



Allegato A.1

Testo non ufficiale. Il testo ufficiale è in corso di pubblicazione sul BURP.

LINEE GUIDA RELATIVE AL COORDINAMENTO E ALLA QUALIFICAZIONE DEL SISTEMA DELL'ACCOGLIENZA TURISTICA LOCALE ATTRAVERSO LA RETE REGIONALE DEGLI UFFICI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA DEI COMUNI.

Premessa

Con il presente documento si approvano le Linee Guida relative alla qualificazione del sistema dell'accoglienza turistica locale della Regione Puglia, con l'intento di definire gli standard minimi di qualità delle attività di accoglienza e informazione turistica locale svolte dagli Uffici I.A.T. dei Comuni (d'ora innanzi *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale*). La necessità di definizione delle presenti Linee Guida è contemplata nel Piano Strategico Regionale del Turismo della Puglia approvato con DGR del 14 febbraio 2017, n. 191 che prevede un adeguamento delle precedenti "Linee Guida relative a compiti, funzioni, criteri, procedure, ambiti operativi e territoriali degli Uffici IAT della Puglia" – DGR 20 dicembre 2012, n. 2873 come modificata da DGR 29 gennaio 2013, n. 41, in relazione ai nuovi obiettivi strategici che l'Agenzia Regionale del Turismo-Pugliapromozione è chiamata a perseguire in materia di accoglienza turistica e in virtù della funzione di coordinamento della Rete Regionale degli Info-Point turistici dei Comuni (art 40, comma 2, della Legge 28 dicembre 2012, n. 45 e art. 7, comma 1, della Legge 11 febbraio 2002 e ss.mm.ii.)

L'Agenzia Pugliapromozione svolge funzioni e compiti di coordinamento della Rete del Sistema di Informazione e Accoglienza turistica degli Uffici Info-Point turistici promuovendo l'immagine coordinata e l'adeguamento degli standard di qualità relativi alle attività di accoglienza turistica in tutto il territorio regionale.

La Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione promuovono modelli di collaborazione e partenariato pubblico-privato per la costruzione di reti di soggetti, operanti a vario titolo nel settore dell'informazione e dell'accoglienza turistica, con l'obiettivo di potenziare il sistema dell'accoglienza e ponendo attenzione alla sua dimensione gestionale oltre che alla sua sostenibilità nel tempo.

L'accoglienza è la sostanza dell'esperienza turistica, ovvero il risultato delle relazioni che un turista ha con l'intero sistema locale. La percezione globale del livello di accoglienza di una destinazione risiede nella qualità e nella personalizzazione dei servizi offerti non solo dagli operatori turistici e dagli addetti ai lavori,



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

ma anche da chi opera in altri ambiti ed entra in contatto con gli ospiti. Cambiano i comportamenti dei turisti, cambiano le aspettative: da ospiti in cerca di informazioni a *viaggiatori consapevoli* sempre più informati preventivamente e in cerca di esperienze personalizzate, di valore aggiunto e di un supporto reale da parte della destinazione, prima, durante e dopo il soggiorno.

Per ciascuna fase dell'esperienza turistica (*pre, core, post-experience*), le interazioni-punti di contatto che il turista ha con la destinazione costituiscono le variabili su cui inevitabilmente il visitatore costruisce la propria opinione della destinazione, oltre che la sua reputazione, e su cui occorre operare per qualificare il processo dell'accoglienza. Diversificazione e personalizzazione dei servizi di fruizione, accessibilità alle informazioni ed ai luoghi, concorrono dunque a qualificare il sistema dell'accoglienza di una destinazione e la percezione che si ha di esso in tutte le fasi dell'esperienza di viaggio in termini di soddisfazione dei propri bisogni.

In questo contesto, se la richiesta materiale è dunque esplicita, quella immateriale è implicita: ciò si traduce in desiderio di maggiore attenzione, relazione e contatto umano, aspettative legate a quella cultura dell'ospitalità che è alla base del nostro capitale identitario.

Articolo 1 - Mission degli Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale

1. Le attività di accoglienza turistica, così come definite nella premessa, sono svolte attraverso gli Info-Point turistici dei Comuni che costituiscono la "Rete Regionale" del Sistema di Informazione e Accoglienza turistica della Puglia.
2. I servizi erogati dagli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* sono finalizzati a soddisfare i bisogni e le esigenze degli ospiti in tutte le fasi dell'esperienza turistica (*pre, core, post experience*) in linea con gli obiettivi del Piano Strategico Regionale del Turismo e con le strategie di marketing adottate da Pugliapromozione.
3. La mission cui deve essere improntata la gestione degli Uffici Info-Point turistici è: "*Puglia 365 - la Puglia come destinazione turistica in grado di offrire emozioni uniche 365 giorni l'anno*".
4. Ciascun Info-Point turistico promuove le identità locali e fornisce informazioni e assistenza turistica in riferimento all'intero territorio regionale, utilizzando ed alimentando il Sistema Informativo Regionale Turistico (SIR-Tur).

Articolo 2 - La Rete Regionale degli Uffici Info-Point turistici

1. La Rete Regionale degli Uffici Info-Point turistici è una rete integrata e multilivello, coordinata dall'Agenzia Pugliapromozione e strutturata in ambiti territoriali corrispondenti alle aree



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

turisticamente rilevanti della Regione Puglia promosse da Pugliapromozione, quali: a) Gargano e Daunia; b) Puglia Imperiale; c) Bari e la costa; d) Valle d'Itria e Murgia dei Trulli; e) Magna Grecia, Murgia e Gravine; f) Salento.

2. In ciascuna delle suddette aree vi sono i Comuni di cui all'elenco allegato al presente documento, nei cui territori possono essere istituiti gli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* con la finalità di promuovere l'immagine coordinata della destinazione e offrire strumenti innovativi di fruizione del territorio regionale.
3. Concorrono al supporto operativo degli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* gli uffici di Pugliapromozione dislocati nelle n.6 sedi territoriali di Bari, Brindisi, San Giovanni Rotondo, Lecce, Taranto e Trani.

Articolo 3 – Istituzione degli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale*

1. La Regione, attraverso l'Agenzia Pugliapromozione, promuove Accordi con i Comuni finalizzati alla istituzione di nuovi *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale*, previo nulla osta da parte della Sezione Turismo della Regione Puglia.
2. L'Accordo prevede che l'*Ufficio Info-Point turistico della Rete Regionale* sia riconosciuto secondo requisiti di idoneità che tengano conto degli standard minimi di qualità di cui all'art. 6.
3. L'accordo è approvato con atto adottato dall'organo comunale competente e indica i tempi, le modalità, il finanziamento e ogni altro adempimento connesso all'attività degli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale*.
4. Possono partecipare agli accordi istitutivi anche altri enti pubblici della Puglia (enti gestori beni culturali, enti di sviluppo locale, enti parco, ecc.).
5. L'Agenzia Pugliapromozione può promuovere l'attivazione di ulteriori accordi finalizzati a potenziare le attività di accoglienza e informazione turistica svolte dagli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale*.
6. Non è consentita la costituzione di più *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* nello stesso Comune, se non per esigenze stagionali in località interessate da significativi flussi turistici o in prossimità di gate di accesso (porti, aeroporti, stazioni ferroviarie).

Articolo 4 - Impegni dei Comuni per l'istituzione e la gestione degli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale*

I Comuni, nell'ambito degli Accordi di cui all'art. 3, assumono i seguenti impegni:

- a) garantire la disponibilità della sede dell'Info-Point turistico in locale idoneo da destinarsi ad ufficio aperto al pubblico, ubicato preferibilmente nel centro cittadino o, comunque, in luoghi di affluenza turistica;
- b) provvedere al mantenimento degli Info-Point turistici con risorse proprie;



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

- c) garantire la copertura assicurativa per danni a persone o cose presenti nei locali dell'Ufficio Info-Point turistico, nonché provvedere alle spese relative ai costi di gestione (pulizie, utenze varie, ecc.);
- d) assicurare l'adeguamento agli standard qualitativi di cui all'art. 6 dell'allestimento estetico, degli arredi, dei segni distintivi, delle insegne esterne;
- e) assicurare l'adozione di badge e divise identificativi per il personale addetto al front-office secondo gli standard di cui all'art. 6;
- f) realizzare e installare adeguata segnaletica dei punti informativi, nel territorio comunale, condividendo la linea estetica con l'Agenzia Pugliapromozione;
- g) garantire l'apertura dell'ufficio e le attività di informazione e accoglienza turistica nei giorni e negli orari stabiliti secondo gli standard di cui all'art. 6;
- h) garantire la qualità dei servizi erogati e la professionalità delle risorse umane impiegate secondo gli standard di cui all'art. 6;
- i) assicurare la distribuzione del materiale informativo e promozionale edito dall'Agenzia Pugliapromozione;
- j) fornire all'Agenzia Pugliapromozione ogni informazione e contenuto editoriale o multimediale prodotto nell'ambito delle attività di promozione turistica del territorio comunale, al fine di integrare tali output nel sistema regionale di promozione turistica (SIRTUR - portale turistico regionale, strumenti di comunicazione online e offline);
- k) effettuare un servizio di reportistica e monitoraggio consistente nella rilevazione dati sull'affluenza, sulla provenienza degli utenti, sulla tipologia di informazioni richieste, ecc. Tale rilevazione avverrà esclusivamente attraverso strumenti software e/o file elettronici, sulla base delle indicazioni fornite dall'Osservatorio regionale del Turismo, garantendo la trasmissione dei dati all'Agenzia Pugliapromozione con periodicità mensile;
- l) collaborare con gli operatori turistici locali al fine di garantire la qualità dell'offerta turistica complessiva, trasferendo informazioni relative alle attività ed azioni svolte da Pugliapromozione nei vari ambiti;
- m) raccogliere eventuali segnalazioni e reclami inerenti la fruizione turistica e trasmetterli all'Agenzia Pugliapromozione.

Articolo 5 - Modalità di Gestione

1. Le attività di informazione e accoglienza turistica svolte negli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* possono essere gestite direttamente dal Comune oppure affidate ad **associazioni** - ivi comprese le associazioni pro loco iscritte al relativo albo regionale - **società, consorzi o cooperative, che svolgano tali attività secondo il proprio atto costitutivo, selezionati nel rispetto della normativa vigente in materia di appalti pubblici (D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e ss.mm.ii), nonché della normativa in materia di trasparenza della pubblica amministrazione e di prevenzione della corruzione (Legge 190/2012, D.Lgs. n. 33/2013 e ss.mm.ii.).**



2. I soggetti affidatari della gestione degli Uffici Info-Point turistici operano in nome e per conto dell'ente comunale e non possono in nessun caso apporre o utilizzare segni distintivi differenti da quelli identificativi dell'immagine coordinata della Rete Regionale.
3. All'interno degli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* è possibile effettuare attività di vendita al pubblico di *prodotti promozionali del brand Puglia*, solo se previamente e specificamente concordata con l'Agenzia Pugliapromozione. A tal fine l'Agenzia concede, a titolo gratuito, l'utilizzo dei segni distintivi della destinazione da imprimere sui prodotti oggetto di vendita. Le attività di vendita al pubblico dei suddetti prodotti promozionali producono, come unico beneficio per l'Agenzia Pugliapromozione, l'incremento dell'efficacia promozionale del brand Puglia attraverso la distribuzione di prodotti/oggetti personalizzati con i segni evocativi della destinazione.
4. Per le suddette attività di vendita, è interesse dell'Agenzia Pugliapromozione: a) che l'attività di vendita sia praticata nel pieno rispetto di tutte le norme di legge applicabili; b) che il gestore disponga degli strumenti necessari per ricevere i pagamenti anche in valuta straniera; c) che i prezzi di vendita praticati dal gestore siano del tutto allineati con i prezzi di mercato.
5. All'interno degli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* è possibile effettuare interventi di promozione del territorio attraverso l'individuazione di spazi espositivi, di co-working e/o di animazione culturale, con particolare riferimento alle seguenti attività:
 - *industrie creative pugliesi*: esposizione di prodotti rappresentativi della creatività pugliese applicata alla manifattura e alla produzione industriale per le categorie design, comunicazione, architettura;
 - *saperi e sapori*: esposizione di prodotti tipici locali legati al segmento *food* in co-branding con gli operatori del territorio, degustazioni, realizzazione di attività laboratoriali e/o di co-working, finalizzate alla conoscenza della cultura e delle identità locali;
 - *fruizione innovativa*: realizzazione di installazioni creative, videoproiezioni, realtà aumentata, videomapping, e altri strumenti innovativi di fruizione e conoscenza del territorio;
6. Le attività di cui al precedente comma, ambientate nei locali stessi degli Info-Point turistici o negli spazi attigui, erogate gratuitamente agli ospiti e opportunamente calendarizzate, ad esempio in concomitanza con eventi, festività o nei week-end, risulteranno utili a stimolare la curiosità degli utenti, favorendo le visite e migliorando la *customer satisfaction* connessa alla fruizione dell'Info-Point stesso.
7. Eventuali altre attività, non espressamente richiamate dalle presenti Linee Guida, ovvero ogni variazione delle modalità di gestione degli *Uffici Info-Point della Rete Regionale* dovranno essere vagliate e autorizzate dagli uffici regionali competenti e dall'Agenzia Pugliapromozione ove coerenti con le presenti Linee Guida.

Articolo 6 - Standard minimi di qualità



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

1. Gli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* sono gestiti in modo da assicurare i seguenti standard minimi di qualità e di funzionamento garantiti dai Comuni che provvedono al mantenimento degli stessi Info-Point turistici con risorse proprie.
2. I servizi di accoglienza, assistenza ed informazione turistica erogati dagli Info-Point turistici della Rete Regionale sono finalizzati a soddisfare i bisogni e le esigenze degli utenti nel rispetto dei principi di *cortesia, trasparenza, professionalità, imparzialità, chiarezza e comprensibilità del linguaggio, efficienza ed efficacia*, come indicato nella *Carta dei Servizi* allegata al presente documento.
3. Gli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* assicurano la possibilità, anche per persone con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale, di raggiungere l'edificio, di entrarvi agevolmente e di fruirne spazi e attrezzature in condizioni di adeguata sicurezza e autonomia nel rispetto della normativa vigente in materia di azzeramento delle barriere architettoniche (Legge 5 febbraio 1992, n. 5 e ss.mm. recante "*Legge-quadro per l'assistenza, l'integrazione sociale e i diritti delle persone handicappate*").
4. Le informazioni turistiche sono erogate al front-office, anche attraverso l'ausilio di strumentazioni digitali atte a favorire l'accesso alle informazioni da parte dei soggetti disabili nel rispetto della normativa vigente in materia (Legge 9 gennaio 2004, n. 4 recante "*Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici*").
5. Gli Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale assicurano l'apertura dei propri sportelli durante tutto l'anno garantendo lo **standard minimo e inderogabile di n. 36 ore settimanali.**
6. Nel periodo estivo (giugno-settembre) gli Uffici Info-Point turistici garantiscono l'apertura dei propri sportelli per giorni 7/7, dal lunedì alla domenica, inclusi ponti e festivi.
7. Gli Uffici Info-Point turistici istituiti per esigenze stagionali, come previsto dall'art. 3, comma 6, osservano lo standard minimo di n. 36 ore settimanali nei periodi interessati da maggiore affluenza turistica.
8. Gli Uffici Info-Point turistici rispettano scrupolosamente gli orari di apertura dei propri sportelli che vengono preventivamente e adeguatamente resi noti al pubblico. Gli orari stabiliti su base stagionale sono immutabili e vengono comunicati a Pugliapromozione per l'aggiornamento delle informazioni sui materiali editoriali e sui canali web istituzionali.
9. All'interno di ciascun Ufficio Info-Point turistico è sempre garantita la possibilità di chiedere e ricevere informazioni turistiche in lingua inglese attraverso il personale addetto al front-office.
10. Gli Uffici Info-Point turistici rilevano i dati sull'affluenza e provenienza degli utenti, sulla tipologia di informazioni richieste, sulla *guest satisfaction* connessa alla visita e gestiscono gli eventuali reclami in tema di fruizione turistica attraverso strumenti informatici e comunque secondo le indicazioni fornite dall'Agenzia Pugliapromozione e dall'Osservatorio regionale del Turismo.
11. Gli Uffici Info-Point turistici garantiscono supporto nell'organizzazione e nella prenotazione di itinerari di visita e attività di fruizione del territorio in ambito locale in collaborazione con operatori pubblici.



12. Gli standard di qualità per ciascun Ufficio Info-Point turistico devono essere codificati nella *Carta dei Servizi*, pubblicata nei locali degli Info-Point turistici oltre che nel sito web del Comune.
13. Il personale addetto al front-office deve essere dotato di badge identificativi e divise dal layout fornito dall'Agenzia Pugliapromozione. Le divise devono essere adeguate ai diversi periodi dell'anno e prodotte in modo da assicurare un adeguato ricambio.
14. Gli uffici Info-Point turistici presentano l'immagine coordinata degli arredi e dei segni distintivi. A tal fine utilizzano l'Abaco predisposto dall'Agenzia Pugliapromozione a seguito di concorso di idee. L'allestimento estetico interno ed esterno degli Uffici Info-Point turistici è conforme al layout grafico fornito da Pugliapromozione, compatibilmente con le caratteristiche strutturali dei locali utilizzati. Il progetto tecnico ed il capitolato dei lavori sono preventivamente validati dall'Agenzia Pugliapromozione.
15. I segni distintivi che contrassegnano gli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* sono utilizzati per la segnaletica stradale (compatibilmente con la normativa vigente in materia) e per le insegne esterne.
16. Gli Uffici Info-Point turistici curano le attività di *social customer service* e *social media marketing* attraverso i principali social network; creano e gestiscono pagine Facebook e/o Instagram dedicate, coordinandosi con l'Agenzia Pugliapromozione e adottando il layout grafico della comunicazione fornito dall'Agenzia. La creazione di contenuti originali, testuali oltre che foto e video, è indispensabile per comunicare le attività svolte quotidianamente e per raccontare ciò che la Puglia ha da offrire come destinazione turistica.
17. Gli Uffici Info-Point turistici garantiscono la distribuzione di materiali editoriali editi dall'Agenzia Pugliapromozione e provvedono, con proprio personale, all'approvvigionamento.
18. Il personale addetto al front-office partecipa alle iniziative e agli incontri di informazione e formazione che l'Agenzia Pugliapromozione organizza ai fini del coordinamento e della diffusione di buone pratiche nella gestione dell'accoglienza turistica.

Articolo 7 - Materiali informativi

1. L'Agenzia Pugliapromozione verifica ed approva i materiali informativi e promozionali realizzati e distribuiti negli Info-Point turistici, al fine di garantire gli standard contenutistici e grafici adottati a livello regionale.
2. È possibile che siano distribuiti altri materiali promozionali forniti da operatori privati o da altri soggetti o enti, purché esposti in apposita area identificata all'interno degli uffici e comunque funzionali alla fruizione del territorio.

Articolo 8 - Monitoraggio, annullamento e sospensione dell'Accordo istitutivo

1. La Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione potranno effettuare periodicamente interventi di monitoraggio per la verifica dell'osservanza di una o più clausole delle presenti Linee Guida.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

2. L'Agenzia Pugliapromozione, sentito il parere della Regione Puglia, può procedere all'annullamento dell'Accordo istitutivo degli Uffici Info-Point turistici nei seguenti casi:
 - a) comprovata inadeguatezza della gestione tale da non risultare più conforme a tutti gli standard di qualità e funzionamento richiesti nelle presenti Linee Guida;
 - b) accertata violazione dei principi di imparzialità, accessibilità, sicurezza, uguaglianza nella erogazione del servizio all'utenza e/o violazione di altre norme di legge;
 - c) comportamenti gravemente lesivi dell'immagine della Regione e/o dell'Agenzia Pugliapromozione;
 - d) violazione di leggi nazionali e/o regionali e prescrizioni comunali nell'erogazione del servizio.
3. In caso di mancata osservanza di una o più clausole delle presenti Linee Guida l'Agenzia Pugliapromozione, sentito il parere della Regione Puglia, può procedere alla sospensione dell'Accordo e diffidare il Comune all'immediato adeguamento.
4. Nel caso di ulteriore mancato adeguamento, l'Agenzia Pugliapromozione, sentito il parere della Regione Puglia, può procedere d'ufficio all'annullamento dell'Accordo istitutivo e richiedere all'ente istituyente, che è tenuto ad adempiere alla richiesta entro e non oltre 30 giorni dalla notifica della stessa, la rimozione dei segni distintivi della Rete Regionale.

Articolo 9 - Potenziamento e qualificazione delle attività con risorse aggiuntive

1. Con la finalità di potenziare la qualità delle attività di informazione turistica svolte dagli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* i Comuni possono avvalersi di risorse finanziarie reperite tramite fonti di finanziamento ulteriori e diverse da quelle proprie.
2. Tra le risorse aggiuntive rientrano anche le risorse finanziarie stanziare per l'attuazione del Piano Strategico del Turismo della Puglia.

Articolo 10 – Clausola di salvaguardia

1. I Comuni già titolari di *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* in data antecedente all'adozione delle presenti Linee Guida, si impegnano attraverso la sottoscrizione di un atto unilaterale d'obbligo all'adeguamento estetico e funzionale degli Info-Point turistici entro e non oltre 8 mesi dall'entrata in vigore delle presenti Linee Guida.
2. Per gli interventi di adeguamento potranno concorrere le risorse regionali di cui all'art. 9, comma 2, secondo modalità e tempi previsti dall'Agenzia Pugliapromozione.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Allegato A.2

Carta dei Servizi degli Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale

L'obiettivo della presente Carta dei Servizi è quello di presentare i servizi offerti dagli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* e di definire le modalità della loro erogazione, prestando una continua attenzione alle esigenze dell'utente nelle fasi di programmazione e gestione del servizio, attenendosi ai principi che seguono.

Trasparenza: gli operatori del servizio di Info-Point turistico garantiscono agli utenti e alle istituzioni un comportamento chiaro, leale e responsabile. Gli operatori erogano il servizio di informazione in modo imparziale e senza favorire alcun operatore economico della regione, accompagnando l'utenza nella ricerca dei servizi più consoni alle proprie esigenze, lasciando ad essa la libera scelta tra le opzioni disponibili.

Efficacia ed efficienza: gli operatori dell'Info-Point turistico si impegnano quotidianamente a gestire in maniera ottimale le risorse a disposizione e ad erogare un servizio pertinente e adeguato alle richieste e necessità dell'utenza.

Professionalità: cortesia, disponibilità, chiarezza sono i requisiti fondamentali degli operatori dell'Info-Point turistico, i quali devono essere in possesso delle seguenti competenze: eccellenti capacità di comunicazione e un'ottima proprietà di linguaggio; capacità di comunicare fluentemente in lingua inglese e, preferibilmente, anche in un'altra lingua straniera; conoscenza approfondita del territorio e delle sue risorse naturali e artistiche; conoscenza dei principali strumenti digitali di promozione dell'Agenzia Pugliapromozione.

Uguaglianza e imparzialità: i servizi offerti sono forniti agli utenti senza distinzione di razza, sesso, religione, nazionalità, lingua, ideologia, condizione fisica e sociale e devono essere accessibili agli anziani, ai portatori di handicap e/o ad altre categorie più deboli. Il comportamento nei confronti dell'utente è ispirato a criteri di obiettività, giustizia e imparzialità.

Accessibilità alle informazioni: il servizio di accoglienza turistica e di informazione è sempre erogato e garantito negli uffici secondo gli orari di apertura, chiaramente indicati e comunicati, nel rispetto di quanto stabilito dalle Linee Guida salvo cause di forza maggiore o imprevisti imputabili a terzi. La continuità nell'erogazione delle informazioni è altresì garantita attraverso gli strumenti di comunicazione on-line.

Gli *Uffici Info-Point turistici della Rete Regionale* assicurano la possibilità, anche per persone con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale, di raggiungere l'edificio, di entrarvi agevolmente e di fruirne spazi e attrezzature in condizioni di adeguata sicurezza e autonomia nel rispetto della normativa vigente in materia di azzeramento delle barriere architettoniche (Legge 5 febbraio 1992, n. 5 e ss.mm. recante "*Legge-quadro per l'assistenza, l'integrazione sociale e i diritti delle persone handicappate*"). Le informazioni turistiche sono erogate al front-office, anche attraverso l'ausilio di strumentazioni digitali atte a favorire l'accesso alle informazioni da parte dei soggetti disabili nel rispetto della normativa vigente in materia (Legge 9 gennaio 2004, n. 4 recante "*Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici*").



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Utenti: i target

Precisare le categorie di utenti degli Info-Point turistici consente di definire i differenti servizi e le attività che l'ufficio deve offrire.

I segmenti individuati sono:

- a) Utenti del sistema turistico;
- b) Utenti del sistema locale e territoriale;
- c) Attori non turistici
- d) Utenti interni

All'interno di ciascun segmento sono stati individuati i seguenti target:

a) Utenti del sistema turistico

- Turisti e visitatori *leisure*;
- Turisti e visitatori *business*;
- Guide e accompagnatori turistici;
- Agenti di viaggio incoming e tour operator;
- Gestori di strutture ricettive ed operatori turistici;
- Pro Loco di Puglia;
- Uffici pubblici del settore turistico;
- Altre imprese, professioni e associazioni turistiche;
- Associazioni di categoria;
- Sistema della comunicazione turistica.

b) Utenti del sistema locale e territoriale

- Residenti, cittadini e comunità locale;
- Enti e associazioni locali;
- Istituti di formazione e ricerca;
- Sistema delle imprese (non turistiche);
- Osservatorio turistico regionale;

c) Altri attori non turistici

- Addetti alle attività della comunicazione;
- Istituti di formazione e ricerca;
- Enti, istituzioni, associazioni;
- Sistema della comunicazione non turistica.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

d) Utenti interni all'Ente pubblico

- Dipendenti;
- Collaboratori;
- Gestori.

Funzioni e attività: i servizi

Le prestazioni che gli Info-Point turistici dovranno garantire ed erogare sono riportate nella tabella A in calce a questo paragrafo.

Le *informazioni* erogate dagli Info-Point turistici agli utenti sono sia *informazioni semplici* che *informazioni complesse*. Queste ultime richiedono l'elaborazione e/o l'acquisizione di più informazioni semplici già predisposte e fruibili, con conseguente produzione di una sintesi verbale (informazione allo sportello o telefonica) o scritta (informazione via e-mail, fax, web). Le informazioni complesse necessitano quindi di tempi di risposta maggiori rispetto a quelle semplici e, talvolta, l'utente, a causa della complessità della risposta, è invitato ad attendere.

A supporto dei gestori del servizio vi è il sistema informativo regionale del turismo, comprensivo del portale regionale ufficiale del turismo, del database generale delle strutture ricettive e degli ulteriori strumenti digitali per la personalizzazione degli itinerari (Viaggiareinpuglia.it, Agenziapugliapromozione.it, App Visit Puglia, *Tripplanner* di Viaggiareinpuglia.it).

Questi i servizi minimi che dovranno essere garantiti dall'erogatore del servizio nell'attività di front-office turistico dell'Info-Point:

- apertura della sede nei giorni e negli orari previsti e adeguatamente resi noti al pubblico;
- attività di prima accoglienza, fornendo informazioni utili per la conoscenza e la fruizione del territorio, secondo richieste e modalità relative ai vari target (tabella A);
- distribuzione gratuita di materiale informativo e promozionale, cartaceo o multimediale, in lingua italiana e straniera, anche per utenti disabili;
- attività di supporto all'accoglienza di ospiti e pubblico giunti in Puglia per eventi, manifestazioni, spettacoli, mostre, fiere ed esposizioni, mercatini, meeting, congressi, ecc.;
- attività di supporto all'accoglienza nell'ambito di Educational Tour organizzati dall'Agenzia Pugliapromozione;
- consultazione del database dell'Agenzia Pugliapromozione per il reperimento di informazioni relative agli operatori dei servizi per il turismo, della ricettività, della ristorazione, anche con riferimento al livello di accessibilità per categorie deboli;
- servizio di informazione on-desk e on-line sugli eventi di promozione e valorizzazione turistica realizzati nel territorio regionale;
- informazione ed assistenza turistica e sanitaria nei confronti dei turisti stranieri relativi alla modalità di utilizzo del Servizio Sanitario Nazionale (compilazione del modello E-111 necessario per



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

l'assistenza sanitaria gratuita dei turisti all'estero in caso di emergenza e bisogno, reperibilità di strutture e servizi, informazioni generiche, stipulazione di polizze assicurative specifiche ecc.).

Gli standard qualitativi degli sportelli Info-Point turistici saranno periodicamente sottoposti a revisione attraverso l'analisi di appositi questionari volti alla misurazione della *customer satisfaction* predisposti dall'Agenzia Pugliapromozione e somministrati agli utenti dagli operatori del servizio.

Unitamente a questo, gli operatori dovranno essere in grado di accogliere e registrare opinioni, proposte e reclami al fine di migliorare l'offerta dei servizi e dei sistemi turistici e territoriali, nonché raccogliere ogni informazione statistica circa l'attività effettuata secondo le indicazioni e le modalità di rilevamento fornite dall'Agenzia Pugliapromozione.

Tabella A: Tipologia delle informazioni relative ai servizi standard (elenco indicativo e non esaustivo)

Settori e servizi	Informazioni
Mobilità e trasporti	<ul style="list-style-type: none"> • Aeroporti; • Porti e collegamenti marittimi; • Treni; • Trasporto pubblico locale; • Rete stradale e autostradale; • Taxi; • Autonoleggio; • Noleggio con conducente; • Noleggio scooter e bici; • Piste ciclabili.
Strutture ricettive Ristorazione Stabilimenti balneari	<ul style="list-style-type: none"> • Indirizzi, recapiti, servizi, prezzi, orari, accessibilità per disabili e utenti con esigenze specifiche.
Beni culturali – risorse naturali e paesaggistiche	<ul style="list-style-type: none"> • Musei, palazzi, luoghi di culto, siti archeologici, borghi tipici, ecc. • Parchi e riserve naturali, aree marine, paesaggio rurale e costiero, ecc. • Tradizioni, riti, costumi, ecc. • Itinerari storico-artistici e/o naturalistici.
Tempo libero	<ul style="list-style-type: none"> • Biblioteche, parchi tematici, parchi acquatici, masserie didattiche, ecc. • Impianti sportivi.
Eventi ed attività	<ul style="list-style-type: none"> • Mostre, concerti, sagre, spettacoli teatrali, conferenze, eventi sportivi, ecc. • Laboratori, workshop, visite guidate, trekking, escursioni, ecc.



UNIONE EUROPEA
 POR FESR-FSE 2014 - 2020
 Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
 ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
 GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
 Puglia
 Agenzia Regionale del Turismo

Servizi di informazione e accoglienza turistica	<ul style="list-style-type: none"> • Info-Point turistici della Rete Regionale; • Altri punti informativi.
Servizi turistici e di pubblica utilità	<ul style="list-style-type: none"> • Elenchi guide turistiche; • Agenzie di viaggio; • Agenzie immobiliari; • Banche; • Poste; • Farmacie; • Rappresentanze estere.
Numeri di emergenza	<ul style="list-style-type: none"> • Forze dell'ordine; • Soccorso sanitario; • Guardia medica; • Soccorso stradale.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POR Puglia FESR FSE 2014-2020

Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali
Azione 6.8 - Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D17004890009

Allegato A.3

Linee Guida per la social customer service

Si indicano qui di seguito le Linee Guida consigliate al fine di svolgere una efficace attività di social media marketing attraverso Facebook in relazione al servizio di informazione ed accoglienza turistica erogato presso gli Info-Point turistici della Rete Regionale.

I social network rappresentano per i soggetti gestori degli Info-Point turistici uno strumento di:

- comunicazione delle proprie attività;
- conduzione della customer service;
- promozione della Puglia come destinazione turistica.

Pagina Facebook. La pagina fan è lo strumento social per connettersi con turisti, pugliesi o fan della Puglia in senso esteso. Essa dovrebbe contenere negli appositi campi le descrizioni delle attività svolte, dei contatti, degli orari e dei siti di riferimento (quelli dell'Agenzia Pugliapromozione).

La *grafica* da utilizzare nei loghi e nelle immagini di copertina della pagina dovrebbe essere preventivamente concordata con l'Agenzia Pugliapromozione, al fine di veicolare agli utenti l'immagine coordinata del sistema regionale dell'accoglienza turistica.

Tone of voice. Il linguaggio da utilizzare nel copy, nei commenti e nei messaggi dovrebbe essere semplice e vicino a chi scrive, ma non troppo informale, consono ad un ufficio di informazione e accoglienza turistica istituzionale.

Lingua. È consigliabile predisporre i contenuti in doppia lingua, italiano e inglese.

Creazione di contenuti. Sarebbe opportuno disporre di contenuti originali (testi, immagini e video liberi da copyright) per creare e animare la community e raccontare le attività svolte dall'Info-Point turistico, le informazioni fornite ai turisti, ciò che la Puglia ha da offrire come destinazione turistica.

L'utilizzo degli hashtag nel copy dei post Facebook dovrebbe essere allineato alle campagne dell'ARET-Pugliapromozione. Nello specifico, #WeAreinPuglia dovrebbe essere inserito nei post che descrivono la Puglia come destinazione turistica a 360 gradi e dovrebbe essere accompagnato dall'hashtag #VieniaMangiareinPuglia in occasione di post dedicati al food.

Utilizzo di contenuti o attività di content curation. Sulla pagina si potranno postare contenuti multimediali (es.: link a redazioni esterne) creati da fonti autorevoli e inerenti alle tematiche della pagina.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POR Puglia FESR FSE 2014-2020

Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali
Azione 6.8 - Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D17004890009

Coerenza. I contenuti dovrebbero sempre essere inerenti al pubblico target. *Ad esempio, nel caso di domande poste dai turisti con particolare frequenza, sarebbe opportuno anticipare la risposta sulla pagina attraverso post ricorrenti.*

Conversazione e coinvolgimento della community. La comunicazione sui social è bi-direzionale. Pertanto, è opportuno chiedere, rispondere e adottare strategie miranti a stimolare l'interazione: ad esempio, commentando post affini e intervenendo in gruppi di discussione. Si consiglia vivamente di studiare le community affini esistenti e di cercare di farne parte coinvolgendole nelle proprie attività.

Customer care. È necessario prestare la massima attenzione alle singole richieste che arriveranno. Attraverso gli appositi settaggi della pagina, si dovrebbero indicare gli orari di riferimento in cui essere contattati con tempi di attesa di massimo due ore. Le risposte dovrebbero essere sempre puntuali ed esauritive, mai evasive.

Feedback. Attraverso commenti e post sulla pagina si potranno raccogliere e catalogare i feedback lasciati da turisti e viaggiatori al fine di migliorare la qualità dei servizi.

Crisi. I contenuti postati non dovrebbero mai essere cancellati. Nell'eventualità di un errore, si consiglia di provvedere tempestivamente a formulare una risposta che spieghi l'accaduto e proponga una soluzione.

Tutte le attività potranno essere svolte in maniera coordinata con l'Agenzia Pugliapromozione. È consigliabile, pertanto, essere sempre aggiornati rispetto alla social media strategy adottata dall'Agenzia. L'interazione sarà sempre proficua per entrambe le parti.