



Camera di Commercio  
Cuneo



# COMUNICATO STAMPA

## **MARCHIO DI QUALITA' "OSPITALITA' ITALIANA": GIORGIO CHIESA ELETTO PRESIDENTE DELLA COMMISSIONE DI VALUTAZIONE**

La Giunta camerale nella riunione del 3 agosto ha nominato i componenti della Commissione di valutazione per l'accertamento dei requisiti del marchio di qualità "Ospitalità Italiana" per il triennio 2020-2023, affidando a Giorgio Chiesa la presidenza:

### **Enti**

Is.na.r.t. Roma

Regione Piemonte (settore turismo)

ATL del cuneese

Ente turismo Langhe Monferrato Roero

Consorzi turistici della provincia

Associazioni consumatori

Settore industria

Settore commercio

Settore artigianato

Settore agricoltura

### **Componenti designati**

Alessandra Arcese

Chiara Daniele

Mauro Bernardi

Elisa Casetta

Giuseppe Carlevaris

Riccardo Sartoris

Elena Lovera

Danilo Rinaudo

Manolo Allochis

Elisa Rebuffo

*"Nel ringraziare Andreino Durando che per molti anni ha presieduto la Commissione e ha creduto nel marchio come uno strumento reale di promozione delle strutture turistiche, vorrei riuscire a proseguire il lavoro di squadra con i nuovi componenti – sottolinea **Giorgio Chiesa** – per cogliere, da un lato, i bisogni dei nostri operatori turistici offrendo loro soluzioni innovative e convincenti, dall'altra valorizzare l'esperienza maturata negli anni per far vivere al turista che arriva sul nostro territorio un'esperienza di accoglienza e ospitalità autentica e indimenticabile".*

Il numero di strutture turistiche della provincia aderenti al marchio è cresciuto negli anni: oggi se ne contano **233** tra alberghi, ristoranti, residenze turistico-alberghiere, agriturismi, campeggi, bed & breakfast, rifugi sia alpini, sia escursionistici e agenzie di viaggio che effettuano incoming.

Il marchio di qualità, che negli anni è diventato uno strumento di valorizzazione a livello nazionale e una garanzia per il turista, è subordinato al rispetto di un vero e proprio "circuito di qualità" i cui parametri oggettivi sono verificati attraverso visite periodiche. La proposta formativa in tema di marketing, qualità del servizio, aggiornamento professionale e analisi delle nuove tendenze del comparto turistico ha inoltre permesso ai titolari delle strutture di vivere momenti di confronto e crescita nelle proprie competenze.

Per qualificare l'offerta turistica in modo sempre più efficace, IS.NA.R.T. (Istituto Nazionale per le Ricerche Turistiche) di Roma, società titolare del marchio, ha iniziato un lavoro di revisione della certificazione con l'introduzione di uno strumento di "rating" per rendere la valutazione più dinamica e rispondente, oltre alla qualità del servizio, a tre nuove aree di indagine quali **la promozione del territorio**, intesa come la capacità di connessione della struttura al territorio, **l'identità**, che rappresenta la coerenza della struttura rispetto a come si propone al cliente e **la notorietà**, quale insieme di riconoscimenti ottenuti dai social e dalle guide al fine di valutarne la reputazione e il gradimento.

La Commissione appena nominata si riunirà a inizio settembre per un primo confronto e per progettare le nuove azioni alla luce delle sfide che il variegato mondo del turismo impone e considerata la rilevanza che il settore ha acquistato nell'ambito dell'economia provinciale.

*"Il turismo è un importante volano del nostro territorio a cui la Camera di Commercio dedica linee di attività e risorse specifiche – sottolinea **Mauro Gola, Presidente dell'Ente camerale** -. In sinergia con i principali attori del comparto, Regione, ATL, consorzi turistici e associazioni di categoria, operiamo con l'obiettivo che il marchio di qualità "Ospitalità italiana" contribuisca a veicolare il messaggio della sicurezza e dell'affidabilità "cuneese". Dopo l'esperienza del lockdown, i mesi futuri probabilmente porteranno meno viaggi in termini quantitativi, ma le persone tenderanno a trascorrere più tempo in destinazioni vicine al loro luogo di residenza al fine di ridurre i tempi di trasporto e, quindi, le possibilità di essere*

*esposti a possibili virus. Il bisogno di sicurezza, l'interesse a vivere esperienze non lontano da casa saranno le nuove peculiarità della domanda turistica rispetto alle quali immaginare nuovi scenari, strategie e soluzioni".*

Cuneo, 12 agosto 2020