



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



Il marchio Ospitalità Calabria



OSPITALITÀ ITALIANA
QUALITY APPROVED





Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

Il progetto



Regione Calabria in accordo con Unioncamere Calabria, ha programmato azioni finalizzate all'innalzamento della qualità dei servizi al turista attraverso l'attivazione di un sistema di marchi di qualità. Dall'esperienza di oltre 15 anni di certificazioni con il marchio Ospitalità Italiana, nasce **Ospitalità Calabria**, promosso dall'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (Is.Na.R.T.) in collaborazione con la Regione Calabria, l'Unione delle Camere di Commercio della Calabria e le Camere di Commercio di Reggio Calabria, Crotone, Cosenza, Catanzaro e Vibo Valentia.

Ospitalità Calabria vuole dare risalto ad elementi tipici della tradizione calabrese caratterizzanti l'enogastronomia, la cultura, l'artigianato, presenti nell'offerta turistica del territorio come simbolo di identità territoriale e di accoglienza del turista.



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

Obiettivi del progetto



Certificare



OSPITALITÀ ITALIANA
QUALITY APPROVED

Promuovere

- Implementare un circuito virtuoso volto alla qualità del servizio
- Dare indicazioni oggettive ai clienti
- Fornire elementi di miglioramento agli operatori

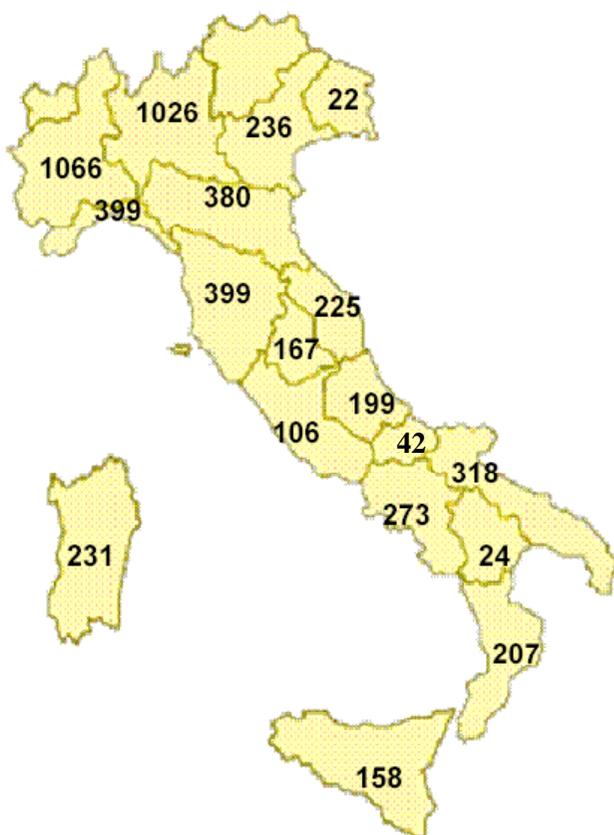


Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche

Il marchio in Europa



Il marchio Ospitalità Italiana è attivo in Italia dal 1997, ad oggi ha visto coinvolte oltre 15.000 strutture, certificandone 5.851 tra strutture ricettive e ristorative.



1998	5 Province
1999	14 Province
2000	17 Province
2001	25 Province
2002	30 Province
2003	37 Province
2004	45 Province
2005	60 Province
2006	70 Province
2007	72 Province
2008	74 Province
2009	80 Province
2010	85 Province
2011	85 Province

Hotel	2.230
Ristoranti	2.294
Agriturismo	896
Altro*	431

Calabria	
Hotel	78
Ristoranti	87
Agriturismo	31
Altro*	38

* B&B, Stabilimenti Balneari, Ittiturismo, Campeggi, HH



I vantaggi del marchio

Le imprese con il Marchio di qualità vendono in media dal 6 agli 8 punti percentuali in più rispetto alle imprese non certificate. Per Pasqua, in un momento di crisi profonda del turismo, la qualità premia con una previsione del 11,% in più rispetto alle altre imprese ricettive turistiche.

Anche nella ristorazione la certificazione Ospitalità italiana registra una vendita media pasti pari a oltre il 50% dei coperti, sia in alta stagione che in bassa.



I vantaggi del marchio

Occupazione camere/coperti (%)

	occupazione pax/camere imprese certificate Ospitalità Italiana				Variazione rispetto al totale Italia			
	Estate (giugno-agosto)	Autunno (settembre-Ottobre)	Inverno /Festività natalizie	Previsioni per Pasqua 2012	Estate (giugno-agosto)	Autunno (settembre-Ottobre)	Inverno /Festività natalizie	Previsioni per Pasqua 2012
Ricettività	62,2	47,0	33,5	47,0	3,0	6,4	8,4	11,8
Ristorazione	59,9	53,1	50,2	53,0				

Elaborazioni Isnart

I dati dell'indagine dell'Osservatorio Nazionale del Turismo ai Tour Operator internazionali che commercializzano l'Italia, rileva che circa il **33%** dei grandi buyer per la creazione dei pacchetti verso il nostro Paese **ricerca strutture ricettive con marchi e certificazioni di qualità.**

Fasi del progetto

Manifestazione di interesse consegnata alle singole CCIAA

Visita di valutazione da parte di un organismo terzo, accreditato ad Accredia

Commissione di valutazione presso CCIAA

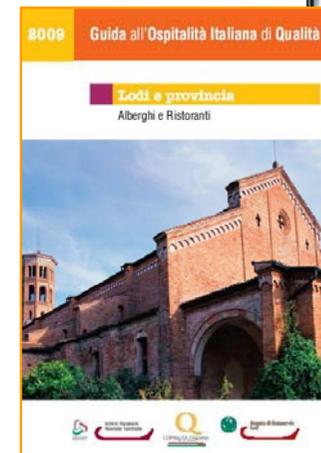
Lettere con suggerimenti da consultare sul sito

Premiazione

Gli strumenti di marketing



- Attestato – vetrofania - targa
- Guide Gambero Rosso
- Guide provinciali
- Siti Internet
- Presenza alle fiere
- Accordi con editori
- Educational
- Pubblicità sui mercati esteri
- Applicativo per i-Phone e i-Pod touch



Ristoranti Italiani nel Mondo

