



Camera di Commercio  
Pisa

# DISCIPLINARE DEL MARCHIO DI DESTINAZIONE TURISTICA

## “TERRE DI PISA”

# INDICE

1. LA “VISION” DEL BRAND “TERRE DI PISA”
2. LA “MISSION” DEL BRAND “TERRE DI PISA”
3. LA STRATEGIA
4. OGGETTO DEL DISCIPLINARE
5. IL MARCHIO
6. TITOLARITA’ DEL MARCHIO
7. I REQUISITI
8. SOGGETTI AMMESSI
9. IMPEGNI DEGLI ADERENTI AL DISCIPLINARE
10. MODALITA’ DI ADESIONE
11. TARGET E MERCATI OBIETTIVO
12. ATTIVITA’ DI COORDINAMENTO E NETWORKING
13. COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEL MARCHIO
14. ATTIVITA’ DI VERIFICA
15. SOSPENSIONE O REVOCA
16. RINUNCIA
17. RISOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE
18. VALIDITA’

Allegato 1 – Logo “Terre di Pisa” (in costruzione)

Allegato 2 – Scheda di adesione

## **1. LA “VISION” DEL BRAND “TERRE DI PISA”**

*“Terre di Pisa è il marchio ombrello che accomuna, valorizza e promuove l’offerta turistica e agroalimentare del territorio pisano, facendo leva sulle specificità storiche, culturali, paesaggistiche, naturali, enogastronomiche e artigianali che hanno maggiori potenzialità commerciali e di immagine. Questo insieme di caratteristiche comuni definisce il territorio delle “Terre di Pisa”, rendendolo diverso e complementare all’offerta toscana, facendo percepire valori di autenticità e unicità alla base di uno stile di vita vocato all’accoglienza e alla piacevolezza dell’esperienza.”*

## **2. LA “MISSION” DEL BRAND “TERRE DI PISA”**

*“Con il brand “Terre di Pisa” si vuole far crescere il valore del territorio, dei suoi borghi e delle sue aziende, sviluppando una maggiore competitività, redditività, sostenibilità economica ed ambientale per tutti i soggetti coinvolti. Il marchio “Terre di Pisa” vuole fidelizzare i consumatori e i turisti che ricercano prodotti autentici ed esperienze non standardizzate, facendo leva sugli elementi di differenziazione dell’offerta turistica e agroalimentare pisana. Attraverso un miglioramento continuo della qualità dei servizi turistici, dell’accoglienza e dei prodotti agroalimentari ed artigianali del territorio, parallelamente alla valorizzazione delle caratteristiche naturali e di vivibilità dei borghi, “Terre di Pisa” sarà riconosciuto quale marchio di autentico lifestyle toscano.”*

Terre di Pisa è una nuova destinazione nell’ambito dell’offerta turistica toscana che può proporre al turista, contemporaneamente, un’esperienza complessa, poco standardizzata, costituita da:

- Elementi storico-architettonici (Volterra, San Miniato, Lari, Lajatico, senza dimenticare l’attrattività di Pisa stessa)
- Elementi naturali di pregio (Monti Pisani, Colline Metallifere, Parco Naturale di Migliarino San Rossore Massaciuccoli, oasi protette, Colline Pisane) che si prestano a diverse proposte di turismo attivo
- Aziende vinicole, agricole e di produzione agroalimentare dotate di un’accoglienza professionale
- Una ricettività diffusa e differenziata su tutto il territorio (hotel, agriturismi, b&b, campeggi, case, appartamenti, dimore storiche)
- Mare e spiagge a breve distanza
- Produzioni agroalimentari differenziate e complementari (vino, olio, salumi, pasta, latticini, tartufo...)
- Stabilimenti termali (San Giuliano Terme, Casciana Terme, Uliveto terme)

- Attività sportive diverse (percorsi ciclistici e MTB, trekking anche estremo, nuoto, volo, golf, equitazione, canottaggio)
  - Attrazioni per un turismo “green” (sentieri e percorsi escursionistici, tra cui la Via Francigena)
  - Esperienze artigianali che si possono declinare in visite presso laboratori per ammirare le lavorazioni artistiche/tipiche o in veri e propri corsi dedicati al turista
- Facendo leva sull’identità del brand, si possono definire gli elementi dell’esperienza distintiva delle Terre di Pisa:

Quando gusto fa rima con relax  
Dove il paesaggio diventa benessere  
Nel cuore della Toscana più autentica  
Tutto lo sport con sapore toscano  
Una Toscana ancora da scoprire  
Tutto quanto puoi desiderare da una vacanza in Toscana  
La culla della tipicità toscana  
Uno stile di vita inimitabile da secoli

### **3. LA STRATEGIA**

Creare un’offerta che raccolga diverse proposte di nicchia (“Terre di Pisa, Terra di...”), ma che risulti come un unicum il cui elemento principale è la comune appartenenza territoriale ad un luogo non scontato, da scoprire e quasi da mantenere autentico e per questo prezioso.

Una strategia differenziata che proponga un territorio complesso, ma le cui le chiavi di accesso sono una diversa faccia della Toscana e dell’Italia, meno commerciale ed ancora “vera”, che fa leva sul suo paesaggio, i suoi prodotti e la sua posizione logisticamente assolutamente favorevole.

Al fine di identificare in modo chiaro ed univoco la destinazione turistica di Pisa e del suo territorio rispetto alla concorrenza italiana ed estera, è istituito il Marchio di destinazione turistica “Terre di Pisa” .

### **4. OGGETTO DEL DISCIPLINARE**

Il presente disciplinare regola la concessione in uso del Marchio di destinazione turistica “Terre di Pisa” (di seguito denominato Marchio).

### **5. IL MARCHIO**

Il Marchio è costituito dal “name” Terre di Pisa e dall’immagine ad esso collegata, così come riportato all’Allegato 1.

## 6. TITOLARITA' DEL MARCHIO

Il Marchio “Terre di Pisa” è un marchio registrato a livello nazionale di cui è proprietaria la Camera di Commercio I.A.A. di Pisa (di seguito denominata Camera di Commercio) che lo gestisce in linea con gli indirizzi e le finalità dei soggetti sottoscrittori il Protocollo d’intesa “Terre di Pisa”.

E’ facoltà della Camera di Commercio concedere in uso il Marchio a titolo gratuito, verificandone al contempo il corretto e legittimo uso in conformità agli scopi e alle disposizioni del presente disciplinare.

## 7. I REQUISITI

I requisiti richiesti per l’ottenimento della licenza d’uso del Marchio “Terre di Pisa” si distinguono in:

### a. Requisiti obbligatori

I requisiti obbligatori sono uguali indipendentemente dalla tipologia di impresa/struttura e comprendono le seguenti categorie:

#### A. Requisiti di appartenenza

- localizzazione (sede) in provincia di Pisa o in Comuni ad essa limitrofi

#### B. Requisiti di legalità

- Rispetto delle norme vigenti in materia di:  
CCNL del settore di appartenenza, edilizia e urbanistica, sicurezza sul lavoro (L. 626 e successive modifiche), igiene degli alimenti (HACCP e successive modifiche, se applicabile), regolarità assicurativa (INPS, INAIL), e che siano in regola con il pagamento del diritto annuale (se dovuto).

#### C. Requisiti di adeguatezza risorse umane/tecnologia

- sito web aggiornato almeno in italiano ed inglese e link alla piattaforma “Terre di Pisa”
- sito web con indicazioni chiare ed esaustive per il raggiungimento della struttura/impresa, su giorni ed orari di apertura/chiusura, sui prodotti/servizi offerti
- casella di posta elettronica attiva
- presenza in servizio di personale con conoscenza almeno della lingua inglese negli orari di apertura dichiarati

### b. Requisiti di qualità del sistema di gestione dell’offerta

I requisiti relativi all’accoglienza si differenziano per tipologia di impresa/prodotto.

Tutte le imprese in possesso del marchio “Ospitalità italiana” di ISNART soddisfano tali requisiti in considerazione dei criteri esplicitati nei relativi disciplinari a cui si assoggettano.

### **c. Requisiti identitari di un’offerta turistica “Terre di Pisa”**

I requisiti identitari si differenziano per tipologia di impresa/prodotto come più sotto esplicitato.

**I requisiti di cui ai punti b. e c. sono di seguito elencati**

**I requisiti contrassegnati con un “asterisco” (\*) sono considerati obbligatori.**

**I requisiti senza asterisco vengono considerati auspicabili.**

## **SERVIZI RICETTIVI**

### **Requisiti di qualità relativi al servizio di accoglienza**

#### **1 ACCESSO E POSIZIONE**

- 1.1 La struttura è ben segnalata da insegne sulle vie d’accesso. \*
- 1.2 Tutte le informazioni pubblicitarie sulla struttura sono veritiere e trovano riscontro sul sito internet della struttura. \*
- 1.3 L’ambiente in cui è inserita la struttura è gradevole e curato. Le aree esterne sono pulite, curate, in perfetto ordine e ben illuminate \*
- 1.4 La struttura che non si trova nelle immediate vicinanze delle zone di interesse, ne facilita comunque l’accesso (navette, indicazioni per l’acquisto di biglietti, convenzioni, etc).

#### **2 PARCHEGGIO (se applicabile)**

- 2.1 La struttura mette a disposizione posti auto in numero proporzionato agli ospiti
- 2.2 L’area per il parcheggio è ben segnalata, illuminata, protetta e pulita

#### **3 L’ACCOGLIENZA E LE AREE COMUNI**

- 3.1 L’area accoglienza della struttura è ben visibile, pulita, ordinata, ben mantenuta e presenta informazioni relative alla struttura (segnaletica interna direzionale, orari, menù ristorante, altri servizi complementari) \*
- 3.2 Il personale addetto all’accoglienza è professionale e facilmente identificabile, competente, cortese e con conoscenze linguistiche adeguate alla tipologia di ospiti \*
- 3.3 WI-FI a disposizione degli ospiti (posto che la connessione ADSL sia tecnicamente possibile)

3.4 Gli elementi di arredo della hall e delle aree comuni sono curati, adeguati alla categoria/tipologia, proporzionati alla struttura ed hanno una particolare caratterizzazione toscana

3.5 Sono presenti bagni puliti e completi di ogni dotazione

#### **4 APPARTAMENTI/CAMERE**

4.1 Gli appartamenti/camere sono ben puliti, illuminati ed ordinati\*

4.2 Gli arredi sono in perfetto stato e sono in stile con l'ambiente in cui sono collocati (rurale, borgo antico, vicinanza a luoghi artistici e storici,..) \*

4.3 L'appartamento/camera dispone di zanzariere

4.5 Sono presenti servizi per bambini (sedia, seggiolino, sponde, culla, etc.)

4.6 La scheda con le norme di sicurezza ed il prezzo sono ben visibili

4.7 Gli appartamenti/camere sono provvisti di sistema regolabile di climatizzazione, sempre che le caratteristiche strutturali della struttura lo consentano

#### **5 BAGNO**

5.1 Il bagno è perfettamente pulito e curato \*

5.2 L'arredo del bagno è in buono stato e presenta preferenzialmente elementi particolari/caratteristici

5.3 La linea di cortesia è costituita da prodotti naturali, non inquinanti o biologici, legati al territorio di appartenenza\*

#### **6 CUCINA E DOTAZIONI (se applicabile)**

6.1 L'angolo cucina/monocottura è curato e pulito \*

6.2 E' presente il kit di prima accoglienza per la cucina: acqua, olio, sale, zucchero caffè, the, etc.

6.3 Le dotazioni della cucina sono ben tenute e funzionanti

#### **7 PRIMA COLAZIONE**

7.1 L'orario è flessibile e ben comunicato \*

7.2 Posateria, vasellame e *mise en place* sono in ottime condizioni e richiamano lo stile della struttura e del territorio

7.3 Il buffet si presenta fresco ed invitante e caratterizzato da prodotti delle "Terre di Pisa"\*

7.4 L'azienda è preparata a servire una prima colazione per persone soggette a diete particolari (celiaci, intolleranze alimentari, etc.)

#### **8 ECOSOSTENIBILITA'**

8.1 La struttura si impegna a limitare i consumi idrici ed energetici prevedendo specifici obiettivi di miglioramento

8.2 La struttura effettua l'autocompostaggio dei rifiuti organici (qualora posseda una idonea area esterna)

8.3 La struttura promuove comportamenti e scelte per acquisti ecocompatibili

8.4 La struttura sensibilizza il personale sui temi dell'ambiente\*

8.5 La struttura promuove presso la propria clientela comportamenti ecosostenibili\*

### **Requisiti identitari**

1. La struttura ha stipulato convenzioni/accordi con altre imprese aderenti al Marchio per un'offerta completa ed integrata di prodotti e servizi \*
2. Il personale è a conoscenza delle principali risorse turistiche e dei prodotti del territorio\*
3. È presente in camera/appartamento una cartellina di benvenuto contenente le informazioni sulla struttura e sulle "Terre di Pisa"\*
4. È presente in camera un omaggio di benvenuto delle "Terre di Pisa" (vino, frutta, cioccolato o un souvenir)
5. Il buffet della prima colazione offre almeno 3 prodotti tipici del territorio, evidenziati nel menù e/o segnalati sui ripiani di esposizione \*
6. Se è prevista la vendita di prodotti:
  - I prodotti realizzati all'interno della struttura sono venduti col marchio o il logo dell'azienda (se applicabile)
  - La struttura offre in vendita, tra le proprie produzioni o tra quelle di altre imprese del territorio, prodotti di origine DOP/IGP/DOC/IGT o specialità alimentari tradizionali (elenco ufficiale regionale)\*
  - Il personale è in grado di fornire spiegazioni sulle tecniche di produzione e sulle caratteristiche qualitative (in particolare gustative dei prodotti)\*
  - La struttura è in grado di provvedere alla spedizione ed alla consegna a domicilio dei prodotti in vendita o ha attivato un servizio di vendita per corrispondenza
  - Le informazioni sulle tecniche dei prodotti in vendita, attuali e passate, sono a disposizione dell'ospite a scopo informativo e didattico
  - Su richiesta, l'ospite ha la possibilità di partecipare od assistere ad alcune fasi produttive dei prodotti in vendita (se applicabile)

## **SERVIZI DI RISTORAZIONE**

### **Requisiti di qualità relativi al servizio di ristorazione**

#### **1 ACCESSO E POSIZIONE**

1.1 Il Ristorante è ben indicato da insegne o cartelli che facilitano l'arrivo del cliente \*

1.2 Tutte le informazioni pubblicitarie sul Ristorante presenti su brochure, biglietti da

visita e sito Internet sono veritiere e trovano riscontro nella struttura \*

1.3 Le aree esterne al Ristorante sono pulite, curate ed illuminate \*

## **2 PROPOSTA ENOGASTRONOMICA E MENU'**

2.1 Il menu e le carte (vini, acque, oli, dolci) sono scritti anche nella lingua della clientela estera principale e sono ordinati e puliti \*

2.2 La carta dei vini indica le provenienze e le etichette, con possibilità di ordinare consumazioni al bicchiere

2.3 I menu, la carta dei vini e la cartellina per il conto sono in buono stato

2.4 Vengono proposti menu specifici (es.: tipico, bambini, dietetico/intolleranze)

2.5 È inclusa un'offerta di superalcolici, distillati, digestivi

## **3 PARCHEGGIO**

3.1 Nei pressi del Ristorante c'è la possibilità di parcheggiare l'auto (es. parcheggio di proprietà/convenzionato/pubblico nelle vicinanze)

## **4 AREE COMUNI E TOILETTE**

4.1 Tutte le aree sono perfettamente pulite e l'atmosfera è piacevole \*

4.2 WI-FI a disposizione degli ospiti (posto che la connessione ADSL sia tecnicamente possibile)

4.3 È presente un guardaroba/appendiabiti

4.4 Sono presenti fiori freschi o elementi di decoro tipici toscani

4.5 I servizi pubblici sono ben tenuti e differenziati tra uomini e donne; l'accesso è protetto per impedirne la vista dalla sala

## **5 SALA BAR/RISTORANTE/MISE EN PLACE**

5.1 Gli ambienti sono ben tenuti e ben illuminati \*

5.2 Tavoli, sedie e tendaggi sono puliti e in ottimo stato \*

5.3 Piatti, vasellame, posateria, cristalleria e *mise en place* sono sempre in ordine e puliti \*

5.4 Vini e bevande sono serviti in bicchieri appropriati

## **6 PERSONALE/SERVIZIO**

6.1 Il cliente viene subito accolto e accompagnato al tavolo \*

6.2 Il personale è cordiale e conosce i piatti del menù ed i loro ingredienti e sa dare informazioni di base sui vini ed oli proposti \*

6.3 Il personale è in grado di descrivere i piatti della casa anche in altre lingue, se il Ristorante ha clientela straniera \*

6.4 Vini e bevande vengono stappati al tavolo ed è prevista la possibilità di ordinare al bicchiere \*

6.5 Il personale è in perfetto ordine, indossa una divisa o abbigliamento che lo identifichi

6.6 Il numero dei componenti del personale è proporzionato ai coperti

## **7 TRASPARENZA**

7.1 È presente un menu all'esterno del Ristorante in italiano ed almeno in inglese \*

7.2 I menu, la carta dei vini e la cartellina contengono l'indicazione dei prezzi\*

7.3 Servizio e coperto sono sempre inclusi nel prezzo

7.1 Si accettano pagamenti con le più diffuse carte di credito/bancomat

## **8 COMFORT**

8.1 Sono presenti menu e carte nella lingua della principale clientela estera \*

8.2 È prevista una zona fumatori attrezzata (interna o esterna)

8.3 E' prevista l'apertura domenicale/festiva almeno un volta al mese

## **9 ECOSOSTENIBILITA'**

9.1 La struttura si impegna a limitare i consumi idrici ed energetici prevedendo specifici obiettivi di miglioramento

9.2 La struttura promuove comportamenti e scelte per acquisti ecocompatibili

9.3 La struttura sensibilizza il personale sui temi dell'ambiente\*

9.4 La struttura promuove presso la propria clientela comportamenti ecosostenibili\*

## **Requisiti identitari**

1. Collaborazioni e convenzioni con gli altri soggetti aderenti al Marchio \*

2. La struttura presenta elementi di arredo gradevoli e ben tenuti legati al territorio di appartenenza e/o ai luoghi di interesse storico, artistico e culturale delle "Terre di Pisa" \*

3. Il personale è a conoscenza delle principali risorse turistiche e dei prodotti del territorio\*

4. La struttura rende disponibili informazioni turistiche e/o logistiche relativamente ai siti d'interesse delle "Terre di Pisa"

5. La struttura prevede uno spazio espositivo con prodotti tipici locali e informazioni relative

6. Il menù prevede l'utilizzo di almeno 5 prodotti tipici locali per la preparazione dei piatti in base alla stagionalità degli stessi \*

7. E' previsto almeno un menù degustazione di piatti e prodotti tipici locali \*

8. Sul menu generale il ristoratore evidenzia graficamente i piatti tipici locali ed i prodotti locali utilizzati, nonché i produttori locali \*

9. La carta dei vini presenta una sezione di vini delle "Terre di Pisa" con almeno 5 vini locali \*

10. Tra i piatti proposti è previsto per portata almeno 1 piatto realizzato in base ad una ricetta tipica del territorio \*

11. Sul tavolo è disponibile il condimento in olio extra vergine di oliva di aziende delle “Terre di Pisa” \*
12. Il Ristorante organizza serate gastronomiche a tema (degustazione dei vini o dei prodotti tipici locali)
13. prodotti tipici locali)
14. Nella “mise en place” il ristorante privilegia produzioni toscane con particolare riguardo ai prodotti della tradizione manifatturiera toscana: piatti, bicchieri, tovaglie e complementi per l’arredo professionale dei tavoli della ristorazione
15. Effettua indagini di customer satisfaction coordinate dalle Camera di Commercio di Pisa\*

### **AZIENDE AGROALIMENTARI, ARTIGIANALI E DI ALTRE PRODUZIONI MANIFATTURIERE (cantine e frantoi inclusi)**

#### **Requisiti di qualità relativi al servizio di accoglienza turistica**

1. Apertura al pubblico dei luoghi di produzione nei giorni feriali ed almeno 2 volte al mese nei giorni festivi \*
2. E’ prevista la possibilità di partecipare a degustazioni/presentazioni dei propri prodotti nei giorni di apertura al pubblico \*
3. Area espositiva dei propri prodotti e di altri prodotti tipici
4. Vendita diretta prodotti
5. E’ possibile la visita guidata ai laboratori
6. Il personale è in grado di fornire spiegazioni anche in inglese sulle tecniche di produzione e sulle caratteristiche qualitative dei prodotti
7. E’ disponibile materiale informativo sui propri prodotti e sulle tecniche di produzione anche almeno in inglese
8. E’ possibile partecipare direttamente a laboratori o fasi di produzione (tour di esperienze)
9. WI-FI a disposizione degli ospiti

#### **Requisiti identitari**

1. Produzione di prodotti tipici, tradizionali e locali toscani\*
2. Collaborazioni e convenzioni con gli altri soggetti aderenti al Marchio \*
3. Servizio informazioni sulle produzioni e sulle risorse enogastronomiche delle Terre di Pisa \*
4. Il personale è anche a conoscenza delle principali risorse turistiche e dei prodotti del territorio\*
5. Effettua indagini di customer satisfaction coordinate dalle Camera di Commercio di Pisa\*

### **BOTTEGHE**

#### **Requisiti di qualità relativi all’accoglienza**

1. Apertura al pubblico almeno una volta al mese nei giorni festivi

2. L'assortimento dei prodotti selezionati è evidenziato attraverso appositi cartellini apposti sui prodotti stessi che ne attestino la tipologia e l'origine
3. Personale in grado di fornire spiegazioni – anche in inglese – sulle tecniche di produzione e sulle caratteristiche qualitative (in particolare organolettiche dei prodotti) \*
4. Spazi espositivi temporanei e/o stabili di promozione dei prodotti delle “Terre di Pisa”\*
5. WI-FI a disposizione degli ospiti

### **Requisiti identitari**

1. Collaborazioni e convenzioni con gli altri soggetti aderenti al Marchio \*
2. Materiale informativo in italiano e almeno in inglese sul turismo nelle Terre di Pisa\*
3. Per le botteghe agroalimentari:  
Mantenere nel proprio assortimento almeno 20 referenze presenti sulla base della stagionalità e delle condizioni di approvvigionamento, merceologicamente diverse, scelte tra le tipologie di seguito indicate:
  - a. almeno 10 prodotti di aziende aderenti al marchio “Terre di Pisa” \*
  - b. almeno 10 prodotti tradizionali di cui al Decreto legislativo 173/1998 e D. MiPAF 350/1999; \*
4. Per le botteghe di altri prodotti:
  - a. mantenere nel proprio assortimento almeno 10 referenze di prodotti tipici tradizionali toscani delle “Terre di Pisa” (ceramica, alabastro, prodotti in vimini, prodotti in ferro battuto, prodotti in cuoi, etc.) \*
5. Effettua indagini di customer satisfaction coordinate dalle Camera di Commercio di Pisa\*

## **FORNITORI DI SERVIZI TURISTICI**

### **Requisiti di qualità relativi all'accoglienza ed identitari**

1. Convenzioni tra soci e/o altri soggetti aderenti al “Terre di Pisa” \*
2. Materiale informativo in italiano e almeno in inglese sul turismo nelle Terre di Pisa \*
3. Materiale informativo sui prodotti tipici, le tecniche di produzione, ricette tradizionali\*
4. Almeno 3 proposte, offerte e pacchetti per servizi/ soggiorni turismo nelle Terre di Pisa validi tutto l'anno con almeno 1 pernottamento sul territorio nell'ipotesi di short break e 2 pernottamenti nell'ipotesi di pacchetti settimanali (informazioni disponibili sul sito web) \*
5. Almeno 3 pacchetti/ visite guidate tailor-made (informazioni disponibili sul sito web)
6. Organizzazione di visite guidate per singoli, famiglie e gruppi nelle “Terre di Pisa” (informazioni disponibili sul sito web) \*
7. Disponibilità di un servizio guida per bambini/ragazzi (informazioni disponibili sul sito web)
8. Reperibilità in giorni festivi (fornitori di servizi tecnici e/o di assistenza)
9. Effettua indagini di customer satisfaction coordinate dalle Camera di Commercio di Pisa\*
10. Apertura garantita della struttura nelle giornate di sabato, domenica e festivi per tutto l'anno con personale qualificato e conoscenza almeno della lingua inglese

11. Utilizza prodotti locali nella fornitura di servizi (es. prodotti cosmetici locali nella fornitura di servizi benessere/termali)\*
12. Il personale è a conoscenza delle principali risorse turistiche e prodotti del territorio\*
13. WI-FI a disposizione degli ospiti

## MUSEI, SITI DI INTERESSE ARTISTICO, CULTURALE, AMBIENTALE

### Requisiti di qualità relativi all'accoglienza ed identitari

1. Convenzioni tra soci e/o altri soggetti aderenti al "Terre di Pisa"\*
2. Materiale informativo ed aggiornato in più lingue (almeno 2 lingue straniere) sul turismo nelle "Terre di Pisa"
3. Il personale è a conoscenza delle principali risorse turistiche e dei prodotti del territorio\*
4. Assistenza qualificata per prenotazioni a visite/escursioni nei principali luoghi di interesse artistico, culturale, ambientale, enogastronomico
5. Organizzazione visite ed escursioni guidate con personale qualificato (anche esterno) almeno in lingua inglese (informazioni disponibili sul sito web)\*
6. Apertura garantita della struttura nelle giornate di sabato, domenica e festivi per 6 mesi l'anno con personale qualificato e conoscenza almeno della lingua inglese (informazioni disponibili sul sito web)
7. Disponibilità di personale con conoscenza di più lingue straniere
8. Disponibilità ad offrire servizi a tariffa agevolata o gratuita in occasione di iniziative promozionali a Marchio Terre di Pisa\*
9. WI-FI a disposizione dei clienti/utenti
10. Disponibilità di un servizio guida per bambini/ragazzi
11. Spazio espositivo e/o di vendita dei prodotti e relativo materiale informativo di aziende aderenti al "Terre di Pisa"
12. Disponibilità di una zona ristoro
13. Disponibilità di una zona baby – sitting sorvegliata
14. Effettua indagini di customer satisfaction coordinate dalle Camera di Commercio di Pisa\*

## 8. SOGGETTI AMMESSI

Possono presentare domanda di adesione al Marchio le **IMPRESE** e/o i soggetti in qualsiasi forma giuridica costituiti (**ASSOCIAZIONE, FONDAZIONE, CONSORZIO, COOPERATIVA, RETE D'IMPRESA, STRADA DEL VINO, STRADA DELL'OLIO, ENTE MUSEALE, PARCO, STABILIMENTI TERMALI, ECC.**) che rientrino nelle sotto elencate categorie, siano in possesso dei requisiti obbligatori, dei requisiti di qualità dell'accoglienza, nonché dei requisiti identitari obbligatori che si differenziano per tipologia di impresa/prodotto.

### Strutture ricettive

Sono ammissibili tutte le categorie di strutture ricettive, sia alberghiere che extralberghiere

*Disciplinare del marchio di destinazione turistica "Terre di Pisa" – Rev. 0 del 29/09/2017*

### **Ristorazione**

Sono ammissibili tutte le tipologie di ristoranti, trattorie, osterie ed enoteche con cucina, nonché i catering.

Non sono ammissibili bar o esercizi ad essi assimilabili

### **Aziende agroalimentari, artigianali e di altre produzioni manifatturiere (cantine e frantoi inclusi)**

Sono ammissibili le aziende di prodotti enogastronomici (aziende agricole, cantine, frantoi), di prodotti di artigianato, di artigianato artistico e di altri manufatti.

Sono altresì ammissibili gli esercizi commerciali specializzati nella vendita di prodotti tipici enogastronomici e/o artigianali.

Non sono ammissibili supermercati o esercizi a questi assimilabili.

### **Fornitori di servizi turistici**

Sono ammissibili tour operator, agenzie incoming, fornitori di servizi di noleggio con o senza conducente, guide turistiche, enogastronomiche ed ambientali, spa, fornitori di servizi termali e altri fornitori di servizi.

### **Musei, siti di interesse artistico, culturale, ambientale**

Sono ammissibili i siti museali, i luoghi di interesse storico-artistico e culturale, i parchi, le riserve naturali, le oasi e i luoghi di interesse naturalistico.

### **Uffici informazioni e assistenza turistica/ Proloco**

Sono ammissibili gli Uffici informazioni gestiti da Comuni, Proloco e altri soggetti abilitati

## **9. IMPEGNI DEGLI ADERENTI AL DISCIPLINARE**

Gli aderenti al marchio si impegnano a:

- ottemperare a quanto previsto dal presente Disciplinare
- cooperare in un percorso progressivo di crescita qualitativa dell'offerta turistica "Terre di Pisa"
- frequentare, nell'arco dell'anno, almeno 2 corsi formativi/informativi sulla destinazione turistica "Terre di Pisa" ai fini di una corretta e aggiornata informazione sulle risorse turistiche enogastronomiche, culturali ed ambientali
- inserire il marchio "Terre di Pisa" e il relativo Disciplinare sul proprio sito web, con link al nuovo portale di destinazione turistica in fase di realizzazione

- fornire tempestivamente alla Camera di Commercio o al soggetto da essa indicato informazioni e materiali (foto, testi, video etc.) nel formato richiesto. Tutte le informazioni e i materiali forniti dovranno essere aggiornati e di buona qualità, non vincolati da diritti d'uso o soggetti a limitazioni.

## **10. MODALITA' DI ADESIONE**

La richiesta di adesione al disciplinare del Marchio, comprensiva di autocertificazione del possesso dei requisiti obbligatori richiesti, dovrà essere indirizzata alla Camera di Commercio di Pisa dal Legale rappresentante del soggetto richiedente, utilizzando il modello riportato nell'Allegato 2.

L'adesione è volontaria e gratuita e non comporta nessun onere, salvo quanto specificato alla voce "IMPEGNI DEGLI ADERENTI AL DISCIPLINARE".

L'elenco delle imprese aderenti al Marchio sarà consultabile sul sito della Camera di Commercio di Pisa e sul nuovo portale di destinazione turistica in fase di realizzazione.

## **11. TARGET E MERCATI OBIETTIVO**

Quali mercati obiettivo a breve termine della destinazione Terre di Pisa sono stati individuati l'Italia e, il Centro e Nord Europa nel raggio di 2 ore di volo da Pisa.

Quali mercati obiettivo a medio termine sono invece stati individuati il Nord Est dell'Europa (Polonia, Repubbliche Baltiche, Finlandia e Russia), il Nord America (USA e Canada) e il Giappone.

Il cliente target ha buona capacità di spesa, conosce l'Italia e la Toscana, ne apprezza il lifestyle, cerca esperienze legate alla natura, al relax ed all'enogastronomia, preferisce i piccoli borghi e ha motivazioni/interessi diversificati.

## **12. ATTIVITA' DI COORDINAMENTO E NETWORKING**

La Camera di Commercio di Pisa organizza presso la propria sede e anche sul territorio iniziative e attività di networking tra soggetti pubblici e privati allo scopo di stimolare la reciproca conoscenza e costruire una rete aggiornata di contatti integrati e trasversali.

## **13. COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEL MARCHIO**

Il Marchio è promosso attraverso una serie di attività di comunicazione in Italia e all'estero che sono programmate e condivise con i rappresentanti del Comitato di Coordinamento del Protocollo d'Intesa Terre di Pisa, secondo le linee strategiche indicate dall'Agenzia Regionale Toscana Promozione Turistica.

## **14. ATTIVITA' DI VERIFICA**

L'attività di controllo, tesa ad accertare che il beneficiario utilizzi il Marchio conformemente a quanto previsto dal presente disciplinare, viene svolta dalla Camera di Commercio (anche per mezzo di collaboratori esterni), che si riserva la facoltà di:

- a) richiedere in qualsiasi momento notizie e chiarimenti sull'utilizzo del Marchio;
- b) eseguire controlli per accertare la corretta utilizzazione del Marchio;
- c) comunicare ai beneficiari del Marchio le non conformità ai requisiti del presente disciplinare eventualmente riscontrate e le azioni correttive da intraprendere.

I controlli saranno effettuati nel rispetto delle esigenze del beneficiario.

## **15. SOSPENSIONE O REVOCA**

Qualora a seguito delle attività di verifica risultino irregolarità nell'utilizzo del Marchio e/o il venir meno di requisiti che ne avevano determinato la concessione in uso, la Camera di Commercio potrà disporre la sospensione o la revoca, da comunicarsi all'interessato tramite posta elettronica certificata.

La revoca è disposta nel caso in cui vengano meno i suddetti requisiti obbligatori e gli stessi non possano essere acquisiti nuovamente entro un arco temporale di 30 giorni dalla loro perdita.

La sospensione è invece disposta qualora vengano meno uno o più requisiti obbligatori nuovamente acquisibili entro un arco temporale di 30 giorni dalla loro perdita.

## **16. RINUNCIA**

Gli aderenti al disciplinare hanno diritto a rinunciare al Marchio in qualsiasi momento dandone comunicazione alla Camera di Commercio via PEC ([cameracommercio@pi.legalmail.camcom.it](mailto:cameracommercio@pi.legalmail.camcom.it)).

La rinuncia comporta la cancellazione dal portale di destinazione turistica "Terre di Pisa" e il conseguente divieto di qualsivoglia utilizzo del Marchio.

## **17. RISOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE**

Tutte le controversie inerenti il presente disciplinare saranno sottoposte ad un preliminare tentativo di mediazione innanzi al Servizio di Mediazione della Camera di Commercio di Lucca.

Qualora la mediazione abbia esito negativo, le medesime controversie saranno deferite in arbitrato rituale, in conformità al Regolamento di procedura della Camera Arbitrale della Camera di Commercio di Firenze.

## **18. VALIDITA'**

Il presente disciplinare ha validità fino al 29/09/2018. Il rinnovo senza modifiche è automatico e non comporta nuova sottoscrizione. Lo stesso può essere rinnovato anche con modifiche, previa nuova sottoscrizione per presa visione ed accettazione da parte degli aderenti.

## Allegato 2

### Scheda di adesione

<b>DATI STRUTTURA</b>			
Nome e Cognome titolare/responsabile:			
Nome e Cognome del Responsabile Qualità (se diverso dal titolare):			
Denominazione Impresa:			
C.F.		P. IVA:	
Nome Insegna:			
Indirizzo (via/p.zza):		n.	
Cap:	Comune:		Prov:
Località:		Coordinate GPS:	
Tel.:		Fax:	
Indirizzo e-mail per contatto diretto:			
Sito Web:			
<b>Con la sottoscrizione della presenta domanda la struttura dichiara, sotto la propria responsabilità, di essere in possesso dei requisiti obbligatori di cui al paragrafo 7.a e dei requisiti contrassegnati con asterisco di cui ai paragrafi 7.b e 7.c previsti dal "Disciplinare del marchio di destinazione turistica "Terre di Pisa", relativi alla tipologia di struttura di appartenenza</b>			
<b>Condizioni generali per il rilascio del marchio "Terre di Pisa"</b>			
<input type="checkbox"/> Con la sottoscrizione della presente domanda la struttura allega, pena non ammissibilità, se non già inviata alla Camera di Commercio di Pisa, la scheda profilo relativa alla tipologia di struttura di appartenenza di cui al Regolamento, e dichiara che le informazioni ivi riportate corrispondono al vero			
<input type="checkbox"/> Con la sottoscrizione della presente domanda la struttura accetta le condizioni riportate nel "Regolamento per il rilascio e l'uso del logo marchio "Terre di Pisa"			
<input type="checkbox"/> L'attività di valutazione per il rilascio del marchio è disciplinata dal "Regolamento per il rilascio e l'uso del logo marchio "Terre di Pisa", consegnato unitamente alla presente scheda a formarne parte integrante e che la struttura richiedente si impegna a rispettare			
<input type="checkbox"/> La Camera di Commercio di Pisa incaricherà ISNART per l'attività di verifica presso le strutture.			
<input type="checkbox"/> L'operatore, sottoscrivendo la presente domanda, si impegna ad accogliere il valutatore e accetta di fornire tutto il materiale necessario al buon esito della visita (fatture, foto, brochure, biglietti da visita, etc..)			
Il Titolare/Rappresentante legale della Struttura:			



<b>Informativa e consenso al trattamento dei dati ai sensi del Decreto Legislativo n. 196/2003.</b>
La Camera di Commercio di Pisa, nella persona del Segretario Generale dott.ssa Cristina Martelli, Le garantisce che tutte le risposte da Lei fornite resteranno assolutamente riservate e saranno usate solo ai fini del corretto svolgimento del progetto, nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003 sulla tutela della Privacy. La informiamo di quanto segue:
1. Il trattamento a cui saranno sottoposti tutti i dati personali richiesti e/o acquisiti è diretto al solo fine di partecipazione al progetto marchio "Terre di Pisa"
2. La comunicazione di tali dati è facoltativa, tuttavia la mancata comunicazione non renderà possibile la partecipazione al progetto;
nella Sua qualità di interessato, gode dei diritti di cui all'articolo 7 del D.Lgs 196/2003, tra cui:
a. ottenere la conferma dell'esistenza o meno in archivio dei dati personali che La riguardano ed averne comunicazione in forma intelligibile;
b. avere conoscenza della loro origine, della logica e delle finalità su cui si basa il trattamento;
3. Qualsiasi richiesta o comunicazione in merito può essere inoltrata scrivendo a Camera di Commercio di Pisa, Piazza Vittorio Emanuele II, 5 Pisa, indicando come riferimento progetto marchio "Terre di Pisa"
Il/La sottoscritto/a, acquisite le informazioni fornite dal titolare del trattamento, presta il suo consenso per il trattamento dei dati necessari allo svolgimento delle operazioni indicate nell'informativa.
<b>Data:</b> _____ <b>Timbro e Firma</b> _____
Nota: La Commissione di Valutazione/ISNART si riserva di valutare la scheda compilata e la scheda profilo in base ai requisiti di adesione al progetto.
La scheda non completa in tutte le sue parti non potrà essere considerata valida