono unici e ospitali.
4. Ricercare/formare personale avendo attenzione alle conoscenze tecnico-professionali così come della realtà del territorio, alle competenze relazionali e linguistico- comunicative, alle competenze digitali.
5. Comunicare e applicare in maniera trasparente i prezzi e i servizi offerti, senza "discriminazioni".
6. Monitorare costantemente la qualità del prodotto offerto e così come degli attributi che lo compongono.
7. Verificare l'affidabilità della filiera: dal produttore dei servizi di alloggio, trasporto, ecc. all'eventuale agenzia intermediaria sia nazionale sia estera, che colloca nel mercato il prodotto, all'agenzia organizzatrice che colloca il prodotto organizzato dalla corrispondente veneta nel pacchetto-viaggio.
8. Attrezzare le vetrine con gusto e coerenza con l'ambiente circostante, curare e mantenere in buono stato e in pulizia la struttura interna, gli arredi e le dotazioni.
9. Progettare i servizi incoming ponendo massima cura nei particolari e nel valorizzare il paesaggio così come il patrimonio artistico - culturale, le valenze naturalistiche, la cultura dell'accoglienza





creando o creando le condizioni affinché il turista possa assaporare, godere e ricordare l'eccezionalità della sua vacanza.

10. *Operare affinché il personale dell'agenzia crei empatia nel rapporto con la clientela nelle diverse occasioni di contatto, prima, durante e dopo il soggiorno.*
11. *Fornire informazioni nelle modalità e nel linguaggio adeguato alla tipologia dei turisti.*
12. *Fornire informazioni sulla località e sui prodotti tipici al di là dello specifico prodotto offerto integrando così la propria comunicazione con quella della destinazione.*

ORIENTATI AL FUTURO

Ci piace immaginare i desideri futuri dei nostri clienti. Non usiamo la sfera di cristallo ma gli **strumenti di analisi strategica** per comprendere i movimenti del mercato, le proiezioni dei bisogni e delle motivazioni.

Facciamo rete con il territorio e soprattutto con chi ne è quotidianamente a contatto, per sviluppare nuove idee insieme.

Sappiamo far nostro lo **sviluppo della tecnologia** per captare bisogni latenti e **raggiungere nuove nicchie di mercato**, ma anche **per comunicare con i turisti** in modo corretto e tempestivo.

1. *Sviluppare la capacità di fare rete, partecipando alle differenti forme di aggregazione a livello territoriale e no.*
2. *Sviluppare capacità di analizzare motivazioni e comportamenti dei clienti-turisti cogliendone le tendenze e sapendo comunicare le informazioni ottenute al sistema locale di offerta.*
3. *Mettere a disposizione le proprie competenze ai diversi soggetti che operano nel territorio, dalle imprese del secondario alle aziende agricole alle associazioni del volontariato.*
4. *Cercare costantemente di innovare i prodotti sia nei loro contenuti sia nella modalità di comunicazione e distribuzione degli stessi.*
5. *Supportare i turisti nella fruizione del territorio tramite informazioni corrette e tempestive.*
6. *Garantire connessione tra la comunicazione dell'agenzia e la comunicazione della destinazione con l'utilizzo degli strumenti informativi regionali (DMS).*
7. *Prestare attenzione allo sviluppo della tecnologia e alle modalità di azione dei grandi portali del turismo così come alle nuove competenze e ai nuovi servizi particolarmente di noleggio (bici, barche, ...) o di assistenza-consulenza alle differenti tipologie di clienti-turisti.*

QUALITÀ INNANZITUTTO

Sappiamo scegliere i nostri **fornitori** tenendo in considerazione la loro capacità di assicurare **adeguati standard di sicurezza e qualità**. Chiediamo ai visitatori il rispetto di quanto è loro offerto, siano servizi o strutture.

Definiamo cosa è utile proporre ai clienti per non essere invasivi e **rispettare la loro privacy**.

1. *Scegliere i fornitori anche tenendo in considerazione la loro capacità/volontà di assicurare adeguati standard di sicurezza ai vari livelli.*
2. *Curare la sicurezza della struttura fisica e delle apparecchiature degli uffici aperti al pubblico.*
3. *Salvaguardare la privacy e la sicurezza dei dati dei clienti anche con adeguate forme di promozione vendita non aggressive.*
4. *Stimolare comportamenti adeguati ai differenti clienti sia per quanto riguarda l'utilizzo di stabili sia per la fruizione dei diversi servizi componenti il pacchetto.*





FACCIAMO SQUADRA

Veneto, prima regione italiana per il turismo. A dirlo sono i dati ISTAT che confermano la sua crescente capacità attrattiva nei confronti dei visitatori, sia stranieri che italiani. Punti di forza sono sicuramente arte e natura, ma anche la capacità di promuoverli come elementi integranti di un'offerta più ampia. Il nostro territorio, le sue caratteristiche, i suoi angoli ancora da scoprire o le esperienze ancora da provare, sono **fonte d'ispirazione per generare, insieme agli altri attori del settore turistico, nuove idee da proporre.**

Facciamo parte di una squadra che partecipa attivamente al sistema della destinazione e alla progettualità promosse dalle Organizzazioni di Gestione della Destinazione. Il nostro comune obiettivo è quello di proporre servizi competitivi, idee per raggiungere nuovi mercati, essere riconosciuti come parte di una destinazione eccezionale, per **valorizzare le comunità, le produzioni, la regione nel suo insieme.**

1. *Partecipare attivamente al sistema della destinazione cooperando con i diversi soggetti che ne fanno parte.*
2. *Attuare attività di produzione e marketing in coerenza con quella della destinazione.*
3. *Essere sensori della soddisfazione dei clienti-turisti ai fini di fornire adeguate e tempestive informazioni al sistema di offerta.*
4. *Stimolare la collaborazione tra il sistema delle agenzie e le figure professionali tradizionali e non, sia in fase di progettazione/organizzazione sia in quello di gestione dei prodotti condividendo idee, modalità di relazione con i visitatori-turisti, capacità di dare valore al territorio, alle attività produttive, alla comunità locale nel suo complesso.*

LASCIAMO IMPRONTE VERDI

Viviamo in una **regione ricca**, di strutture, di attività produttive, di monumenti e bellezze naturali, dove le città più belle e più note hanno già un **flusso turistico di grande impatto**. Vogliamo **valorizzare** i luoghi ancora poco conosciuti ma anche **decongestionare** quelli già tanto frequentati e fare in modo che siano rispettati anche nella loro fragilità. Per questo cerchiamo di coinvolgere gli ospiti nel sentirsi responsabili e privilegiamo le strutture che si preoccupano dell'ambiente. La nostra è una **ricerca continua di nuove opportunità di turismo eco compatibile.**

1. *Progettare, realizzare, distribuire proposte di visita o soggiorno, di fruizione di servizi del territorio in modo che non ci sia eccessivo impatto e viceversa si garantisca una diffusione dei flussi, una destagionalizzazione delle presenze.*
2. *Sviluppare prodotto distintivi per sensibilità e fruizione green selezionando strutture ricettive alberghiere e altri alloggi che garantiscono attenzione all'ambiente, forme di trasporto con emissioni minime, itinerari e visite rispettosi dei luoghi e delle genti.*
3. *Coinvolgere gli ospiti nel ridurre il consumo di energia, gas e acqua, nella minimizzazione della produzione di rifiuti e nel loro giusto riciclo, nel sentirsi parte e parte responsabile della destinazione.*





BENVENUTI A CASA NOSTRA

Si rivolge alle strutture ricettive e alle locazioni turistiche

DESIDERIAMO CHE TUTTI SIANO COMODI

Una stanza smart, il bagno comodo, un salone raggiungibile senza percorsi ad ostacoli, una prima colazione senza glutine: sono varie le attenzioni che abbiamo per rendere accoglienti le nostre strutture, siano alberghi, residenze storiche, appartamenti o B&B. Il nostro desiderio è di andare incontro alle diverse esigenze dei clienti.

I nostri locali sono attrezzati per dare il benvenuto a ognuno, dai genitori con bambini piccolini, agli ospiti speciali. Siamo attenti ad assicurare un accesso agevole a tutti, rispettando lo stile caratteristico di ogni luogo.

La formazione del personale, l'eliminazione di barriere architettoniche, le attenzioni verso le famiglie, un pensiero agli amici a quattro zampe, sono per noi servizi da garantire.

Vogliamo fare del nostro territorio, una destinazione invitante per tutti - senza esclusioni o discriminazioni - a promuovere insieme alle Organizzazioni per la Gestione della Destinazione turistica.

1. Operare al fine di garantire a persone con esigenze speciali (disabilità, anziani, intolleranze alimentari, famiglie con bambini) la fruizione del servizio senza ostacoli e difficoltà e in condizioni di autonomia, sicurezza e comfort.
2. Incentivare attività di formazione per promuovere un approccio professionale e sistemico sul tema del turismo inclusivo.
3. Creare sinergie con la destinazione e l'OGD al fine di costruire una destinazione turistica per tutti.

I NOSTRI SPAZI SONO VETRINE

I nostri ospiti sono circondati dalla bellezza e dalla cultura del nostro territorio. Per questo le strutture sanno essere all'altezza del contesto: ci piace l'arredo curato e in armonia con il luogo, l'aria fresca e pulita degli interni, e ogni segno di attenzione che mette in luce al nostro stile.

E' prioritario per noi condividere la conoscenza dei luoghi con i visitatori. Mettiamo a disposizione sui tavoli, sui desk e nelle hall guide e pieghevoli, libri fotografici e di ricette tipiche, prodotti agroalimentari o per la cura del corpo, ben confezionati e di qualità, che raccontano le specialità di una terra ricca e varia, dove si possono trovare bellezze naturali, monumenti, centri storici, ma anche prodotti artigianali e industriali di grande valore.

Siamo orgogliosi di essere parte di "The Land of Venice", per questo abbiamo il marchio della nostra terra negli spazi espositivi a disposizione, reali o virtuali che siano.

1. Prevedere spazi espositivi o corner per prodotti locali, doc, igr e per materiale di comunicazione della destinazione.
2. Massimizzare, all'interno dei processi produttivi delle strutture ricettive, l'utilizzo di prodotti di qualità e tipici del territorio.
3. Promuovere una manutenzione e una cura al dettaglio costante rispetto sia alla struttura interna (arredi, dotazioni, servizi igienici etc.) che alla struttura esterna e agli spazi adiacenti, con la consapevolezza che la bellezza della struttura nel suo complesso è un asset per l'azienda così come per la destinazione.
4. Incentivare negli aspetti strutturali e di design, laddove possibile e coerente con il proprio business model d'impresa, la coerenza con l'ambiente e il genius loci del territorio al fine di evitare la creazione di non luoghi / strutture ricettive anonime e standardizzate.





5. *Instaurare rapporti di contatti e fiducia con gli uffici d'informazioni turistica, comunicare gli eventi e/o rassegne organizzati ed essere informati rispetto alle iniziative di destinazione.*

L'ACCOGLIENZA SIAMO NOI

Sappiamo che accogliere significa anche essere trasparenti. Da qui l'importanza che diamo al comunicare chiaramente servizi e prezzi della struttura, a risolvere tempestivamente problematiche che possono rendere insicura la prestazione di un servizio, a formare e aggiornare il personale, i nostri cataloghi e i siti con notizie e novità. Siamo sempre informati e sappiamo promuovere con anticipo le nostre attività e offerte, per offrire occasioni di visita sempre aggiornate e nuove a chi sta programmando un viaggio.

Far parte della catena dell'accoglienza significa creare occasioni e iniziative, promozioni, alleanze, per fare in modo che ogni albergo, campeggio, B&B, appartamento per le vacanze, diventi un fattore di attrazione per sé e la zona in cui accoglie. Ognuno di noi è parte essenziale dell'attività per cui lavora e della zona in cui opera, insieme con gli altri crea la rete dell'accoglienza e la promuove insieme agli enti di sviluppo turistico.

Il nostro personale è una risorsa, tanto quanto il lago o il mare cui ci affacciamo, la cima che ci sovrasta, il borgo che ci circonda. Tutti parliamo almeno un'altra lingua. Tutti facciamo parte della catena del valore.

1. *Comunicare chiaramente servizi e prezzi della struttura e realizzarli con affidabilità e accuratezza.*
2. *Comunicare con tempestività e completezza l'insorgenza di problematiche che possono rendere impossibile o parziale la prestazione dei servizi previsti.*
3. *Garantire servizi accoglienti in termini di tempi di attesa e di qualità del servizio.*
4. *Incentivare reattività e volontà ad aiutare il cliente con prontezza, anche in caso di difficoltà e di overbooking.*
5. *Sviluppare competenze di qualità e incentivare la stabilità delle risorse umane al fine di aumentare la percezione di cura del servizio ma anche la soddisfazione del personale che sarà quindi più motivato all'accoglienza dell'ospite.*
6. *Impegnarsi in un costante aggiornamento delle competenze e delle professionalità cercando di rispondere sempre di più alle esigenze del mercato.*
7. *Promuovere l'assunzione di personale che sappia parlare inglese e la lingua straniera prevalente presso la destinazione.*
8. *Assicurare la cura del personale di ogni reparto.*
9. *Incentivare l'ascolto e creare empatia e rispetto con la clientela.*
10. *Curare la comunicazione e la propria presenza online, sia in logiche di attrazione del cliente che di fidelizzazione.*

NON CI SEDIAMO SUGLI ALLORI

Siamo la prima regione d'Italia in ordine di arrivi e presenze turistiche, abbiamo alcune tra le città più belle del mondo, montagne e colline patrimonio Unesco, le spiagge attrezzate più lunghe d'Europa, laghi incantevoli, terme famose dai tempi dei romani ... ma non stiamo seduti sugli allori. Facciamo network per partecipare attivamente al sistema della destinazione e alle progettualità promosse dalle Organizzazioni di Gestione della Destinazione. Il nostro obiettivo è di tutti gli altri attori della catena del valore: proporre servizi competitivi, idee per nuove nicchie di mercato, essere riconosciuti come parte di una destinazione irrinunciabile, in un contesto sicuro e professionale.





Abbiamo l'orgoglio di promuovere una terra che ha ospitato **Dante, Giotto, Petrarca e Galileo**; che ha ispirato **Shakespeare**; che ha visto nascere **Mantegna, Tiziano, i Tiepolo, Palladio e Goldoni**, ma anche **campioni olimpionici e grandi chef**. Noi oggi abbiamo l'orgoglio di proporre, comunicare e pubblicizzare a pubblici diversi questa regione, attraverso vari canali, dai **portali alle fiere** di settore, per **far fiorire nuove esperienze da un contesto così eccezionale**.

1. *Al fine di sviluppare un'accoglienza integrata e flessibile, inserire nel proprio sito internet la link-key eventi della propria destinazione dal DMS regionale*
2. *Stimolare un aggiornamento e un'informazione continua rispetto alle nuove tendenze, nuove esigenze e nicchie di mercato al fine di proporre un'offerta e un servizio innovativo e competitivo*
3. *Stimolare la scelta di specifiche nicchie di mercato al fine di passare da un'offerta generalista ad un'offerta su misura e di alta qualità per il proprio cliente, anche attraverso l'adesione a network specifici*
4. *Informare in maniera corretta su prezzi e servizi*
5. *Garantire sicurezza in tutti gli aspetti della fruizione del servizio: dalla struttura fisica, alle apparecchiature agli alimenti.*
6. *Salvaguardare la privacy e la sicurezza dei dati dei clienti*
7. *Partecipare attivamente al sistema della destinazione e alle progettualità promosse dalla propria OGD al fine di costruire sinergie e reti volte a promuovere la competitività e l'attrattività dell'offerta turistica della propria destinazione.*
8. *Considerare il proprio servizio come tassello del prodotto turistico globale della destinazione.*
9. *Progettare e realizzare le strategie aziendali in coerenza con la pianificazione della destinazione.*
10. *Mettere in evidenza il brand turistico della Regione Veneto "The Land of Venice" e della propria destinazione.*

TENIAMO UN'IMPRONTA LEGGERA SULLA TERRA

Stiamo imparando ogni giorno di più a rispettare i luoghi che ci ospitano e che ci appartengono, lo facciamo **per noi stessi e per i nostri ospiti, di oggi e di domani**. Per questo sappiamo quanto è utile pensare "green", per rendere più leggera la nostra impronta ambientale: vogliamo usare **fonti di energia rinnovabile** per i nostri impianti di climatizzazione, desideriamo **evitare gli sprechi, ridurre i consumi, promuovere la raccolta differenziata** nei nostri esercizi e forme di **mobilità sostenibile**, mettendo a disposizione **biciclette, colonnine di ricariche per veicoli** elettrici e contribuire così, fattivamente, ad attivare comportamenti sostenibili.

1. *Promuovere il più possibile modelli di gestione a basso impatto ambientale.*
2. *Evitare sprechi alimentari.*
3. *Pur limitatamente alle possibilità, svolgere azione per incentivare la mobilità sostenibile (messa a disposizione bici, parcheggi, ricariche per bici o auto elettriche, ecc.).*
4. *Coinvolgere gli ospiti nella pratica della sostenibilità e stimolarli a comportamenti responsabili nei confronti del territorio e della comunità ospitante.*





ENJOY YOUR VISIT

Si rivolge a guide turistiche, accompagnatori turistici, guide naturalistico - ambientali, guide alpine, accompagnatori di media-montagna, maestri di sci

IL NOSTRO VENETO E' PER TUTTI

Ci piacciono le famiglie con bambini che decidono di visitare le nostre bellezze naturali e storiche, ci piacciono le persone accompagnate da animali, che apprezzano i piccoli gesti di accoglienza verso i loro amici, ci piacciono gli ospiti speciali, che ci chiedono un'attenzione particolare per rendere facile e piacevole il loro soggiorno e la loro visita.

Ci piace collaborare con tutti per contribuire a creare una destinazione accogliente e accessibile e dare informazioni precise a tale scopo.

1. *Operare al fine di cercare di favorire accessibilità virtuale e fisica ai servizi offerti a tutte le categorie di visitatori.*
2. *Nell'elaborazione dei tour tenere presente, laddove possibile e in linea con le proprie scelte di attività, della varietà dei target di utenti finali con particolare attenzione per alcune categorie, cercando laddove possibile, di approfondire un'eventuale formazione dedicata allo studio di modalità di coinvolgimento dei soggetti con disabilità sensoriali o cognitive, di famiglie con bambini, di anziani (a titolo esemplificativo non esaustivo).*
3. *Partecipare a forme di collaborazione con gli altri soggetti della filiera per contribuire a creare una destinazione accogliente, accessibile, anche segnalando a siti museali, ville etc. la mancanza di alcuni servizi ritenuti essenziali allo scopo.*

TRASPARENTI E AFFIDABILI

Il nostro primo desiderio è di far vivere ai nostri ospiti **un'esperienza unica, a contatto con il territorio** in cui viviamo, che li faccia sentire a casa loro, parte della nostra comunità. Per questo li accompagniamo lieti di mostrar loro le cose di cui andiamo orgogliosi: un centro storico, un albero secolare, un quadro speciale in un grande museo, la casa di un poeta, una trattoria dove si parla una sola lingua, quella dell'amore per la propria terra.

Se ci chiedono di visitare una piazza, un monumento, noi **sappiamo trasportare i nostri curiosi turisti dal passato al presente**, come in una meravigliosa macchina del tempo. Non ci limitiamo a spiegare ciò che vedono, **ma li conduciamo al desiderio di conoscere gli altri luoghi**, personaggi, avvenimenti e paesaggi che compongono la nostra regione.

Se ci chiedono qual è la specialità del posto, diamo loro la ricetta per provare a farla a casa propria. Vogliamo far scoprire, a chi non ci conosce, **il nostro stile di vita e la nostra cultura**.

Lo facciamo con chiarezza e competenza, dando un senso di affidabilità nel proporre prezzi e servizi sempre aggiornati.

1. *Operare in funzione di far vivere ai turisti un'esperienza autentica basata su un'immersione nell'ambiente locale.*
2. *Operare con l'obiettivo di contribuire a far conoscere tutta la destinazione in cui ci si trova in quanto a diretto contatto con il turista, è spesso il biglietto da visita della destinazione.*
3. *Operare per contribuire a far incontrare culture, interessi, modi di vita diversi ponendosi come ponte tra la comunità locale e l'ospite.*
4. *Applicare in maniera trasparente i servizi, tempi e i prezzi applicati, nonché le condizioni del servizio offerto come per esempio le condizioni di eventuali modifiche e/o cancellazioni.*
5. *Operare in modo coerente e affidabile anche attraverso l'intermediazione online e offline.*





AMBASSADOR DELLA NOSTRA TERRA

Siamo coscienti di essere *Ambassador* del nostro territorio e **crediamo nella competenza e nell'aggiornamento professionale**. Sappiamo gestire ogni incontro con grande preparazione ma anche elasticità e capacità di **problem solving**.

Quando, alla fine della visita, ci chiedono il biglietto, la mail, il numero di telefono, siamo felici perché sappiamo che li rivedremo. Abbiamo saputo **creare un legame**, siamo riusciti a dare qualcosa e ricevere molto, perché abbiamo creduto in noi, nella nostra capacità di metterci in relazione, di capire le aspettative e soddisfarle, nel **creare nuove esperienze di visita**, magari anche virtuali.

1. *Investire nell'aggiornamento professionale orientato alla soddisfazione del turista recependo le mutevoli esigenze del turista moderno, sempre più alla ricerca di novità ed esperienze.*
2. *Valorizzare le competenze acquisite delle differenti figure professionali, considerando anche, laddove in linea con le proprie scelte di attività, l'ampliamento delle proprie competenze in campo tecnologico, che si presenta sempre più di gradimento di un numero sempre più significativo di utenti (a titolo esemplificativo non esaustivo realtà virtuale, aumentata, ecc.).*
3. *Orientare sempre di più il proprio servizio alla flessibilità in base sia alle tipologie e alle esigenze degli utenti, ma anche con prontezza in base ai possibili mutamenti del contesto ambientale (meteo, manifestazioni, etc.).*
4. *Consolidare la consapevolezza che il ruolo di ambasciatore del territorio, "il suo dar l'esempio" può essere in grado di superare imprevisti, difficoltà, limiti strutturali o congiunturali del sistema di offerta.*

ABBIAMO LE ANTENNE

Possiamo capire, senza filtri, il **livello di soddisfazione dei visitatori**, il loro apprezzamento nel come sono accolti ed ospitati, il loro piacere ad esplorare con noi le peculiarità della nostra regione.

Siamo in **costante ricerca delle ultime tendenze dei mercati del turismo** e facciamo nostre quelle promosse dalle destinazioni in cui operiamo.

Utilizziamo la tecnologia per essere più visibili, come in una **bella foto su Instagram** il cui sfondo è la nostra regione.

1. *Rendersi sensibili in merito ai feedback delle aspettative e delle richieste, della soddisfazione dell'accoglienza ricevuta nella destinazione da parte degli ospiti.*
2. *Collaborare nella "registrazione" dei turisti a fini statistici, con il nuovo osservatorio federato del turismo in veneto.*
3. *Favorire attività di aggiornamento sulle nuove tendenze, sull'evoluzione dei mercati del turismo, globalizzazione, digitalizzazione, nuovi turismi in generale e soprattutto quelli promossi dalle destinazioni in cui si opera.*
4. *Favorire la partecipazione a reti tra professionisti e con gli altri soggetti della destinazione per confrontare esperienze e attuare azioni sinergiche improntate all'innovazione di prodotti;*
5. *Utilizzare i servizi tecnologici a disposizione per la commercializzazione dei servizi.*

CI STA A CUORE LA BELLEZZA

Siamo orgogliosi quando i nostri clienti scoprono i luoghi che visitiamo ben curati, circondati da aree verdi pulite, in **contesti ordinati e accoglienti**. Per questo ci facciamo partecipi nel mantenere belle le nostre **attrattive naturali, storiche o artistiche**, anche stimolando i turisti a rispettarle.

1. *Stimolare la cura e la manutenzione delle aree o le attrazioni oggetto di visita*
2. *Consapevolezza del ruolo di responsabile della trasmissione, valorizzazione ed interpretazione del patrimonio storico-artistico e naturalistico della destinazione*
3. *Stimolare il turista al rispetto dell'ambiente, dei manufatti, dei luoghi e della comunità locale.*





NON TENIAMO LE DITA INCROCIATE

Desideriamo che i nostri ospiti si sentano **sereni e tranquilli** sempre, anche se li portiamo su e giù per i colli in bicicletta, a fare rafting o salire 100 gradini per godere una vista meravigliosa ... a visitare un museo o a fare il giro delle osterie del centro . Conosciamo i **regolamenti e i protocolli di sicurezza**, sappiamo dove sono le scale di emergenza o le uscite più comode.

Abbiamo aggiornato i nostri sistemi di comunicazione e contatto online a **tutela della privacy**.

1. *Conoscere ed applicare i regolamenti, normative e protocolli di sicurezza e di emergenza dei luoghi in cui si opera.*
2. *Essere in grado di trasmettere sicurezza anche in situazioni difficili, saper intervenire, saper attivare procedure atte a mettere in sicurezza i visitatori-turisti.*
3. *Salvaguardare la privacy e la sicurezza dei dati dei clienti, fornendo anche la corretta percezione di garanzia di sicurezza.*

SIAMO VALORE

Ognuno di noi è parte essenziale dell'attività per cui lavora e della zona in cui opera, insieme **agli altri crea la rete dell'accoglienza e la promuove insieme agli enti di sviluppo turistico**.

Troviamo stimolante collaborare con i nostri colleghi e progettare nuovi prodotti, condividendo idee valori della nostra comunità.

Ci impegniamo a parlare più lingue e trasmettere messaggi, conoscenze e passione con parole e toni diversi a seconda della tipologia dei visitatori, favorendo la strategia di comunicazione della destinazione. Possiamo parlare direttamente con gli operatori e spiegare quali sono le cose che piacciono di più e collaborare alla realizzazione di una banca dati per il nuovo osservatorio turistico. Possiamo aiutarli a confrontare esperienze e proporre nuove idee per nuovi prodotti. Sappiamo di essere **una risorsa**, tanto quanto ogni bellissimo particolare del territorio che abitiamo e che facciamo visitare ed apprezzare. Parliamo almeno un'altra lingua. Facciamo **parte della catena del valore**.

1. *Sentirsi e presentarsi come soggetto-parte del sistema di offerta.*
2. *Saper interagire con gli organi di governo e di gestione della destinazione, con gli uffici informazione così come con gli altri operatori della filiera turistica della destinazione.*
3. *Conoscere le strategie e le politiche programmate/attivate dalla destinazione.*
4. *Saper cogliere la strategia di comunicazione della destinazione e saperla coniugare con la propria: nei target da raggiungere, nei messaggi, nell'utilizzo degli strumenti di comunicazione.*

LASCIAMO IMPRONTE LEGGERE SUL NOSTRO CAMMINO

Viviamo in una regione, dove le città più belle e più note hanno già un flusso turistico di grande impatto, come alcuni sentieri di montagna o lungolago. Vogliamo **valorizzare gli aspetti ancora poco conosciuti, contribuire a decongestionare zone già tanto frequentate** e fare in modo che **siano rispettati i luoghi più fragili**. Per questo cerchiamo di coinvolgere i visitatori nel sentirsi responsabili e siamo sensibili ai temi dell'ambiente.

La nostra è una ricerca continua di nuove opportunità di turismo sostenibile.

1. *Agire in prima persona per stimolare soggetti con cui s'interagisce a un percorso di sostenibilità, indirizzare il cliente a comportamenti rispettosi dell'ambiente e del patrimonio della destinazione.*
2. *Scegliere tipologia e modalità di visita a seconda del bene o del luogo visitato, per la tutela degli stessi ma contribuendo anche al miglioramento della percezione di benessere nella visita da parte del gruppo stesso.*
3. *Prestare particolare attenzione alla delicatezza di alcune risorse in termini di capacità di carico per esempio e contribuendo a svilupparne la sensibilità in tali ambiti.*





WE LOVE SHOPPING

Si rivolge alle attività commerciali, artigianali ed agricole

I NOSTRI SONO TUTTI CLIENTI SPECIALI

Strutture senza barriere e personale attento alle esigenze di chi si muove con difficoltà; uno **spazio attrezzato per l'allattamento** e il cambio del pannolino; un cenno di benvenuto. Non si tratta di un elenco di desideri ma di servizi essenziali nel mondo del retail. Il nostro biglietto da visita da promuovere e pubblicizzare insieme alle Organizzazioni per la Gestione della Destinazione turistica "per Tutti". Aggiungiamo un altro gesto di attenzione, perché **abbiamo a cuore gli accompagnatori a quattro zampe** dei nostri clienti: disponiamo davanti alla porta d'ingresso una ciotola con un po' d'acqua fresca, per dare concretezza alla sensibilità e alla qualità dei servizi che offriamo. Le eccellenze del nostro sistema di retail hanno le **porte sempre aperte**, anzi, ben spalancate, ai clienti con particolari esigenze. E in caso di scomodi ma altrettanto preziosi impedimenti architettonici, **personale gentile e preparato è a disposizione per accogliere con un sorriso** chi ha bisogno di una mano.

1. *Operare al fine di garantire a persone con esigenze speciali (disabilità, anziani, famiglie con bambini) la fruizione del servizio senza ostacoli e difficoltà ed in condizioni di autonomia, sicurezza e comfort.*
2. *Tenere in considerazione nella formazione della propria attività di incentivare anche quella atta a promuovere un approccio professionale sul tema del turismo inclusivo.*
3. *Creare sinergie con la destinazione e l'OGD al fine di costruire una destinazione turistica per tutti.*

PIU' BELLO E PIU' BUONO

Vie animate, attività aperte, vetrine illuminate, banchi colorati, sono un invito allo shopping, durante tutta la settimana e **con orari comodi**, in modo che anche chi viene da lontano, possa sempre soddisfare la sua voglia di acquistare qualcosa che lo faccia sentire speciale, con **prezzi chiari**, leggibili e ben definiti.

L'unicità dell'acquisto è un marchio di qualità per chi vende, si tratti di un prodotto artigianale ed unico, legato alla tradizione del territorio, oppure di un abito, un accessorio, un oggetto da portare a casa come souvenir di un viaggio.

La qualità dei materiali, della confezione, del rapporto tra venditore e acquirente, è la stessa che è accompagnata da gentilezza e professionalità, **capacità di comunicare** di persona o tramite social, anche in una **lingua straniera**.

Un **artigiano produce oggetti unici e li offre insieme al racconto della storia della loro creazione**, apre il proprio **laboratorio**, crea un **atelier**, valorizzando così il legame che unisce il suo lavoro alla terra di origine.

I prodotti artigianali diventano **"ambasciatori"** del territorio, regali preziosi **da spedire** in tutto il mondo, **con pagamenti sicuri**.

Il **negoziante sa creare occasioni e iniziative, promozioni, alleanze**, per fare in modo che ogni singolo esercizio commerciale diventi un fattore di attrazione per sé e la zona in cui vive e lavora.

Siamo orgogliosi di essere parte di **"The Land of Venice"**, per questo abbiamo il marchio della nostra terra nei prodotti artigianali così come negli spazi espositivi a disposizione.





1. *Armonizzare orari e periodi di apertura, contribuendo a creare una calendarizzazione di giorni ed orari di apertura.*
2. *Incentivare una connessione tra shopping e territorio in modo che entrambi ne traggano beneficio in termini di posizionamento strategico (unicità), sia nei prodotti che negli allestimenti e nel servizio.*
3. *Rafforzare la caratterizzazione e l'originalità dei servizi e prodotti offerti.*
4. *Cercare di agire per salvaguardare, laddove possibile, la varietà complessiva dell'offerta commerciale e artigianale nella destinazione, con un confronto con le altre realtà che operano nella stessa destinazione.*
5. *Nel caso dell'artigianato, salvaguardare le tecniche di produzione locali.*
6. *Privilegiare prodotti made in Italy anche attraverso iniziative, eventi, vetrofanie, etc.*
7. *Applicare e comunicare chiaramente e con correttezza servizi, orari e prezzi senza discriminare tra i clienti.*
8. *Comunicare chiaramente le iniziative speciali, le condizioni e occasioni di vendita, soprattutto quando diventano motivo di attrazione turistica.*
9. *Proporre prodotti di qualità non ingannevole e mantenere la qualità costante nel tempo e nei luoghi.*
10. *Incentivare reattività e volontà ad aiutare il cliente con prontezza.*
11. *Incentivare competenze di qualità con una forte attenzione verso la componente relazionale, ivi compresa la capacità di comunicare in lingua straniera.*
12. *Impegnarsi in un costante aggiornamento delle competenze e delle professionalità, anche sul tema web, social, e-commerce ma anche sulla formazione in termini di conoscenza delle caratteristiche della destinazione in cui si opera per poterla divulgare meglio.*
13. *Promuovere l'assunzione e il coinvolgimento di personale qualificato che sappia fornire informazioni sulla destinazione in cui è inserito sviluppando capacità di storytelling dei prodotti e dei luoghi, con particolare attenzione per le aree "minori".*
14. *Saper gestire orari e carichi di lavoro nell'artigianato in modo da permettere anche l'accoglienza negli atelier che dovranno essere concordate in fase organizzativa, sempre tenendo conto anche delle proprie specifiche esigenze di produzione e di vendita.*
15. *Incentivare sia il networking tra le attività commerciali e artigianali tra loro, sia tra queste e la destinazione.*
16. *Stimolare le forme di "modernizzazione dell'offerta" sia reale che virtuale, elaborando anche forme innovative di visita della destinazione per esempio che coinvolgano anche il patrimonio intangibile rappresentato dalla storicità delle attività commerciali ed artigianali, in alcuni casi vere e proprie espressioni del "genius loci".*
17. *Tenere presente dell'interesse del turista anche nella fase di programmazione del viaggio, aggiornando, laddove possibile, il proprio sito fornendo delle informazioni sulla propria attività, sulla sua specificità, eventuale appartenenza specifica al territorio come tipologia di attività, etc.*

PORTAVOCE DEL TERRITORIO

Ognuno si fa portavoce dell'attività per cui lavora e della zona in cui opera, insieme agli altri crea un tessuto sociale, promosso dagli enti di sviluppo turistico. Ognuno è preparato grazie ad un costante **aggiornamento delle professionalità, delle competenze** anche sul web e suoi social network. Sa **promuovere con anticipo** le proprie attività per offrire occasioni di visita a chi sta programmando un viaggio. Ma, soprattutto, sa **condividere la conoscenza** del proprio **territorio**, delle **sue bellezze**





naturali ed architettoniche, delle usanze, delle feste e delle **tradizioni**, delle sue **produzioni** più caratteristiche, **per farlo apprezzare**.

1. *Negozi, laboratori, alimentari, mercati, sono fiori che colorano e abbelliscono la strada, il quartiere, la città in cui svolgono le loro attività: per questo è essenziale porre cura **alla pulizia e alla piacevolezza** degli spazi interni ed esterni, delle vetrine e degli arredi, dell'esposizione delle merci. E' importante saper rispettare il contesto urbanistico e ambientale, avere insegne gradevoli e non invasive. Un fiore fa la differenza, come i gerani sui balconi.*
2. *Accettare formule di vendita e pagamento innovative (consegne, spedizioni, POS).*
3. *Porre cura al decoro, alla pulizia e alla piacevolezza degli spazi interni ed esterni, delle vetrine e degli arredi coinvolgendo in questo sforzo gli stessi clienti.*
4. *Rispettare il contesto urbanistico e ambientale in cui si è inseriti, eventualmente proponendosi in coerenza con le attività commerciali limitrofe.*
5. *Assicurare cura e decoro del personale.*
6. *Incentivare l'utilizzo di insegne e segnaletica gradevole, il cui posizionamento non sia invasivo.*

UN'IMPRONTA LEGGERA SULL'AMBIENTE

Stiamo imparando ogni giorno di più a rispettare i luoghi che ci ospitano e che ci appartengono, lo facciamo per noi stessi e per i nostri ospiti, di oggi e di domani. Per questo sappiamo quanto è utile pensare "green", per rendere più leggera la nostra impronta ambientale: desideriamo **evitare gli sprechi, promuovere forme di viabilità sostenibile, ridurre il consumo di carta, plastica e sostanze inquinanti, usare contenitori riutilizzabili, donare alberi alla comunità**.

1. *Partecipare attivamente al sistema della destinazione e alle progettualità promosse dalla propria OGD al fine di costruire sinergie e reti volte a promuovere la competitività e l'attrattività dell'offerta turistica della propria destinazione.*
2. *Aumentare la consapevolezza di essere parte del sistema turistico favorendo occasioni di incontro e di scambio con gli altri operatori.*
3. *Partecipare a iniziative ed eventi del territorio, quali aperture speciali, prodotti fatti per l'occasione, coinvolgimento delle attività in eventi locali.*
4. *Mettere in evidenza il brand turistico della Regione Veneto "The Land of Venice" e della propria destinazione anche nei prodotti artigianali così come negli spazi espositivi a disposizione.*
5. *Gestire i diversi processi di produzione e distribuzione in modo da minimizzare impatto ambientale, ciò attraverso un'organizzazione che preveda un limitato consumo di suolo, in ambito urbano e non.*
6. *Evitare gli sprechi di materie prime e semilavorati, utilizzare i più efficaci sistemi di raccolta e smaltimento rifiuti.*
7. *Collaborare con l'attuazione di forme di mobilità e viabilità sostenibili, ed adeguarsi alle forme di limitazione del traffico o simili.*
8. *Minimizzare l'utilizzo della plastica o altri materiali di difficile smaltimento/inquinanti a favore, per esempio, di contenitori riutilizzabili.*





GUSTO E TIPICITÀ

Si rivolge a pubblici esercizi, agriturismi, malghe e cantine

SIAMO ATTENTI ALLA TRADIZIONE, ALLE PREFERENZE, ALLE INTOLLERANZE E...AI GRADINI

Un piatto **tipico della tradizione veneta**, una specialità **vegetariana**, una pizza **gluten free**, una torta **senza lattosio** e anche un ingresso **senza gradini**: siamo attenti ai gusti di ognuno e non dimentichiamo esigenze specifiche.

I nostri **locali** sono **accoglienti ed attrezzati per dare il benvenuto ad ognuno**, dai genitori con **bambini piccolini**, agli ospiti **speciali**. Siamo attenti ad assicurare un **accesso agevole a tutti**, rispettando lo stile caratteristico di ogni luogo.

La formazione del personale, l'eliminazione di barriere architettoniche, le attenzioni verso le famiglie, un pensiero agli amici a quattro zampe, sono per noi specchio di servizi da garantire.

Vogliamo fare del nostro territorio, una **destinazione invitante per tutti**, senza esclusioni o discriminazioni, da promuovere insieme alle **Organizzazioni per la Gestione della Destinazione turistica**.

1. *Operare al fine di garantire a persone con esigenze speciali (disabilità, anziani, intolleranze alimentari, famiglie con bambini) la fruizione del servizio senza ostacoli e difficoltà ed in condizioni di autonomia, sicurezza e comfort.*
2. *Incentivare attività di formazione per promuovere un approccio professionale e sistemico sul tema del turismo inclusivo.*
3. *Creare sinergie con la destinazione e l'OGD al fine di costruire una destinazione turistica per tutti.*

I NOSTRI INGREDIENTI: QUALITÀ E PASSIONE DELLA TRADIZIONE VENETA

"Piatto, piatto delle mie brame, chi è il più buono del reame?"

C'è chi usa prodotti a **chilometro zero** per i **piatti della tradizione veneta**, chi si fa arrivare da lontano **ingredienti esotici**, chi fa **tutto in casa**. La capacità di soddisfare ogni palato è totale: attingiamo **dalla cucina della tradizione**, esploriamo le **ricette innovative**. Offriamo piatti diversi e **genuini** in ogni stagione, sapendo come andare incontro alle preferenze di ciascun cliente.

La qualità è data dalle **materie prime** che utilizziamo, insieme alla **professionalità e passione** che mettiamo come **ingredienti essenziali** così nelle pietanze come nel servizio.

Il nostro **personale sa relazionarsi con ogni tipo di cliente** e sa comunicare in inglese. E' attento e cordiale, sempre preparato e aggiornato. Per noi è parte del valore del nostro locale.

Consideriamo essenziale la trasparenza e l'**univocità dei prezzi**.

1. *Incentivare l'utilizzo e la valorizzazione di prodotti di qualità e, laddove possibile e coerente con il proprio business model d'impresa, prodotti locali e piatti tipici della tradizione del territorio al fine di incrementare la competitività e l'attrattività dell'offerta turistica enogastronomica della regione.*
2. *Rispettare la produzione stagionale nell'utilizzo dei prodotti agroalimentari.*
3. *Garantire servizi accoglienti in termini di tempi di attesa e di qualità del servizio.*
4. *Incentivare reattività e volontà ad aiutare il cliente con prontezza.*
5. *Comunicare chiaramente servizi e prezzi della struttura e realizzarli con affidabilità e accuratezza senza differenziazioni verso i turisti.*





6. *Informare in maniera corretta su prezzi e ingredienti.*
7. *Sviluppare competenze di qualità ed incentivare la stabilità delle risorse umane al fine di aumentare la percezione di cura del servizio ma anche la soddisfazione del personale che sarà quindi più motivato all'accoglienza dell'ospite.*
8. *Impegnarsi in un costante aggiornamento delle competenze e delle professionalità cercando di rispondere sempre di più alle esigenze del mercato.*
9. *Promuovere l'assunzione di personale che sappia parlare inglese e la lingua straniera prevalente presso la destinazione.*

SU UN PIATTO D'ARGENTO

I nostri piatti sono buoni, anzi, buonissimi, ma non ci basta. Vogliamo accogliere i nostri clienti in un **ambiente curato** sotto ogni aspetto, da quello estetico a quello dell'igiene, sia all'interno che all'esterno, **specchio della nostra impronta creativa e imprenditoriale**.

C'è profumo di cucina nel nostro locale e anche di cortesia, grazie a **personale affabile e capace di empatia**. Le **nuove tendenze**, esigenze e nicchie di mercato ci appaiono come un **incentivo** per fare sempre meglio. Gli **strumenti informatici** ci sono utili come vassoi per servire, ma non ci dimentichiamo della salvaguardia della privacy dei nostri clienti.

Un bel **sito funzionale** e sempre aggiornato sui nostri **servizi e sulle iniziative che offre il territorio**, ci serve per essere attrattivi e promuovere la fidelizzazione.

1. *Incentivare l'utilizzo di strumenti informatici e tecnologici per l'organizzazione e la gestione dei processi/servizi aziendali.*
2. *Stimolare un aggiornamento e un'informazione continua rispetto alle nuove tendenze, nuove esigenze e nicchie di mercato al fine di proporre un'offerta e un servizio innovativo e competitivo.*
3. *Promuovere una manutenzione e una cura al dettaglio costante rispetto sia alla struttura interna (arredi, dotazioni, servizi igienici etc.) che alla struttura esterna e agli spazi adiacenti al fine di garantire spazi accoglienti e decorosi.*
4. *Incentivare, laddove possibile e coerente con il business model d'impresa, degli spazi e degli arredi in linea con il genius loci del proprio territorio.*
5. *Assicurare cura del personale di ogni reparto.*
6. *Incentivare l'ascolto e creare empatia e rispetto con la clientela.*
7. *Curare la comunicazione e la propria presenza online, sia in logiche di attrazione del cliente che di fidelizzazione.*
8. *Instaurare rapporti di contatti e fiducia con gli uffici di informazioni turistica, comunicare gli eventi e/o rassegne organizzati ed essere informati rispetto a iniziative di destinazione.*
9. *Inserire nel proprio sito internet la link-key eventi della propria destinazione del DMS regionale.*
10. *Garantire sicurezza in tutti gli aspetti della fruizione del servizio: dalla struttura fisica, alle apparecchiature agli alimenti.*
11. *Salvaguardare la privacy e la sicurezza dei dati dei clienti.*

LI FACCIAMO INNAMORARE

Quando il buono si accompagna al bello, alla passione, alla creatività, come si fa a non innamorarsi? La buona cucina fa parte della **catena del valore** del nostro territorio: lo conosciamo bene e vogliamo condividerne le "specialità" con i nostri clienti per farlo apprezzare e farli **innamorare**. Sui nostri tavoli, mettiamo a disposizione **libri di ricette**, guide e prodotti agroalimentari per promuovere bontà e bellezze e per gustarle nel loro insieme.

Ognuno di noi è parte essenziale dell'attività che gestisce e della zona in cui opera, **insieme agli altri operatori crea la rete dell'accoglienza e la promuove insieme agli enti di sviluppo turistico**. Siamo orgogliosi di essere parte di "**The Land of Venice**", per questo abbiamo il marchio della nostra terra **negli spazi espositivi** a disposizione, **reali o virtuali** essi siano.





1. *Partecipare attivamente al sistema della destinazione e alle progettualità promosse dalla propria OGD al fine di costruire sinergie e reti volte a promuovere la competitività e l'attrattività dell'offerta turistica enogastronomica della propria destinazione.*
2. *Coordinarsi laddove possibile con l'intera filiera agroalimentare al fine di promuovere offerte enogastronomiche di qualità e di nicchia.*
3. *Mettere in evidenza il brand turistico della Regione Veneto "The Land of Venice" e della propria destinazione.*

TENIAMO UN'IMPRONTA LEGGERA SULLA TERRA

Stiamo imparando ogni giorno di più a rispettare i luoghi che ci ospitano e che ci appartengono, lo facciamo per noi stessi e per i nostri ospiti, di oggi e di domani. Per questo **sappiamo quanto è utile pensare "green"**, per rendere più leggera la nostra impronta ambientale: desideriamo **evitare gli sprechi, ridurre i consumi, promuovere la raccolta differenziata** nei nostri esercizi e forme di **mobilità sostenibile**, mettendo a disposizione biciclette, colonnine di ricariche per veicoli elettrici e contribuire così, fattivamente, ad attivare comportamenti sostenibili.

1. *Promuovere il più possibile modelli di gestione a basso impatto ambientale.*
2. *Evitare sprechi alimentari.*
3. *Pur limitatamente alle possibilità, svolgere azione per incentivare la mobilità sostenibile (messa a disposizione bici, parcheggi, ricariche per bici o auto elettriche, ecc.).*
4. *Coinvolgere gli ospiti nella pratica della sostenibilità e stimolarli a comportamenti responsabili nei confronti del territorio e della comunità ospitante.*





HAVE FUN AND RELAX

Si rivolge agli impianti a fune, impianti sciistici, bike park e stabilimenti balneari

SIAMO LUOGHI SPECIALI PER TUTTI

Impianti, parchi a tema, stabilimenti ... abbiamo attrazioni incredibili e diverse, che garantiscono **servizi senza ostacoli e personale preparato**. Vogliamo far vivere i sogni e realizzare i desideri di ognuno: dalle famiglie con bambini alle persone più esigenti in tema di sicurezza e confort. Promuoviamo questa nostra capacità di inclusione insieme alle **Organizzazioni per la Gestione della Destinazione**, all'insegna di un **turismo sostenibile e per tutti**.

1. *Operare al fine di garantire a persone con esigenze speciali (disabilità, anziani, famiglie con bambini) la fruizione del servizio senza ostacoli e difficoltà ed in condizioni di autonomia, sicurezza e confort.*
2. *Incentivare attività di formazione per promuovere un approccio professionale sul tema del turismo inclusivo.*
3. *Ampliare ed evidenziare se necessario le aree fisicamente accessibili per determinate categorie.*
4. *Creare sinergie con la destinazione e l'OGD al fine di costruire una destinazione turistica per tutti.*

ABBIAMO RADICI

Siamo cresciuti sul nostro territorio e ne siamo parte integrante, autentici e unici. Siamo un albero che produce frutti dove è cresciuto. Nei servizi offerti ai visitatori, **non disperdiamo il valore delle origini e della tradizione**. E' importante per noi **dar risalto alla comunità**, con le persone e gli stili di vita che la costituiscono. Sentiamo di far parte del luogo che ci accoglie e promuoviamo le caratteristiche naturali e storiche che lo rendono insostituibile. Ci rendiamo disponibili a diventare la vetrina per i **prodotti del luogo** perché crediamo siano un elemento di **autenticità che contribuisce a creare valore e fidelizzazione** nei confronti di chi ci sceglie.

1. *Prestare massima attenzione alla risorsa primaria, operare affinché la fruizione turistica non le faccia perdere la sua autenticità, la sua connessione con il territorio, la sua coerenza con la specificità della destinazione.*
2. *Non disperdere/far perdere il valore della originalità e della tradizione nella fruizione delle risorse.*
3. *Valorizzare il ruolo della comunità locale nel garantire e comunicare autenticità dei luoghi, delle pratiche sportivo/ricreative e dei prodotti.*

CHIARI, TRASPARENTI, COMPETENTI

Anche quando le nostre strutture diventano, quotidianamente, la meta preferita di migliaia di persone noi sappiamo gestire la **qualità del servizio** in modo organizzato e professionale, senza deludere le aspettative di chi viene da noi per divertirsi o rilassarsi. **Comunichiamo correttamente orari, prezzi, tipologia dei servizi**, lo facciamo in modo univoco nei confronti di tutti, **in più lingue** grazie alla **preparazione del nostro personale**, sempre **attento alle diverse richieste dei nostri clienti e alla loro necessità di essere consigliati**.

Aggiorniamo le **competenze sia tecniche che gestionali** per migliorare costantemente la **presenza sul web, la tecnologia** che supporta le nostre attività e la **sostenibilità ambientale**. Affidiamo i servizi interni alle nostre strutture **in concessione a chi sa ben interpretare le aspettative dei clienti**, anche in un'ottica di rete con il territorio: come una ristorazione che usa prodotti a km 0, o un negozio che vende il **Made in Veneto**.





1. *Applicare e comunicare chiaramente e con correttezza servizi, orari e prezzi senza discriminare tra i clienti.*
2. *Assicurare massima coerenza fra l'esperienza promessa e quella effettivamente fruibile.*
3. *Garantire la fruibilità anche in termini di tempi di attesa, di qualità del servizio e di spazi o settori disponibili.*
4. *Incentivare reattività e volontà da parte del personale ad aiutare il cliente con prontezza.*
5. *Incentivare competenze di qualità, in ambito tecnico-professionale ma con una forte attenzione verso la componente relazionale, ivi compresa la capacità di comunicare in lingua straniera.*
6. *Impegnarsi in un costante aggiornamento delle competenze e delle professionalità, sia tecniche che gestionali e legate alle tecnologie, alle sostenibilità e al web.*
7. *Promuovere l'assunzione e il coinvolgimento di personale qualificato che sappia fornire informazioni sulla destinazione in cui è inserito.*
8. *Saper gestire orari e carichi di lavoro, tenendo conto anche delle caratteristiche stagionali di molti servizi.*
9. *Sviluppare le forme di "modernizzazione dell'offerta" sia reale che virtuale, seguendo anche le innovazioni web e tecnologiche (layout, attrezzature, automazione).*
10. *Adeguarsi ai mutevoli scenari in termini di concessioni all'interno della struttura, nella destinazione e con le differenti tipologie di clienti.*
11. *Utilizzare strumenti informatici per la gestione dei dati (gestione code, CRM ecc.) del cliente, la trasmissione e il trattamento delle informazioni (per utilizzo interno ed esterno) anche a scopi di marketing e di customer satisfaction.*
12. *Sviluppare accordi e network al fine di fornire un miglior servizio al cliente, accessibilità al maggior numero di servizi e maggiore omogeneità di servizio.*
13. *Incentivare, empatia, cortesia e rispetto della clientela.*

APERTI PER CRESCERE

Sappiamo che per essere sempre competitivi è necessario **conoscere bene il mercato** e anche essere coscienti dei nostri **punti di forza e di debolezza**. Per questo riteniamo importante essere aperti e avere un **feedback affidabile** dai nostri visitatori, sia attraverso l'interazione con il nostro personale che gli strumenti tecnologici e di comunicazione online a nostra disposizione.

Inoltre, riteniamo importante guardarci intorno, **instaurare rapporti di fiducia con gli uffici di informazione turistica, metterci in rete** scambiando notizie su eventi e manifestazioni, **essere parte attiva della destinazione**.

1. *Incentivare forme di feedback al fine di migliorare gli standard di qualità.*
2. *Curare la comunicazione e la propria presenza online, sia in logiche di attrazione del cliente che di miglioramento dell'efficienza e della qualità.*
3. *Instaurare rapporti di contatti e fiducia con gli uffici di informazioni turistica, comunicare gli eventi e/o rassegne organizzati ed essere informati rispetto a iniziative di destinazione.*
4. *Inserire nel proprio sito internet la link-key eventi della propria destinazione del DMS regionale.*
5. *Comunicare con chiarezza e tempestività orari e condizioni di apertura/chiusura così come situazioni anomale/particolari/di pericolo che possano sopraggiungere.*

BELLI FUORI E SICURI DENTRO

Chi ci scorge da lontano, già comincia a sognare: le nostre strutture, gli impianti, non contrastano con il paesaggio circostante, anzi, sono progettati e costruiti per **arricchire il contesto urbanistico e ambientale** in cui abbiamo scelto di inserire la nostra attività; è nostro interesse contribuire a valorizzarlo. **Abbiamo cura della pulizia** delle attrezzature e degli spazi per garantirne la godibilità. La segnaletica e **le insegne non sono invasive**, sono utili e gradevoli.





Certo non ci curiamo solo dell'apparenza: la **nostra preoccupazione principale è mantenere gli standard di sicurezza**. Ci occupiamo con professionalità della **manutenzione ordinaria e straordinaria**, durante i periodi di attività e fuori stagione. Ad ogni ospite comunichiamo con chiarezza quali sono i **comportamenti adeguati** da tenere nell'utilizzo degli impianti, attenti ad assicurare il controllo anche in condizioni meteo avverse. Il nostro **personale è preparato**. Ci sentiamo responsabili.

1. *Porre attenzione già in fase di progettazione e poi di realizzazione affinché le strutture impiantistiche possano costituire un elemento di arricchimento del paesaggio, comunque in grado di collocarsi positivamente, di rispettare il contesto urbanistico - ambientale in cui sono inserite.*
2. *Provvedere alla manutenzione, alla pulizia e alla cura delle strutture e delle attrezzature così da garantire pulizia, piacevolezza, godibilità delle stesse e dei luoghi.*
3. *Incentivare l'utilizzo di insegne, segnaletica gradevole, il cui posizionamento non sia invasivo.*
4. *Mantenere la pulizia degli spazi adiacenti, coinvolgendo anche il cliente nella cura del bello.*
5. *Fornire adeguate informazioni in ordine all'utilizzo degli impianti, alla fruizione del servizio, sia in situazioni di normalità sia in quelle eccezionali o emergenziali.*
6. *Curare la sicurezza delle apparecchiature e delle strutture fisiche garantendo qualità nei materiali e negli interventi di manutenzione.*
7. *Prestare attenzione particolare alle condizioni meteorologiche e del terreno, orientando gli utenti a comportamenti appropriati.*
8. *Garantire le opportune competenze in ordine alla sicurezza da parte del personale.*

NON SIAMO ISOLE

Sappiamo di non essere isole o oasi nel deserto, ma di far parte di una regione che ci circonda con la sua bellezza e ospitalità. Contribuiamo a fare sistema con le risorse pubbliche del territorio e partecipiamo attivamente a costruire un forte ed efficace **Destination Management System**, condividendo strategie di marketing e valorizzazione. Immaginiamo e realizziamo idee per utilizzare le nostre strutture anche fuori stagione, quando possibile, o per eventi mai pensati prima.

Siamo orgogliosi di essere parte di **"The Land of Venice"**, per questo abbiamo il marchio della nostra terra sui materiali a stampa e sugli spazi espositivi a disposizione, siano essi reali o virtuali.

1. *Partecipare attivamente al sistema della destinazione e alle progettualità promosse dalla propria OGD al fine di costruire sinergie e reti volte a promuovere la competitività e l'attrattività dell'offerta turistica della propria destinazione.*
2. *Attuare attività di marketing in coerenza con quella della destinazione.*
3. *Partecipare alla definizione di adeguate politiche, e contribuire ad attuarle, per evitare la congestione insieme alla destinazione nel suo complesso.*
4. *Verificare la possibilità di utilizzo degli impianti non limitato a singola stagionalità- prestarsi ad altri prodotti con obiettivi di destagionalizzazione e offrendo, per esempio, servizi supplementari*
5. *Favorire aggregazioni e network in modo da poter agire come "destinazioni dell'accoglienza".*

TENIAMO UN'IMPRONTA LEGGERA

Stiamo imparando ogni giorno di più a rispettare i luoghi che ci ospitano e che ci appartengono, lo facciamo per noi stessi e per i nostri ospiti, di oggi e di domani. Per questo **sappiamo quanto è utile pensare "green"**. Desideriamo **realizzare modelli di organizzazione a basso impatto ambientale**. Collaboriamo ad attuare forme di viabilità e mobilità sostenibile, con attenzione alle aree di parcheggio e di congestione del traffico. Non siamo invasivi nei confronti del territorio: **siamo attenti ad evitare**





ogni forma di inquinamento visivo, luminoso ed acustico. Ci impegniamo per rendere più leggera la nostra impronta ambientale **evitando gli sprechi, riducendo i consumi e promuovendo la raccolta differenziata.**

- 1. Utilizzare gli impianti/arredi e le tecniche di gestione, arredo ecc. che abbiano il minor impatto ambientale, e limitare il consumo di suolo, acqua, ecc*
- 2. Evitare inquinamento visivo, luminoso ed acustico.*
- 3. Utilizzare sistemi di smaltimento adeguato e di riduzione degli sprechi.*
- 4. Collaborare con l'attuazione di forme di mobilità e viabilità sostenibili, ed adeguarsi anche alle forme di gestione di traffico, parcheggi, anche coinvolgendo direttamente i fruitori, per evitare la congestione della località.*





SIGNORI, SI PARTE!

Si rivolge al settore dei trasporti sia pubblici che privati,

VIAGGIAMO EVITANDO LE BUCHE PIU' DURE

“*Si, viaggiare, evitando le buche più dure...*” Con questa canzone, vogliamo dirvi che quando guidiamo per voi, quando vi trasportiamo da un luogo all'altro, siamo sempre molto attenti a tutti i passeggeri. I nostri **mezzi** sono **comodi, puliti ed attrezzati per dare il benvenuto a tutti i viaggiatori**: dai genitori con **bambini piccolini**, alle persone **con difficoltà motorie**, fino a chi ha intolleranze alimentari.

La formazione del personale, l'eliminazione di barriere e ostacoli per la mobilità, le attenzioni verso le famiglie, l'accoglienza nei confronti degli amici a quattro zampe, sono per noi servizi da garantire.

Vogliamo fare del nostro territorio, una **destinazione invitante per tutti**, da promuovere insieme alle Organizzazioni per la Gestione della Destinazione turistica.

1. *Operare al fine di garantire a persone con esigenze speciali (disabilità, anziani, intolleranze alimentari, famiglie con bambini) la fruizione del servizio senza ostacoli e difficoltà ed in condizioni di autonomia, sicurezza e confort.*
2. *Incentivare attività di formazione per promuovere un approccio professionale e sistemico sul tema del turismo inclusivo.*
3. *Creare sinergie con la destinazione e l'OGD al fine di costruire una destinazione turistica per tutti.*

C'E' TUTTO UN MONDO INTORNO

E' importante condividere la conoscenza del territorio e farlo apprezzare ai nostri passeggeri. Per questo, incentiviamo il nostro **personale** alla formazione e riconosciamo il valore di chi **conosce le lingue, la storia e la cultura locali**, di chi sa essere **disponibile all'ascolto** e sa relazionarsi in modo costruttivo.

Quando è possibile, liberiamo immaginazione e sensibilità per **decorare e arredare i mezzi di trasporto, le aree di sosta, i punti informativi, le biglietterie**, in coerenza con le peculiarità del territorio. Inoltre, mettiamo a disposizione **guide, pieghevoli e video**, che raccontano le caratteristiche di una terra ricca e varia. Nei luoghi di passaggio, facciamo trovare il logo “**Veneto, the Land of Venice**”, come marchio riconoscibile di qualità.

Promuoviamo escursioni e viaggi con mezzi moderni e storici.

I turisti trovano **burci, imbarcazioni, littorine e carrozze** per visitare, da un'altra prospettiva, canali, strade e sentieri, nonché bici a pedalata assistita, segway e monopattini elettrici per girare i centri storici e dintorni.

Teniamo molto al fatto che i nostri punti di servizio siano **puliti e ordinati**, che abbiano cestini e posacenere, ma anche zone riparate, servizi igienici, adeguati distributori di cibo e bevande o punti di ristoro.

1. *Incentivare, laddove possibile, una coerenza con l'identità del territorio anche nella struttura e nell'arredo dei mezzi al fine di trasmettere e promuovere l'unicità e la tradizione della regione*
2. *Incentivare l'uso di mezzi di trasporto tradizionali-storici della destinazione.*
3. *Incentivare una veste grafica uniforme nei punti di accoglienza e assicurare la presenza di materiale informativo (anche digitale tramite la realizzazione di video) sul territorio attraversato o sulla regione in generale.*
4. *Incentivare l'utilizzo del brand “Veneto, Land of Venice veneto.eu” (strade, aeroporto, autobus), in modo che diventi un biglietto da visita, un elemento di riconoscibilità del territorio.*





5. *Incentivare momenti di formazione del personale sulle principali attrazioni, tipicità ed eventi del territorio anche in collaborazione con la propria OGD di riferimento.*
6. *Formare personale addetto alla vendita e più in generale a contatto con i fruitori del servizio di trasporto con competenze linguistico - comunicative (lingue, web) e con capacità di fornire informazioni sulla località.*
7. *Sviluppare e valorizzare le capacità di ascolto e di reporting, segnalazione delle considerazioni, lamentele, apprezzamenti degli utenti relativi al prodotto/ servizio e alla destinazione.*
8. *Promuovere l'assunzione di personale che sappia parlare inglese e la lingua straniera prevalente presso la destinazione.*
9. *Promuovere una manutenzione, una pulizia e una cura al dettaglio costante sia per i punti di raccolta che per i mezzi di trasporto. Nello specifico per i punti di raccolta si raccomanda l'utilizzo di arredo adeguato (es. Cestini, posacenere – elementi necessari per mantenere il luogo pulito, garantire zone d'ombra, panchine, distributori d'acqua, mappa della destinazione etc.).*
10. *Incentivare, laddove possibile e coerente con il business model d'impresa, degli spazi e degli arredi in linea con il genius loci del proprio territorio.*
11. *Assicurare cura e decoro del personale e incentivare dei comportamenti civici e d'esempio da parte del personale addetto.*
12. *Adoperarsi per il rispetto e la salvaguardia delle aree verdi, ZTL trasmettendo queste attenzioni agli utenti del servizio.*

SEMPRE IN PRIMA CLASSE

Se la scoperta delle tradizioni e delle bellezze del passato possono essere una chiave di visita, non dimentichiamo che viviamo in un'epoca in cui **il tempo è prezioso** e l'organizzazione, **la sicurezza**, la professionalità, fanno la differenza. Desideriamo essere **chiari e puntuali nell'informazione on e off line** riguardante servizi, tragitti, prezzi, modalità di acquisto e di rimborso, eventuali ritardi o cancellazioni.

Ringraziamo i nostri clienti per aver viaggiato con noi ma facciamo in modo che ci scelgano ancora, dando loro **l'affidabilità** richiesta. **Li facciamo sentire protetti** e siamo pronti a prestare un primo soccorso in caso di necessità. Comuniciamo **in più lingue**, in modo che siano tutti, senza distinzione, aggiornati, sereni e soddisfatti.

1. *Comunicare chiaramente servizi e prezzi del servizio sia online che offline in lingua nazionale, in inglese, in braille e in almeno un'ulteriore lingua estera prevalente della destinazione e realizzarli con affidabilità e accuratezza senza differenziazioni verso i turisti.*
2. *Garantire servizi accoglienti in termini di qualità del prodotto, di tempi di attesa e di qualità del servizio.*
3. *Incentivare reattività e volontà ad aiutare il cliente con prontezza e garantire maggiori addetti che diano informazioni corrette e che rassicurino le persone nei momenti di disagio.*
4. *Informare tempestivamente e adeguatamente (in più lingue, p.e.) Qualora ci siano situazione di ritardi, difficoltà di accesso, ecc.*
5. *Curare le procedure di post vendita/rimborsi ecc.*
6. *Garantire sicurezza in tutti gli aspetti della fruizione del servizio.*
7. *Salvaguardare la privacy e la sicurezza dei dati dei clienti.*
8. *Enfatizzare attraverso i propri canali che viaggiare in Veneto è sicuro. Infondere un senso di sicurezza, anche dal punto di vista del primo soccorso.*





DESTINAZIONE VACANZA

Se il primo pensiero è verso i clienti, siamo consci che far parte della **catena dell'accoglienza** significa creare occasioni e iniziative, consigli di visita, promozioni e alleanze con il territorio: ognuno è un **fattore di attrazione** per sé e l'ambito in cui opera.

Creiamo un buon livello di **comunicazione e fiducia** con i viaggiatori, ma anche con gli operatori turistici per essere sempre informati sulle iniziative che si svolgono sul territorio.

Produciamo **servizi** che sono strettamente **collegati ai luoghi da visitare**.

La chiarezza dell'informazione è una priorità: dalla **cura di una segnaletica** ben leggibile e **multilingue**, all'uso coerente di **strumenti informatici** per l'organizzazione e gestione dei servizi, all'inserimento di informazioni turistiche utili nel sito aziendale, collegate al **Destination Management System regionale**.

Incentiviamo i **flussi** nei periodi dell'anno adeguati, proponiamo **nuovi itinerari** di viaggio, stimoliamo **diverse nicchie di mercato**. In questo senso, **sappiamo consigliare tragitti, mezzi di trasporto complementari**, fornire informazioni di viaggio affidabili, per facilitare gli spostamenti.

Siamo orgogliosi di essere parte di "**The Land of Venice**", per questo abbiamo il marchio della nostra terra **negli spazi espositivi** a disposizione, **reali o virtuali** essi siano.

1. *Incentivare la presenza di cartellonistica e segnaletica e adeguare costantemente la segnaletica rendendola accessibile ai differenti visitatori.*
2. *Incentivare l'ascolto e creare empatia e rispetto con la clientela.*
3. *Instaurare rapporti di contatti e fiducia con gli uffici di informazioni turistica al fine di essere informati rispetto agli eventi ed iniziative di destinazione.*
4. *Inserire nel proprio sito internet la link-key eventi della propria destinazione del DMS regionale.*
5. *Incentivare la collaborazione tra le varie aziende per creare un'intermodalità efficace, anche con i trasporti informali, in modo da offrire al turista un'esperienza vacanza di qualità e migliorare la chiarezza dell'informazione su come si svolge l'intermodalità.*
6. *Incentivare l'utilizzo di strumenti informatici e tecnologici per l'organizzazione e la gestione dei processi/servizi aziendali e per fornire informazioni sul servizio, le modalità di viaggi e, itinerari*
7. *Stimolare un aggiornamento e un'informazione continua rispetto alle nuove tendenze, nuove esigenze e nicchie di mercato al fine di proporre un'offerta e un servizio innovativo e competitivo.*
8. *Partecipare attivamente al sistema della destinazione e alle progettualità promosse dalla propria OGD al fine di costruire sinergie e reti volte a promuovere la competitività e l'attrattività dell'offerta turistica enogastronomica della propria destinazione.*
9. *Comprendere che si fa parte di un sistema turistico e che "se tu fai male tutta la destinazione fa male".*
10. *Essere connesso al sistema infrastrutturale e promuovere suo miglioramento e cura particolarmente in funzione della capacità di accogliere l'ospite nazionale o internazionale.*
11. *Prestare attenzione ai fenomeni di concentrazione locale modulando il servizio anche a seconda del carico turistico.*

PENSIAMO IN VERDE

Stiamo imparando ogni giorno di più a rispettare i luoghi che percorriamo, lo facciamo per noi stessi e per i nostri viaggiatori. Per questo **sappiamo quanto è utile pensare "green"**, per contribuire a rendere più leggera l'impronta ambientale sul nostro territorio: desideriamo promuovere sistemi di gestione rispettosi dell'ambiente, **evitare gli sprechi, ridurre i consumi**, adottare **il digitale piuttosto che il cartaceo**. **Promuoviamo** la mobilità **sostenibile**, facendo spazio alle due ruote, integrandoci con i percorsi ciclabili e i cammini, per contribuire ad attivare comportamenti virtuosi nei confronti dell'ambiente.



ALLEGATO A DGR n. 556 del 05 maggio 2020

pag. 35 di 40



1. *Promuovere il più possibile modelli di gestione a basso impatto ambientale.*
2. *Promuovere il digitale a favore del cartaceo ed utilizzare possibilmente materiale cartaceo eco sostenibile.*
3. *Incentivare la mobilità sostenibile stimolando un utilizzo consapevole dei mezzi e degli itinerari e integrarsi con le forme di mobilità dolce, dalle piste ciclabili ai noleggi di auto a energia pulita, e con il sistema ferroviario.*
4. *Informare e coinvolgere gli ospiti nelle scelte a basso impatto ambientale, anche con finalità di marketing e incentivare la comunicazione di strumenti che permettono di spostarsi in modo green (ES: mappe su dove si trovano le colonnine elettriche).*





TERRA DI EVENTI

Si rivolge agli organizzatori di eventi pubblici e privati

LUOGHI SPECIALI PER OGNI ESIGENZA

Sale conferenze, da concerto, teatri, ville e giardini, imbarcazioni, stabilimenti termali, piazze e montagne ... abbiamo luoghi meravigliosi e diversi, attrezzati o attrezzabili, dove organizzare eventi e realizzare desideri. Siamo particolarmente attenti **alle esigenze di ognuno**: dalle famiglie con bambini, a chi segue diete particolari, ai più esigenti in tema di sicurezza e confort. Promuoviamo questa nostra attenzione insieme alle **OGD**, nei canali ad hoc, per creare una destinazione **sostenibile e per tutti**.

1. *Operare al fine di garantire a persone con esigenze speciali (disabilità, anziani, intolleranze alimentari, famiglie con bambini) la fruizione del servizio senza ostacoli e difficoltà ed in condizioni di autonomia, sicurezza e confort.*
2. *Promuovere e mettere in evidenza i percorsi e servizi già presenti a destinazione attraverso i canali di comunicazione più efficaci per questo segmento di mercato.*
3. *Incentivare attività di formazione per promuovere un approccio professionale e sistemico sul tema del turismo inclusivo.*
4. *Creare sinergie con la destinazione e l'OGD/Marchio d'area al fine di costruire una destinazione turistica per tutti.*

COME I CERCHI NELL'ACQUA

L'organizzazione di spettacoli, mostre, stagioni teatrali o musicali, ma anche di incentive, matrimoni, fiere e congressi funziona perché ogni nostro evento non resta chiuso in un castello sulle nuvole ma si espande e si diffonde sul territorio che ci circonda, arricchendosi di **sapori, bellezza naturale, storia e arte**.

Lavoriamo con **attenzione ad ogni dettaglio organizzativo, alla gestione pre e post evento e, naturalmente, alla programmazione**. Una biennale, una mostra, una festa popolare, una stagione lirica, quando ben organizzati e pubblicizzati, rappresentano altro valore in un territorio già ricco di attrattive turistiche, che attira ulteriormente chi vuole organizzare il proprio evento con "la ciliegina sulla torta".

Anche **chi lavora con noi e per noi è una risorsa**, quanto le colline vestite di uve pregiate o le città affrescate. **Volontari, innamorati** della propria terra e delle sue tradizioni, o **professionisti, formati** e preparati per un pubblico nazionale e internazionale, noi tutti sappiamo immaginare e realizzare storie che trasformiamo in occasioni di spettacolo, di cultura, di divertimento, e abbiamo gli strumenti per promuoverle con i più **moderni mezzi di comunicazione**.

Siamo capaci di delineare itinerari del gusto, della poesia, della Grande Guerra, e sappiamo anche proporre escursioni per ogni esigenza, giornate di benessere, visite a tema.

I tesori del territorio sono promossi e valorizzati, nell'organizzazione di ogni evento attraverso **l'affidabilità, la puntualità nella risposta alle diverse esigenze, la professionalità nell'accoglienza**. Tutto è importante per la **fidelizzazione del cliente** e parte della **catena del valore**.

Sappiamo fare sistema con le risorse pubbliche del territorio, condividendo il calendario degli eventi con il back office di ogni località e la banca dati regionale, per collaborare con il **DMS, il Destination Management System** nel valorizzare l'offerta turistica.





Siamo orgogliosi di essere parte di **"The Land of Venice"**, per questo promuoviamo il marchio della nostra terra sui materiali a stampa e sugli spazi espositivi a disposizione, siano essi reali o virtuali.

1. *Incentivare una connessione e una valorizzazione tra l'evento e il territorio in modo che entrambi ne traggano beneficio in termini di posizionamento.*
2. *Incentivare, laddove possibile e coerentemente con il concept dell'evento, elementi e/o prodotti tipici del territorio al fine di trasmettere e promuovere l'unicità e la tradizione della regione. Altresì incentivare, quando possibile, la connessione tra eventi ed iniziative a livello regionale e nazionale per aumentare l'audience.*
3. *Garantire servizi accoglienti in termini di tempi di attesa e di qualità del servizio.*
4. *Incentivare reattività e volontà ad aiutare il cliente con prontezza e promuovere l'assunzione e il coinvolgimento di personale che sappia parlare inglese e la lingua straniera prevalente presso la destinazione.*
5. *Promuovere l'assunzione e il coinvolgimento di personale qualificato che sappia fornire informazioni sulle diverse tipologie di iniziative/eventi della destinazione, riuscendo a cogliere quelle di maggior interesse per il fruitore, da integrare poi con informazioni trasversali a quelle focalizzate in relazione all'offerta generale della destinazione.*
6. *Promuovere una formazione e aggiornamento in questo senso del personale esistente.*
7. *Incentivare l'utilizzo di strumenti informatici e tecnologici per l'organizzazione e la gestione dell'evento in tutte le sue fasi (prima, durante, dopo).*
8. *Promuovere concept di eventi coerenti con la vision della destinazione e al contempo originali e in grado di rispondere alle nuove esigenze e nicchie di mercato.*
9. *Pianificare le iniziative con largo anticipo (12-6 mesi) per consentire la promozione delle stesse su scala nazionale. Promuovere e condividere un unico calendario di eventi all'interno dell'OGD e/o in accordo con i Marchi d'Area presenti nella stessa destinazione, garantendo un'animazione territoriale in tutte le stagionalità (essere accoglienti con i turisti che vengono fuori stagione).*
10. *Utilizzare il Destination Management System come strumento di back-office per l'inserimento e la diffusione degli eventi al fine di promuovere in modo capillare l'iniziativa, di poter informare in tempo reale e tempestivo cambiamenti di programma e modifica di fruizione e accessibilità e di monitorare più canali comunicativi e distributivi simultaneamente.*
11. *Promuovere e diffondere la link-key eventi della propria OGD/ Marchio d'Area e delle OGD limitrofe e/o appartenenti allo stesso tematismo tra tutti gli operatori della destinazione e incentivarli a integrarla nei propri canali comunicativi.*
12. *Incentivare cortesia, empatia e rispetto con la clientela e forme di feedback al fine di migliorare gli standard di qualità.*
13. *Curare la comunicazione e la propria presenza online, sia in logiche di attrazione del cliente che di fidelizzazione.*
14. *Incentivare l'organizzazione di eventi che siano coerenti con la vision della destinazione e promuovere un approccio di destination marketing che consideri gli eventi quali strumenti per perseguire obiettivi connessi allo sviluppo della destinazione e delle strategie territoriali.*
15. *Stimolare una programmazione e un coordinamento degli eventi al fine di evitare sovrapposizioni all'interno della stessa OGD/Marchio d'area e tra OGD limitrofe e/o appartenenti allo stesso tema d'offerta (es. destinazioni balneari, città d'arte, montagna etc.).*
16. *Partecipare attivamente al sistema della destinazione e alle progettualità promosse dalla propria OGD/Marchio d'area al fine di costruire sinergie e reti volte a promuovere la competitività e l'attrattività dell'offerta turistica della propria destinazione.*





17. Integrare nella promozione e vendita dell'evento/iniziativa offerte complementari della destinazione (itinerari, esperienze etc.) al fine di migliorare l'esperienza del visitatore.
18. Mettere in evidenza il brand turistico della Regione Veneto "The Land of Venice" e della propria destinazione.

#ENJOY AND RESPECT VENETO

Grandi spettacoli, mostre e concerti, sagre affollate, parate e manifestazioni, hanno un **forte impatto** sui luoghi ospitanti. Per essere sempre bene accolti, contiamo su **personale preparato, rispettiamo il territorio, coinvolgiamo la comunità**, facciamo attenzione agli allestimenti, alla segnaletica, a tutti i servizi di accoglienza e sicurezza che garantiscono una fruizione senza problemi anche in caso di grandi affluenze di persone. Il nostro **pubblico** è salvaguardato, **si sente sereno e sicuro**.

Non sbarriamo vie d'accesso a chi lavora e abita nei luoghi, non inondiamo con suoni a volumi inopportuni. E alla fine, **lasciamo tutto come prima**, se non meglio di prima.

In cima ai nostri pensieri, insieme alla soddisfazione dei clienti, c'è e il **rispetto delle comunità**.

1. Nel caso di eventi all'aperto portare particolare attenzione al decoro delle strutture temporanee e, laddove possibile, che queste siano in linea con il *genius loci* del luogo ospitante l'evento e nel rispetto degli edifici/architettura storici.
2. Nel caso di eventi in luoghi chiusi, promuovere una manutenzione e una cura al dettaglio costante rispetto sia alla struttura interna (arredi, dotazioni, servizi igienici etc.) che alla struttura esterna e agli spazi adiacenti al fine di garantire spazi accoglienti e decorosi.
3. Assicurare cura e pulizia degli spazi nel post evento.
4. Incentivare l'utilizzo di segnaletica e gradevole, il cui posizionamento non sia invasivo, anche nel rispetto della sostenibilità.
5. Nell'ottica di un'accoglienza diffusa, incentivare le attività di formazione sia per gli operatori del settore, sia per i soggetti che si occupano dell'animazione del territorio. In un'ottica in-formativa, importante anche organizzare dei momenti di incontro con la popolazione residente.
6. Garantire sicurezza in tutti gli aspetti della fruizione dell'evento.
7. Valorizzare forme di sicurezza coerenti con le tipologie dell'evento e delle esigenze del fruitore.
8. Comunicare in modo chiaro i canali di vendita ufficiali.
9. Salvaguardare la privacy e la sicurezza dei dati dei clienti.

TENIAMO UN'IMPRONTA LEGGERA

Stiamo imparando ogni giorno di più a rispettare i luoghi che ci ospitano e che ci appartengono, lo facciamo per noi stessi e per i nostri ospiti, di oggi e di domani. Per questo **sappiamo quanto è utile pensare "green"**. Desideriamo **realizzare modelli di organizzazione a basso impatto ambientale**. Non dimentichiamo di **rispettare, i monumenti e gli spazi naturali** che ci accolgono.

Ci impegniamo per rendere più leggera la nostra impronta ambientale **evitando gli sprechi, riducendo i consumi, promuovendo la raccolta differenziata, lo smaltimento dei rifiuti**, le forme di **mobilità sostenibile**.

1. Promuovere il più possibile modelli di organizzazione a basso impatto ambientale e verificare se l'evento comporti il consumo di suolo, nuove costruzioni, utilizzo di risorse aggiuntive (acqua) con conseguente stress sulla destinazione e sull'ambiente.
2. Rispettare la risorsa che ospita l'evento (ES Arena ecc.) e fare attenzione alla capacità di carico dell'evento.
3. Utilizzare sistemi di smaltimento adeguato e di raccolta di rifiuti.
4. Studiare forme di trasporto d'accesso all'evento a basso impatto.
5. Evitare inquinamento luminoso e acustico.
6. Informare e coinvolgere i partecipanti dell'evento nelle scelte a basso impatto ambientale, anche con finalità di marketing.





APPENDICE) GLOSSARIO

OGD / DMO	<p>Acronimo per “<i>Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD)</i>”, in inglese è “<i>Destination Management Organization</i>”. Corrisponde alla struttura organizzativa designata al management e al marketing di una destinazione turistica il cui compito è quello di coordinare le risorse del territorio e i rispettivi attori costruendo un’offerta turistica integrata, coerente con l’identità del luogo e la <i>vision</i> condivisa.</p> <p>Le Organizzazioni di Gestione della Destinazione (O.G.D.) nella Regione Veneto sono gli organismi costituiti a livello territoriale ai sensi dell’art. 9 della l.r. n. 11/2013 da soggetti pubblici e privati per la gestione integrata delle destinazioni turistiche del Veneto e la realizzazione unitaria delle funzioni di informazione, accoglienza turistica, promozione e commercializzazione dell’offerta turistica di ciascuna destinazione.</p> <p>Le OGD sono riconosciute dalla Giunta regionale sulla base di parametri e criteri che sono stati definiti con i provvedimenti di seguito elencati: Dgr n. 2286 del 10 dicembre 2013; Dgr n. 1361 del 28 luglio 2014; Dgr n. 588 del 21 aprile 2015; Dgr n. 190 del 21 febbraio 2017.</p> <p>Le OGD della Regione Veneto sono 16: Bibione e San Michele Al Tagliamento; Cavallino Treporti; DMO Caorle; Jesolo Eraclea; Verona; DMO Lago Di Garda; Po E Suo Delta; Pedemontana Veneta E Colli; Città d’arte E Ville Venete Del Territorio Trevigiano; Consorzio Destination Management Organization – DMO Dolomiti; Terre Vicentine; Padova; Venezia; Chioggia: Storia, Mare E Laguna; Terme E Colli Euganei; Riviera Del Brenta E Terra Dei Tiepolo.</p> <p>Per maggiori informazioni e per l’elenco aggiornato visita: https://www.regione.veneto.it/web/turismo/ogd</p>
DMP	<p>Acronimo per “<i>Destination Management Plan</i>” o in italiano “<i>Piano Strategico di Destinazione</i>”. Il DMP definisce le linee strategiche per la gestione di una destinazione turistica, in un determinato arco temporale, attraverso l’individuazione di una visione ed obiettivi condivisi tra tutti gli attori territoriali, l’identificazione di precise azioni e delle necessarie risorse organizzative e finanziarie.</p> <p>Per scoprire i Piani Strategici delle OGD della Regione Veneto visita: https://www.regione.veneto.it/web/turismo/dmp</p>
DMS	<p>Acronimo per <i>Destination Management System</i>. Il DMS è un database unico per l’inserimento, la gestione e la diffusione di dati relativamente a servizi turistici ricettivi, complementari, punti di interesse ed eventi, integrati in un unico software, nonché per la gestione delle funzioni di front office, informazioni turistiche, calendario, motore ricerca e</p>





	informazioni eventi, ricerca e booking on line di servizi ricettivi, di servizi complementari, di pacchetti turistici preconfezionati e con modalità "dynamic packaging" per la intera destinazione, sub territori e temi.
IAT	Acronimo per "Ufficio d'Informazione e Accoglienza Turistica". Gli IAT devono essere riconosciuti dalla Regione Veneto, per scoprire l'elenco aggiornato visita: https://www.regione.veneto.it/web/turismo/accoglienza-turistica
ICT	Acronimo per "Information and Communication Technologies". Rappresenta l'insieme delle numerose tecnologie di comunicazione che danno accesso alle informazioni. E' possibile categorizzare le tecnologie in tre sotto insiemi: le reti (telefonia fissa e mobile, banda larga, radiodiffusione, etc.), i terminali (pc, televisori, etc.) e i servizi (posta elettronica, motori di ricerca, e-commerce, online banking, etc.).
OLTA/OTA	Acronimo per "Online Travel Agencies", in italiano "Agenzie Turistiche Online". Si tratta delle agenzie di intermediazione online del settore turistico, ovvero portali di prenotazione su cui il turista può confrontare le diverse offerte relative ad una determinata destinazione in un determinato periodo di tempo ed eventualmente procedere alle operazioni di acquisto. In cambio di una provvigione fornita dalle strutture, le OLTA danno visibilità alle strutture stesse (web marketing turistico), mettono in contatto fornitori e clienti e si fanno intermediari delle operazioni di acquisto.
POI	Acronimo per "Point of Interest", in italiano "Punti d'Interesse".
STAKEHOLDER	Deriva dall'inglese "stake" (posta in gioco) e "holder" (detentore), in italiano i "Portatori d'Interesse". Con questo termine si indicano tutti quei soggetti che hanno un interesse nelle attività dell'organizzazione e della creazione dell'offerta turistica. Esempi sono: le imprese turistiche singole ed associate, i consorzi di imprese turistiche, gli enti locali, i gestori degli attrattori, la comunità residente etc.

